



RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes



Universidad
Nacional
de Quilmes

Mingardi Minetti, Milka Carolina

Producción de significados e identidad en jóvenes viedmenses que practican hip hop



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Mingardi Minetti, M. C. (2019). *Producción de significados e identidad en jóvenes viedmenses que practican hip hop. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes*
<http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/1656>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

Producción de significados e identidad en jóvenes viedmenses que practican hip hop

TESIS DE MAESTRÍA

Milka Carolina Mingardi Minetti

milkamingardi@gmail.com

Resumen

El movimiento hip hop es relativamente nuevo en nuestro país. Sin embargo, su extensión en diversos puntos de la Argentina y su impacto en la población juvenil ha sido muy alta en la última década. A partir de la observación de este fenómeno, este trabajo presenta un estudio sobre el proceso de producción de significados y la construcción de identidad, en los jóvenes que practican hip hop en la ciudad de Viedma.

Entre los distintos puntos de análisis se plantean la vivencia de la práctica de este estilo musical, cómo ésta aporta a la construcción de identidad y qué sentidos otorgan a la apropiación que realizan de los espacios públicos, con el fin de conocer especialmente sobre estas nuevas formas de ser joven, recurriendo a la propia perspectiva de los sujetos, ya que partimos de la idea de que la juventud no es un mero recorte etario.

Para esto, realizaremos un abordaje metodológico de tipo cualitativo, utilizando como técnicas para la producción de datos la observación y las entrevistas.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
MAESTRÍA EN CIENCIAS SOCIALES CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN

*“Producción de significados e identidad en jóvenes
viedmenses que practican hip hop”*

Lic. Milka Carolina Mingardi Minetti

Directora: Mgter. Sandra Polizsuk

Co- Directora: Dra. Nancy Díaz Larrañaga

Diciembre 2014

Agradecimientos

Todo el trabajo que realizamos es siempre un proceso conjunto, que involucra el apoyo de muchas personas que aportan para alcanzar un objetivo, en este caso individual. Por eso, no quisiera dejar de agradecer a todos aquellos que hicieron posible la realización de esta investigación.

Este trabajo no hubiese sido posible sin la colaboración y ayuda invaluable de Sandra Polizsuk, a quien quiero agradecer especialmente por su guía y su paciencia para plantear correcciones, sugerencias y observaciones siempre pertinentes.

Quiero hacer especial mención a los y las jóvenes que me prestaron su tiempo para realizar entrevistas, que me ayudaron a contactar a otros *hoppers* y que me ofrecieron todo lo necesario para que pudiera conocer más sobre cómo ellos vivencian el *hip hop* y su juventud. A todos ellos va dedicado este esfuerzo, que colabora a difundir sus formas particulares de recrear y transformar el mundo.

Por último, y a título personal, quisiera agradecer a mis padres, Rubén y Adriana, a mi hermano Matías, a mis familiares, amigas y compañeros, que hacen siempre el trabajo y la vida más grata, sin ellos, ninguno de mis logros tendrían importancia.

A todos, mi más humilde gracias.

Índice

Introducción.....	6
CAPÍTULO 1: Estado del arte.....	9
Investigaciones sobre juventud en Latinoamérica.....	12
Estudios en hip hop.....	15
Jóvenes e identidad	17
Jóvenes y espacio	20
CAPÍTULO 2: Marco Conceptual	23
CAPÍTULO 3: Marco Metodológico.....	30
Caracterización.....	30
Caso seleccionado	32
Instrumentos	33
Procesamiento y análisis de los datos	35
CAPÍTULO 4: ¿Qué es el <i>hip hop</i>?	38
El hip hop en Argentina	43
CAPÍTULO 5: Jóvenes y <i>hip hop</i> en Viedma: características generales	45
Perfil de la ciudad.....	46
Construyendo identidad.....	49
Los espacios, configuradores de relaciones	51
La ciudad desde el hip hop.....	54

Las batallas: un modo particular de vincularse y experimentar el espacio y el tiempo en la identidad hopper.....	57
La identidad hopper, las batallas y la construcción del tiempo.....	60
El Graffiti en la ciudad.....	61
Graffiti y resignificación de los espacios	64
Los saberes y los espacios de formación.....	67
Modos de autonombraarse y reconocerse como jóvenes hoppers.....	69
Otros modos de reconocimiento: la música y la vestimenta en la construcción de un estilo..	72
La vestimenta en el <i>hip hop</i>	72
Los jóvenes y la música	76
CAPÍTULO 6: La dimensión del poder y las resistencias	80
La relación con el Estado y las organizaciones.....	80
Sobre las resistencias y la contracultura.....	81
Prácticas dentro del hip hop	81
Canciones	86
Uso de los medios	93
CAPÍTULO 7: Reflexiones finales.....	100
Anexo	105
Fotografías.....	105
Diccionario.....	110
Bibliografía.....	114

Introducción

En el año 2003, mientras terminaba los estudios de mi licenciatura, comenzamos a interesarnos con un grupo de compañeras por los jóvenes que observábamos todas las noches en el Teatro Argentino de La Plata, que practicaban giros, vueltas y pasos de baile que luego identificamos como *breakdance*.

Lo primero que logró captar nuestra atención era la constancia de los chicos y chicas que allí se congregaban, además de que el espacio se convirtiera en una especie de academia de baile, abierta a todos, donde se enseñaba y se aprendía de una forma muy libre y horizontal, donde todos aportaban conocimientos, habilidades, trucos y demás saberes para poder conseguir realizar esas hazañas con el cuerpo.

A partir de allí, las consideradas “tribus urbanas” empezaron a ocupar los lugares más significativos de la ciudad y adquirieron creciente visibilidad como objeto de tematización mediática y académica. Con esto, ante la inminencia de nuestra tesis de grado como finalización de estudios, escogimos investigar en profundidad el movimiento o *cultura hip hop* en la ciudad de La Plata.

El proceso fue exhaustivo porque en nuestro recorrido por investigaciones anteriores, nos encontramos que el *hip hop* en Argentina no había sido analizado en sus particularidades, aunque los estudios sobre tribus urbanas de los 90 (si bien limitados conceptualmente) aportaron al entendimiento del *hip hop* como cultura urbana. Por esta situación, reconocer cómo llega a nuestro país, cómo se diversifica y en qué consiste, fue una tarea que debimos realizar por nuestra cuenta.

Durante cinco años contactamos referentes del conurbano bonaerense y de Capital para, a través de ellos, reconstruir esa historia del *hip hop*, además de, al mismo tiempo, conocer todo lo referido a esta “*cultura*”, como la llaman los jóvenes.

Ese primer acercamiento fue lo que logró conocer el ambiente *hopper* y sus formas de actuar, hablar, bailar, dibujar, cantar o escuchar música, que constituyen su mundo de significados. Además, analizar una forma de ser joven, como una constitución entre muchas, una posibilidad de formar un mundo, una manera de ser y de mostrarse ante la sociedad.

Las primeras respuestas de esa aproximación arrojaron a la vez más preguntas, que son las que se plantean en esta nueva investigación.

Al momento de mudarme a la ciudad de Viedma, en 2006, volví a impactarme al observar jóvenes bailando en escuelas y plazas, por lo que decidí, desde ese momento,

comenzar nuevamente a investigar jóvenes y *hip hop*, pero esta vez, surgieron nuevas preguntas. En primer lugar: ¿por qué los jóvenes de una pequeña ciudad del interior utilizan este género musical como medio de identificación? Los interrogantes sobre jóvenes, *hip hop* e identidad, así como la creación de significados a partir de su música, vestimenta, movimientos, son los aspectos a abordar en este trabajo. Otra pregunta que guía la presente investigación es: ¿cómo se construye identidad a partir de un género musical que aporta, además, de diversas prácticas la implementación de una estética particular?

También, en este proceso de recorrer la ciudad, uno de los interrogantes fue ¿por qué los jóvenes se apropian de diversos espacios públicos? tanto para la creación de “batallas”, como para la producción de graffitis.

En las entrevistas y observaciones que se llevaron adelante, emergió además un tópico, a partir de la repetición y los comentarios sobre el tema, que es la utilización de los medios de comunicación, principalmente internet, para contactarse, conocer más sobre el movimiento *hip hop* y como espacio de creación, por lo que el análisis del uso de las nuevas tecnologías se convirtió en un apartado más de la tesis.

Conocer cómo se relacionan, cómo producen significados y construyen identidades, es una pregunta eminentemente comunicacional, por lo cual este trabajo permite comprender las prácticas comunicacionales de jóvenes de una ciudad del interior de Argentina, desde una mirada que se detiene principalmente en la producción de las diferencias y en los particulares modos de vivenciar lo juvenil en relación con el *hip hop*.

La intención de esta tesis es, entonces, contribuir al campo de estudios de la comunicación mediante el conocimiento situado de prácticas comunicacionales y procesos identitarios de jóvenes en Viedma para la incidencia en el debate público y en la intervención profesional.

A partir de la puesta en valor de las distintas formas de ser joven, sus modos de ser y estar en el mundo, se busca un posicionamiento que reconozca la capacidad de agencia de los sujetos y la posibilidad de ejercer un poder para marcar una diferencia. De este modo, el trabajo se propone evidenciar algunos supuestos naturalizados que circulan socialmente desde los cuales se comprende la relación entre los jóvenes y el *hip hop*, los cuales dejan poco margen para su empoderamiento.

Esta investigación se realizó en el transcurso de seis años –entre 2006 y 2012- en el cual no sólo se aplicaron entrevistas y observaciones, sino que además se revisó el material anterior sobre la historia del *hip hop* en el mundo y en Argentina.

El presente trabajo está compuesto por siete capítulos. En el capítulo primero se presenta un desarrollo sobre estudios preliminares, mientras que en el segundo se aborda el marco conceptual desde el cual se parte para analizar a los jóvenes y sus prácticas.

En el tercer capítulo se exponen las herramientas metodológicas escogidas para abordar el trabajo de campo. A partir del cuarto capítulo y hasta el sexto se expone el análisis de las prácticas. El objetivo del capítulo cuatro es presentar el *hip hop* desde su surgimiento en Estados Unidos y su arribo al país, describiendo las características más importantes sobre el género musical y sus actividades relacionadas. En el quinto capítulo se analizan las particularidades del *hip hop* en Viedma, y en el sexto, la relación con el poder y las resistencias que generan los jóvenes con sus prácticas. El último capítulo cierra la presentación de esta tesis con el desarrollo de algunas conclusiones, observaciones finales y sugerencias que se desprenden del análisis presentado.

CAPÍTULO 1

Estado del arte

Los estudios en juventudes son relativamente nuevos ya que adquieren relevancia dentro de las ciencias sociales a partir de la década del '60, pero en la actualidad se han incrementado notablemente las investigaciones en este campo. El objetivo de este apartado no es presentar un panorama exhaustivo del estado del arte sobre los estudios de juventudes sino más bien dar cuenta de los trabajos pioneros y las investigaciones actuales que abordan la relación juventudes, comunicación y cultura.

En primer lugar, para comprender la conformación del campo de estudios en juventudes es necesario distinguir –siguiendo el planteo de investigadores como Rossana Reguillo, C. Feixa y Mariana Chaves- el surgimiento de la juventud como situación social, como categoría analítica y como asunto relevante de la agenda de investigación de las ciencias sociales.

Al abordar los estudios sobre juventudes se requiere, al mismo tiempo y en forma acotada, hacer referencia a las condiciones de aparición de sus objetos. Los investigadores consultados que han abordado los itinerarios y recorridos históricos en la conformación del campo de estudios sobre juventudes lo han hecho en vinculación con el contexto histórico de surgimiento de “la juventud” como situación social y como categoría analítica.

Nos referimos con lo primero a la noción de cronología, que apareció en las distintas sociedades y que fue estratificando diversos momentos en la vida de los sujetos. Así, se constituyeron instancias como la niñez, la adultez, la vejez y también la juventud, y, en cuanto a lo segundo, al surgimiento de lo juvenil como objeto científico, como sujeto-objeto pausable de ser analizado desde las diversas disciplinas.

Por esto, no hay que concebir a la juventud como un término acabado, cerrado, sino como una construcción social y cultural, que se reproduce en distintos discursos que se institucionalizan, dentro de las familias, en la creación de escuelas, en el Estado, el mercado, entre otros.

Así, el paso por la vida fue concebido como una serie de procesos, concatenados con un correlato de acciones y actividades dentro de cada uno de estos momentos -que en la modernidad comenzaron a ser abordados como la educación en la niñez y juventud, la inclusión laboral en la juventud y adultez y la conformación de una familia.

Estos procesos se consolidaron en el siglo XX con la expansión del mercado de consumo, la industria mediática y la industria del entretenimiento. En este contexto, se distinguirá, luego de la segunda guerra mundial, a la juventud como “otro” sector social en los países occidentales centrales (Chaves, 2010: 28, 29).

Aunque podemos encontrar investigaciones precedentes a la década de los 60 mencionadas en los trabajos de Carles Feixa (Feixa, 1998) y de Mariana Chaves (Chaves, 2010), diversos autores (Reguillo, 2000; Pujol, 2003, Chaves, 2010) sostienen que es a partir de esa década cuando se ampliaron los estudios y se complejizó la concepción teórica de juventud.

Los pocos estudios sobre juventud que se desarrollaron a principios del siglo XX partían de una visión biologicista de la juventud como período fijo en el ciclo de vida de los hombres y mujeres y un momento universalizable para todas las sociedades y culturas.

Dentro de los estudios provenientes de la antropología, los aportes de Margaret Mead, Ruth Benedict y la perspectiva etnográfica de la Escuela de Chicago, en la primera mitad del siglo XX, abrieron el campo de los estudios de juventud hacia los abordajes situacionales y cambiantes que se desarrollaron y ampliaron luego, a partir de la década de los 60.

Es a partir de esta década, en el contexto sociocultural anteriormente señalado de las sociedades occidentales, y en forma casi simultánea a la emergencia de la juventud como estrato social independiente, que surgieron los estudios culturales de la Escuela de Birmingham (Reino Unido) donde las subculturas juveniles se constituyeron en uno de los objetos de su programa de investigación, enmarcado en la lucha social de clases, que era la temática general de estos trabajos, relacionados con problemáticas culturales, como el acceso a la educación superior, el trabajo y el consumo.

Por esto, en su etapa inicial, la preocupación de los integrantes de esta escuela por el cambio social a través de las clases sociales llevó a sostener la función simbólica de la juventud como un modo de resolución de los conflictos de clase.

Los aportes de los Estudios Culturales se enfocaron sobre los jóvenes y sus conformaciones en grupos. Éstas investigaciones, que fueron iniciadas por Cohen (1972) y Clark (1976) se produjeron en la década de los '70 y se constituyeron como las líneas para analizar la relación entre jóvenes y cultura siendo los pioneros en esta clase de estudios, que luego prendieron en teóricos españoles y latinoamericanos, como el ya mencionado Carles Feixa, Rossana Reguillo (1995, 2000) y Manuel Valenzuela Arce (2002), quienes retoman esta perspectiva cultural en sus trabajos, aunque sin referencia explícita.

En estos comienzos, desde la Escuela de Birmingham se abordó el concepto de culturas juveniles, pero luego será reemplazado por el de subculturas por S. Hall y Jefferson, por ser interpretado el anterior como estructural. Las subculturas dentro de esta Escuela fueron entendidas como la solución a los problemas estructurales de un grupo, la unión de una clase para presentar un campo de batalla ante las clases dominantes. En palabras de Clarke “estas subculturas juveniles no son sólo *respuestas*, sino también *resistencia*: una *resistencia mediante rituales* contra la cultura burguesa: aunque sea una resistencia *simbólica* -sin eficacia-“(Clarke: 1976; 23).

La inserción del término subculturas en el campo de la sociología de las juventudes permitió pensar a lo juvenil desde lo cultural, lo estructural y desde una perspectiva biográfica. Las subculturas juveniles se analizaron en esta línea teórica, confrontadas con culturas parentales y dominantes.

Desde otra perspectiva y ubicación geográfica el trabajo de Pierre Bourdieu “La juventud no es más que una palabra” (Bourdieu, 1990) problematizó la categoría juventud y contribuyó significativamente junto a otros investigadores de la sociología de la cultura, a sentar las bases para pensar la juventud desde la cultura (Chaves, 2010), perspectiva que derivó en numerosos trabajos enmarcados en la sociología de las juventudes.

El trabajo de Bourdieu contribuyó en demostrar que existen varias formas de ser “joven”, por lo que no se puede reducir sólo en este término a tan amplia diversidad. Se comenzó a entender a la juventud no como una uniformidad sino como un amplio espectro que reúne diversas formas de subjetividad, y se comenzó con ello a emplear el término “juventudes”.

Entre las producciones más destacadas que recuperan los aportes de la antropología de las edades y la sociología de las juventudes podemos mencionar las del español Carles Feixa y sus estudios sobre diversos grupos juveniles, a los cuales denomina “tribus” o “bandas” en su libro *Sobre jóvenes, bandas y tribus* (1998).

Más allá de las críticas que actualmente se plantean sobre el concepto de tribus (ver Chaves, 2010), uno de los principales aportes de Feixa es haber bosquejado una perspectiva para abordar desde una antropología de las edades un objeto de estudio que apunta a una doble dirección: en primer lugar, el estudio de la construcción cultural de la juventud y, en segundo lugar, el estudio de la construcción juvenil de la cultura.

Investigaciones sobre juventud en Latinoamérica

En el ámbito latinoamericano de la investigación sobre juventud podemos reconocer la producción académica de la antropóloga mexicana Rossana Reguillo (2000), quien analiza a los jóvenes en sus relaciones como pares y en los grupos en los que convergen para reunirse por gustos en común, desde donde se plantean no sólo una sincronización en lo musical, sino también en el estilo, es decir, vestimenta, estéticas y valores, entre otros.

De este modo, analizó a grupos tecnos, rastafaris, punks, para conocer sus discursos, revalorizados o entremezclados con nuevas discursividades, reconsiderando las posibilidades de creación entre los estamentos juveniles.

De esta investigación (*Emergencias de culturas juveniles, estrategias del desencanto*, 2000), llevada a cabo durante varios años en México, se destaca el concepto de “culturas juveniles” definido como “esos movimientos que emergen entre jóvenes que convergen en sentidos comunes, y sobre los cuales fundan un “nosotros”, una identidad producto de ideas comunes, acompañadas por una estética y por la música (Reguillo, 2000).

La emergencia de culturas juveniles, para la autora, va a marcar una nueva idea de juventudes, lejos de la comprensión de lo juvenil como lo revolucionario y político, como en los ´60, y más cercana a las lógicas del desencanto, como grupos producto del neoliberalismo y la posmodernidad, aglutinados en torno a valores y lógicas ligados a ciertos símbolos como la ecología o la no violencia, entre otros aspectos.

Reguillo no apuesta a la noción de edad en relación con la juventud, sino a una experiencia que se vive de una manera común, con otros, lo que genera una adscripción identitaria, fortaleciéndose en el encuentro cara a cara, en una comunicación que genera saberes y conocimientos que circulan dentro de la misma producción de identidad.

Existen además trabajos como “*Viviendo a toda*”, *Jóvenes, territorios y nuevas sensibilidades* (1998), que aglutina a diversos pensadores latinoamericanos que estudian a las juventudes actuales desde diversos campos disciplinarios, pero con el intento común de crear un campo conceptual propio que muestre a los jóvenes latinoamericanos desde una perspectiva diferente, que contengan los fuertes sentidos de consumos culturales, consumos de mass media, segregación y violencia, terrenos desde los que se analiza frecuentemente a la juventud, pero intentando revertir esta última visión de jóvenes como peligrosos y afrontando el desafío de revisar la ya instalada concepción de identidad juvenil como algo homogéneo.

Dentro de este libro de estudios latinoamericanos podemos destacar a Jesús Martín Barbero y a José Manuel Valenzuela, quienes trabajan la noción de identidad juvenil en relación con las culturas populares y las nuevas formaciones identitarias dentro de los jóvenes finiseculares latinos.

Martin Barbero producirá un extenso trabajo sobre jóvenes e identidad, en el cual propone pensar a los jóvenes como los promotores de otra cultura, donde ya no existe una institucionalización de la memoria y el saber de los ancianos, sino que surge una ruptura con lo establecido en las generaciones de padres y abuelos, instalando una serie de “efímeras tribus” posmodernas que pululan por las ciudades y por las comunidades cibernéticas (Barbero, 2002).

En Argentina los estudios sobre juventud se empiezan a sistematizar y a poseer continuidad a partir de 1980, más precisamente con el arribo de la democracia, según el análisis de Borobia y Chaves (AA. VV.; 2009). Es en esta década en donde surge una primera producción de trabajos de la mano de Braslavsky (1986) y Llomovate (1988), en donde se reunía mayormente información sobre la situación social de los jóvenes en nuestro país.

Ya en la década de los ´90 los estudios en juventud empiezan a enfocarse sobre otras temáticas, prioritariamente consumos culturales, acceso al trabajo y educación. Dentro de éstos podemos mencionar como los más destacados a los estudios de Margulis y Urresti, quienes orientan sus investigaciones sobre la discriminación y cultura de la noche (1994, 1997), enfocándose en el marco de los consumos culturales en función a la música y al recorrido por espacios de la ciudad vinculados al esparcimiento y el tiempo libre.

Es Mario Margulis quien plantea dentro de sus trabajos (al igual que la ya mencionada Reguillo) que existió un gran cambio entre los jóvenes que fueron protagonistas de las décadas del ´60 y ´70 y los jóvenes actuales (Margulis, 1994), ya que alrededor de 35 - 40 años atrás, los jóvenes eran principales protagonistas de los espacios públicos, la política, las utopías sociales. Aquí podemos observar una continuidad en el análisis de una diferenciación entre las concepciones de jóvenes como revolucionarios o transformadores, en su irrupción en el campo político y social de los ´60, y los jóvenes de las décadas posteriores, que se estudiarán en relación a otras lógicas, quizás más relacionadas con el mercado, como el acceso al trabajo y el consumo, destacados en el párrafo anterior.

Margulis además trabaja sobre el concepto de tribus urbanas en sus estudios junto a Urresti (1998), en los cuales analiza a los jóvenes de la ciudad de Buenos Aires, no sólo en relación con la “cultura de la noche”, sino en virtud de sus costumbres, hábitos, mensajes y rituales (Margulis y Urresti, 1998).

Otro de los aportes en materia de estudios sobre juventudes es el de la antropóloga Mariana Chaves, quien analiza la relación con el cuerpo, desde la perspectiva de la biopolítica de Michael Foucault (2004), la apropiación de espacios (2000, 2001, 2003) y las representaciones sobre juventud (2005). En un posicionamiento diferente a los análisis de Margulis, los jóvenes que investiga en sus trabajos son los de los sectores empobrecidos que en algunos grupos se involucran con aspectos políticos.

Teniendo en cuenta los objetivos de esta tesis, se destaca en la investigación realizada por Mariana Chaves su abordaje sobre la producción del estilo, como término opuesto al de culturas juveniles, subculturas o tribus.

La definición de estilo –recuperada de la Escuela de Birmingham, de la mano de autores como S. Hall- está dada por la conjunción de una forma de vestirse, de peinarse, de mostrarse ante los otros. Este estilo es una construcción, un bricolaje que realizan los jóvenes, a partir de la selección y superposición de objetos simbólicos que unidos, constituyen para ellos una serie de códigos en los cuales se auto-reconocen. Así analiza a varios grupos para reconocer cuáles son los valores y estilos que asumen, y que reproducen en sus discursos.

En esta línea de estudios de jóvenes también podemos destacar los trabajos de Florencia Saintout (2009), en este caso, desde el campo de la comunicación, quien analiza las representaciones con respecto a la familia, escuela, el trabajo y la política.

Como se puede observar, los estudios sobre juventudes en el ámbito científico proliferan particularmente a partir de los '90 en América Latina y Argentina, y van aumentando en los albores del siglo XXI, constituyéndose como un objeto de estudio, que va conformando también algunos acuerdos conceptuales (AA.VV., 2009).

Actualmente existe una red de investigaciones en juventudes que promueve la Reunión Nacional de Investigadoras/es en Juventudes (ReNIJ) aglutinando a casi la totalidad de investigaciones sobre este tema en Argentina.

De su primera reunión, efectuada en 2007, existe como producto una sistematización de todas las investigaciones actuales en Argentina. El libro, *Estudios sobre Juventudes en Argentina I. Hacia un estado del arte* (2009) expone diversos trabajos sobre los que se investiga a jóvenes en nuestro país.

Entre los trabajos citados se pueden destacar los realizados sobre la relación acción, participación y estrategias políticas (Jaramillo y Arangoli, 2009); comunicación y tecnologías (Benitez Larghi y Remondino, 2009); sexualidad y género (Elizalde y Blanco, 2009); trabajo (Gómez y Marín, 2009); trayectorias sociales juveniles (Bracchi, Vazelle, Quiroga Gabbai,

2009); educación (Salti y Falconi, 2009); historia de las juventudes (Terriles, 2009); condiciones de vida (Freytes Frey, 2009); políticas públicas (Gentile, 2009) y prácticas culturales, estilos consumos y estéticas (Chorny, 2009).

En Viedma, podemos mencionar como estudios relevantes los efectuados por Borobia (2010) en los cuales se investiga a los jóvenes en su relación con el tiempo y la utopía, en función de las apreciaciones que los sujetos investigados tienen sobre estos dos conceptos. Si bien el trabajo se liga con el plano filosófico, la intención es demostrar las interpretaciones juveniles, recuperando la voz de los propios jóvenes.

También podemos mencionar los trabajos de investigación “Producción de sentido en los jóvenes de Viedma-Patagones y nuevas formas de subjetivación política” y “Los jóvenes de Viedma y las redes sociales virtuales como espacios resignificadores de culturas políticas”¹, en donde se vincula a diversos grupos juveniles en su relación con la política, y en un segundo término, su conexión a través de las nuevas tecnologías. En ambos casos se analiza a distintos grupos que se vinculan a partir de un objetivo común, como la religión, los centros universitarios, grupos musicales, movimientos sociales ligados a la reivindicación de derechos humanos, entre otros, para conocer cómo, desde estas agregaciones formulan en conjunto una idea de política².

Estudios en hip hop

En relación con los estudios realizados sobre los jóvenes y el *hip hop*, se optó por recabar los precedentes de América Latina. El interés en la búsqueda de esta bibliografía era reconocer qué se estudiaba sobre el *hip hop* latinoamericano, y qué divergencias o cuestionamientos aparecían –o no- con lo que se produce en Estados Unidos.

Podemos mencionar en este conjunto los trabajos de Pillai (1999), quien analiza el *hip hop* en Guayaquil, centrando su interés en la música que los jóvenes consumen, los espacios que ocupan en el centro de la ciudad y los conflictos producto de las persecuciones de la policía.

¹ Ambos dependientes del Centro Universitario Regional Zona Atlántica, de la Universidad Nacional del Comahue.

² Como integrante de estos equipos he trabajado en los ejes de Jóvenes, universo simbólico y uso de espacios en la primer investigación citada, y en Jóvenes, tecnologías y espacio público en el segundo. El desarrollo de esta última temática fue publicada en un capítulo junto al Dr. Manuel Ortiz Marin, en Ortiz, Poliszuk, Barilá (2014) *Las subjetividades juveniles en los entramados culturales contemporáneos. Un estudio con jóvenes argentinos y mexicanos*. Editorial Publifadecs. FADECS – UNComahue.

Muchos de los trabajos sobre jóvenes y *hip hop* analizan justamente los conflictos sociales, la condición económica o la posición hegemónica o contrahegemónica de los grupos.

Este es el caso también de los estudios de Garcés Montoya y Medina Holguin (2010), quienes centran su interés en la producción de discos o simples de los jóvenes de Medellín. Los investigadores analizan la resistencia que ofrecen estos jóvenes, ante la posibilidad de realizar su propia música y no limitarse a la reproducción del género de origen extranjero, además de la particularidad que se observa en la apropiación de espacios barriales y demás espacios públicos, y de los medios de comunicación. También estos autores analizan la creación de identidad en relación con el *hip hop*, considerando que este movimiento no es una moda pasajera, sino que es un discurso que los jóvenes construyen como contrahegemónico y como opositor a la idea de jóvenes como consumistas (2006).

Otro trabajo interesante es el propuesto por Kunin, quien investiga la producción de rap boliviano en las ciudades de El Alto y La Paz (2009). El surgimiento del rap se liga a los movimientos sociales bolivianos de los últimos diez años y con la llegada de Evo Morales al poder; en las canciones se reivindica la cultura aymara y boliviana, creando letras con un mensaje social muy relevante, que busca generar mayor compromiso político y valorización de la propia cultura, mezclando *hip hop* con música ancestral.

Tanto los trabajos de Kunin como los de Garcés Montoya y Medina Holguin, se centran en la apropiación de un género foráneo y su adaptación para realizar algo propio, además de advertir que son en sí mismos movimientos contrahegemónicos o contraculturales –a este respecto también adhiere Pillai-, reconociendo a los *hoppers* como antagónicos al sistema.

Al respecto se observa el trabajo sobre el *hip hop* en Iquique, Chile, realizado por Moraga González y Solorzano Navarro (2005), donde también definen como contracultural a las producciones de música y graffiti de los jóvenes de la ciudad, definiéndolo como un “liberador de conciencias juveniles” en su manifestación de nuevas formas de asociaciones juveniles.

Ante el análisis de los estudios que se han realizado sobre jóvenes y *hip hop* se observa una fuerte tendencia a pensarlos en su relación con el poder hegemónico, y a reconocerlos como opuestos a éste. El foco de atención de la mayoría de los trabajos sería entonces la posibilidad de oponerse de estos jóvenes a los centros de poder, y su posición ante el Estado, el mercado, entre otros.

Se podría decir que en todos ellos se parte de la idea de que hay una posición ante el poder, y que los jóvenes *hoppers* se muestran como opuestos a ellas. La focalización en la cuestión del poder se observa desde lo hegemónico/contrahegemónico, dando por sentado muchas veces qué

significa la propia práctica, y qué es el *hip hop*, el graffiti, el *break* y demás componentes del movimiento del *hip hop*.

Por último podemos mencionar el propio trabajo sobre jóvenes platenses que realizaban *hip hop* (2010) realizado junto a Carazo y Román, donde se analiza la producción de graffitis, música y baile, además de la apropiación de espacios y la construcción de identidad juvenil. El estudio, de tipo exploratorio, focaliza sobre las prácticas cotidianas de estos grupos como la realización de “batallas”, los *elementos* que se utilizan para la realización de graffitis, *taggs*, *bombas*; el uso de TICs, y demás aspectos del desarrollo de la práctica, pero no cuestiona el aspecto del poder, sino que describe las producciones para explicar el *hip hop* platense y argentino.

Jóvenes e identidad

Uno de los aspectos que analizaremos en el presente trabajo es la vinculación entre el movimiento cultural del *hip hop* con la construcción de identidad. En este apartado, mencionaremos algunos de los lineamientos que analizan el concepto identidad, desde diversas perspectivas.

La relación entre jóvenes e identidad se nutre y/o enmarca dentro de los estudios que vienen siendo trabajados desde diversas disciplinas, siendo un abordaje variado y complejo que, en la actualidad, presenta distintas problematizaciones. Retomaremos aquí algunas de las corrientes que nos parecen más relevantes para la discusión del término.

Pensar la identidad como una construcción implica reconocer que no sólo se impone desde la dicotomía de un nosotros/otros, sino que en estas dimensiones se aplican otras divergencias, pensando la identidad como un espacio donde convergen varios aspectos. Dentro del abordaje de la identidad, muchos estudios se nutren de la hermenéutica de Ricoeur, y la perspectiva deconstruccionista de Derrida, entre otros, que consideran a la identidad como un constructo.

Ricoeur formula la idea de identidad narrativa, donde la identidad personal no sólo es ídem, es decir, igual a sí misma, sino que se configura en su intervalo con un ípsen -no como una forma externa, sino como algo que también parte de sí mismo- y que abre el sentido a una identidad nunca acabada, cambiante y en constante mutación. El autor considera que el sujeto no sólo es quién crea el personaje a través de la lectura, sino que también es quien cuenta sobre sí, creando a la vez que reproduciendo (Néspolo, 2007).

Desde una mirada que relaciona los estudios literarios y los estudios en comunicación, Arfuch recupera a Ricoeur y a Laclau, entre otros, para trabajar la identidad narrativa. Y esta perspectiva aporta significativamente al campo de la comunicación.

Arfuch (2005) incorpora los conceptos de Derrida de límite, intervalo o doble escritura, para pensar en una identidad múltiple, compleja, que incorpora los desplazamientos, lo que somos y lo que llegamos a ser, las identificaciones, y todo aquello que nos representa.

Aquí, podemos observar una forma de entender la identidad, donde la identidad no es algo cerrado, concluido, dividido en un nosotros/otros, sino que implica contradicciones, una oposición a sí misma y una variedad discursiva que es plausible de diversos relatos.

Dentro de los estudios culturales de la Escuela de Birmingham, el abordaje de la identidad es una importante tarea conceptual y política. Los conflictos por la identidad se entrecruzan, sin establecer correspondencias necesarias, con los conflictos de clase social. Los primeros estudios sobre las subculturas juveniles son abordados teniendo en cuenta la función simbólica de la juventud en la resolución de los conflictos de clase. Estos análisis ponen el foco en los jóvenes para entenderlos desde su condición de clase social y en relación con la clase dominante. Dichos estudios consideraban que las investigaciones hechas hasta el momento no concebían a la juventud como una subcultura que lucha por una posición que consideran subordinada ante la cultura paternal (Criado, 1998). Focalizan así en la influencia de las instituciones y de los problemas sociales, que se convierten en “problemas de la juventud”, en donde la resistencia es lo preponderante, manifestándose en rituales, que, aunque poco eficientes, se transforman en símbolos de oposición ante la dominación.

En esta línea se inscriben muchos de los estudios en *hip hop* mencionados más arriba, donde la condición de los *hoppers* se analiza en función de su oposición a la cultura dominante, por lo que inscriben al movimiento dentro de una lucha de clases.

Los estudios culturales se han desarrollado en Latinoamérica bajo la influencia de la Escuela de Birmingham, pero también de la Escuela de Frankfurt y del posestructuralismo francés (Szumurk y McKeen Irwin, 2009). Los trabajos que se realizan bajo la influencia de estas corrientes, buscan pensar la identidad latinoamericana, analizándola como una unidad, con la intención de generar teoría para pensar la realidad continental.

Las realizaciones en el campo de la comunicación son muy relevantes, ya que generan todo un abordaje teórico para pensar la producción de sentidos, condensando un entramado de saberes que permite crear desarrollos intelectuales en diversos países (Szumurk y McKeen Irwin, 2009).

Con relación al concepto de identidad, algunos investigadores como Gilberto Giménez (quien cita a Lapierre), expone que el interés sobre la investigación de la identidad, surge como respuesta de los estudios en Ciencias Sociales ante la emergencia de movimientos sociales, que, tomando por pretexto la identidad de un grupo (étnico, regional), o de una categoría social (movimientos feministas por ejemplo), cuestionan una relación de opresión o reivindican una autonomía (Giménez, 1981).

El mismo autor señala como característica de la identidad el hecho que la misma “no es una esencia, un atributo o una propiedad intrínseca del sujeto, sino que tiene un carácter intersubjetivo y relacional” (Giménez, 1981; 14), haciendo énfasis nuevamente sobre la importancia de una identidad otorgada desde el afuera.

La identidad es una construcción socialmente compartida, y debe ser “esencialmente distintiva, relativamente duradera y tiene que ser socialmente reconocida” (Giménez, 1981; 14), relevando así la importancia de “otro”.

Este autor, además menciona tres aspectos que conforman la identidad:

- 1) La pertenencia a una pluralidad de colectivos (categorías, grupos, redes y grandes colectividades).
- 2) La presencia de un conjunto de atributos idiosincráticos o relacionales.
- 3) Una narrativa biográfica que recoja la historia de vida y trayectoria social de la persona considerada.

En otras concepciones de la identidad, existe un cuestionamiento a la interpretación de una identidad estable, esencial y en contraposición a lo distinto. Como lo expone Martín Barbero (2002) las actuales identidades se realizan en un contexto de desterritorialización, lo que produce identidades híbridas, mezcladas y algo endebles, compuestas por tiempos más cortos y flexibles, que se nutren de diversos ingredientes provenientes de distintas culturas.

Las identidades, por lo tanto, son discontinuas, ya que contienen, para el autor, aspectos atávicos y modernos, como también rupturas radicales, en la apropiación de nuevos modos de vida y de representaciones, sobre todo a partir de las nuevas tecnologías (Martín Barbero, 2002).

Jóvenes y espacio

La concepción de identidad se liga a la concepción del espacio. Éste ha sido interpretado, entre otros aspectos, desde la relación que se establece por parte de un grupo con el lugar donde se desarrolla su existencia, considerándose así uno de los aspectos que conforman la identidad de un grupo.

Quizás uno de los principales trabajos que aportan una nueva mirada sobre el espacio sea el de Marc Augé con su concepto de no-lugar. Para este autor el lugar, como “lugar antropológico” es el espacio donde convergen las identidades, las relaciones y la historia de los que lo habitan; en oposición observamos el “no-lugar” que es el nuevo espacio construido, donde se produce la circulación, distribución y comunicación de mercancías y sujetos, que no capta la identidad, la relación ni la historia (Augé, 1993).

Este no-lugar es espacio de nadie y de todos al mismo tiempo, no tiene un fin último ni fijo, es el lugar de la espera, del tránsito cotidiano, espacios creados por la posmodernidad –y su aceleración de los tiempos y de la historia. “En los no-lugares nadie se siente en su propia casa, pero tampoco en la de los demás” (Augé, 1993; 105).

Los territorios ya no se relacionan con los sujetos que los utilizan, sino que son de todos, pero a la vez de nadie, sirven para la fácil circulación de seres, cosas e imágenes. “El no-lugar es el espacio de los otros sin la presencia de los otros, el espacio constituido en espectáculo” (Augé, 1993; 105).

Para Augé, existe un no-lugar en todo lugar al igual que un lugar en donde para los demás existe un no-lugar, ya que la construcción del espacio depende de la mirada de los sujetos.

Esta conceptualización, aunque productiva en su momento porque rompe con el concepto clásico de espacio en su sentido antropológico, recibirá críticas debido a que en esos supuestos no-lugares también hay sujetos que crean identidad (Wildner, 2006; Vergara, 2001) y por lo tanto, no se puede pensar en un total desligamiento identitario.

Estos estudios comienzan a pensar al espacio urbano en otros términos, intentando abarcar las nuevas metrópolis en su conceptualización, en donde existe además una intención de definir la identidad, como en una ligazón de ambos conceptos en donde uno posee al otro.

La relación espacio-identidad resulta así muy interesante para también pensarla como discusión del presente análisis, ya que el mismo ancla en una ciudad, si bien no de grandes dimensiones en función demográfica, sí en los aspectos más relacionados a la urbanización, según la definen estos autores, como una suma de espacios “desterritorializados” (Gupta y

Ferguson 1992; Ortiz, 1996), en donde ya no existe una identidad cultural ligada al espacio del cual se es nativo, o se habita.

Con respecto a los espacios que se inauguran gracias a la aceleración de las nuevas tecnologías –internet, televisión satelital, celular- Castro (1998) propone la definición de re-espacializarse, necesidad ante la que se enfrentan hoy los sujetos para pensarse en un lugar.

Para este autor, desde la modernidad las personas han asistido a un achicamiento del mundo, lo que conlleva una adecuación de la noción misma de espacio, donde no se está donde se está, pero tampoco no se está donde no se está, una paradoja que obliga a la reubicación constante de los sujetos.

Las posibilidades que brinda internet, entre otras TICs, han creado diferentes nociones espaciales. Aquí también debemos repensar a los jóvenes en función de una adaptación más amplia a estas posibilidades, hecho que no implica pensar desde una supuesta masividad de usos tecnológicos entre ellos.

Existen varios estudios sobre jóvenes y nuevas tecnologías, lo que muchas veces hace una vinculación casi obligatoria entre jóvenes e internet. Pero, si bien hay muchos jóvenes que se relacionan y manejan muy bien diversas TICs, eso no significa que su vinculación con las mismas sea uniforme y cotidiana. Esto último implicaría sino adoptar una idea de “Generación @”, o de “Generación Digital”, en donde todo un grupo etario es destacado por su uso y disponibilidad de tecnología, sin considerar, por ejemplo, que existe un gran número de jóvenes que no acceden a las TICs, como se demuestra en análisis sobre brecha digital³.

En esta línea podemos mencionar trabajos como el de Castro (2004) que vincula *mass media*, jóvenes y consumos culturales o el de Quinteros Ortiz (2012) quien investiga los discursos circulantes en el ciberespacio en relación a los *floggers*⁴, en donde no se problematiza en ninguno de los casos el acceso que se posee a internet, sino que se da por supuesto en ambos la accesibilidad de la juventud en general al uso de TICs.

Pero como ya dijimos, existe un amplio margen de jóvenes que no tienen acceso a internet, o bien tienen un acceso limitado. Por esto, pensar en las dificultades tanto espaciales

³ En Argentina el 42% de la población tiene acceso a internet, dejando un 58% fuera de la accesibilidad, además de la concentración de dos tercios de las conexiones concentradas en Capital y Conurbano bonaerense (Sibilia, 2008).

⁴ Cultura juvenil ligada a los *Fotologs*, redes sociales que permitían subir fotos para compartirlas y agregar comentarios. Muy populares en su época, fueron declinando con el surgimiento de nuevas redes como Facebook.

como temporales en la actualidad, sólo se pueden aplicar a ciertos grupos, que podríamos denominar como sectores privilegiados.

Volviendo a los espacios físicos como la ciudad, podemos reconocer otros estudios que analizan desde un lugar diferente los espacios que se generan en la posmodernidad -o sobremodernidad en los términos de Augé-, mirando a la ciudad como espacios en donde se realizan recorridos, trayectorias, itinerarios y usos (Provansal, 2000), que se dan en el mismo transcurso de la vivencia en la ciudad, generando en estos lugares que a veces se ven como vacíos, un nuevo sentido en esos mismos andares.

En definitiva, como menciona Massey (2005), el espacio es un lugar inacabado, que posee diversas aristas que se producen, reproducen y anulan en las relaciones sociales que en ellos se realizan, porque se piensa la noción de lo espacial no en tanto recorte geográfico –para poder así incorporar internet y nuevas tecnologías a los análisis- sino como el lugar que propicia el encuentro con otros y que, en ese aspecto, puede generar identidad.

Esta conjunción es la que particularmente interesa en este trabajo, la posibilidad de crear identidad a partir de un encuentro con otros que se produce en ciertos espacios, vinculados principalmente a la ciudad, entendiendo a la ciudad como el espacio donde se construyen representaciones y trayectorias de sujetos urbanos (Chaves, 2004) y que se organiza según esos recorridos que les atribuyen las mismas personas que la habitan al momento de crear sus pasajes, atajos o trayectos, es decir, de la manera en que se “vive” la ciudad (Huerzo, 2000).

Pero estas interpretaciones ya nos llevan a destacar lo que consideramos como espacio, concepto que desarrollaremos en el próximo capítulo.

CAPÍTULO 2

Marco Conceptual

Los conceptos que guían este trabajo se utilizarán por su capacidad para comprender al sujeto de manera relacional, es decir, un ser con otros. La intención de escoger estos términos se debe a que la postura frente a este trabajo se realiza desde una perspectiva comunicacional, y la comunicación se hace con otros.

Los aspectos antinómicos que se plantean en algunas corrientes teóricas, que determinan qué son los lugares y qué no, o que un sujeto forma identidad en oposición a otros no nos parecen suficientes para abordar un entramado tan complejo que se realiza de la conexión con otros, del poner en común para formar algo nuevo y de la posibilidad de creación de espacios.

Esta perspectiva ayudará a profundizar la producción de significados que realizan los jóvenes que será entendida como:

(...) poner en común (ya que) cualquier proceso comunicativo presupone simultáneamente la existencia y la producción de un código compartido y de una diferencia. Hay cosas que tienen sentido en determinadas culturas y ni siquiera se constituyen como significantes para otras (...) La comunicación es un todo integrado, por lo que es imposible no comunicarse. (Grimson, 2001:55).

Para realizar este estudio, la mirada fue eminentemente comunicacional. El punto de análisis era conocer qué ponen en común estos jóvenes, cómo se entienden y qué significados producen dentro de sus grupos: desde la vestimenta y los sobrenombres, hasta la organización de sus eventos y las herramientas informáticas que utilizan.

Se parte de asumir el marco teórico y el enfoque metodológico de la presente tesis como instancias articuladas: la metodología se constituye en parte de la reflexión teórica ya iniciada con la descripción general del problema, que desde su recorte conceptual hasta sus interrogantes va delimitando simultáneamente un campo material de trabajo. Para esto es importante delimitar en este primer apartado cómo entenderemos los conceptos de juventud, identidad y espacios, ejes que guiarán todo el proceso.

Se entiende por comunicación a toda la producción de sentidos que se realiza entre estos jóvenes, aquello que se vuelve relevante para ellos, como un significado común, que los ayuda a relacionarse, que los distingue, y que los identifica.

Esos sentidos comunes no sólo los ligan, sino que también los diferencia de otros jóvenes y del mundo adulto, a la vez que los ayuda a crear un código compartido. Esa será la clave para pensar además la creación de identidad de este grupo de *hip hop*, ya que desde esta conceptualización nos preguntamos cómo se producen sentidos, no como una reproducción de lo ya aprendido o conocido –como podría ser el *hip hop* estadounidense-, sino que piensa las producciones propias de cada conjunto, al tiempo que de cada sujeto.

Comunicación es entonces similitud y diferencia, la posibilidad de nombrarse y de oponerse a otros. La comunicación será en este caso, y para estos jóvenes, esos sentidos comunes que aportan a sus experiencias dentro de la ciudad, lo que los une como un grupo detrás de un aspecto en común, que es el *hip hop*.

Los jóvenes no serán aquí definidos desde un aspecto etario ni individual, sino que serán reconocidos en el aspecto relacional, enmarcado en una perspectiva sociocultural, lo que supone que ser joven es más amplio que la simple adscripción a una edad cronológica. Ser joven es una forma de la experiencia histórica atravesada por la clase y el género, pero que no depende exclusivamente de ellos, sino que adquiere modalidades diferenciales. De este modo, la juventud es una condición que se articula social y culturalmente en función de la edad -como crédito energético y moratoria vital, o como distancia frente a la muerte-, con la generación a la que se pertenece -en tanto que memoria social incorporada, experiencia de vida diferencial-, con la clase social de origen -como moratoria social y período de retardo diferencial-, y con el género -según las urgencias temporales que pesen en general sobre el varón o la mujer (Margulis y Urresti, 1998)

Las descripciones sobre la juventud en los últimos tiempos han sido muy diversas, debido a la dificultad que genera poder definir a la juventud y qué se entiende por joven o jóvenes.

Para esto es importante reconocer que en su diversidad el término jóvenes, no se entiende igual que juventud. Desde la perspectiva de Sergio Balardini (2000) «la juventud» como tal (no los jóvenes) es un producto histórico resultado de relaciones sociales, relaciones de poder, relaciones de producción que generan este nuevo actor social. «La juventud», es un producto de la sociedad burguesa, de la sociedad capitalista; antes la juventud no existía. Esto no quiere decir que antes no existieran los jóvenes, sino que no se concebía la idea o noción de juventud como fenómeno social en los términos occidentales que hoy comprendemos, por eso, el concepto de juventud es un producto histórico que deviene de las revoluciones burguesas y del nacimiento y desarrollo del capitalismo.

Según la autora R Reguillo, la idea de juventud surge a mediados del siglo XX con la inclusión de los jóvenes en la acción política, además de la inserción al mundo del consumo, ya que comienzan a ser un nicho importante para el mercado en su constitución como consumidores (Reguillo, 2000). A esto afectó además, la cada vez más alejada inclusión al mundo adulto –debido a la extensión de la trayectoria educativa en estudios universitarios- y la extensión de esperanza de vida.

Utilizamos en este trabajo la concepción de jóvenes como parte de culturas juveniles, concebida por Rossana Reguillo (2000), quien utiliza este concepto entendiéndolo como un conjunto heterogéneo de expresiones y prácticas socioculturales, tan diversas que imprimen dentro suyo la adscripción a distintas propuestas identitarias como los *punks*, *rollingas*, *hardcores*, y demás grupos juveniles.

Estas culturas juveniles se componen de sentidos múltiples y diversos, donde “incorporan, desechan, mezclan, inventan símbolos y emblemas, en continuo movimiento que las vuelve difícilmente representables en su ambigüedad” (Reguillo, 2003: 103). Estas culturas son para la autora un reflejo de un contexto social, enmarcado por la globalización, las crisis, la modernidad con su “desencanto”. En sus términos, el desencantamiento corresponde a la desilusión frente a la política y la realidad inestable, producto de las migraciones, el deterioro de los símbolos aglutinadores y la marginación.

Las instituciones modernas, desde esta perspectiva, atraviesan una crisis (Lewkowicz, 2004) que ubica a los sujetos frente a nuevas dificultades, al no poseer espacios de reconocimiento, y por lo tanto, de creación de identidad.

Los grupos de *hip hop* de Viedma serán entendidos aquí como una cultura juvenil, que los determina y los constituye con un grupo con características comunes, entre las que se pueden mencionar la vestimenta, los consumos musicales, los usos de ciertas palabras, de diversos movimientos, estéticas y producciones artísticas.

Así, entendemos que la relación con los bienes culturales es un lugar de negociación-tensión con los significados sociales. El consumo cultural provoca una forma de identificación-diferenciación social (García Canclini, 1993), ubicando en el centro del debate la importancia que en términos de la dinámica social tiene hoy la consolidación de una cultura-mundo que repercute en los modos de vida, los patrones socioculturales, el aprendizaje y fundamentalmente en la interacción social.

A partir de los consumos los jóvenes crean una identidad, que construyen desde lo que eligen y lo que rechazan como consumidores, creando una forma de mostrarse, acumulando interculturalidad, diferencias y heterogeneidad (García Canclini, 1999).

En estos términos, la intención de este trabajo será no cerrar sentidos sobre el concepto juventud sino ahondar, a través de estos mismos sujetos, qué significa ser jóvenes. Si bien existe como trasfondo el reconocimiento de las culturas juveniles y de la creación a partir de allí de una aproximación a los jóvenes, la idea misma de joven será un concepto abierto, que se busca indagar en la misma investigación.

La intención es reconocer qué es ser joven dentro de la *cultura del hip hop* en Viedma, en la actualidad, para desde allí aproximarnos a la propia comprensión de la juventud. Al mismo tiempo, como señalamos más arriba, el reconocimiento de qué implica ser joven, también se liga a los recorridos que hacen por la ciudad y la conformación de su identidad con la *cultura hip hop*.

En relación a estos recorridos y al uso del espacio, reconocemos que el mismo se entiende dentro de su dimensión social, es decir, con respecto a la/s relación/es que los sujetos construyen dentro de determinados lugares y con el lugar mismo, otorgándole significados. Es decir, entendiéndolo también en su dimensión comunicacional, no en el mero aspecto geográfico, sino en los sentidos que ahí se construyen y en las identidades que se conforman al mismo tiempo.

Todo esto contribuye, en este caso a los jóvenes, a formar una subjetividad particular. Y ese es otro punto de indagación en el presente trabajo, focalizado en las posiciones adoptadas en la ciudad, que no son consideradas neutrales sino que dependen de distintas condiciones como el género, la edad y/o la clase social.

De esta forma, entendemos al espacio como lo define Massey (2005), quien lo describe como:

- 1- Un lugar de interrelaciones. De cualquier tipo, desde lo global a lo mínimo, lo íntimo.
- 2- Un lugar donde existe la posibilidad de la multiplicidad, donde convergen distintas trayectorias, que conforman la diversidad de opiniones que allí se expresan. Por lo que espacio implica multiplicidad y diversidad de voces.
- 3- El espacio, al estar ligado a relaciones, que están en el campo de lo material, dependen de esas potenciales realizaciones, así que está siempre en proceso de formación, por lo tanto muta y se transforma en cada una de estas producciones.

Entonces, los espacios se conjugan más allá de lo estrictamente geográfico, al depender de las relaciones que se construyen entre los sujetos, focalizando sobre las posibilidades de conexiones que se dan entre personas, conformando un lugar, que es, sobre todo, social.

Esto deja abierta además una brecha para pensar en todos los lugares que se forman a partir de lo relacional, porque esta definición despoja a lo espacial de lo meramente geográfico, posibilitando ampliar desde lo conceptual los diferentes espacios que se generan en nuestro tiempo.

Con la propuesta terminológica de Massey, podemos recuperar no sólo los espacios de la ciudad, sino también los que generan los medios de comunicación, y las nuevas tecnologías, reconocidos a veces como espacios virtuales.

En tanto lugares donde se realizan relaciones como las redes sociales, los foros, internet, la radio, son espacios posibles de analizar. Porque si bien aquí se presta especial atención a la ciudad, no podemos dejar de lado la importante relación con los medios, mucho más a partir de la mención que se da de ellas en las entrevistas.

Debemos pensar que la proliferación de espacios a partir de las TICs implica mencionar y pensar a éstas como nuevos lugares, por lo que la dimensión espacial no es una superficie (Massey, 2005: 120), sino, las interrelaciones que se producen, las trayectorias que allí se cruzan, con sus conflictos, consensos y divergencias. Además, es mutable, cambiante y siempre está en proceso de transformación, por lo que se vuelve difícil de abarcar y de definir, ya que se modifica a cada instante, con cada puesta en práctica de cada relación.

Por eso es necesario pensar en esas relaciones, interrupciones y modificaciones en los espacios que son siempre cambiantes, posibles de ser transformados. Esta perspectiva se contrapone a la noción de esencialismo, propio de la modernidad y que la autora define como “newtoniano” (Massey, 2005: 125), haciendo referencia a la idea de que la espacialidad se liga sólo a lo físico, es decir a lo tangible, a lo que está allí y es medible, y por lo tanto, cuantificable.

La propuesta de este trabajo es dejar de lado la espacialidad como un lugar sólo físico, para pensar en lo que los sujetos hacen dentro de esos lugares, y cómo a través de esto, resignifican y construyen un lugar.

Pensar a los sujetos en determinados lugares también implica pensarlos en su formación de identidad. La relación entre el espacio y la producción identitaria conforma sujetos particulares, que se distinguen en el mismo proceso de interrelacionarse y apropiarse de los lugares.

La identidad también es un tema a indagar, siendo la construcción de esa identidad el aspecto central de este trabajo. Para comprender cómo se conforman como jóvenes que practican *hip hop*, la necesidad de pensar las subjetividades juveniles es principal, sin dejar de lado la intención de abarcar la noción de joven de su propio discurso, ni marcar desde el propio relato qué significaba para ellos la juventud.

El concepto de identidad se presentó de manera compleja, porque desde la perspectiva que se tenía sobre la propia identidad de los sujetos de la investigación, conllevaba pensar que

la misma no era un proceso estanco, invariable, que se mantiene en el tiempo, ni una mera oposición a un “otro” externo, sino que la misma realidad de estos jóvenes evocaban distintos tipos de identificaciones, diversidad de discursos, que hacía necesario ampliar la idea de identidad tan manida en los estudios de este tipo.

Por esto, reconocemos que la identidad no es un proceso único y permanente, al contrario, al igual que el espacio, se transforma, muta, se diversifica, y nunca permanece igual o idéntica a sí misma.

En términos de S. Hall (2003) dentro de la posmodernidad las identidades están fragmentadas, construidas desde distintos discursos, prácticas y posturas. No se configuran desde un discurso unificado, compacto y cerrado, sino que al contrario, se dispersan, se diversifican, toman diferentes aspectos y por esto nunca están acabadas y completas.

Esos discursos pueden ser a veces contradictorios, divergentes, sin necesariamente provocar un problema en los propios sujetos, que se configuran también desde estas contradicciones.

El autor propone la visión de identidad como un punto de sutura, lo que une a los discursos que nos interpelan para que los adoptemos –y que finalmente adoptamos- y los procesos que producen subjetividad, que nos conforman como sujetos sobre los que se puede hablar y sobre los que pueden formularse, al mismo tiempo, un discurso. Por esto, las identidades se construyen sobre diversos discursos que son temporarios, que nos mencionan en un momento, y que en ese instante nos liga a él.

Hall toma el concepto de sutura de Stephen Heath, quien menciona que la estructura del sujeto se debe definir por la unión de éste a las estructuras de sentido. Desde allí, pensar al sujeto implica reconocer cómo éste se liga a diversas formas de decir, de nombrar al mundo, reconociendo que estas formas de decir cambian, se transforman y mutan, por lo que nunca son estáticas, sino que se renuevan, y que al mismo tiempo conviven en el sujeto, aunque se expresen como ideas contradictorias.

El autor expone también que la identidad no implica sólo la apelación discursiva, la mera interpelación, sino que es necesario que sea investido por él, que lo obligue a tomar acciones, que a partir de esto se produzca una articulación, porque la identidad no es un proceso unilateral, sino que a partir de la apelación discursiva se une a Otro. Y esta unión a unos Otros es lo que produce identificaciones.

Por esto, pensar la identidad implica pensar en un grupo, que genere identidades, que articulen discursos que se observen en sus prácticas y reconocer que estas identificaciones no son absolutas ni definitivas.

La ciudad es una conjunción de marcas, historias, mitos, recorridos, que crean los sujetos que la habitan. En este trabajo, será entendida como un “magma productor de sentidos” (Huergo, 2000:33), es decir, como producciones de significados que adquieren sentidos sólo en

ese contexto y para esos sujetos, ya que también, es formadora de subjetividades (Huerco, 2000).

Para conocer la ciudad, es necesario conocer los grupos que la habitan y la viven, que la forman a su paso y en sus recorridos, a la vez que la utilizan y la nombran.

Esta perspectiva teórica focaliza el interés en las vivencias de los habitantes del lugar, que durante la investigación se plantea desde una mirada comunicacional sobre el grupo analizado y sobre sus significados comunes que aportan a la comunicación grupal, como también a la que poseen con otros externos, y que colaboran a la formación subjetiva de ellos mismos.

CAPÍTULO 3

Marco Metodológico

Caracterización

La investigación se realizó desde una metodología de corte cualitativo, ya que éste tipo de estrategia metodológica se adecuaba al objetivo de indagar y conocer la formación de identidad en los jóvenes relacionados al *hip hop*, y desde allí formar teoría o buscar elementos emergentes en lugar de verificar lo ya existente como sucede con la metodología cuantitativa.

De esta forma, a partir de la propia investigación, se buscó producir conceptos nuevos sobre juventudes y *hip hop* a partir del relevamiento de datos que se recabaron en el campo. Por esto, la interpretación de lo examinado en el mundo social fue el material fundamental para la creación de conocimiento científico (Hernández Sampieri y otros, 2006).

La utilización de esta metodología implica el abordaje del estudio en el propio campo, dentro de un contexto histórico y social que no es dejado de lado al momento de interpretar la práctica que se estudia. El estudio que se presenta en este caso, es de carácter exploratorio, ya que este es el primer acercamiento a los grupos de *hip hop* en la ciudad de Viedma.

La elección de esta metodología se debió también a que provee de herramientas flexibles, poco estructuradas, que permiten captar las vivencias, nociones, ideas y, en general, el mundo de significados de los sujetos de estudio (Vasilachis de Gialdino, 1993). Esto conjuga con la intención de toda la investigación, que pretende que desde los mismos sujetos surjan las interpretaciones de la realidad que vivencian, a fin de captar esas impresiones, sensaciones, sentimientos, valorando la reflexión de los jóvenes sobre su propia práctica.

Desde este supuesto, se entiende a la realidad de forma holística, y se capta como un todo, ya que la propia acción social es influida por el medio (Anguera, 1995), así en esta investigación, como la propia metodología lo requiere, se tiene en cuenta el mismo contexto sociohistórico, que es un elemento incorporado al análisis de los datos, como se destacará más adelante dentro del análisis del discurso.

Esta metodología exige, entonces, realizar un estudio exhaustivo de una parte de la realidad, con la apertura necesaria por parte de los investigadores para que las respuestas que surjan, sean recuperadas entendiendo y apropiándose de las expresiones, sentidos e interpretaciones de los sujetos, adentrándose así en ese mundo de significados, para conocer al grupo investigado, en lugar de pretender comprobar teorías.

Por esto, la estadía en el campo fue extensa, sin una intervención directa en las actividades cotidianas de los sujetos, ya que la intención no era realizar un trabajo de tipo etnográfico, sino reconocer las voces de los sujetos y sus acciones, recuperando sus formas de entender el mundo y de mirar sus propias prácticas.

Durante el trabajo de campo se realizó un análisis cuidadoso, con una descripción densa y exhaustiva de lo observado y de las impresiones del investigador, además de la recuperación de los comentarios de los sujetos.

Dentro del método cualitativo el investigador es también un instrumento de la investigación (Valles, 2000), por esto sus propias sensaciones, emociones y sentimientos también aparecen en el trabajo de campo, y en lugar de anularse, se toman como un elemento más para captar información y posteriormente, construir datos.

Esto se tuvo en cuenta al momento de la realización del trabajo de campo y por ello, fueron registrados no sólo las acciones y dichos de los sujetos, sino también las propias impresiones, a fin poseer un cuadro completo de toda la interacción que se vivenció durante la estadía en el campo.

Para poder analizar lo que se encontraba en el campo y reconocer las propias sensaciones se recurrió a realizar un trabajo reflexivo, que contemplara la posibilidad de involucramiento y distanciamiento respecto a los sujetos de estudio. Contribuyó a esta posibilidad la lectura de Guber (2001) y su conceptualización sobre la reflexividad, que entiende como la posibilidad de reconocer la propia subjetividad del investigador en su trabajo de campo y la capacidad de trabajar sobre ella para recoger información desde las propias impresiones, en lugar de eliminarlas o ignorarlas como sería requerido en otro tipo de metodologías. Tener presente las propias impresiones también ayuda a reflexionar sobre la práctica, ya que no sólo se acude a través de la entrevista a la reflexión de los sujetos de estudio sobre sus acciones, sino también a la misma reflexión por parte de los investigadores.

Por esto, la reflexividad se da del lado del entrevistado y del entrevistador, y también desde el observado y el observador, en el caso de las técnicas seleccionadas para este trabajo. Guber la define como “la comprensión (*de una situación del mundo, etc.*) y la expresión de dicha comprensión” (Guber, 2001; 49) es decir, la posibilidad que poseemos de pensar sobre aquello que realizamos, de ser críticos y de relatar nuestra manera de ver el mundo e interpretar las propias vivencias.

A partir de esto se entiende que las descripciones y afirmaciones que realizan los sujetos, por medio del lenguaje, informan sobre su realidad, ya que el mismo “construye y forma” a esa realidad, de modo que la palabra se convierte en transmisora de lo que el sujeto

comprende del mundo. Así se conforma un proceso de conocimiento, el cual se denomina bidireccionalidad, donde se da una “retroalimentación entre conceptos del investigador y los actores” (Guber, 2001).

Esto implica que uno de los puntos más relevantes para la investigación sea la palabra, y la forma en que se expresan para mostrar sus sentimientos. Estas expresiones se reconocen como un relato que se entiende como el soporte y vehículo de la manifestación de su intimidad (Guber, 2001).

La aproximación metodológica que se escogió para este trabajo tiene como fin poder retomar y conservar el lenguaje original de los sujetos, indagar su definición de lo que realizan y lo que les sucede, al igual que recuperar la visión que tienen de su propia historia y de los condicionamientos estructurales.

La intención de recuperar sus voces fue especialmente conveniente en la posibilidad que otorga este tipo de metodologías, que es la formulación de conceptos que se van creando en un continuo ir y venir de la información empírica a la construcción teórica (Vasilachis de Gialdino, 2004).

Este tipo de método permitió además un diseño emergente (Anguera, 1995), que era necesario por su cualidad de ser flexible y capaz de ser modificado al momento de desarrollar el mismo trabajo de campo. Esto permitió que el diseño, aunque posea un esbozo previo, se reelaborara muchas veces en campo, adaptándolo a las necesidades que surgían con el propio trabajo. Como ejemplo, podríamos mencionar que la recurrencia al campo fue constante, incluso durante la misma escritura, para volver a entrevistar o preguntar sobre determinados hechos o dichos particulares, al igual que existió una revisión constante de la teoría, y de TICs, para analizar las producciones de los jóvenes que plasman en los medios de comunicación y en las redes sociales.

Para el trabajo de campo se utilizaron diversos recursos materiales para registrar los acontecimientos, como libreta de campo, grabadores, fotografías, croquis y filmaciones.

Caso seleccionado

El abordaje de esta investigación se realizó desde un estudio de caso, por lo que la muestra comprende a los jóvenes cuyas prácticas se relacionan con algunas de las características

que reúne el *hip hop* –el *breakdance*, el *djing*, el *graffiti* y el *rap*- que viven en la ciudad de Viedma.

El estudio de caso comprende el análisis exhaustivo sobre un grupo -o unidad- que nos importa por su particularidad, por lo que buscamos comprenderlo, para entender cómo funciona en su entorno habitual (Stake, 1999).

La elección del estudio de caso se debe a que la intención final del trabajo es comprender el mundo de significados de los sujetos que practican *hip hop* en la ciudad de Viedma y reconocer la particularidad de este grupo, a partir de los sentidos que ellos atribuyen a sus prácticas.

Instrumentos

Se aplicaron como técnicas de recolección de datos a lo largo del trabajo las entrevistas en profundidad y la observación simple.

La triangulación de estas técnicas (Vasilachis de Gialdino, 1993) era importante por su posibilidad de arrojar diferentes análisis y datos sobre los sujetos a analizar, a fin de posibilitar una visión más abarcativa sobre este fenómeno social.

La utilización de la triangulación intrametodológica implica que el investigador pueda poseer varias perspectivas sobre un mismo hecho. Además, permite neutralizar las desventajas de cada uno de los instrumentos, ya que muchas veces los datos recabados por las entrevistas son efectuados desde el “deber ser” de los sujetos y no desde lo que realmente realizan en su vida diaria, por lo que la complementariedad con la observación y con la posibilidad de poder analizar lo que efectivamente hacen permite un contraste en la información que arrojan las dos técnicas.

Utilizar distintas fuentes de datos, ayudó también a poder regular las subjetividades del investigador como observador, como forma de prevenirse de las tendencias que se puedan tener al juzgar a los miembros de la comunidad investigada. En su trabajo, Taylor y Bogdan (1992), reconocen la importancia de incorporar a las observaciones la técnica de la entrevista, principalmente abiertas, para obtener la información necesaria desde adentro, desde los mismos sujetos observados.

La importancia de los aportes de las observaciones se centraron en rescatar con la técnica, lo que se hace, lo que se dice que se hace y lo que se dice: discursos y conductas no verbales (Jociles Rubio, 1999).

Para lograr esto, las observaciones en todo momento fueron externas a las actividades, intentando, de esta forma, ser una parte no intrusiva del grupo. Además fueron realizadas en distintos espacios y momentos, de forma irregular, para evitar así que los informantes controlen la investigación indicando qué se puede observar y qué no (Taylor y Bogdan, 1992).

Se realizaron varias observaciones en los espacios en donde se encuentran voluntariamente y de forma espontánea. Éstos lugares clave son un colegio, el Centro de Educación Media –CEM- N° 8, que se ubica en el centro de la ciudad, la Plaza San Martín y, sólo algunas veces, la costanera. También se presenciaron eventos organizados, en donde participaron fundaciones para la coordinación y el apoyo institucional, y se observaron, por otra parte, casos en donde se autogestionaron y ellos mismos llevaron adelante todo el encuentro.

Las observaciones se efectuaron en diversos momentos y espacios, y tenían como objetivo, además de poder ver sus prácticas, reconocer todas las modalidades que los sujetos utilizaban para juntarse y compartir su visión y acciones sobre el *hip hop*. Por esto, en el transcurso de seis años –desde 2006 a 2012- se realizaron un gran número de observaciones, para conocer además el desarrollo que tuvo el *hip hop* en la ciudad con el transcurso del tiempo.

Las planillas de observación contaban con horarios, lugar, fecha, cantidad de sujetos a observar y acciones que realizaban en el lugar.

Las entrevistas se aplicaron a los referentes que mayormente se mencionaban dentro del grupo de *hip hop*, aquellos que los mismos jóvenes consideraban como los propulsores del movimiento en la ciudad. De ahí, se extendieron a los demás *b-boys*, *b-girls*, raperos o graffiteros que podían contactarse a través de medios digitales o, en algunos casos, porque ellos mismos se acercaban para ser entrevistados.

Una de las dificultades para pautar las entrevistas era contactar a los *hoppers*, ya que sólo son reconocidos por los que realizan su propia práctica. La estrategia fue la técnica de la bola de nieve (Valles, 2000), que convoca nuevos entrevistados a partir de las entrevistas que se van realizando. La debilidad de esta estrategia era que algunos jóvenes contactados no deseaban ser entrevistados, por lo que la cadena se cortaba.

Otro recurso para pautar entrevistas era la red social Facebook, donde usando otros contactos como referencia se convocaba a raperos o *b-boys* para la realización de entrevistas.

Se optó por no organizar entrevistas a partir de las observaciones, salvo algunas excepciones⁵, para no interrumpir sus momentos tanto en las “batallas” organizadas como en los encuentros que se producían en la calle. Además de esto en las primeras citas realizadas en lugares públicos, se observó que si los entrevistados estaban en algún lugar donde no transitaran otros *hoppers* o conocidos, se podían enfocar en las entrevistas.

En los primeros encuentros existían contratiempos, ya que durante las entrevistas contestaban otras personas que se reunían para observar lo que sucedía, o se ponían a hablar con personas que circulaban por el lugar, o se querían ir con sus compañeros de práctica.

A partir de estas experiencias se escogió pautar entrevistas de forma previa a través de las redes sociales o de la presentación por parte de los mismos jóvenes.

Todas las entrevistas pautadas fueron en profundidad. Si bien existía una guía de preguntas, la intención era fomentar un diálogo abierto que promoviera la palabra con los jóvenes para reconocer así sus relatos.

La guía se pensó como una estrategia para que los sujetos expresen lo que piensan, sienten y creen, ya que las preguntas, de tipo abiertas, eran disparadores para obtener información sobre su biografía, el sentido que otorgan a los hechos, opiniones sobre las normas o estándares de acción y los valores o conductas.

Procesamiento y análisis de los datos

Siguiendo la lógica de metodología cualitativa se realizó un análisis de los datos de tipo inductivo (Anguera, 1995). Para esto, con los datos recogidos en el trabajo de campo, se realizó una descripción extensa sobre el caso con el objeto de demostrar regularidades dentro del mismo, además de las rupturas y discontinuidades.

La descripción del material de las observaciones fue analizada desde el esquema propuesto por Taylor y Bogdan (1992), donde como primer paso se realiza una lectura exhaustiva de las observaciones del campo, luego se registran los temas que se buscan en la investigación y se anotan interpretaciones, ideas o reflexiones al respecto. De allí, se localizan también los temas emergentes, es decir, aspectos que no estaban contemplados previamente y que surgen en el mismo trabajo de campo. Sobre estas reflexiones y temas se producen

⁵ Uno de los referentes máximos, Zeus, se pudo contactar sólo en un evento que él mismo organizó, por lo que se optó por hacer la entrevista en el mismo momento de la competencia de *b-boys*.

tipologías, que son sistemas de clasificación que forman conjuntos que engloban todos los aspectos relativos a un tema.

A partir de allí se desarrollan conceptos y propuestas teóricas. En este momento se realiza la interpretación de los datos en relación con la teoría, que se puede producir, o también relacionar con teorías ya conocidas, en cuyo caso, se relea el material bibliográfico.

Sobre las entrevistas se realizó un análisis del discurso, en base a la propuesta de Fairclough (1992). Este análisis entiende al lenguaje como una práctica social, que se denomina discurso. Los discursos son modos de acción y de representación que mantienen una dialéctica con la estructura social, de allí la necesidad de analizarlos para comprender cómo se nombran a los sujetos en los mismos, entendiendo siempre que estos decires son también formadores de identidad y que contribuyen a construir “sistemas de conocimiento y creencias” (Fairclough, 1992).

Desde sus palabras, los sujetos construyen una interpretación, a través de la recreación de su mundo en palabras. Dichos discursos, hacen referencia a reglas históricamente determinadas, que se aplican a todo sujeto y que delimitan lo que enuncian y lo que no, en un momento y espacio determinado, revelando estructuras, valores y creencias.

Se entiende, entonces, que los textos que difunden son tenidos en cuenta como válidos dentro de un contexto social y geográfico sobre el que ejerce influencia.

En este sentido, no se puede dejar de tener en cuenta que los discursos se conforman por un contexto o situación particular, pero que a la vez de expresar opiniones las construye y conforma (Fairclough; 1992).

Dentro de este tipo de análisis los ejes sobre los que se tiene en cuenta al discurso son cuatro, el léxico, es decir, el uso del vocabulario, la gramática, como la relación lector-autor, la cohesión, como forma de unificación a través de conectores, y la intertextualidad, es decir la unión de este discurso con otros anteriores o contemporáneos. Este fue el análisis que se realizó a todas las entrevistas realizadas, para entender cómo constituyen discursivamente al *hip hop* y cómo se entienden ellos mismos jóvenes.

En la teoría de Fairclough se comprende como discurso al uso del lenguaje, que aunque individual, implica siempre una práctica social, relacional, que es una forma de acción, además de un modo de representación, que vincula al sujeto con una estructura social.

Además del análisis del discurso sobre las entrevistas, se realizó un análisis de tipo descriptivo sobre las letras de algunas de las canciones de un grupo musical de la Comarca Viedma-Carmen de Patagones.

CAPÍTULO 4

¿Qué es el *hip hop*⁶?

No existe una determinación exacta de dónde surge el *hip hop*, pero las consideraciones generales lo sitúan en el barrio del Bronx, en Nueva York en la década del '70⁷. Anclada principalmente en la comunidad afroamericana, su principal referente es Clive Campbell, también conocido como Kool Herc en la jerga del ambiente *hopper*.

Campbell era un *DJ* de origen jamaicano, que comienza a mezclar dos discos en sus bandejas para que giren al mismo tiempo, y por esto se funden dos sonidos que vuelven más acelerados a los tiempos de las canciones, sobre las que después comienzan a rapear, con un ritmo muy acelerado, los jóvenes que se encontraban en las fiestas promocionadas por este precursor.

Al mismo tiempo se anexa el baile con distintos movimientos, igualmente innovadores, que conjugan acrobacias y habilidades físicas diversas, con pasos inspirados en series de moda de la época, como Kung Fu, o *Lost in Space*, por lo que los movimientos de brazos y piernas o la imitación de robots eran los pasos más utilizados.

Más adelante se anexa el graffiti, con lo que se conforman los denominados “cuatro elementos”, el baile, el *Djing*, el graffiti y el rap.

A partir de los '80, el *hip hop* comienza a desarrollarse cada vez más y se convierte en un modo de protesta de la población afroamericana contra la segregación, y así prosigue en una parte del “movimiento” hasta hoy, reconocido como una forma de crear conciencia a partir de las líricas que se presentan en el rap.

El rápido esparcimiento del *hip hop* lo vuelve un ritmo innovador en todo el mundo, que se expande principalmente a través de los medios de comunicación, ya que es absorbido, a pesar de su origen callejero, por las grandes compañías y empresas que adoptan nuevos estilos musicales. De esta forma, llega a Argentina en los '90, de la mano de documentales que aparecen en televisión, y de revistas que llegan desde el exterior.

⁶ Para facilitar la lectura del presente capítulo se ha elaborado un diccionario de términos que se encuentra en los Anexos, dentro del apartado *Diccionario*. Cabe destacar que las palabras escritas en inglés en esta tesis integran el vocabulario frecuente de los jóvenes entrevistados

⁷ Existen diversas versiones sobre los orígenes del *hip hop*, para realizar este capítulo se tomaron en cuenta las versiones que más se repetían en diferentes páginas webs y en entrevistas realizadas en el año 2003 para la investigación sobre Culturas juveniles de *hip hop* en La Plata, publicada en 2011 (Mingardi y otros, 2011).

En nuestro país, la *cultura hip hop* se mantiene constante durante los '90, pero es durante el 2000 y su primera década cuando se convierte en una verdadera explosión, en una forma de cultura a la cual adhieren muchos jóvenes. A partir de ese momento, se comienzan a observar a chicas y chicos vestidos con pantalones anchos, remeras holgadas, gorras, pañuelos, y recreando los pasos propios de este estilo de música. Es en este momento donde se visibiliza la *cultura hip hop*, como los mismos jóvenes la denominan, es decir, se empiezan a encontrar *taggs* y *bombas* en la ciudad, además de escuchar raperos y ver a *b-boys* o *b-girls* ensayando.

Las características de los *hoppers* son la vestimenta mencionada y la práctica de sus actividades en grupo, especialmente el baile, que es una actividad que se realiza en grupo, ya que entre ellos se enseñan nuevos pasos y se sugieren mejoras en sus movimientos. Existen diversos estilos dentro del baile, como el *popping*, que imita los movimientos de un robot o el *locking*, en donde se agita súbitamente el cuerpo, para volver a la posición original.

Cada *b-boy* o *b-girl* elige su estilo y lo desarrolla para luego competir en eventos que se denominan “batallas”, en donde se enfrentan, generalmente de forma grupal, a otros jóvenes para mostrar que pueden realizar más pasos, o que lograron la excelencia en sus movimientos. En las “batallas” se obtiene reconocimiento, respeto de sus pares y popularidad en el ambiente; a veces también el premio es indumentaria o discos, según quién y dónde se organicen.

Generalmente, los grupos más numerosos de jóvenes se encuentran dentro del *breakdance*, que es donde más chicos y chicas se acercan, y desde allí se interesan por otras prácticas.

Este tipo de baile se popularizó tanto desde Norteamérica porque durante la década del '80 el *break* se masificó en las calles de los barrios marginales de Nueva York de tal manera, que suplantó las peleas callejeras. Mediante competencias de baile, denominadas genéricamente “batallas”, se enfrentaban con sus pasos y destrezas, a fin de demostrar cual grupo era mejor; el vencedor ganaba el “respeto” del resto y obligaba al perdedor a no pasar al barrio contrario.

La forma en que se realizaban esas “batallas” era en un gran círculo formado por los grupos, en donde cada participante mostraba un paso al equipo contrario. El público era el que decidía quien ganaba.

Así se fueron organizando distintos equipos que competían en las “batallas”, profesionalizando el baile. De esta forma, se logra que surjan cada vez más estilos y pasos, como los giros de espalda –denominado molino o *backspins*-, de cabeza –*head spins*- o las *tijeras* –mover las piernas en posición vertical, sostenidos en una mano-, entre otros.

El rap dentro del *hip hop* es la lírica, o las rimas que se asocian a la música *hip hop*. Su estilo es muy particular, ya que para cantar, la velocidad para mencionar las palabras es fundamental para llegar a seguir el ritmo de los *breaks*, o partes rítmicas de la canción. El rap habla sobre diversos temas; en sus inicios, el conocido rap de protesta, versaba contra la discriminación sufrida por los afroamericanos y los latinos que vivían en los barrios marginales de Nueva York. Luego surge el *gangsta rap*, que es de un estilo muy agresivo, violento y misógino, quizás el estilo más criticado y más asociado al *hip hop*, por sus aspectos negativos. En las fiestas -"*parties*" o "jams"- los Maestros de Ceremonia –denominados generalmente por la abreviatura *MC*- se destacaban inicialmente recitando frases populares, utilizando un lenguaje "callejero". Esos primeros raps eran gritos sobre los "*breaks*" –partes repetidas o recortadas en una canción- instrumentales, y desde allí surge el rapeo que continúa hasta hoy.

Actualmente, en Argentina, existe un estilo denominado rap-conciencia –popular también en España-, que busca dejar un mensaje profundo e importante según el criterio de los propios cantantes y escritores, muchas veces con críticas al sistema, en donde se continúa con los orígenes del rap como una forma de protesta ante la discriminación y marginalización o estigmatización de algunos sectores sociales.

Los raperos son reconocidos por su capacidad de improvisación, lo que se denomina *free style* o estilo libre, que es precisamente la espontaneidad y la inventiva en el momento de creación de letras que van rimando y cantando sobre una base musical.

Los raperos también se llaman o nombran como *MC*, o maestro de ceremonias, porque uno de sus roles dentro de los grupos de *hip hop* es hablar durante las "batallas", arengar a los bailarines u organizar los eventos, a través del rapeo.

Una distinción importante es que los raperos que sólo graban en estudio no son *MC*, sólo se denomina *MC* a aquellos que improvisan en vivo. De todas formas, la mayoría de los raperos se dedican al *free style*, porque sus actividades comienzan en las calles –donde se aprende a partir de la espontaneidad-, y en su relación con otros *rappers*.

En este sentido, se podría definir al *hip hop* como un estilo predominantemente callejero, ya que es en la ciudad, en los territorios urbanos, donde se aprende a bailar, rapear y graffitear. Además sus inicios se dan en las calles y desde esos momentos, para ser respetado, también hay que haberse "educado" en la calle, con otros raperos, graffiteros o *b-boys*.

Dentro de los cuatro componentes del *hip hop* el graffiti es el único *elemento* que no se vincula con la música. Dentro del *hip hop* se desarrolla un tipo muy especial de graffiti, con una estética propia, que utiliza aerosoles para escribir nombres en distintos sectores de la ciudad, desde paredes, a persianas, calles, trenes, subtes y cualquier tipo de superficie que sea visible.

Los nombres en el *hip hop* son seudónimos que eligen los propios sujetos, los cuales serán su marca y distinción, para dentro del grupo. No son apodos externos, que les impongan sus compañeros de práctica, sino que cada uno elige como será conocido o llamado por los demás *hoppers*. Sus seudónimos son algunas veces personajes con los que se sienten identificados, que surgen de videojuegos, dibujos animados o mitología, entre otros.

Sobre estos nombres crean un estilo de firma que se convierte en un *tagg*. Tanto graffiteros como *b-boys* o raperos crean sus *taggs*, que son una marca personal. Éstos se producen a partir de un diseño de letras propio, lo que provoca que los nombres sean muchas veces ilegibles, porque el seudónimo escogido se esconde entre letras retorcidas.

Estos *taggs* son marcas que empiezan a ser dejada en distintos sectores de la ciudad, de manera bien visible, para dejar una marca en distintos sectores en donde ellos circulan.

El surgimiento del graffiti se da también en Nueva York, en los inicios de 1970, cuando un joven escribió "TAKI" con un marcador en distintos subtes, expandiendo su firma, lo que provocó posteriormente que muchos comenzaran a pintar los metros neoyorkinos.

Las pintadas estaban prohibidas en los subtes y con la vigilancia policial las firmas se extendieron desde los subtes a paredes, carteles, etc. convirtiéndose luego en una competencia por quien pintaba más lugares y con mayores dimensiones, hasta que las firmas aparecieron en otros espacios, iniciando así en los '80, una rápida expansión del graffiti. Con el tiempo, se empezó a utilizar el aerosol, y las marcas, -que se denominan piezas- se hicieron cada vez más grandes, con relleno, trazos, sombras, etc.

Si bien los graffiteros utilizan principalmente aerosol, también se entiende que graffiti se denomina a cualquier *tagg* que se realice con objetos como navajas, piedras filosas, lijas, sprays o marcadores, entre diversos objetos.

Así esta práctica se extendió por todo Estados Unidos, convirtiéndose en un movimiento *underground* en todo el mundo, complejizándose, con el complemento no sólo de firmas conocidas como *bombas* -de formas redondeadas sin relleno- o letras en tres dimensiones, sino también dibujos, murales y demás formas estilísticas que se caracterizan por un estilo de color y uso de los aerosoles que los diferencia de los murales tradicionales o de los graffiti que se conocen como pintadas, y que no se relacionan con el *hip hop*.

A esto se sumó una gran industria que produce aerosoles o marcadores con puntas de distinto tamaño que se especializaron en los consumidores graffiteros, también conocidos como *writers*, ampliando la carta de colores y disponiendo de diferentes picos para realizar diversos trazos.

Dentro del graffiti se puede realizar el denominado graffiti legal, que es cuando se pide permiso para realizar pintadas en paredes o distintas superficies, o ilegal, que es plasmar firmas en distintos lugares, cuanto más difíciles y arriesgados, mejor, como subtes, trenes, espacios altos o de acceso complicado. También es importante la cantidad dentro del graffiti ilegal, es decir, cuantas más firmas en la ciudad, más reconocimiento y más visibilidad adentro del grupo, mientras que los legales buscan más calidad en el dibujo y originalidad en lo que producen, para conseguir otro tipo de prestigio intragrupal.

Por último, el *Djing* es la creación de música a través de discos de vinilo, denominados también como *longs plays*, que se colocan en bandejas en donde se dejan girar para producir música, pero que se contraponen entre sí con el objetivo de crear distintos sonidos por medio de lo que se denomina *scratch*.

El *scratch* es el movimiento de un disco en distintas direcciones sobre la bandeja para crear un sonido diferente al que produce por sí solo. Para poder realizar estos sonidos se utiliza un audio *mixer*, denominado *turntable*, que posee dos bandejas paralelas.

La creación del *Djing* se debe también a Kool Herc, ya que él instala los "*dubs*", propios de la música jamaicana⁸, que son una manera de alargar los "*break parts*", partes instrumentales o de percusión de los discos, logrando una forma de intervención de un *DJ*.

A partir de 1974 surgen los primeros *DJs* profesionales, como Pete *DJ* Jones, Afrika Bambaataa, Grand Master Flash, entre otros, los cuales popularizaron y dan comienzo al rap y a la música *hip hop* en las calles, fiestas y gimnasios.

Dentro de los *elementos*, el *dijing* es el más difícil de practicar, ya que es el que exige más recursos, no sólo poseer un mezclador, sino también gran cantidad de discos y un espacio cerrado para practicar, característica que lo distancia de los demás componentes, que no necesitan más que el uso del propio cuerpo, y algunos elementos básicos, como es el caso del graffiti. Debido a esto, es muy difícil que existan *DJs* dentro de los grupos. En el caso analizado, no existían jóvenes que practicaran esta actividad.

El hecho de que su surgimiento sea en Estados Unidos implica que muchas de las palabras relacionadas al *hip hop* sean en inglés, y que sean adaptadas de manera literal, es decir, no se castellanizan, así que los términos anglosajones son los que se aplican en todas las prácticas para denominar los estilos, o las prácticas.

De hecho, la forma de nombrar los estilos es a partir de la palabra *style*, y se llama *free style* a la innovación en los pasos o en el graffiti, mientras que se dice eso sobre la

⁸ En algunas investigaciones (Pillai, 1999) se considera al *hip hop* como una diversificación de la música jamaicana, a partir de muchos inmigrantes de este país que se encontraban en Estados Unidos, o en Inglaterra, lugar en donde se considera que surgen los primeros indicios de *hip hop* que se arraiga definitivamente en los barrios "bajos" o populares de Norteamérica.

improvisación que realizan los raperos en competencias o en fiestas. Otro término es *crew*, como se denominan a los grupos que se forman, tanto en la música como en el baile.

Además de esto, el *hip hop* tiene una forma particular en la vestimenta y en la estética corporal, como otras culturas juveniles. Como lo mencionábamos anteriormente, los pantalones holgados, al igual que camisetas amplias, además de gorras o sombreros son parte de la indumentaria característica de este grupo. Las zapatillas deportivas también son un símbolo, en general de grandes dimensiones y de marcas como Nike o Adidas.

Este tipo de vestimenta se formó como un rasgo distintivo de toda la *cultura*, que caracteriza a jóvenes que practican los cuatro *elementos*. Su principal característica como cultura juvenil es el uso de ropa de tallas grandes, en una apropiación de la misma moda que se impone desde los grupos *hoppers* de Estados Unidos.

El *hip hop* en Argentina

A principios de los '80 comienzan a surgir en Argentina algunos raperos como Frost, Mike Dee, Jazzy Mel, Hollywood y Money. Éstos son los precursores del *hip hop* en nuestro país, con la formación de su actividad surgida de recursos como *cassettes*, videos o revistas de origen norteamericano.

Jazzy Mel fue el más reconocido de los raperos; su popularidad a partir de la aparición en programas de televisión y en radios logró que el *hip hop* se volviera masivo y que a partir de allí muchos seguidores comenzaran a interesarse, por lo que más adentrada la década de 1990, surgen nuevos grupos, principalmente de rap, reconocidos dentro del ambiente.

Si bien nacen bandas *hoppers* de renombre, muchos se destacaban y reducían al espacio *underground*, es decir, en lugares que no se visibilizaban tanto en los medios como sucedía con el ya mencionado Jazzy Mel o el Sindicato Argentino del *Hip Hop*, grupo que incluso trasciende el plano nacional, debido a que es el primero que obtiene un premio Grammy por mejor disco de *hip hop* de Latinoamérica. Como ya mencionamos, en otros sectores sociales se realizaban actividades relacionadas al movimiento, principalmente en zonas periféricas de la ciudad de Buenos Aires, definidas en zona norte, sur y oeste, presentando las dos primeras mucha rivalidad entre sí. Con esta impronta, el *hip hop* de Argentina posee similitudes callejeras y relaciones con pandillas o *gangsta rap* como en Nueva York, por lo que estas *crews* reflejan la misma marginalidad o violencia que presentaba en su origen norteamericano el estilo *hopper*.

Todo este movimiento, que se denomina “escena”, es llamada en el *hip hop* “vieja escuela” –*old school*–, un término también adoptado del inglés y que hace referencia al estilo que se producía en los inicios de la *cultura*.

Las coincidencias en cuanto a la influencia de los medios de comunicación para la propia incursión y el surgimiento del movimiento son notorias en todos los *b-boys*, *graffiteros* y *raperos*; teniendo en cuenta las fuentes consultadas, siempre se menciona algún programa o canal al momento de recordar el modo en que surge en Argentina el *hip hop*. Además de Jazzy Mel en canales de gran audiencia como Telefe, los primeros *hoppers* del conurbano mencionan a I-Sat –un canal de cable–, por un documental que populariza el *free style* en el país, conocido a partir de allí como el *break* de la “nueva escuela” (Mingardi y otros, 2011) .

Igualmente, en el *graffiti* se destaca un programa de radio –emitido por la emisora *Rock and Pop*–, en donde se realiza una entrevista a un artista gráfico influido por Os Gemeos, unos hermanos brasileiros que practicaban diversas técnicas del *graffiti* dentro del *hip hop*, muy populares en su país y que se comienzan a conocer en Argentina debido a la gran audiencia juvenil de *Rock and Pop* en los 90.

Desde ahí gana mayor notoriedad por la masividad de la radio, y muchos jóvenes empiezan a pintar y se comienzan a agrupar y a conocerse por medio de eventos que ellos mismos organizan, a fin de intercambiar conocimientos, mostrar bocetos o juntarse para *graffitear*. Al igual que en el *breakdance*, los primeros *graffiteros* se congregaron en zona sur y oeste del Gran Buenos Aires, pero los primeros trabajos realizados de manera ilegal se observan en Caballito, en las vías de los trenes de esta área, ya que, según los *writers* entrevistados, era más fácil la vía de escape en este lugar, luego de realizar los *flops* o *bombas*.

Otra de las características del *hip hop* es la necesidad de agruparse y relacionarse con sujetos que estén dentro de la práctica, para esto se realizan fiestas denominadas *jams*, o eventos como las ya destacadas “batallas” o competencias de *graffiti*. Las “batallas” no se limitan al baile sino que también son para *Djs*, *Mcs* y *graffiteros*, con el fin de demostrar lo que hacen y ganar en su actividad, obteniendo así reconocimiento.

A partir de estas fiestas y “batallas” que organizan, el *hip hop* fue avanzando en el país, propulsado mayormente por las nuevas tecnologías que contactan jóvenes argentinos con *hoppers* de otros lugares, lo que permitió intercambiar conocimientos y experiencias que fortalecieron la expansión del “movimiento”.

CAPÍTULO 5

Jóvenes y *hip hop* en Viedma: características generales

En Viedma, el *hip hop* aparece en el 2000, según los entrevistados, como una moda que se copia de los medios de comunicación y de jóvenes que procedían de otras ciudades cercanas como Bahía Blanca.

También se menciona en las entrevistas que conocen el *hip hop* por medio del consumo de televisión e internet, pero que comienzan sus prácticas a partir del contacto con otros jóvenes que realizan actividades, principalmente *breakdance*, para luego conocer los demás *elementos* del *hip hop* y volcarse al que le resulta el más interesante.

El *hip hop* en Viedma es un movimiento que congrega más hombres que mujeres; en las observaciones, sólo se podía contar un número de diez mujeres practicando alguno de los *elementos*, sobre todo *breakdance*. Sin embargo, una de las precursoras del graffiti en la ciudad y la persona que además creó un grupo de *break*, es una mujer reconocida como Rasta Rosa.

En el desarrollo de la investigación no se pudo observar ninguna discriminación explícita hacia las mujeres, incluso algunas se han ganado un lugar reconocido dentro del ambiente local por su capacidad para organizar eventos y gestionar espacios y “batallas”. Sin embargo, la práctica del *hip hop* por parte de mujeres es muy limitada.

Durante las “batallas” y en los grandes eventos, se observan muchas mujeres, que suelen ser novias o conocidas –a veces compañeras de escuela, vecinas, o parientes- de los hombres que participan de las competencias de rap o graffiti, y su actividad se limita a la observación.

En cuanto a las edades de estos jóvenes, se puede demarcar entre los 15 a 23 años -en los entrevistados-, siendo ese el rango que se observa en relación con la mayoría de los que realizan las prácticas del *hip hop*. Existen excepciones, como algunos menores de 12, 10 y hasta 8 años que participan de “batallas” pero no de otras actividades, como la práctica en los espacios públicos de la ciudad, sino que sólo están en los barrios, y es allí donde aprenden y se desarrollan.

Estos chicos se agrupan en las “batallas” con *hoppers* de mayor edad, y muestran una destreza superior en sus pasos, lo que evidencia mucha práctica y conocimiento sobre el *breakdance*, pero no profundizan en las demás actividades que hacen a un *hopper*, como compartir otros espacios, “batallar” en eventos libres y abordar diversos *elementos* del *hip hop*.

Los *hoppers* de mayor edad muchas veces abandonan la práctica por diversas razones, pero son siempre referentes dentro de los discursos de los entrevistados. Entre los que se destacan, podemos mencionar a Rasta Rosa y Zeus, dos *graffiteros*, que impulsaron al *hip hop* en la ciudad.

En cuanto a sus actividades fuera del *hip hop*, muchos de ellos no se encuentran incorporados al sistema escolar, pero sí existen algunos casos de jóvenes que estudian en la Universidad, y otros que han retomado sus estudios en escuelas nocturnas, aunque en el curso y seguimiento para esta investigación, muchos no continuaban con regularidad estos estudios. La mayoría no trabaja, y sólo algunos de ellos son padres o madres; además, otro factor común es que un gran número vive con sus familias en viviendas ubicadas en barrios periféricos.

El número de jóvenes en la práctica es muy variable: esta variabilidad en la cantidad de *hoppers* de “batalla” a “batalla” se destaca en las entrevistas como así también es muy notoria en las observaciones realizadas. Mientras que en algunas se congregan cientos, en otras no sobrepasan la veintena. Ante las preguntas sobre este fenómeno, se adjudica muchas veces a la difusión o al interés del grupo por las personas que se acercan a “batallar”.

Es por esto que en Viedma en las competencias se observa la mayor cantidad de jóvenes del *hip hop*, algo similar a lo que sucede en La Plata o en la ciudad de Buenos Aires, donde también se reúnen más *hoppers* a la hora de competir.

Los primeros sondeos sobre los *hoppers* en Viedma, arrojaban un número de 200 jóvenes, pero luego los entrevistados mencionaban 40 o 50 estables, más un grupo menor, de 50, que se acercan sólo a “batallas” numerosas o realizan *graffitis* pero de manera esporádica.

En el transcurso de la investigación, que se realizó durante los años 2006 al 2012, la cantidad de jóvenes en el *hip hop* fue variando, con picos en 2007 y una baja considerable en los últimos años: 2011 y 2012. Los *hoppers* explican que muchos de los que se acercan se terminan apartando porque no están realmente comprometidos con el *hip hop*, sino que les interesa por moda.

Perfil de la ciudad

Ubicada en el extremo noroeste del territorio rionegrino, Viedma es la principal localidad del denominado Valle Inferior y capital de la provincia de Río Negro

Con una densidad de 52 mil habitantes, se constituye como la cuarta población provincial, conteniendo la mayor parte del espectro administrativo, por lo que el Estado se

conforma como el mayor empleador de la ciudad, ya que el 40% de la población trabaja para organismos públicos.

La fuerte presencia estatal imprime una lógica diferente al resto de las localidades rionegrinas, que son los polos productores, como General Roca o Cipolletti, o polos turísticos como Bariloche o El Bolsón. En este sentido, se diferencia del resto de las ciudades provinciales, ya que la mayoría de las actividades se centran en la dependencia del Estado y de su conformación económica.

Por esto, la población ciudadana se compone mayoritariamente de funcionarios y políticos, generando en Viedma una fuerte vida política, hecho que estructura su identidad y las diferentes relaciones sociales (Alonso, 2008). La disposición partidaria, la ubicación dentro del Estado y la posición en cuanto a la participación política, definen en gran parte la vida de los ciudadanos viedmenses.

Esta realidad se expresa también en la formación de la ciudad, que tiene como eje principal los edificios administrativos, extendidos en toda la zona céntrica, imperando sobre los sectores predominantes de la geografía, desde las plazas centrales –San Martín y Alsina- hasta la costanera, centro de recreación por excelencia.

Viedma, además, conforma una Comarca con la ciudad que se encuentra en la margen norte del río Negro, Carmen de Patagones, ubicada en la provincia de Buenos Aires, ya que el río se constituye como un límite geográfico natural para ambas provincias. Por esto, su estructura implica reconocer la vinculación con la ciudad vecina, ya que muchas veces se entiende a ambas ciudades como una unidad, en tanto que comparten actividades económicas y sociales comunes.

En esta investigación, sin embargo, se ha tomado como referencia sólo la ciudad capital y no el conglomerado total de los habitantes de la Comarca, a pesar de que en ambos márgenes existen *hoppers* que muchas veces trabajan juntos para la creación de eventos o se constituyen como grupos.

La ciudad concentra un centro cívico y comercial, con extensión en la zona costanera, y una gran dispersión en barrios y periferia, que se expanden de forma irregular, producto de la ausencia de planificación urbana.

El crecimiento de la ciudad, sucedido principalmente en las últimas décadas, se produjo de una forma desorganizada. La falta de políticas habitacionales adecuadas al crecimiento demográfico provocó numerosos procesos de ocupación de terrenos fiscales por parte de sectores populares. Los asentamientos se multiplicaron en los últimos años, principalmente en la zona sur de la ciudad, generando conflictos políticos entre los ocupantes y el gobierno local. A partir de 2008, muchos terrenos desocupados fueron tomados por familias y ocupados para formar nuevos barrios, muchos muy populosos, con la seria dificultad de que no cuentan con

servicios básicos. Esas carencias es lo que hace de estos barrios los más vulnerables, anclados en su mayoría en el sudoeste.

Así, la ciudad fue expandiéndose en forma irregular y se fueron instalando barrios en diversas zonas, de manera dispersa y alejados del centro.

Uno de los momentos de mayor crecimiento demográfico se produjo a fines de la década de los '80, a partir de la ley que fomentara el ex presidente Raúl Alfonsín de traslado de la Capital Federal a Viedma y alrededores.

En ese momento, muchas familias se mudaron a la ciudad, y ante la posibilidad de una fuerte inmigración se crearon barrios de edificios de dos o tres pisos, a cargo del Instituto de Promoción y Planificación de la Vivienda (IPPV)⁹. A estos se sucedieron varios planes posteriores que fueron dando al lugar un escenario de viviendas iguales, implantadas a los márgenes de la ciudad, y en donde se forman identidades, simbologías, estereotipos, prejuicios e identificaciones.

Así, los barrios viedmenses vienen cargados de una significación, que muchas veces recae sobre los jóvenes que habitan esos lugares. En las entrevistas, esta identificación surgía muchas veces como algo a cambiar o combatir y, desde las letras de las canciones, se hacía una fuerte referencia a lo negativo de ser juzgado por la procedencia.

El barrio se ve también reflejado a la hora de hacer amistades o grupos dentro de la *cultura hip hop*. Al competir, muchas *crews* se dividían por su lugar de residencia, ya que esos barrios planificados desde el IPPV, formaban al mismo tiempo a los grupos que “batallaban”, sobre todo en el barrio Santa Clara¹⁰, o en el barrio de “las 1016”¹¹ –denominación popular del Barrio Ceferino, por el número de viviendas edificadas.

La fuerte diferencia entre centro y periferia, emplazado el primero en cuatro bulevares, marca los distintos sectores de la ciudad e imprime en sus habitantes determinadas identificaciones según su lugar de residencia.

Esto, como ya lo mencionamos, influye al momento de que los *hoppers* se aglutinen, pero también define en qué espacios se concentran y en cuáles no.

⁹ El IPPV nace en septiembre de 1958 y se constituye como el principal promotor de la vivienda en la provincia, sustituyendo a Fondo Nacional de la Vivienda (FONAVI), en la creación de políticas habitacionales en Río Negro.

¹⁰ El barrio Santa Clara es uno de los más antiguos de la ciudad; se extiende desde el final de uno de los boulevards que delimita el centro, hasta el sudoeste. Está compuesto por diversos tipos de vivienda, ya que a diferencia de otros barrios de la ciudad, no es parte de los planes de vivienda de IPPV.

¹¹ El barrio Ceferino fue inaugurado en 1992, como una solución temporaria de vivienda a familias con problemas habitacionales, aunque sus construcciones precarias fueron realizadas para durar sólo unos años, finalmente se mantuvieron hasta la actualidad. El barrio se compone por dúplex y edificios de tres plantas, posee una escuela, en donde funcionan dos primarias, turno mañana y tarde, y una secundaria nocturna, además se encuentra un centro de salud, una iglesia y la Junta Vecinal. Es uno de los barrios más populosos de la ciudad.

Así, la ciudad se conforma por una dispersión de barrios, tomas¹², centros cívicos y comerciales, además de una costanera extensa en la margen derecha del río Negro. Frente a ella se ubica la vecina ciudad de Carmen de Patagones, con la cual alcanza en conjunto una población de 73 mil habitantes.

Construyendo identidad

“¿Dónde está el bien en medio de todo esto, oh yo y mi vida?

Respuesta

En que tú estás aquí presente, en que la vida y la identidad

Existen,

En que el juego poderoso sigue, y tú puedes aportar

Tu verso”

¡Oh yo y mi vida!, Walt Whitman

La conformación de identidad es una parte esencial de la constitución subjetiva, que se ve ligada al grupo de relación más cercano y al espacio físico, como los aspectos más importantes. Pero, ¿cómo pensar la identidad hoy, con espacios físicos tan desdibujados por las tecnologías, por la flexibilidad laboral, o la migración constante? ¿Cómo abordar el modo en que impactan las prácticas de hip hop en la construcción identitaria de los jóvenes de Viedma?

Me interesa en este apartado analizar las prácticas juveniles del hip hop en esta ciudad y los procesos de construcción identitaria desde una mirada comunicacional que comprende estos fenómenos en el marco de procesos culturales más amplios que conllevan las transformaciones actuales.

Nuestra época actual, denominada por algunos como capitalismo tardío (Jameson), sobremodernidad (Marc Augé), modernidad líquida (Bauman), nos obliga a repensar las formaciones identitarias, y posicionarlas en otros lugares. Por esto, para reconocer las formaciones de subjetividad de estos jóvenes, no se piensa lo identitario desde cualidades

¹² Las tomas son la ocupación de terrenos fiscales o privados sin edificaciones en la ciudad, el fin es poder utilizar estos espacios para edificar viviendas familiares. El fenómeno es visto por parte del Estado como ilegal.

predeterminadas –como género, nacionalidad, color, clase social, etc.- sino desde una construcción nunca acabada, como lo sugiere Hall (2003), abierta a la temporalidad y a la contingencia, a lo configurado en lo relacional pero temporario, con diferencias que se demuestran mutantes.

Es indispensable para el sujeto conformar identidad. Por lo tanto, y aunque los espacios tradicionales ya no ofrezcan la contención necesaria, se sigue formando un “nosotros” desde diversos lugares que no se vinculan exclusivamente a los determinados por la modernidad como la escuela, el ámbito laboral, el grupo étnico, la familia, entre otros.

Las construcciones identitarias han dado un giro y emergen en nuevas formas de expresión que atraviesan a los sujetos: la condición de género, predilección sexual, elecciones musicales, entre otras, encontrándose actualmente una necesidad de reivindicaciones en la lucha, el reconocimiento o la mera producción estética que vuelve visible otros espacios y lazos sociales ligados a distintos movimientos como los rockeros, punks, activistas ecológicos, feministas.

Así, no se debería entender que la formación de identidad está en una crisis porque no se encuentra ya ligada únicamente a las grandes instituciones que antes albergaban a los sujetos –como la escuela, el trabajo o la familia nuclear- (Lewkowicz, 2004) sino revisar y encontrar esos nuevos espacios donde se conforma la identidad.

Desde este enfoque no podemos perder de vista uno de los conceptos que más se utilizan para denominar el mundo actual: la globalización. Se entiende a la globalización como un proceso de desterritorialización en donde se desdibujan fronteras y límites, y el sujeto ya no se encuentra anclado a un territorio. El espacio ideal se liga a un contexto urbano, donde la ciudad es el paño en el que se entrecruzan diversos modos culturales y discursivos –barrio chino, coreano, comidas típicas de diversos países, distintas costumbres, por mencionar algunos. También, la globalización se identifica con la aceleración de los tiempos y la modificación, por lo tanto, de la configuración tiempo-espacio creada en la modernidad. Este fenómeno se comienza a desarrollar con la mayor producción tecnológica, principalmente internet, y con el acceso a las computadoras personales (Gimenez, 2003).

Todo esto trae aparejado al mismo tiempo una mayor desigualdad entre ricos y pobres: la información, la accesibilidad, el conocimiento, la tecnología, son herramientas claves para estar insertos en esta nueva realidad que forma, entonces, una barrera entre aquellos que viven “globalizados” y aquellos que no.

Esta diferencia económica, que produce una brecha mayor entre ricos y pobres, atraviesa los procesos de construcción de las diferencias, por eso, los fenómenos analizados son

comprendidos en el marco de procesos culturales más amplios que conllevan las transformaciones actuales e incluyen la mirada socioeconómica.

El estudio de los jóvenes y su relación con el *hip hop* es precisamente una muestra de cómo grupos de escasos recursos se introducen en prácticas muy globalizadas y las reconstruyen como propias, generando un lugar de construcción identitaria que los define y los conforma, sin estar ligados a espacios tradicionales como la escuela, el trabajo, clubes, sindicatos, familia, pero tampoco sin ignorarlos por completo.

Para el abordaje de las prácticas juveniles del *hip hop* en Viedma y su relación con los procesos de construcción identitaria que se irá desarrollando en este apartado se consideraron varios aspectos de esta cultura como la música, la vestimenta, los movimientos, las producciones artísticas, los modos de apropiación del espacio y el uso de medios. Todos estos elementos fueron articulados en tres ejes que considero relevantes para la comprensión de los procesos identitarios: los saberes, las relaciones y los modos de nombrarse de los jóvenes.

Los espacios, configuradores de relaciones

En relación con la producción del espacio ya se ha señalado que la ciudad de Viedma, se destaca por la fuerte bipolaridad entre centro-periferia, los *hoppers* residen mayormente en las zonas periféricas y desde allí se dirigen al centro, donde se apropian de espacios que utilizan para desarrollar sus prácticas.

Por otra parte, los usos de estos espacios se fueron transformando a medida que los *hoppers* aumentaban o se dividían en subgrupos en el transcurso de los seis años de investigación. Los nuevos grupos suelen tomar nuevos espacios. Así, muchas veces, se pueden encontrar jóvenes practicando en diversos sectores. Estas divergencias propiciaban el uso de nuevos lugares de la capital, que no habían sido adoptados hasta el momento.

El análisis de las prácticas de los jóvenes *hoppers* en los espacios urbanos, invita a sumar una lectura acerca de cómo la ciudad expresa y produce relaciones de poder. Pensar al espacio como un devenir, es aceptar que nunca es un sistema cerrado y terminado, sino que es potencialmente otro lugar en sí mismo, con otro fin, uso o destino, porque los sentidos nunca están limitados en completo, sino que posibilitan nuevas interpretaciones, en tanto que habilitan allí diversas relaciones (Massey, 2005). Esto implica que los lugares son múltiples y abiertos, dejando la posibilidad de diversas interpretaciones sobre sí, y adhiriendo también a diversas identificaciones posibles, ya que en ellos se observa que no sólo se encuentran jóvenes *hoppers*, sino también adeptos de *skates*, *punk* o *rock*, y en esa diversidad confluyen y crean nuevas

identidades. Es decir que, si bien los recorridos y las transiciones por la ciudad se suelen hacer y crear a partir de la masividad y de la preeminencia de personas en los mismos, no todos los grupos sociales ni todas las personas conciben o viven la ciudad del mismo modo.

Doreen Massey (2005) entiende a los espacios como surgidos de interrelaciones, de conexiones entre personas que, a partir de esa relación, se constituyen como sectores espaciales, como parte de las trayectorias de los sujetos que son siempre cambiantes y por lo tanto, son posibles de ser transformados.

Para De Certeau (2000) las ciudades que se configuran a partir del siglo XVI y que conforman al hecho urbano son producto y a la vez productoras de relaciones sociales específicas. El modo de producción capitalista y la modernidad permiten organizar lo plural, es decir, dar una forma particular a los conglomerados que surgen al momento de producirse las primeras urbes modernas.

Por esto, compara la posibilidad de concebir la ciudad como una utopía, que es la de construir un lugar plural. De allí, la conceptualización de una ciudad como propia, atemporal y universal que se configura en la época (De Certeau, 2000), es decir, sin contaminaciones, con multiplicidad de sentidos y que se mantenga en el tiempo, una ciudad “utilizable”, pero desde formas lógicas y previamente consideradas.

Las ciudades son producto de relaciones materiales y ellas a su vez materializan las relaciones sociales, crean estructuras que también afectan la manera en que dichas relaciones se desenvuelven. Dentro de esas estructuras los caminantes crean sus propios caminos y recorridos, producen atajos, resignifican unos espacios e inutilizan otros. Producen lo que De Certeau denomina una caza furtiva; realizan, en el lugar del otro, un nuevo espacio que es propio, porque se inventa con la práctica. Esta idea nos remite a la noción de poética, pero esta vez aplicada a la capacidad de creación sobre los espacios.

Por otra parte, en su análisis sobre la ciudad de La Plata, Jorge Huergo, a partir de sus lecturas de De Certeau, entre otros, analiza la ciudad desde sus recorridos y su trazado, una planificación pensada y organizada, desde donde se ofrecen algunos lugares y se prohíben otros, destacando así las formas de atravesar la ciudad, no desde los planos creados previamente e imaginados al momento de planificar la urbe, sino a partir de los sujetos que la viven y que la crean y recrean cotidianamente.

A este fenómeno, Huergo lo denomina formación de significados en la ciudad (2000). Su análisis de la formación del espacio urbano también está atravesada por los procesos de la modernidad, las ciudades son lugares en donde se convive y se regulan las relaciones sociales a partir de las instituciones estatales, como los municipios, los destacamentos de policía, los tribunales, las escuelas, hospitales, entre otras. La ciudad como concepto se desarrolla fundamentalmente durante la modernidad, que piensa a un sujeto controlado y racional, al cual

traza recorridos, caminos, lugares donde transita o descansa, en un espacio que está predeterminado para lo que se pretende de los ciudadanos.

Es en la ciudad donde se organiza la vida política, y con ella la democracia moderna. Es también allí donde se formulan las costumbres, porque se encuentra el progreso y la civilización, en oposición a la “barbarie” representada por el campo o el desierto (Huergo, 2000). Así, la ciudad se impone como el lugar de excelencia para el sujeto, gracias a las instituciones que reglamentan la vida cotidiana.

Además de una vida política, la ciudad promueve también una vida económica, ligada a las industrias y al comercio, por lo que las urbes se convierten en polos de atracción laboral y en consecuencia, en promotoras del consumo. Durante la modernidad tardía, los espacios políticos han sido postergados para dejar mayor lugar a los económicos, confluyendo en grandes sectores financieros o comerciales. El disciplinamiento y orden propuestos en la modernidad con las instituciones políticas se ha desplazado hacia el mercado, dejándolo como eje principal de regulación de las conductas urbanas.

Viedma, al ser capital de provincia, resume en su estructura -además del hospital, municipio, escuelas, destacamentos policiales- los distintos ministerios y la Casa de Gobierno, por lo que en una observación de la apariencia urbana, se destacan los edificios relacionados con la noción moderna de la necesidad de una preeminencia de las grandes instituciones como guardianas de la moral y las buenas costumbres, vinculadas al progreso (Huergo, 2000).

La asociación de civilización y progreso contra la barbarie, se ve claramente afirmada en las edificaciones neocoloniales que se relacionan con la etapa de formación del estado provincial. De allí que se observen el municipio y la primera escuela ubicadas frente a la plaza principal y la Iglesia en su lado opuesto, además de la residencia del gobernador y la Casa de Gobierno, ubicada en otra de las plazas.

Pero, a partir de la vivencia y de los recorridos transformadores, con el tiempo, los centros urbanos se han movilizad o a otros lugares. Así, en un costado de los organismos, en la calle Buenos Aires, se concentra el centro comercial, que es uno de los espacios más concurridos, especialmente en los días laborales y en horarios comerciales.

Por otra parte, el vuelco hacia la costa del río ha aumentado de una forma exponencial en la última década, de modo que se ha extendido urbanísticamente la costanera, creando más lugares para transitar, y recrearse.

La obra pública volcada a este espacio de la ciudad ha ido de la mano de la apropiación del mismo por parte de los ciudadanos, que se acercan al lugar para hacer deporte, encontrarse con otros, pasear, veranear, etc. principalmente durante los feriados, fines de semana y vacaciones.

La ciudad desde el *hip hop*

En el caso de los jóvenes, la ciudad se concentra en algunos puntos que toman como propios, en el caso de Viedma, estos serían la plaza Alsina –donde se ubican la Iglesia y el Municipio- el lugar de encuentro principal, además de la vereda frente a ésta, donde, sobre una esquina, un kiosco sirve también como lugar de reunión. Sobre la otra vereda, perpendicular a la mencionada, se ubica en la ochava una heladería con otro grupo de jóvenes, de alrededor de 13 a 18 años.

El uso del espacio constituye al lugar en donde se encuentran, en donde están con otros y que son su huella en la ciudad. Estos espacios son transitorios, porque comienzan a agruparse en un lugar y luego van a otro punto, quizás a la vereda de enfrente, quizás a la costanera. En este ir y venir, van generando nuevos espacios.

Allí se encuentran, mayoritariamente *skaters*, *góticos*, *darks* y *hardcores*. Aunque predominantemente los *skaters* son los más numerosos, ya que en los últimos años este deporte se convirtió en una moda, con la adhesión de muchos jóvenes que utilizan *skates* o *longs* en diversos espacios para practicar trucos y deslizarse con mayor facilidad.

Estos lugares, al aglutinar diversos sujetos con distintas culturas juveniles, aportan a la construcción de las identidades, ya que la identidad se construye a partir de la interrelación en los espacios (Massey, 2005). Es gracias a esas uniones y rupturas, a los encuentros y a las disrupciones, que se constituyen como raperos, o *skaters*, o *punks*, adoptando estilos juveniles y una particular estética.

También la costanera es un punto importante, que sectoriza a los jóvenes según sus gustos, afinidades y clase social. Las divisiones en este lugar son taxativas. Los que se encuentran en un sector, cerca del muelle de lanchas, son seguidores de la cumbia, se trasladan en motos o autos desde donde escuchan su música, y pertenecen una clase social media a baja.

En el tramo opuesto, junto al puente Villarino y después del denominado “Barco Hundido” que se encuentra sobre la costa, se ubican sectores juveniles de un nivel socioeconómico más alto, con diversos estilos musicales y estéticos, pero bien diferenciados de los que se encuentran al otro extremo del lugar.

Si bien muchos jóvenes se hallan en la costa del río, el lugar exclusivamente juvenil de la ciudad es la Plaza Alsina. Allí también están los *hoppers*, donde socializan con otros jóvenes y se encuentran con amigos, tanto los que forman parte del movimiento, como los que conocen por fuera del *hip hop*.

Dentro de los grupos de *hoppers*, los espacios son importantes tanto para los encuentros como para las prácticas, y se dividen según diversos criterios que son relevantes a la hora de pensar las actividades que se van a llevar adelante.

En Viedma, las primeras entrevistas arrojaron que los lugares predilectos fueron los barrios, lejos de los lugares de mayor visibilidad pero más cercanos a los espacios escogidos por los inicios norteamericanos, ligados al lugar de residencia y por esto, movilizados por la territorialidad.

Los viedmenses realizaban en los comienzos del *hip hop* en la ciudad competencias libres en barrios. Con el tiempo, esto se fue transformando, y los jóvenes pasaron a ocupar la ciudad. El uso que realizan de la capital es muy particular, principalmente porque para su práctica, especialmente en el *breakdance*, se necesita un tipo de suelo especial según los pasos que quieran realizar.

Acá surgen, entonces, los usos que se hacen de la ciudad, que si bien se piensa y planifica desde marcadas concepciones -desde cómo se debe transitar o utilizar hasta cómo se debe vivir en ella- termina siendo reconceptualizada a través de los usos que finalmente los propios sujetos realizan en ella.

Durante la investigación, surgió desde los entrevistados que el uso de determinados espacios se establece según el tipo de práctica que se decida realizar; así, giros de espalda y cabeza, se realizan en sitios que proveen un fácil deslizamiento, los saltos se ensayaban sobre césped para amortiguar las caídas, y los demás trucos sobre pisos de cemento. A cada una de estas necesidades les corresponde un lugar específico de la ciudad que se encuentra en el centro de la misma.

De esta forma, los espacios utilizados son el hall externo de un colegio, con un piso donde se pueden deslizar fácilmente, un boulevard que termina en la costanera, donde hay césped, y la Plaza San Martín, alrededor del monumento del prócer que adorna el centro de la misma.

Estos son los más usados desde el 2007 para la realización de diversas prácticas, aunque también se mencionan espacios en los barrios, pero son los menos. Hay que advertir que en las entrevistas se destacan a los espacios no como sectores donde se realizan trucos entre *b-boys* y *b-girls*, sino como un lugar de encuentro, en donde se juntan con otros jóvenes, establecen contactos y se conectan con sujetos que también rapean, graffitean, ya que a partir de allí, pueden realizar actividades en conjunto, generando nuevas actividades dentro del *hip hop* viedmense.

En la plaza Alsina, actualmente se unen no para practicar pasos o rapear, sino que se juntan distintos *hoppers* para realizan *beat box*. Durante las tardes, se pueden escuchar realizando diversos sonidos, sobre los que algunas veces improvisan rimas.

A partir de estos contactos nacen eventos, conexiones, *crews* -como se denomina a los grupos-, además de amistades y parejas. Por eso los espacios son tan relevantes dentro del grupo, porque representan un lugar propio, de contacto con otros que poseen sus mismos intereses.

Sus recorridos por la ciudad no son estáticos, sino que cambian con la ciudad misma, lo que se pudo observar durante la investigación es que en el último tiempo, los grupos ya no se encuentran en el hall del Centro de Educación Media (CEM) N° 8, sino en una glorieta construida e inaugurada en el año 2012 sobre uno de los laterales de la plaza San Martín.

Lo mismo ha sucedido con las “batallas”; mientras que antes se realizaban eventos en el Centro Cultural, lugar emblemático de la ciudad, hoy se utiliza mayormente un espacio más accesible que es un predio en la Universidad Nacional del Comahue.

Estos cambios implican una mirada particular sobre los sectores escogidos, ya que, si bien la explicación de los jóvenes es que en la glorieta hay luz a la noche y se pueden quedar hasta tarde y gracias a la electricidad pueden poder poner música, ese espacio habilitado desde la Municipalidad tenía el fin de ser usado para realizar actos públicos y para conmemorar fechas patrias, actividades muy lejanas a las que finalmente se terminan realizando, que es la práctica de *hip hop*.

Esto nos obliga a volver sobre lo que implica la ciudad y sus espacios, que son creados para unos fines y luego se utilizan para acciones muy distintas a las imaginadas. Acá, el lugar, es el lugar de otro –la Municipalidad, el Estado-, con un sentido predeterminado, que dista mucho del que realmente le dan algunos viedmenses que terminan utilizando este espacio para bailar, desde *break* dance hasta salsa y bachata los fines de semana.

¿Habrán imaginado las autoridades que ese espacio público terminaría teniendo estos usos? Claramente, la intención en la construcción del lugar era otra, por lo que no deja de ser al menos paradójico que un lugar que se desea destinar para los actos patrios termine siendo el espacio donde se bailan ritmos extranjeros.

Por esto, pensar la apropiación del espacio, es reconocer qué realizan sobre la ciudad aquellos que la habitan, que no hacen más que tomar ese lugar producido por otros para adaptarlo a las necesidades propias.

En la ciudad de Viedma, como en muchas otras, la resignificación de los espacios –siguiendo el planteo de De Certau- se observa particularmente en las actividades de los jóvenes quienes muchas veces utilizan los edificios públicos o algunos lugares de descanso para practicar con sus *skates*, *longs*, *rollers*, o simplemente para juntarse con otros y estar. Esos jóvenes que se congregan lo hacen en espacios que no fueron pensados para tal fin, como esquinas o centros comerciales, espacios que han sido considerados como de tránsito, pero que luego son adoptados para sus necesidades, y que muchas veces son expulsados de allí.

En Viedma, como ejemplo, se ha inaugurado un *skate park*, a pesar de lo cual se siguen observando *skaters* en toda la ciudad, que no reducen sus actividades a un espacio específico como se pretendía hacer con esta construcción.

Los jóvenes que realizan *hip hop*, por su parte, también han tomado sus espacios, se han apropiado de lugares de la ciudad que no han sido pensados para los fines para los que se da uso, como mencionábamos anteriormente.

Las batallas: un modo particular de vincularse y experimentar el espacio y el tiempo en la identidad *hopper*

Las batallas se constituyen para estos jóvenes en una de las prácticas más importantes configuradora de la identidad *hopper* y espacio para la configuración de relaciones sociales. La posibilidad de regular su espacio y su tiempo en tareas que les agradan logra captarlos de un modo muy diferente al que se impone desde otros espacios reguladores de identidad como pueden ser las escuelas, universidades, clubes o trabajos.

Como lo mencionamos anteriormente, las instituciones modernas atraviesan una crisis al no poder generar espacios que aglutinen y logren generar identidad a nuevos sujetos, atravesados por diferentes realidades como los mass-media, la inmediatez temporal y la globalización (Lewkowicz, 2004). Por esto, se observa la generación de nuevos espacios, muchas veces autogestionados, donde afloran diversas dinámicas de relación de los jóvenes, que plantean sus propias reglas y lógicas, distintas, como lo advertimos, al mundo adulto.

Es a las batallas donde se acerca el mayor número de *hoppers*, interesados por concentrarse en un solo lugar, ya que generalmente están dispersos por la ciudad, y su organización se divide según los barrios o afinidades por amistad o parentesco.

Estos pasaron a ser los espacios más importantes para observar, porque se visibilizaba la real *cultura* con todos los y las jóvenes que se encontraban vinculados al *hip hop*, era allí donde se podían realizar los contactos y se podía conocer las nuevas prácticas que se adoptaban para progresar en cada actividad. Las competencias fueron de especial análisis dentro de la investigación, porque era el lugar preciso para recolectar la mayor cantidad de datos sobre el número y el tipo de prácticas de los *hoppers*.

Las reglas dentro de las batallas se respetan, al igual que lo observado en la ciudad de La Plata, de una forma muy rigurosa. Las pautas a seguir son muy claras y se imparten por un moderador, el ya mencionado Maestro de Ceremonia –MC-, encargado de hacerlas cumplir, controlando los minutos de cada participante, los turnos de cada uno y demás. Estas reglas son respetadas entre todos; también en el baile existen normas, como que cada *b-boy* pase una sola vez, y si no se respetan, se descuentan puntos, o hasta existen eliminaciones.

Dentro del baile, como ya mencionamos anteriormente, las competencias en Viedma están abiertas a chicos muy pequeños, siendo este un detalle que no se ha observado en La Plata, el conurbano bonaerense o Buenos Aires. Participan niños de ocho, nueve e incluso seis o siete años, formando parte de grupos de mayores, y son muchas veces estos menores quienes pueden mostrar mejores pasos y los que logran más puntajes con su destreza para la *crew* de la que forman parte.

En las “batallas” se organizan coreografías entre los grupos, y a veces son los propios jurados los que utilizan coreografías para señalar a los ganadores. Mayormente, en las competencias organizadas, se acercan jurados de otras ciudades, principalmente de Bahía Blanca, y en algunos intermedios muestran sus pasos para el público.

En las competencias de rap¹³, en cambio, los ganadores se eligen en base a los aplausos del público, no existen referentes cercanos en esa área que tengan el reconocimiento suficiente para escoger a los mejores *MCs*.

Para realizar las “batallas” se utilizan lugares públicos en los barrios o, también, en el caso de que se organicen grandes eventos, se gestionan espacios públicos de relevancia como el Centro Cultural, edificio colonial que alberga todos los eventos culturales importantes de la ciudad, o también en salones de la Universidad Nacional del Comahue.

A estas grandes competencias no se acercan sólo los jóvenes que practican *hip hop* y compiten, sino que también asisten sus compañeros, vecinos, parientes, curiosos y algunos adultos que supervisan o ayudan a organizar. Entonces, estos lugares se convierten en momentos en que pueden difundir lo que hacen.

En este sentido, las “batallas” sirven además para dar a conocer sus actividades y para obtener un reconocimiento por parte de la sociedad. Para esto, a los jóvenes les interesa que el *hip hop* sea entendido a partir de lo que la gente ve, ya sea en la calle o en lugares cerrados, esta idea de lo visible -por cómo cantan, graffitean o bailan-, es para el grupo lo que los representa ante las personas que no conocen el ambiente *hopper*.

A diferencia de lo observado en ciudades como La Plata¹⁴, en este caso, el lugar no es exclusivo de los *hoppers*, sino que los van a alentar padres, abuelos, primos, hermanos, y hasta

¹³ Según los comentarios surgidos entre los *hoppers*, los ganadores dentro del rap son siempre chicos del mismo barrio -Santa Clara- que, por referencias, es uno de los lugares donde más se forman los raperos de la ciudad, al igual que los graffiteros.

¹⁴ En el trabajo precedente sobre *hip hop*, realizado en la ciudad de La Plata, los espacios urbanos utilizados por los jóvenes estaban muy sectorizados, y en las batallas, sólo se podían encontrar *b-boys*,

los hijos/as, por lo que los eventos tienen un aspecto casi familiar, en donde los jóvenes pueden mostrar a sus familias lo que hacen. El público en las batallas es parte importante del evento, ya que participa de forma activa con la elección de ganadores, al igual que alienta o marca los mejores pasos. Si bien muchos son sólo espectadores, en su mayoría poseen conocimientos aunque sea básicos sobre *hip hop*, por lo que se pueden considerar parte activa de la *cultura*, algo que los ubica con cierto aspecto identitario dentro de lo que denominaremos saberes del *hip hop*.

Si bien no son considerados miembros plenos por no realizar las prácticas, en el caso de novias, compañeros o vecinos, que son invitados, sí son parte del ambiente en tanto pueden dar cuenta de algunos rasgos de la *cultura* que aportan al momento de aportar en las decisiones del jurado. En este sentido, algunos de los discursos del *hip hop* son parte de la subjetividad de los jóvenes que también se acercan a vivenciar las batallas, sin ser parte de los competidores, al no ser meramente espectadores pasivos, sus actividades pueden reconocerlos como parte del “ambiente”, aunque sin plena identidad *hopper*.

En cuanto a las reglas dentro de las competencias, una de las más nombradas es no faltar el respeto. Dentro del rapeo improvisado, se dicen muchas “malas” palabras y son muy ofensivos con su contrincante, demostrando mucha violencia con lo que dicen; pero fuera de esos tres minutos, no pueden insultarse bajo ningún aspecto o quedan descalificados. Lo mismo sucede con el *breakdance*, no se permiten ofensas, a menos que sean gestos dentro del esquema del baile que presentan.

En las “batallas” se puede observar que si alguien no consigue hacer un paso difícil, se aplaude igual al *b-boy* o *b-girl* y se lo alienta, nadie lo toma como objeto de burla. El respeto parece ser, en ese aspecto, una regla tácita entre los grupos de jóvenes participantes; si bien no es una obligación alentar las actuaciones de los jóvenes que han cometido errores en el baile, está generalizado entre los grupos alentarlos, de todos modos, por el esfuerzo realizado.

Las “batallas” son una de las características principales del *hip hop*. En la *cultura*, se compite constantemente, ya sea de forma improvisada o en eventos organizados. La necesidad de competir se interpreta por lo jóvenes como una actividad necesaria para demostrar las destrezas adquiridas a sus pares, y por esto, las “batallas” se adquieren como un desafío permanente, donde las figuras de baile más arriesgadas son las que más se valoran y se reconocen entre los *b-boys*.

b-girls, graffiteros y raperos. Estos lugares eran exclusivos de los *hoppers* y difícilmente se encontraban allí personas de mayor edad, o incluso que no estuvieran vinculados a “la escena” del *hip hop*.

En las observaciones que se realizaron en los espacios urbanos de práctica, se registraron varios intentos para poder obtener los pasos denominados *head spins* o *turtles* –ver Diccionario-, en algunos casos de hasta dos o tres horas, buscando poder tener destreza y fluidez en los deslizamientos.

Las prácticas previas a las “batallas” son intensas, sobre todo si se organizan coreografías, y los pasos más reconocidos y aplaudidos son las *tijeras* o *1990’s*.

La identidad *hopper*, las batallas y la construcción del tiempo

Las competencias en lugares grandes son muy extensas, duran casi todo el día, y esto hace que las personas mayores que se encuentran en el lugar lleguen a estar en las primeras horas para luego retirarse, por lo que el lugar en horario vespertino o nocturno, pasa a ser enteramente de los jóvenes.

En muchas de las competencias se pudo observar que se podían extender toda una jornada, aunque en principio se plantea un horario de inicio y de cierre, sobre todo si los lugares son prestados.

La falta de estructura para poder ordenar el evento y cumplir los horarios no es un problema para ellos; si se extiende todo el día: “mejor”, porque su intención termina siendo aprovechar todo lo posible el lugar facilitado y poder realizar muchas “batallas”. En las notas de campo, la repetición de la imprecisión en los horarios es constante, las horas anunciadas no se cumplen y lo que podía estar planificado para un momento específico, luego se traslada a otro, lo que generaba que en las notas escritas se observara mi impaciencia.

Es interesante observar, sin embargo, cómo desde la investigación se intentaba imponer una lógica que lejos estaba de los mismos organizadores. La intención de los jóvenes era la de pasar el rato lo mejor posible y simplemente dejarse llevar por lo que sucedía.

Esta necesidad de fijar pautas reflejadas en las notas de campo, se podría interpretar como una intención propia del mundo adulto y una diferencia de lo juvenil que posee disponibilidad de tiempo y que promueve la búsqueda de bienestar con sus pares, algo que se refleja en el grupo investigado.

En las observaciones quedaba evidenciada esta relación con el tiempo, los jóvenes podían estar horas practicando un paso, ensayando coreografías o simplemente conversando con sus amigos y compañeros. Toda su noción de tiempo se relaciona con hacer lo que les gusta, en

las entrevistas, ante la pregunta sobre qué es ser joven, aparece esta idea de tener tiempo para dedicarlo a “pasarla bien”.

El tiempo relacionado al placer, al goce, es una experiencia vital para ser considerado joven. Esa flexibilidad temporal, en donde no existen obligaciones, ni responsabilidades que les limiten sus horarios para hacer lo que desean, provoca que muchas de sus horas se plasmen en actividades relacionadas en este caso al *hip hop*, por lo que las primeras observaciones en los lugares de encuentro podían ser de hasta cuatro horas.

El Graffiti en la ciudad

El graffiti en la ciudad de Viedma se vincula principalmente a lo ilegal. En las entrevistas, los graffiteros comentan que en su mayoría empiezan desde este tipo de práctica, aduciendo que la eligen porque no “(van) a pedir una pared (sin saber) si te va a quedar bien”. Así, la habilidad que se posee o no en la técnica es la justificación para poder hacer *taggs* o *bombas* en la ciudad. Los graffiteros explican que debido a la generalización del graffiti ilegal, no se puede sobrepasar una instancia muy inicial, limitando el desarrollo de esta práctica en la ciudad.

También reconocen la dificultad de conseguir buenos espacios para poder graffitear, por lo que esta es otra problemática de los *writers* al momento de realizar graffiti legales en forma de *bombas* o murales.

Dentro del grupo de los graffiteros, la noción sobre ilegalidad/legalidad es difusa. Mientras unos apoyan la ilegalidad, algunos ni siquiera la reconocen como tal, muestran sus piezas en monumentos o en paredones sin reconocer lo que hacen como algo “indebido” o “incorrecto”.

Los *writers* con mayor trayectoria –uno de los entrevistados comenzó en el *hip hop* en el 2003, siendo uno de los precursores en la ciudad- son los que reconocen la necesidad de pedir paredones, o espacios, porque así se pueden hacer otro tipo de trabajos, más grandes y vistosos y, al tener más tiempo, más cuidados.

La opción de poder usar callejones o puentes, les permite realizar mejores trabajos, que ellos no consideran como ilegales, porque no son lugares pedidos ni reclamados, y porque allí pueden realizar *bombas* y murales con mayor cuidado. En esos espacios no se exigen

autorizaciones, por lo que para ellos son libres de uso, por lo tanto, pueden trabajar con mayor tiempo y realizar “buenas piezas”.

Con esto se desdibuja la línea entre lo legal y lo ilegal, porque lo que reconocen como legal, no implica que sea un espacio pedido por su parte, sino un espacio que reconocen como algo que “no es de nadie” y que ellos pueden utilizar sin esperar reclamos.

El tiempo en el que se grafittea de forma ilegal, es principalmente a la noche, para no ser vistos, pero, si se hacen trabajos en callejones o en sitios sin reclamos, eligen el día, porque se puede trabajar mejor.

Lo que traza la actividad de los graffiteros en la ciudad es la posible legalidad o no de sus trabajos, esto es muy diferente a lo que realizan los *b-boys* o *b-girls*, que pueden ejercitar a la luz del día, en lugares públicos, a la vista de todos. En contraposición, el momento de los graffiteros es la noche, porque pueden trabajar sin problemas con las autoridades.

En una de las entrevistas, un *writer* comentó que lo llamaron para hacer un aporte en una revista local y él se negó porque pensaba que era la policía. En ese ejemplo se observa cómo se construye un otro negativo, y en oposición a su práctica, reconociendo la ilegalidad de realizar graffitis. El miedo se debía, según sus palabras, a que “era muy chiquito”, y con una edad aproximada de entre 14 o 15 años toda su actividad se concentraba en lo ilegal del graffiti y pensaba que por eso podía ser apresado.

El entrevistado reconoce que ese miedo era injustificado, pero la simple idea de que la policía puede ser una amenaza, ya construye una identidad en oposición a una autoridad, aunque ésta no se iguale, como ya vimos, con el Estado en general.

Ese miedo a no ser entendido o a ser perseguido es lo que argumentan los graffiteros como la imposibilidad de crecer en su actividad, y a no ser reconocidos en la ciudad por su arte. Si en otros lugares los *writers* son convocados para hacer piezas en locales comerciales o bares, en Viedma no sucede lo mismo, porque no son muy conocidos. Entonces, para algunos trabajos que se realizan en la localidad, se demanda a graffiteros de otras ciudades, como Bahía Blanca. Esto marca una diferencia con lo que sucede en el *breakdance*, que gracias a su visibilidad en la ciudad, pueden acceder a algunas posibilidades de remuneraciones por mostrar sus habilidades y animar fiestas o bares.

En los discursos de los graffiteros aparecen además, los otros –que están por fuera del la *cultura hip hop*- “que no saben”, lo que hacen ellos y que quizás podrían estar interesados en este tipo de arte. A esos otros hay que llegar con sus prácticas, porque así se difunde el graffiti.

Las piezas que pueden mostrar son algunas ubicadas en el tanque de agua del barrio 20 de junio, en donde pudieron, a través de “unos papeles” usar los espacios de manera legal y realizaron así uno de los primeros eventos en la ciudad para el graffiti.

Esta experiencia es muy comentada en las entrevistas, porque la duración les permitió, además de demostrar lo que realizan, relacionarse con chicos del “ambiente”, ya que muchos raperos, *b-boys* y *b-girls* se acercaron al lugar y demostraron sus habilidades. Estos momentos son siempre comentados con mucha emoción por parte de los jóvenes, porque en ellos se junta toda la “cultura” y dan a conocer lo que realizan, creando la posibilidad de mostrar su arte, una demanda permanente en sus discursos.

Los entrevistados mencionan que los espacios predilectos al momento de iniciarse en la práctica del graffiti es el barrio. Los primeros *taggs* de la ciudad se vieron en el barrio Santa Clara, ya que allí comenzaron los primeros graffiteros, en el año 2003, y era, además, el lugar donde se podían conseguir lugares para graffitear sin problemas –principalmente, los callejones.

La práctica del graffiti en la ciudad fue creciendo hasta que se producen, en los últimos años, murales y *bombas*, en distintos espacios, pedidos o no, y se han generado nuevos *writers*, como Gordito y Hope, que son los más reconocidos. El trabajo de estos graffiteros dentro de los grupos es el de mirar bocetos –dibujos- o de realizar bosquejos que muestran a otros jóvenes que se inician en la actividad, para luego hacerlos en paredes, siendo esta forma la más profesional de practicar graffiti. A veces también enseñan a realizar *taggs* a *b-boys* o *b-girls*, que intentan volcarse al graffiti, y empiezan por ese grafismo básico, aunque, la mayoría sólo “siguen haciendo *taggs*”.

Otra de las dificultades que mencionan para seguir explorando en su arte es la imposibilidad para conseguir mejores “latas”, ya que no llegan a Viedma los aerosoles Montana, con más variedad de colores y trazos, por lo que sólo pueden trabajar con las marcas que llegan a la ciudad, mencionando principalmente a Kuwait.

Los graffiteros más comprometidos con la práctica piden algunos elementos a Buenos Aires o Bahía Blanca, como picos o aerosoles, para poder realizar mejores producciones.

Por lo mencionado en las entrevistas se puede señalar que dentro del *hip hop*, el graffiti es una de las prácticas que más exigencia posee en cuanto a recursos materiales, por lo que presenta algunas limitaciones a la hora de avanzar en la actividad; por ello, muchas veces los graffiteros no prosperan más allá de las piezas básicas, siendo una limitante la posibilidad de comprar aerosoles o variedad de colores y picos.

Mientras que en el *breakdance* el estado físico es lo importante para mantenerse en la actividad y progresar, en el graffiti lo es tanto la práctica como los materiales. Las limitaciones que ofrece la ciudad en ese sentido –por la falta de espacios para murales y de materiales

específicos- hace que, en palabras de los jóvenes, no se produzca un progreso en este *elemento* en la ciudad, a diferencia de lo que sucede con el rap y el *breakdance*.

Graffiti y resignificación de los espacios

La práctica del graffiti y su vinculación con los modos particulares de recorrer la ciudad constituyen un aspecto significativo de esta investigación para comprender la construcción identitaria.

Se puede retomar aquí la figura del caminante, que crea la ciudad a medida que la recorre, y que construye una ciudad nueva, realizando una resignificación sobre los sentidos que se le impusieron, buscando su propia forma de verla, en clave de espacio propicio, en este caso, para la práctica del graffiti.

Para los graffiteros, los lugares en la ciudad son verticales, ya que buscan paredes para poder realizar sus prácticas. Por esto en las entrevistas, se indica que la realización de los graffitis implica buscar paredes, para elegir cuáles son las mejores para hacer buenas producciones, rápidamente, en el caso de que se practique graffiti ilegal.

Ésta es una forma de apropiarse de la ciudad y poder mostrar sus trabajos en los espacios olvidados de la misma –muchos se hacen en paredes de baldíos, tanques de agua, pasillos.

En las entrevistas, destacan lo importante que es para ellos poder observar en distintos lugares de Viedma lo que ellos realizan con aerosoles, reconociendo algunos que es su manera de hacer la ciudad un poco más propia.

De esta forma, los lugares se reconfiguran en su imaginario desde su propia práctica. Las plazas, la costanera, la escuela principal, y las paredes del centro tienen otra lógica, otro sentido; como lo enuncia De Certeau, a medida que los peatones –en este caso, *b-boys*, *b-girls*, raperos, etc.- caminan la ciudad, crean nuevos sentidos, pues hacen desviaciones al andar, “privilegian, cambian o abandonan elementos espaciales” (De Certeau, 2000: 110) como en este caso los espacios públicos mencionados. De este modo, se reactualizan espacios, mientras que se anulan otros, e incluso se prohíben, desde los sectores estratégicos.

En el caso de los graffiteros, las propias paredes de la ciudad están prohibidas, aunque a pesar de esto los *taggs* y *bombas* siguen existiendo, de modo que esa furtividad, esa posibilidad de crear algo propio en el lugar ajeno se da igual, dando lugar a la creación en los jóvenes vinculados al graffiti.

Así, pueden hacer de algo ajeno, algo propio. Por esto los lugares escogidos principalmente son lugares públicos como escuelas, ministerios, monumentos, que es donde se pueden observar el mayor número de *taggs* y *bombas*.

También se pueden ver piezas hechas con mucha dedicación en algunos espacios como plazas, puentes y algunos muros de la ciudad. Se podría decir que dentro de los graffiteros una de las actividades más importantes es caminar la ciudad para encontrar los mejores lugares para sus piezas, los más visibles y concurridos, que no sean privados, ni sedes de organismos a fin de poder realizar con tranquilidad sus trabajos.

Ver la ciudad con esos ojos es algo que siempre surge en las entrevistas con graffiteros, porque su intención es hacer trabajos vistosos e importantes, para mejorar su técnica y ser reconocidos

Como ya se señaló, muchos de los jóvenes dentro del *hip hop* no viven en el centro, sino en la periferia, y aunque muchos practican en sus casas, y a veces se dan clases de *break* en Juntas Vecinales de distintos barrios, sigue siendo el centro del lugar de encuentro. Esos son los puntos porque, según los entrevistados “siempre podés encontrar a alguien”. Así la elección se debe, en parte, a que son accesibles para todos, generando la paradoja de que terminan configurando su identidad en lugares que les son adversos; la diferencia centro-periferia genera rivalidad y marginación a aquellos que se encuentran por fuera del centro. Sin embargo, los jóvenes *hoppers* construyen significados en los sectores que les son adversos.

Doreen Massey dice al respecto que la geografía hace una diferencia social. Su frase “la geografía sí importa” (2005), alude a pensar en la influencia que existe sobre nuestras vidas la posición que se ubica dentro de las ciudades.

Así, el planteamiento sobre los jóvenes y el acceso a la cultura debido a la distancia a los centros culturales o educativos, es un planteo desprendido de su obra, que podemos transpolar a estas observaciones.

Si bien desde los *hoppers* se intenta tomar la ciudad, siempre su lugar se ubica afuera, es decir, en los bordes. Esos límites se franquean a partir del uso sistemático de lugares públicos que se encuentran en el centro, en edificios estatales y en el mismo Centro Cultural. De forma clandestina, legal, ilegal, a través de la mera ocupación o por métodos burocráticos, terminan tomando y al mismo tiempo, reformando los lugares que por ubicación geográfica o por condición social les son vedados.

Ese desarrollo desigual que analizábamos entre el centro y los barrios de Viedma, marca diferencia, marca una desigualdad entre los sujetos que habitan cada uno de esos sectores, pero también, y en el caso de Viedma, que no es geográficamente tan amplia, termina siendo de igual forma abordada y utilizada por los jóvenes *hoppers* de la periferia.

Por esto, los lugares que escogen tienen para ellos múltiples significados en tanto múltiples son los usos que le otorgan a esos espacios. De esta forma la ciudad se reconstruye a partir de sus miradas y de su andar sobre ella.

Podemos apreciar cómo se apropian de espacios, de palabras, de géneros, productos, paredes, porque a través de ellos producen identidad, ya que, como hemos visto, los lugares no

se generan a partir de lo estrictamente físico, sino a partir de las relaciones que allí confluyen, y son ellas mismas las que forman una identidad.

Las identidades, como las hemos abordado hasta el momento, no se forman por la relación que se tenga con el suelo, con el territorio, como se consideraba en las primeras etapas de la antropología, sino de las relaciones que se establecen entre los sujetos que se ubican en esos lugares y también con los que se ubican por fuera de esos lugares.

Esto implica una marca en la identificación de los *hoppers*, un ser con otros y ser en un espacio que los forma. En sus propias palabras surgen los lugares, espacios y los encuentros de manera sistemática, como ejemplos de dónde se juntan, pero también donde son, porque estar en esos espacios, con otros *hoppers*, los transforma en *b-boys* o *b-girls* o *MCs*.

Estas áreas de encuentro dejan de ser meros lugares físicos, para pasar a conformarse como lugares con sentido, con significados que los nombran y los marcan. “Estás acá y todos saben quién sos y qué hacés”.

Durante las entrevistas, los contactos entre los jóvenes que pasaban y los que se iban, modificaban la realización de las preguntas, porque muchas veces se sumaban otros *hoppers* a responder, o se acercaban a escuchar o interrumpían para saludar o invitar a los entrevistados a ir a practicar a otro lugar.

En cualquiera de sus actividades se evidencia que esos lugares son suyos, que se apropian de ellos y hacen ahí lo que les parece. Por eso, no sólo allí se juntan, sino que esos lugares son ellos. Como ejemplo, se puede observar la apropiación en la garita de la plaza San Martín, tanto como en el colegio 8 y en la Plaza Alsina -que es sólo un lugar de encuentro y no de prácticas-, a partir de la proliferación de *taggs*, *bombas*, *firmas*, etc.

Muchas veces, ante la pregunta sobre si graffiteaban o si practicaban letras, los jóvenes mostraban algún *tagg* que ya habían impreso sobre la superficie del lugar. Esa firma era una muestra de cómo habían hecho propio el espacio, la referencia inmediata de lo que hacían y de cómo transformaban el lugar. Y precisamente en ese acto mostraban, que ese lugar, en ese momento, significaba una parte de sí mismos.

Como contraposición a la idea de ciudad que expusimos de la modernidad, que perseguía un sentido de control y orden, lo que sucede realmente al construir ciudades, es la generación de una multiplicidad de relaciones y, por lo tanto, de identificaciones que se posibilitan en ella –porque al estar abierta, es pura posibilidad, la ciudad es posibilitadota. Esto provoca que, lejos del ordenamiento deseado, las ciudades se vuelvan caóticas, como producto de la superposición de diversas relaciones, acciones, acercamientos, distanciamientos, que transforman los lugares incansablemente (Massey, 2005).

Los lugares, entonces, no se relacionan con una superficie, sino que son un potencial geográfico de relaciones, y que cuando éstas se realizan, nace allí un espacio. Esto, ligado a la formación de identidad, demuestra por qué la formación de subjetividad no es estática y única,

sino mutable y diferente, como lo asume Hall (2003), porque los espacios quedan abiertos a diversas identidades, que se mezclan y se transforman, creando nuevas identificaciones a partir de esas interrelaciones.

Los saberes y los espacios de formación

En el *hip hop* el conocimiento se transmite entre los propios jóvenes, por lo que la introducción a las prácticas y el aprendizaje se produce entre los miembros del mismo grupo, generando un tipo de relación muy horizontal a la hora de aprender sobre *hip hop*.

A este respecto, no necesariamente los jóvenes más reconocidos o con mayor trayectoria son los que enseñan a los demás, sino que se puede aprender desde alguien que también se inicia, pero comparte lo que sabe, mostrando pasos y cómo se realizan, o bocetos y colores.

La horizontalidad y el compartir son dos realidades constantes en la actividad que se realiza entre los jóvenes *hoppers*. La relación con el grupo fomenta la dinámica de poner en común lo que se posee. En las entrevistas, aparece de manera frecuente que la inserción en el *hip hop* y en el aprendizaje de los pasos, graffitis, y canciones, se hace a partir del contacto con otros *hoppers*.

En otros lugares, como en las grandes ciudades, donde se encuentran *hoppers* con más trayectoria, éstos guían a los nuevos jóvenes que se introducen en el *hip hop*, ayudando en los conocimientos (Mingardi y otros, 2011). En Viedma, la mayoría recién se inicia, o posee una trayectoria muy corta –entre seis a cuatro años- lo que implica que no posean un gran conocimiento sobre los diversos *elementos*. Existe entre los jóvenes investigados una necesidad de conseguir referentes que posean mayor conocimientos sobre el rap, graffiti, y otros *elementos* para que los asesoren y oficien de jurados, especialmente, en las “batallas”.

Ante la ausencia de *hoppers* guías, los jóvenes procedentes de otras ciudades que acuden a las “batallas” u otras reuniones -en su mayoría desde Bahía Blanca, debido a su cercanía, pero también, aunque en menor medida, Neuquén, General Roca, Puerto Madryn, Cipolletti y Buenos Aires- son provistos de pasajes, alojamiento y algo de dinero para que participen en las actividades. Para conseguir el dinero o los pasajes acuden a organismos públicos como la Municipalidad, o se reúnen entre ellos para juntar la remuneración del invitado.

Para una competencia particular se consiguió un *DJ* de *hip hop* externo a los grupos locales pero éste no pudo llegar a la ciudad. Este hecho fue una decepción para los *b-boys* porque no existen muchos jóvenes formados para crear música con vinilos, y el evento se presentaba como la posibilidad de poder por primera vez inventar pasos sobre música improvisada. Esta exigencia provoca que se valore más el estilo y el tipo de *break* que se realiza sobre esas pistas, que posteriormente es mejor puntuado por los jurados.

Al no existir *DJs* en la ciudad de Viedma, en las “batallas”, contratan el sonido a una persona que conoce canciones de *hip hop* pero que no realiza *scratches*.

Los graffiteros, en cambio, no han realizado competencias. Esto se debe, según los entrevistados, a que no poseen el nivel suficiente y a que prefieren empezar por sólo mostrar sus trabajos. Igualmente han invitado a *writers* de otras localidades, para hacer trabajos conjuntos y que también han dejado graffitis por la ciudad, en lugares tomados sin permiso como clubes, o en paredones de vecinos.

La competencia en el *hip hop* es uno de los aspectos principales para ganar experiencia y reconocimiento. Además, los *hoppers* consideran que en el ambiente ganan respeto, y ser renombrado por otros es también un aditamento a la importancia de participar de las “batallas”.

En las organizaciones previas para “batallar”, los grupos se forman entre amigos o con otros *b-boys* o *b-girls* que conocen y que pueden estar en el mismo nivel de baile. También, en algunos eventos se ha observado que presentan grupos que bailan, o que presentan discos o nuevos raperos, además de *b-boys* de otras ciudades que, como destacamos, hacen presentaciones en momentos intermedios de las “batallas”.

El contacto con otros es la principal forma de inserción al *hip hop*, por lo que el grupo pasa a ser así el principal sostén para que se comiencen a insertar a la *cultura hip hop* y van a ser los otros, sus pares, los que transmitan los conocimientos, sus saberes sobre el movimiento, que luego es ampliado principalmente por medio del acceso a internet.

La necesidad de aprendizaje es primordial para poder desarrollar las habilidades. Además de la práctica, otra de las formas para avanzar es la guía de algún otro *hopper* con más experiencia que comparta sus saberes, de modo que los que se inician adquieran conocimientos.

De esta forma, se generan espacios de aprendizaje en donde los sujetos aportan cada uno desde su lugar, sus conocimientos para la inserción de nuevos integrantes, que son interpelados por los discursos que los acercan al *hip hop*, a partir de las enseñanzas de personas cercanas a su círculo social, aunque luego se aproximan a otros jóvenes que poseen una mayor trayectoria dentro de la *cultura*.

La incorporación al movimiento y su permanencia en él genera para los jóvenes un lugar de educación no formal, que surge y se sostiene por medio de discursos que circulan y proliferan en distintos espacios como los medios, los barrios, la comunidad, entre otros.

Los diversos espacios discursivos que producen los mismos *hoppers*, logran ofrecer a los sujetos que se acercan la posibilidad de insertarse socialmente y poder “funcionar”, es decir, ser parte de una formación social (Huerdo, 2006). Esta mirada a las prácticas de aprendizaje y a la circulación de los saberes en el movimiento de *hip hop* se aparta de la concepción hegemónica de educación derivada de las instituciones modernas como la escuela o la universidad, donde los saberes son los que una sociedad considera relevantes aprender y se trasladan oficialmente a partir de una estructura organizada, formada y estandarizada.

Es necesario comprender al movimiento de *hip hop*, sus prácticas y saberes, como un ámbito de formación de sujetos, es decir, como un espacio educativo. Pero para esto, debemos partir de comprender a la educación como una práctica de interpelación frente a un sujeto para que éste sujeto incorpore contenidos valorativos, conductuales o conceptuales, a partir de los cuales modifique su práctica y logre una transformación o una reafirmación de su conducta (Buenfil Burgos, 1993).

Es decir, las habilidades generadas dentro del *hip hop* son consideradas relevantes para los jóvenes estudiados, principalmente, debido a la posibilidad que estos saberes les brindan para ser incluidos en una esfera social cuyos discursos y valores consideran importantes y en los cuales se reconocen al momento de ser interpelados.

Esta interpelación implica, por parte de los jóvenes un espacio de comunicación (Huerdo, 2006) con el cual se sienten identificados, en este caso, con una construcción de identidad como *hoppers*, que se transmite en los discursos ligados a las rimas, los pasos de baile y los trazos del graffiti, los principales componentes que se enseñan en los espacios de encuentro de los *MCs*, *b-boys*, *b-girls* y graffiteros.

Modos de autonombrarse y reconocerse como jóvenes *hoppers*

La alusión a un nosotros en el discurso de los *hoppers* es constante; el grupo es una identificación que surge de *b-boys*, *b-girls*, graffiteros y raperos, todas las veces que hablan sobre sí mismos.

Esta idea de unión se conforma también como una contraposición a algunos otros, porque como lo analiza Hall (2003), la identidad es relacional, se produce junto a los demás, y como nos relacionamos con diversos sujetos, las identidades o formaciones subjetivas son múltiples, no únicas o estáticas.

En el *hip hop* de Viedma, los jóvenes configuran sus acciones y se las apropian, constituyéndose así un “yo” que los une a un “nosotros” y, al mismo tiempo, los contrapone a un “otro” (Giménez, 1981), sobre todo cuando se llevan a cabo algunas unas actividades específicas.

La particularidad de la formación de subjetividad de estos jóvenes es que la misma se produce dentro del *hip hop*, anclando allí su espacio más importante de formación identitaria, quizás debido a que muchos no proceden de familias nucleares tradicionales, además de no participar del sistema escolar o no formar parte regular de dicho espacio –muchos de ellos no asisten a clase, aunque están anotados en escuelas.

De esta forma, la pregunta sobre la identidad en estos grupos es fundamental para reconocer esos espacios donde se conforma un nosotros, fuera de los sistemas tradicionales propios de la modernidad.

Para pensar la juventud tendremos en cuenta los aportes de Reguillo (2000) quien la entiende como un momento de formación fundamental en la vida de los sujetos y en su desarrollo como sujetos. Sin embargo, debemos considerar que esa formación no se genera desde un solo ámbito, lugar o institución, reduciendo la juventud a un aspecto limitado -como pudo ser la vinculación con la política o el activismo social en las décadas del '60 y '70- sino que conforman su identidad desde diversos espacios

Debido a estas diversas influencias que atraviesan al sujeto, podemos hablar de las distintas formas de ser joven, por lo que consideraremos hablar de juventudes, contemplando en este término todas las formas posibles de plantearse como joven, evitando reducir la noción de lo juvenil a una sólo forma o manera, sino aceptando su diversidad.

Entre estos aspectos podemos considerar a las denominadas culturas juveniles, que agrupan a distintos jóvenes no resumidos a una concepción etaria, sino que deben su condición a una autodenominación, o sea, a una percepción de ser joven más que a una determinación biológica.

Es así como se vuelve necesario considerar los planteos sobre ser joven tienen distintas aristas, que son necesarias tener en cuenta al pensar hoy la juventud.

La unicidad no es posible ante la dispersión con la que nos encontramos y de ahí la necesidad de pensar movimientos particulares, considerando las características de cada lugar y las diferenciaciones que encontramos en cada agregación, como sería en este caso, las variaciones dentro del mismo *hip hop*.

En las entrevistas, la pregunta sobre lo juvenil se vincula con la idea de que ser joven significa divertirse, pasarla bien, disfrutar. También se identificaron como jóvenes, sin mencionar por esto la edad, sino que destacaban que su condición de jóvenes depende de esta actitud de disfrute de la vida y del tiempo libre.

Igualmente, se plantea la necesidad de una búsqueda, de probar, de distinguirse y de tener ciertas responsabilidades, sin especificar cuáles, aunque algunos destacaron el estudio. Pensar la juventud, desde su perspectiva, implica entonces el ocio, aunque limitado a algo que “se tiene que hacer”, como una obligación o responsabilidad.

En las notas de campo, también se advertía esa necesidad de pasarla lo mejor posible. En las observaciones, se señala muchas veces que en las batallas los jóvenes se divierten, que la búsqueda gira sobre tener la oportunidad de hacer lo que más les gusta.

Ante la pregunta sobre qué les llama más la atención sobre el *hip hop* – si bien la mayoría lo conocía por los medios masivos de comunicación- todos mencionan que ver bailar a otros fue lo primero que los indujo a ingresar en un grupo donde se enseñaba a realizar los pasos. Muchos también se involucran por medio de amigos, pero, gracias a la televisión, varios entrevistados poseían más información relativa a la música y al *breakdance*, como parte del *hip hop*.

Desde ahí, desde su introducción al grupo, comienzan a incursionar en las demás prácticas, por lo que muchas veces, *b-boys* y *b-girls*, son además raperos o graffiteros. En estas decisiones se demuestra la versatilidad de cada uno, además de sus inclinaciones desde lo personal.

Estas posibilidades implican que los roles no sean estáticos, ya que si bien ingresan por una práctica, avanzan muchas veces hacia otras, y la toman posteriormente como un anexo a lo que les interesa. Esta apertura es un aspecto interesante ya que muchos toman desde allí un estilo de vida, sea con la organización de eventos, la conexión con el baile o con otra veta artística por medio del graffiti.

Al entrevistar a *hoppers* en distintos momentos de su vida, las respuestas en las entrevistas marcan un alejamiento o una merma en la actividad realizada, debido a situaciones diversas en sus vidas personales, como empezar a trabajar o ser padres.

El alejamiento debido a nuevas actividades y responsabilidades, refuerza la idea de que el movimiento *hopper* es propio de la juventud, y que el límite trazado por ésta es el acceso al ámbito laboral o la maternidad/paternidad, siendo entendidas estas, en sus palabras, como aspectos de la adultez y que implican otras posturas en sus vidas.

Esto refuerza algunas ideas de que juventud se vincula al tiempo libre u ocio (Margulis, Urresti, 1994) pero se puede observar que, a pesar de los nuevos compromisos, siguen en parte vinculados al *hip hop*. Muchas jóvenes madres, siguen graffiteando, de forma esporádica y legal, y algunos jóvenes comentan que en su casa sólo se escucha rap, por lo que de algún modo, no se distancian totalmente de las prácticas que adoptaron. En las entrevistas, la noción de que el *hip hop* es un estilo de vida, se ligaba a esta idea de que a pesar de no poder continuar con la *cultura* de manera total, sí se puede seguir conectado al movimiento a partir de lo que se escucha o de una participación en la organización de eventos o como simples espectadores de “batallas” o espectáculos.

Otros modos de reconocimiento: la música y la vestimenta en la construcción de un estilo

La vestimenta en el *hip hop*

En el imaginario social que se construye habitualmente en torno a la identidad *hopper* emerge frecuentemente, en relación con la vestimenta y el peinado, un estilo juvenil uniformado y homogéneo. Sin embargo, en el proceso de esta investigación ese estilo se fue desnaturalizando y se pudo apreciar que la construcción identitaria a través de la vestimenta guarda rasgos locales propios dentro de un repertorio amplio de variables, que acompañan o colaboran a la construcción de un estilo personal.

Para poder efectuar pasos complejos, se necesita un tipo de vestimenta especial, en general deportiva, que hace también a la estética del *hip hop*.

Como ya destacamos, los pantalones anchos es el principal emblema de esta *cultura*, pero la indumentaria amplia en general, como camperas, remeras, buzos, entre otros, es la marca distintiva de los *hoppers*. A esto se le suman gorros con viseras, pañuelos en la cabeza y zapatillas de gran tamaño, preferentemente de marca.

La posibilidad de movimientos más cómodos debido a la ropa ancha, es una de las característica del por qué eligen este tipo de vestimenta. También las gorras o pañuelos ayudan a

apoyar la cabeza cuando se realizan *head spins*, así que las utilizan porque amortiguan el peso del cuerpo y porque con ese apoyo se gira más fácilmente.

Aunque esto es una marca distintiva en los *hoppers*, la mayoría de los jóvenes del grupo no se viste de esta forma. Muchos de ellos, incluso, aclaraban que no era imprescindible vestirse de determinada forma para ser parte de la *cultura*. Un rapero entrevistado planteaba que la vestimenta no era importante en lo absoluto y elegía utilizar indumentaria que podría usar “cualquier chico”, como jeans. Durante las observaciones se podía registrar a muchos chicos y chicas que eran parte del *movimiento* pero no utilizaban la vestimenta que el estereotipo de *hiphoppero* utiliza. De hecho, la mayoría no usa pantalones anchos y remeras amplias, sino *joggings* de tamaño adecuado a su cuerpo.

Ante la pregunta sobre la indumentaria la respuesta generalizada era que no es importante la forma de vestirse para ser parte del *hip hop*, sino que para ser *hopper* se debe practicar una de las actividades que mencionan como los *elementos*.

Por lo tanto, una de las cosas que caracteriza a los jóvenes que practican *hip hop* es sólo la capacidad de realizar alguna práctica, ya que su estética es equiparable con la de cualquier otro joven que no esté dentro del “ambiente”.

A pesar de esto podemos mencionar que los *hoppers* sí poseen un cuidado en el aspecto físico, en el que muestran determinadas características como el uso de *piercings*, tatuajes, estilos de peinados diversos con mechas de colores, desteñidos, rapados, o crestas; todos estilos que podrían ser considerados tanto de una cultura juvenil como de cualquier otra. En este grupo no se puede determinar un estilo propio, uniformado y homogéneo propio del *hip hop*, en relación con la vestimenta y el peinado, sino que se pueden apreciar rasgos dentro de un repertorio amplio de variables, que acompañan o colaboran a la construcción de un estilo personal.

En este sentido, se puede observar un cuidado por lograr una apropiación del cuerpo en particular, en tanto que se interviene con la intención de modificarlo, en parte, para generar algo distinto y propio. Esto aparece como una contradicción a lo expresado en las entrevistas sobre la vestimenta, aunque como la pregunta se realizó explícitamente sobre la apariencia del *hip hop*, quizás las respuestas sólo hayan girado sobre el universo estético y simbólico de esta práctica, que como ya mencionamos, se caracteriza por la ropa ancha y gorras como accesorios. Sin embargo, las transformaciones del cuerpo parecen estar presentes en todos los casos, algo que los vincula más a otros jóvenes que a la práctica del *hip hop*.

Esta transformación corporal del cuerpo es analizada por Chomnalez (Chomnalez, 2013) como la creación por parte de los jóvenes de un plano simbólico, en donde lo corporal pasa a ser una presentación ante los otros de una forma de pensar o de un estilo de vida, a partir

de tatuajes, emblemas y extensiones en las orejas o la perforación. Así, el cuerpo es el lugar de la osadía, del temor, del deseo, y también del consumo.

A través de la creación de un cuerpo que se atavía y que se muestra –por medio de tatuajes, *piercings* o peinados, en el caso de los *hoppers*-, se genera también una identificación con un grupo, pero, por sobre todo, con una forma de pensar, porque se dice desde lo que se exhibe, desde lo que se proyecta ante los demás.

La importancia de lo estético, entonces, aparece siempre en la dedicación que se observa en formar una apariencia particular, tanto por los peinados como por la elección de indumentaria o de tatuajes y aros. Si bien no hay un uso de ropa ancha, sí se puede mencionar una clara preocupación por la apariencia.

Recurriendo a la noción de estilo propuesta por Mariana Chaves (2010), las características de elección, de cómo mostrarse a los otros evidencian una forma de ser y pensar, pero además de generar una pertenencia con un grupo. El estilo está formado por una suma de objetos, prendas, por maquillaje y peinados que crean una imagen particular.

Los estilos son también entendidos como estilos de vida, es decir, un conjunto de modas, actitudes y consumos que representan una manera de vivir, que asimila al individuo a un grupo en particular, con el que comparte ideas y gustos (Rocchi, 2002). La conformación de estilo se observa en subculturas que adhieren a una manera de consumir, de hecho, este es un concepto preponderantemente ligado a las formas de consumo y de creación de identidad en la posmodernidad (Rocchi, 2000), que a partir de la globalización, promueve diversidad de identidades, ya no ancladas en lo étnico o la clase social, sino en las elecciones que se realizan entre diversas opciones que ofrece el mercado.

En el caso de los jóvenes *hoppers* podemos destacar una manera particular de vestir, peinarse, moverse, que conforma un aspecto representativo, pero que no es la forma estereotípica del *hip hop*, sino que podríamos destacarlo como un estilo propio de jóvenes que son alternativos desde sus estéticas. Desde su esmerado *look*, estos jóvenes buscan una manera particular de mostrarse a los demás y de representarse entre ellos mismos, una forma de crear identidad a partir de lo que eligen usar y consumir.

Entre sus formas de lucir, se encuentran, por ejemplo, las crestas, que se podrían adjudicar a los *punks* o las rastas propias de los *raggamuffers*, son también adoptadas por los jóvenes del *hip hop*, creando un estilo propio, que no necesariamente condice con lo que se impuso desde Estados Unidos, que era el tipo de vestimenta de los afroamericanos de barrios populares. Sí se evidencia una necesidad de distinción y una creación de un estilo propio que los

distancia de otros grupos o jóvenes, como los que ellos denominan “chetos”, a partir de vestirse con ropa diferente.

También en los gestos y en la forma de caminar se marca una diferencia, sobre todo en los hombres. Un ligero vaivén al momento de moverse y algunos movimientos de manos son característicos del *hip hop*, aunque esto no se observa tanto en la cotidianeidad de los sujetos, sino en los momentos de estar en las “batallas”, ya que allí se utilizan los códigos característicos de la *cultura*, como los movimientos enérgicos de manos hacia arriba y hacia abajo al compás de la música.

Las tendencias que crea el *hip hop* con su estética se impone como moda y es así como se puede observar que muchas marcas internacionales producen accesorios e indumentaria para los *hoppers*. En este aspecto, otra vez nos es difícil clasificar al movimiento como contrahegémico o contracultural, ya que muchas veces se hace uso de marcas como Nike o Adidas para armar un *look hopper*.

A la vez, las grandes empresas actualizan sus productos, captando tendencias sociales. Firmas como Nike observan y analizan a jóvenes que realizan algunas actividades de *hip hop* para emular la vestimenta y lanzar posteriormente esta estética al mercado (Klein, 2001) que luego puede ser adoptada por otras personas para generar una apariencia similar al *hip hop* y, así muchas veces la estética termina siendo un emblema de una marca más que de una cultura juvenil.

En este aspecto se puede apreciar el consumo y al mercado, que, en términos de García Canclini (1999) se conjugan para unirse a la cultura y así seguir reproduciéndose, a través de las modas y de la circulación entre los consumidores.

Sin embargo, como ya mencionamos, muchos jóvenes entrevistados expresan que no es necesario tener determinadas zapatillas o pantalones para ser parte de la *cultura*, sino que lo importante pasa por sentirse “parte del *hip hop*”, hacer de eso “un estilo de vida”, a través de la práctica de algún *elemento* y de escuchar música rap.

Algo similar sucede en el graffiti, ya que en sus inicios, muchos graffiteros adaptaban los aerosoles para poder realizar sus piezas, *taggs*, *bombas*, entre otros, pero con el transcurso del tiempo, muchas marcas adaptaron los picos de las latas o produjeron aplicaciones para las mismas. A pesar de esto, en las entrevistas, los jóvenes comentan que adaptan los trazos a partir del uso de capuchones de biromes, telas, cintas y demás elementos para poder lograr una salida deseada de la pintura.

A nivel mundial, luego del aumento paulatino pero constante de los graffitis, se lanzó al mercado una marca denominada Tramontana, diseñada especialmente para graffiteros, con una

mayor variedad de válvulas y colores, comparada al promedio de empresas que producían pinturas en aerosol.

Todo esto indica que desde los centros de poder económico y social se realiza una observación de la producción de las culturas juveniles, para poder adaptar las creaciones de estos jóvenes al sistema, reconociendo tendencias y usos que se efectúan en diversos sectores sociales.

La adaptación de productos y de servicios para los jóvenes es cada vez mayor, desde bandejas, discos y auriculares, para los *DJ*, hasta líneas de aerosoles y picos para graffiteros, pasando por vestimenta como pantalones, remeras anchas, viseras, gorros, etc., que son específicos para hacer algunos trucos de *breakdance*.

Marcas como Motts, Roxi, Converse, producen principalmente indumentaria para que sean consumidas por estos jóvenes.

En estas marcas podemos observar cómo el mercado utiliza nuevas oportunidades para introducirse en el consumo juvenil para seguir reproduciendo un lugar de poder y mantener, en términos de De Certeau (2000) un lugar propio, es decir, seguir fijando las reglas¹⁵.

Esto nos lleva a pensar que la expansión del sistema capitalista le dedica un lugar muy importante a los jóvenes como sector social, en tanto los supone como los primeros consumidores, tal como se manifiesta en los inicios de la interpretación de la idea o concepto de juventud, en donde se menciona el surgimiento de este sector en relación a su capacidad de consumo (Reguillo, 2000).

La conveniencia del mercado de pensar en los jóvenes de esta forma, se manifiesta en la cantidad de productos surgidos de la observación de sus prácticas, que muchas veces nacen como contrahegemónicas, pero que terminan siendo absorbidas por la lógica capitalista. En este aspecto, es De Certeau quien afirma que no se dejan de ver consumidores (2000) en cualquier hecho social que surja.

De esta forma, no se puede afirmar, como se hace en algunos casos -Moraga González y Solorzano Navarro (2005), Garcés Montoya y Medina Holguin (2010)- que el *hip hop* sea un movimiento contestatario, ni que se oponga a la autoridad, las leyes o el mercado, sino que toma algunos aspectos y rechaza otros, y muchas veces termina siendo absorbido por las lógicas mercantiles.

Los jóvenes y la música

¹⁵ Esto concuerda con algunos aspectos de la reproducción de poder que sostiene M. Foucault (1990) en las tecnologías que se aplican para la perpetuidad de la detención del poder y que analiza en parte De Certeau.

Un aspecto similar a la vestimenta se puede observar en la música, muchos *hoppers* escuchan diversos estilos musicales no limitándose al *hip hop* sino que muestran una gran heterogeneidad, en función de lo que escuchan en distintos momentos y según lo que les interesa dentro de su propia práctica. La elección musical genera también un estilo, desde lo que se baila o lo que se crea como raperos, generando una variedad, que, lejos de expulsarlos de la práctica, los enriquece para desarrollarse dentro de ella.

La música que escuchan los jóvenes estudiados es producto de las grandes compañías discográficas, sobre todo la que se utiliza para las “batallas”, que tienen una lógica comercial, es decir, que buscan un éxito en ventas y se reconoce entre los *hoppers* como el *hip hop* popular. Este es el estilo más reconocido, y tiene como representantes a Snoop Dog, Eminem, o bandas bien populares como Beastie Boys y Black Eyes Peas.

Ante la pregunta sobre qué escuchan, los jóvenes mencionaron diversos grupos y bandas. Otra de las características es que la música que consumen es de distintos estilos, es decir, que no se resume al rap, sino que es muy amplia. Se destaca la bachata o la salsa en algunos casos, como también el rock nacional o internacional, funk y *reggaeton*. La respuesta de muchos raperos fue que al escribir música, escuchar diversos estilos los inspira para hacer cosas distintas.

En el *breakdance*, la distinción se da por los sonidos que se usan en las “batallas”. Allí, los *b-boys* y *b-girls*, distinguen la música de “batalla” porque es más rápida, sin mucha letra, y no necesariamente debe venir del *hip hop*. En muchas competencias observadas se utiliza funk e incluso música pop para bailar y mostrar pasos.

En cambio, el rap conciencia es lo que más destacan en las entrevistas, con el estandarte de Natch Scratch, el grupo español, que es el mayormente mencionado por sus letras –ellos dicen “líricas”- con una fuerte carga política en sus contenidos.

La escucha de rap conciencia siempre es en español para poder entender las letras y saber qué dicen los raperos que escuchan. Esto es lo que más les interesa del *hip hop* y lo que seleccionan para escuchar, pero no siempre pueden encontrar la música que desean por las dificultades que surgen para conseguirla. Muchas de las bandas no editan discos en el país, y si lo hacen, no llegan a la ciudad, por lo que consiguen canciones que circulan en internet, o porque sus amigos o conocidos les acercan CDs grabados. También los *hoppers* que vienen de otras localidades les acercan música para poder conocer más del movimiento y de lo que se escucha en el ambiente *hip hop*.

Uno de los aspectos relevantes es reconocer que los grupos viedmenses no toman los aspectos de este movimiento musical de manera absoluta y acrítica, emulando lo que consumen de los medios de comunicación principalmente norteamericanos, sino que actualizan los parámetros del *hip hop* a través de sus prácticas.

A partir de conocer qué realizan dentro del *hip hop* se pueden registrar las recreaciones, reinterpretaciones y revalorizaciones que los *hoppers* viedmenses efectúan sobre una forma cultural norteamericana. Esto se analiza desde el filósofo Michel De Certeau (2000) con su concepto de poética, que define como la capacidad de comprender las actividades humanas como una posibilidad de invención y de creatividad; concibiendo las prácticas cotidianas no como una mera reproducción sino que, hasta la más rutinaria de nuestras realidades, se imprime por la propiedad humana de la singularidad y distinción.

Por eso, al reconocer al *hip hop* sólo como un producto norteamericano no se comprenden las posibilidades que poseen estos jóvenes de realizar una apropiación y, en ese sentido, diferenciarse en sus prácticas.

A través del trabajo se ahondó sobre la capacidad de reinención de la práctica que poseen estos jóvenes y la propia adaptación del *hip hop*, que se producen para “renovar al movimiento” según sus palabras, y para crear algo propio, que pueda ser reconocido como *hip hop* argentino.

Entre las características a destacar podemos mencionar que uno de los principales aspectos de la formación de la *cultura* en Argentina es la creación de sus propios temas de rap en castellano, con utilización de los modismos del español argentino. En esto se puede demostrar, en parte, la propia impronta que ejecutan sobre el *hip hop*.

Para pensar la *cultura hip hop*, en un principio esta investigación se centró en la música o la vestimenta de estos jóvenes, ya que es lo que más la representa globalmente. Pero a medida que se profundizaba el trabajo de campo, advertimos que estos aspectos no son centrales en el *hip hop* viedmense y al momento de sentirse un *hopper*, o parte del movimiento.

Por esto, la centralidad del *hip hop* se constituye en la práctica de alguno de sus *elementos*, aunque no podemos ignorar o dejar de lado la implicancia de las generalidades, representadas en la mencionada música rap o en la indumentaria, factores que, como vimos, están plenamente ligados al consumo y al mercado.

Esas características se han convertido en símbolos que caracterizan al *hip hop* en cualquier parte del mundo, códigos “juveniles” que hoy se ligan a la industria, que encargada de la circulación y distribución de ciertos mensajes, tiene como fin crear consumidores que se identifiquen con el universo simbólico ofrecido.

Sin embargo, y a pesar de que muchos jóvenes *hoppers* sigan estas tendencias de la *cultura*, y que gocen de la posibilidad de convertirse en compradores de estos productos, el *hip hop* en su generalidad no se desarrolla en las esferas más beneficiadas económicamente de la sociedad, por lo que el consumo muchas veces pasa a un segundo o tercer plano. Así, nos

encontramos en una paradoja, porque se constituyen a través de bienes culturales que son consumibles, pero a los que muchas veces no pueden acceder.

Ahí es entonces, cuando surge la estrategia, la posibilidad de generar nuevos espacios y formas y de autodefinirse escapando a las lógicas del mercado y pensando desde la propia. Se puede “piratear” música, se pueden grabar CDs de otros compañeros, se puede comprar ropa más grande, se pueden usar remeras en la cabeza para deslizarse mejor, y no consumir lo que el mercado brinda, pero seguir siendo *hopper*. También, se puede pensar que no es necesaria la ropa o determinado tipo de música para sentirse parte del ambiente, porque la constitución identitaria termina siendo algo más fuerte, algo que implica un “yo soy”, un decir y actuar, y no una estética o una fijación musical.

Ser *hopper* será entonces una determinación personal además de vincular, porque también estar con otros es la forma relacional que les otorga una identidad (Hall, 2003), que no se constituye en una apariencia sino en un decirse y en un ser dicho, en un discurso y un lazo donde se forma subjetividad. Esta posibilidad de ser *hopper* más allá del consumo, los aleja de una lógica puramente mercantil, aunque no los ubica por entero en un movimiento contrahegemónico, ya que, como vimos, se constituyen como consumidores de lo que les ofrece el mercado sobre el *hip hop*.

CAPÍTULO 6

La dimensión del poder y las resistencias

La relación con el Estado y las organizaciones

La particularidad de la ciudad como capital, como ya vimos, da un rol de relevancia al Estado, figura preponderante al momento de pensar desde los *hoppers* subsidios o recursos para financiar ciertos eventos. Esta relación, si bien no es estrecha, liga a la *cultura hip hop* con diversos sectores políticos y también, por momentos, con organismos a los que son derivados, como veremos a continuación.

La diferencia con lo que establece el imaginario sobre *hip hop* como contracultura, ya expuesto en investigaciones latinoamericanas, se remarca principalmente en Viedma, donde, si bien existen términos de oposición y crítica al Estado y la política en general –como analizaremos en el apartado Canciones- se generan vínculos de necesidad, desde las peticiones y los reclamos que efectúan los jóvenes.

Un ejemplo de esto puede ser los preparativos para poder recibir a *hoppers* de otras ciudades, algo que se logra solventar con las peticiones a distintos organismos, desde entidades estatales y organizaciones no gubernamentales, como el caso de la Fundación Creando Futuro (ONG), hasta juntas vecinales.

A estas colaboraciones debemos agregar que la sección de Juventud del Ministerio de Acción Social de Río Negro, en diversas ocasiones ha ayudado a los jóvenes *hoppers* realizando cursos de *breakdance*, en barrios de la periferia y en unos pocos espacios céntricos, siendo contratados *b-boys* y *b-girls* generando una salida laboral para enseñar la práctica y fomentando además la difusión de la *cultura*.

Esta ayuda se relaciona claramente con la condición de capital de la ciudad, ya que alberga todos los organismos públicos de la provincia, y la población casi en su totalidad depende de trabajos administrativos. La preeminencia del Estado como un actor público relevante es lo que también explica su incumbencia en el *hip hop*. Desde las diversas gestiones estatales se ofrecen cursos o lugares para que los jóvenes practiquen o realicen eventos y colaboran, como ya mencionamos, en la provisión de pasajes o dinero para los *hoppers* que se acercan desde otras ciudades.

Si bien la asistencia gubernamental surge a partir del acercamiento de los jóvenes y de su demanda explícita ante autoridades, es el Estado el que proporciona en algunos momentos posibilidades para la práctica del *hip hop*¹⁶.

Sobre las resistencias y la contracultura

Esta característica demuestra la diferencia y particularidad del *movimiento* en función del lugar en que se desarrolla, ya que, mientras en otras investigaciones (como las de Garcés Montoya y Medina Holguin, Kunin y Moraga González y Solorzano Navarro) se menciona al *hip hop* y los jóvenes que los practican como una contracultura o una forma de oposición al poder con autonomía de los organismos estatales, aquí se observa cómo se vinculan con el Estado y ciertos organismos para poder alcanzar sus intereses.

El *hip hop* viedmense no se auto representa como contrahegemónico, sino que se alía con diversos sectores de la sociedad (como las Universidades, el Municipio, las ONGs, etc.) para conseguir lo que necesitan y así seguir con sus prácticas.

Por lo tanto, podemos demostrar que existen aspectos particulares del *hip hop*, según el lugar donde éste se ubica. Así, se puede observar que no se constituye como un movimiento de protesta en los lugares donde surge como cultura juvenil, sino que adopta distintos aspectos según donde se practica.

Con todo, las canciones siguen la línea de demostrar disconformidad y crítica al sistema, como oposición a lo que consideran injusto, algo que aparece en las canciones de rap principalmente, pero que también se plasma en las entrevistas, como cierto rechazo a situaciones de discriminación y de segregación por la procedencia barrial.

Prácticas dentro del *hip hop*

Todos los caminos personales que los jóvenes estudiados van transitando a partir de su acercamiento al *breakdance* en el *hip hop*, tienen la marca de su noción sobre lo que es la *cultura*. En sus pasos se imprime la particularidad de lo que les interesa del *movimiento*.

¹⁶ En una entrevista, una *b-girl* estaba interesada en lograr que el Concejo Deliberante declarase de interés al *hip hop* para poder así conseguir más espacios, subvenciones, subsidios, espacios de práctica.

En los últimos años se ha observado una creciente profesionalización de la actividad, ya que se han abierto talleres y existen escuelas en grandes ciudades, a las cuales incluso acuden algunos *hoppers* de Viedma. La más cercana está en Bahía Blanca y depende de un Instituto de danza, con lo que generan, tanto los *b-boys*, como las *b-girls*, a partir de esta práctica una disciplina de estudio y una carrera en función a sus gustos.

A partir de allí, los *hoppers* crean nuevos pasos, dinámicas e incluso mezclan el *break* con otros estilos de danza nacionales, sobre todo el tango, que luego muestran en “batallas” o en coreografías que crean para eventos tanto propios como de aquellos a los que acuden porque los contratan para la animación.

Esta apertura de las actividades son las que llevan a pensar que sus apropiaciones no son totalmente acríticas. Los entrevistados asumen que las letras deben versar sobre problemas “de acá”, de situaciones particulares sobre la realidad del país o de la ciudad y, si bien reconocen que la característica de las letras críticas del *hip hop* surgieron sobre la realidad discriminatoria que vivían los afroamericanos en Estados Unidos, rescatan la posibilidad de hacer un “rap conciencia”, teniendo como referencia la realidad inmediata.

Si bien esta “cultura” proviene de Estados Unidos, siendo a partir de ese país desde donde provienen las principales influencias para la reproducción del género, que se manifiesta en música, bandas de músicos, videoclips, películas, revistas, discos, en Viedma –como en otras ciudades- se generan nuevas bandas, videos y demás, utilizando sus propios conocimientos para generar sus proyectos.

Por esto, ante la pregunta de qué significa el *hip hop* para ellos, los jóvenes contestan que es una forma de expresión, un estilo de vida, que les ofrece herramientas –música, baile, graffiti, rap- para poder decir lo que piensan o sienten; es una forma de exteriorizar lo que piensan a través de estas actividades, que las toman como algo que influye sobre todas sus actividades, de ahí que las definan como un estilo de vida.

El uso, la utilización de lo que ofrece la *cultura hip hop* es una manera, una nueva forma, algo dispuesto para ellos a fin de poder tener un recurso con el cual poder manifestarse y plasmar sus opiniones.

Para el filósofo Michel De Certeau (2000), es necesario pensar el consumo desde otra lógica, no la de la mera reproducción, sino como una acción a la que recurren los consumidores para poder generar un espacio propio. Entonces, se entiende la posibilidad de analizar los tipos de consumo como:

“La "fabricación" por descubrir es una producción, una poética; pero oculta, porque se disemina en las regiones definidas y ocupadas por los sistemas de "producción" (televisada, urbanística, comercial, etcétera) y porque la extensión cada vez más totalitaria de estos sistemas ya no deja a los "consumidores" un espacio donde identificar lo que hacen de los productos” (De Certeau, 2000: XXXV).

Este reconocimiento de la idea de poética, como la posibilidad de hacer a través de la creación, es aplicada por De Certeau a dos aspectos sociales que son particularmente importantes: por un lado, el aspecto del consumo, y por otro, las poéticas del espacio.

Con respecto al consumo, podemos afirmar que el principal referente al momento de hablar del *hip hop* son los medios de comunicación. En el párrafo del autor destacado más arriba, se nombra esa producción televisada como el sistema totalitario por excelencia a través del cual la información llega a los sujetos. Este totalitarismo implica, para De Certeau, la imposibilidad de observar qué realizan los consumidores con aquello que reciben.

Los inicios del *hip hop* en Argentina¹⁷ estaban totalmente capitalizados por la televisión, pero actualmente es internet la herramienta que ocupa ese espacio de consumo para los jóvenes. Desde ahí surgen nuevas comunidades, convirtiéndose en la plataforma donde poder estimular sus prácticas. Este es uno de los espacios donde se puede identificar qué hacen los usuarios con los productos, como lo demanda De Certeau en el párrafo citado, y es un aspecto que se desarrollará en los próximos capítulos.

En este aspecto, tanto el consumo como el uso del espacio –en este trabajo entendemos a internet y las redes sociales como un espacio¹⁸ –, no implican una mera reproducción del *hip hop* como una práctica impuesta, ligados a la manipulación por su influencia económica sobre países menos “desarrollados”. Tampoco podemos aducir que sea una creación total desde la producción juvenil del lugar o que haya una total reinterpretación de la *cultura hip hop*, pero sí podemos reconocer que existen líneas generales dentro de sus prácticas –los *elementos*, las denominaciones en inglés, por poner ejemplos- como también diferencias que se apoyan en características de quienes las apropian –como el rap conciencia, que refiere a problemas nacionales.

Haciendo referencia al texto de Giménez *Identidades en globalización*, (Giménez, 2003) podemos refutar con estos ejemplos la visión de algunos teóricos de la comunicación que

¹⁷ En la investigación sobre la incursión del *hip hop* en nuestro país este era el medio mayormente mencionado.

¹⁸ Ver “Uso de los espacios” y “Uso de los medios”.

advierten sobre la globalización expandida a través de los medios. Recordando el acercamiento al *hip hop* gracias a la televisión y luego por internet, podemos observar que la interpretación de las diversas prácticas del movimiento no son iguales ni estandarizadas sino que “adquieren un sentido localmente contextualizado” (Giménez, 2003; 5).

Cada grupo las reinterpreta y le imprime sus particularidades, desviándose de la creación inicial. También, en el transcurso de la inserción en la *cultura*, interviene la influencia de amigos y parientes. Es decir, el sujeto no sólo es atravesado por los medios, que si bien tienen relevancia en estos términos globalizantes, no son absolutos.

En efecto, como ya destacamos, las entrevistas arrojan en su gran mayoría la importancia de conocer a un amigo o familiar que practicaban *break*, rap o graffiti al momento de que el joven se insertara en alguna de estas actividades.

De este modo, pensar lo global en función de la identidad nos lleva a reconocer, al menos en este caso, que no existe la homogeneidad y la reproducción de la cultura sino más bien las mediaciones y las resignificaciones en los procesos. Con referencia nuevamente a Giménez, el mero consumo de productos mundiales –en este caso la música *hip hop*, la ropa ancha-, no implica que estos sujetos se conviertan en partícipes de una cultura mundial y global. Pero sí podemos afirmar que forman identidad a través de ella. Esto es así porque a partir de los “repertorios culturales”, estos jóvenes conforman representaciones, demarcan fronteras y se distinguen de otros (Giménez, 2003). La identificación se consume en el grupo, que contiene las prácticas comunes, que son principalmente la música y ciertos códigos sólo entendibles dentro de su contexto grupal, como el concepto de “batallas”.

A pesar de esto, a través de las entrevistas y las observaciones realizadas, se puede destacar que en los jóvenes viedomenses no existe una sola identificación vinculada al *hip hop*. Muchos se relacionan con las artes plásticas por medio del graffiti o de diversos tipos de música, como también de distintas prácticas deportivas que los ligan con otros espacios generadores de identidad. Es necesario entender, entonces, a las identidades como dinámicas, atravesadas por diferentes discursos, que ubican a los sujetos dentro de diversas identificaciones, que no debemos entender como fragmentados, sino, como lo define Giménez, como “multidimensionales”.

En términos de S. Hall (2003), la identidad no es algo total o acabado, sino que posee divergencias, contrararas, la diferencia, lo distinto, esto define al mismo proceso de formación subjetiva, que nunca está por completo acabado. La identidad, por tanto, no es única ni estable, sino que es la unión de todos esos discursos que atraviesan al sujeto y que lo forman. Es entonces la oposición pero también es lo que lo conjuga, no sólo la contraposición con otro, sino

lo que ese otro también forma en el propio sujeto, por lo que el mismo otro está dentro de la subjetividad, ya que es parte de la propia producción identitaria.

La característica común entre estos jóvenes es que el *hip hop* es para ellos lo más importante y esto se plasma muchas veces en actitudes corporales o en modos de decir, además de en la elección de los grupos de amigos, que suelen ser principalmente del ambiente *hopper*.

La identidad como *hopper* se construye a partir de la posibilidad de que se constituyan diversos aspectos. Uno de ellos son los saberes, es decir, la capacidad que posee cada joven para conocer sobre su práctica, y sobre el *hip hop* en general, es lo que construye una identidad que los aproxima al grupo. Si bien no es necesario saberlo todo sobre el *break* o el *graffiti*, es imprescindible poseer un conocimiento básico desde donde realizar alguna actividad dentro de los *elementos*.

Esos saberes particulares son los que los acercan a otros jóvenes que se encuentran desarrollando diversas actividades *hopper*, y que los vinculan. A partir de lo analizado, podríamos mencionar a los saberes como el lazo primordial para crear identidad, porque esto los acerca a los demás jóvenes que considerarán sus pares. Esta característica es primordial porque, como destacamos, la identidad es relacional, es decir, se construye con otros. La relación con el grupo de compañeros y amigos, es para los jóvenes el factor preponderante al momento de pensarse como parte del *hip hop*, y al mismo tiempo del saberse jóvenes, ya que una de las respuestas principales sobre qué es ser joven giraba sobre la posibilidad que se tiene de estar con amigos todo el tiempo que se lo desee, como una diferenciación con el mundo adulto.

A este cruce entre saberes y relaciones, se suma también la capacidad de nombrarse y ser nombrado. La posibilidad de utilizar seudónimos dentro de la *cultura* crea una nueva identidad ligada al mundo *hopper*, ese nuevo nombre les permite ser nombrados dentro del grupo, y con este nombramiento, pasan a formar parte del mismo. Desde los seudónimos pasan a tener un *tagg* o firma propios, que conjuga un tipo específico de letras con un trazo original, algo que los identifica, como una marca personal dentro del “ambiente”.

Como vimos, los *hoppers* pueden vestirse o no con los clásicos pantalones anchos, pueden bailar o escuchar otros tipos de música, y pueden desarrollar distintas actividades fuera del “movimiento”, pero siempre, para considerarse parte del *hip hop* deben formar parte del grupo, conocer sobre las prácticas y nombrarse de un modo determinado, un modo que sólo conocen aquellos que están dentro del “ambiente”.

Estos aspectos son los que generan una identidad, tanto los saberes, lo relacional como el nombrarse, son tres formas de ser parte. Esto denota que no exista una homogeneidad, sino unas formas heterogéneas, que, aun así se aglutinan en torno a un discurso que los sujeta. Estos

jóvenes se articulan entre sí para generar una *sutura* en términos de S. Hall (2003), es decir, una unión de diversos puntos que se adhieran de forma temporaria a las posiciones subjetivas. Estas adherencias son las que construyen las prácticas discursivas a las que son expuestos, en este caso, los *hoppers*.

Canciones

Para conocer otras producciones discursivas de los *hoppers* viedmenses analizaremos canciones creadas por una de las bandas más mencionada y reconocida por los entrevistados.

El grupo Viedma Tripulación (VT) está integrado por seis jóvenes. Tres de ellos son vocalistas, uno se dedica a las bases y el sonido, y los restantes organizan shows y demás espectáculos. El nombre de la banda se debe a la traducción literal del anglicismo *crew*, denominación que se le otorga a las bandas o grupos en el *hip hop* norteamericano.

La banda se compone sólo de hombres, que utilizan seudónimos. DHgero, Karman, Xjoe, Yakobson, Fedeoveja y Kazaza, son los nombres artísticos de los integrantes de Viedma Tripulación, cuyos inicios grupo se producen durante la escuela secundaria, cuando la mayoría contaba con 16 o 17 años, en 2010, y actualmente continúan rapeando durante su estadía en la ciudad de La Plata, donde muchos de los integrantes comienzan sus estudios universitarios.

Uno de los aspectos interesantes de estos jóvenes es el uso que realizan de las nuevas tecnologías, ya que cuentan en internet con una página propia y un blog, desde donde se puede descargar su disco de forma gratuita. Allí también suben videos, muestran shows y entrevistas, entre otros comentarios sobre sus actividades para los fans que los siguen. Además de esto, son nombrados en sitios webs reconocidos como Taringa!, poseen videos en Youtube, y las letras de sus canciones están transcritas en páginas de música como dicelacancion.com o música.com.

VT tiene página oficial en las redes sociales Facebook, My Space y cuenta en Twitter, sumado a esto, sus canciones están disponibles para ser escuchadas o descargadas en *filehostings* como SoundCloud y LastFM.

Toda esta accesibilidad a sus canciones y discos, que generan por medio internet, les ha permitido hacer más reconocida su música y ser renombrados en el ambiente del *hip hop* a nivel nacional.

Su uso de los recursos de nuevas tecnologías no se limita al de la conectividad, sino que también utilizan herramientas de software para grabar sus canciones y, durante 2013, han

logrado editar un álbum realizado de forma totalmente independiente, a partir de la creación de su propio estudio de grabación.

El CD realizado se titula “La clave es no parar” y se contrapone al anterior -“Esto no es joda”- porque la forma de edición además de no ser propia, es de una calidad más rudimentaria comparada a las grabaciones que han logrado a partir de generar su propio estudio con computadoras y bandejas.

Para este apartado, tomamos las canciones tanto del primer como del segundo disco y también algunas referencias de notas de diarios y de sus cuentas y páginas web para completar el sentido de algunas de las frases.

Las letras de las canciones son escritas por lo distintos miembros del grupo y en la mayoría de ellas la referencia inmediata es hacia el *hip hop*. Muchas de las canciones hacen mención sobre cómo entienden la *cultura*.

La construcción que hacen a partir de las canciones del *hip hop* es que es un estilo de vida, una forma de vivir, que va más allá de una moda:

*“que el rap no es una moda, en mi caso mucho menos lo llevo en la sangre
¿ahora si nos entendemos?”*

Estas expresiones se repiten en muchas de las entrevistas, en las cuales también se hace una referencia a que la *cultura* no es sólo una moda, algo pasajero, sino una manera de vivir y de entender la vida.

Esta mención reiterada sobre que su actividad va a ser duradera, hace pensar que muchas veces son criticados por seguir un movimiento musical foráneo. En efecto, una de sus canciones está directamente dedicada a las personas que critican lo que realizan como raperos, explícitamente porque son acusados por adoptar un estilo extranjero.

La defensa del *hip hop* y de ellos mismos como parte de la *cultura* surge en muchas de sus canciones. “Somos *hip hop* al cien por cien”, es una de las frases que más se repiten en su último álbum, así como el reconocimiento de que su misión es difundir el rap y seguir creciendo dentro de sus producciones musicales.

Esto se vincula con lo que surge en las entrevistas a los distintos *hoppers* de la ciudad, la importancia de la difusión de la *cultura* para que muchos conozcan al *hip hop* que se hace en la zona.

En este aspecto, el *hip hop* ofrece todo un terreno de posibilidades en el estilo “*under*”, porque existen muchos grupos y reuniones de jóvenes que hacen música, aprenden a graffitear, enseñan a rapear, a hacer *beat box*. Hacer conocer y difundir todo eso que ocurre en algunos sectores de la ciudad, es algo que se menciona constantemente entre los *b-boys*, *b-girls*, *writers* y raperos. De esta forma, se reconoce entre sus palabras una lucha por obtener un lugar de reconocimiento y aceptación, ante la invisibilización que poseen los jóvenes que realizan esta práctica.

En las canciones también surge la necesidad de hacer reconocer el rap de Viedma y el *hip hop* que se hace en la ciudad, para que sea un aporte a nivel nacional. Esto se logra en parte ya que, como dijimos, existen muchas páginas de Internet sobre *hip hop* en las cuales se menciona y se reconoce a la banda Viedma Tripulación, destacando el nivel que poseen en su estilo de rap. Esto demuestra que, si bien no es un grupo popular, sí es visualizado dentro del ambiente *hopper* nacional.

Esta visibilidad dentro del ambiente permite que VT consiga publicar sus nuevos discos y -con la colaboración de sus seguidores-, difundir su material, consolidando el reconocimiento del grupo. También dentro de la ciudad son el conjunto con mayor reconocimiento, pero con algunas resistencias, dado que la mayor parte de sus integrantes viven actualmente en la ciudad de La Plata y no en la capital rionegrina.

La posibilidad de mudarse, según lo que mencionan en entrevistas¹⁹ los habilitó a tener acceso a crear su estudio de grabación y de conseguir material para mejorar la calidad de sonido y hacer mejor su disco. Además, en la capital bonaerense pueden conectarse con profesionales que acceden a colaborar en la producción de sus canciones, con lo que se obtiene un producto de mayor calidad.

Estas declaraciones son criticadas desde algunos de los sectores *hoppers*, porque no realizan *hip hop* desde Viedma, sino que se tienen que mudar a otra localidad para poder producir su material, por lo que su rap no está realizado con recursos de la ciudad, y termina representada sólo en lo vocal y no en todo lo que se vincula con lo local, como los sellos independientes o sonidistas locales, y esto implica, para algunos de los entrevistados, seguir avalando con sus acciones el hecho de que en Viedma no existen recursos para hacer “buen” *hip hop*.

¹⁹ Revisadas en los medios de comunicación de la ciudad de Viedma, como el diario Noticias de la Costa y diario Al Día, y en medios provinciales como el diario Río Negro y Canal 10.

Esta resistencia de algunos sectores del ambiente, no impide que de todas formas VT sea el grupo que más llena los boliches o bares cada vez que se presenta en la ciudad, y que también sean una referencia obligada de los *hoppers* cada vez que se les preguntaba en las entrevistas por los grupos locales o la música rap de la zona.

En las canciones de VT la referencia a la ciudad es constante, existen canciones dedicadas por completo a Viedma, como “Mi tierra, mi ciudad” o “Tres capitales”. La nostalgia por el lugar, y el deseo de volver o estar en lugares de encuentro para los *hoppers* como las plazas o la costanera, son las referencias principales que surgen en sus letras.

La autodenominación constante como representantes del *hip hop* viedmense también aparece, en clara demostración de que son parte de la ciudad y que quieren ser reconocidos como parte de la misma. Además se mencionan lugares claves de reunión de los *hoppers*, como la plaza Alsina, o los bulevares cercanos a la costanera.

Las letras aluden a la importancia del lugar, de los usos de los espacios y al reconocimiento como viedmenses y, por esto, se auto representan como expositores de la *cultura* de la ciudad a nivel nacional.

También aparece la mención al barrio, a los lugares de residencia, como parte del territorialismo que se defiende en el *hip hop*. La mención de “las 1016”, es una constante en sus canciones, y en la referencia se destaca la importancia del barrio en su formación y en la representación que ellos hacen de su lugar. “Soy un pibe, tranquilo y humilde porque es mi ley, no me olvido de mi barrio, mi gente ¡las 1016!” dice la letra de “Un lugar distinto”.

La mención del lugar es una forma de apropiarse de algo, de una parte del barrio que los formó en el *hip hop* y al que ellos desean seguir formando parte. “La ranchada”, es la denominación que usan para nombrar el lugar de origen de sus familias y amigos y “su rancho” está abierto para transformar a la gente y acercarla a la *cultura*: “transformamos al *hip hop* a todo el que se acerca”.

Existe en sus letras una referencia permanente a instalar socialmente a la música rap como un género musical más en la cultura argentina. En este sentido, se puede observar la captación del *hip hop* de algunos sectores sociales populares en barrios de distintos lugares del país, compitiendo con la cumbia, el rock o el heavy metal. Ya en la investigación precedente (Mingardi y otros, 2011) se podía reconocer cómo en Buenos Aires al igual que en La Plata era muy amplia la adhesión de los jóvenes a este género.

“Se puede hacer rap desde acá”, es lo que aparece en las canciones y en las entrevistas de los *hoppers* viedmenses. Esa necesidad de mostrar que un género foráneo se puede captar

para crear algo propio es una defensa constante en sus dichos, de ahí que las canciones refuercen la idea de que se puede hacer un *hip hop* nacional, que hable de problemas nacionales o situaciones que se vivencian en el país.

De hecho, en las letras se mencionan las crisis, la imposibilidad de prosperar en la ciudad, la economía, los políticos y la política nacional, además del *hip hop* “argento”, como temáticas que se relacionan directamente con las problemáticas argentinas sociales.

Fieles al estilo del rap, muchos de sus temas son una crítica o pelea directa o indirecta a otros raperos y *hoppers*, donde se ataca el estilo, *flow*, o manera de pensar el *hip hop*. Desde sus letras, se construyen como unas “víctimas” de algunos sectores y su defensa es expresarse en sus canciones, en las cuales manifiestan que mientras el resto de los *hoppers* sólo atacan y critican, ellos logran mejorar cada vez más en su práctica, “haciendo de la marca un gran aporte a la cultura”. La defensa de las propias creaciones ante la crítica de los demás, rescatando que su producción dentro de la música ayuda a propagar la *cultura* de la Comarca, es su manera de presentar su trabajo y de resguardarse ante los ataques:

*“canto por esta Comarca que me sigue, que me apoya y no deja de darme fuerza”,
“pero nuestra realidad a la Comarca le contamos tenemos una deuda con la
gente, y este disco siempre estuvo en mente”.*

Este ejemplo sirve para recrear, en parte, algo que siempre se observa en las “batallas” de raperos; el ataque y la defensa ante los demás *MCs* es una forma expresión constante en este *elemento*.

En este caso, las letras giran sobre cómo se entiende a la *cultura* y qué importancia tiene el *hip hop* en sus vidas, definiendo como “una misión” la capacidad de cantar y opinar a través del rap.

En este sentido, la posibilidad de expresarse por medio de los *elementos* es algo que surge en entrevistas y que en las líricas de VT también es una constante. Destacan así la posibilidad de rapear como un don, como un objetivo en su vida, como una “adicción”, que les trae problemas con sus familias porque no entienden que eligen ese modo de vida:

“y por adicción con mi vieja tuve varios conflictos”, “canto porque me gusta, canto porque me saca de mis miedos me enseña a ser un hombre con más huevos! canto porque la vida me dio el don! canto porque la música es mi máxima expresión canto porque me gusta, canto porque me saca de mis miedos”.

Se refuerza en sus canciones la vinculación con el *hip hop* como un estilo de vida, pero también como una forma de ser y estar con los otros, hecho que, como ya advertimos, es fundamental al momento de generar una identidad *hopper*.

La insistencia sobre su definición como *hopper* es a la vez una confirmación de ellos como raperos para hacerse un lugar en el ambiente, tanto local como nacional, a partir de tener como interlocutores en sus letras tanto a los seguidores de la ciudad, como a los *hoppers* del resto del país.

De esta forma, podemos reconocer que sus letras son una autodefinición, en donde el “nosotros” como raperos, viedmenses y parte de creadores de la *cultura*, surgen constantemente en las rimas. Esto se relaciona con la necesidad de nombrarse, que, como vimos, es uno de los rasgos que colabora a la creación de una identidad dentro del grupo, generando una pertenencia al “ambiente”.

La forma como se nombran los sujetos, entendiendo los discursos como modos de acción y de representación -y que por esto mantienen una dialéctica con la estructura social- construye identidad y contribuye a construir “sistemas de conocimiento y creencias” (Fairclough; 1992). Así, la insistencia de nombrarse como parte del *hip hop* y, al mismo tiempo, como formadores del movimiento, ayuda a su construcción identitaria y los provee de un nombre, un lugar, dentro y fuera del ambiente.

Con esto también forman discursivamente qué es el *hip hop* y qué no lo es, por lo que surge una forma de definición de la *cultura*, como estilo de vida, como una forma de expresión y como una manera de ser en el mundo:

“Tengo mi vida, mi gente y versos escritos entonces el pasado no lo necesito. Solo necesito, una birome y un papel, solo al Rap le fui tan fiel, dejarlo seria un delito!”, *“el destino dijo que fuera Mc, no pude oponerme! Cuantas veces supere bajones, escribiendo canciones, separando mis emociones”*

Es una constante en el ambiente defender quién hace el “verdadero” rap, o quién practica y difunde mejor la *cultura*:

“Grabo en mi casa, y no sueno comercial vos lo haces hermano, solo pa’ demostrar. Eso es un delito, en esto del hip hop yo lo hago under, y vos lo haces pop”, “tu lápiz esta comprado y arruina esta cultura entonces tu sonido no es gangster ni siquiera tu letras es pegadiza y tu flow es de madera”.

Esta distinción entre quienes hacen algo under, o desde lo local y para un grupo selecto que conoce el *hip hop*, se contrapone al *hopper* que aparece en los medios o busca hacerse famoso, popularizar la música, para alcanzar el éxito. Esto es algo muy criticado desde algunos sectores que luchan por un tipo de movimiento que no se despegue de sus orígenes, cerca de los barrios, de las peleas callejeras y la crítica ante la marginalidad que sufren.

Así, en las letras de este grupo –y de muchos otros que se dedican al *hip hop* en diversos ámbitos nacionales e internacionales- se construye un “nosotros”, los que hacemos under, contra

un “otro”, que son, por un lado, los que pretenden que la música sea una moda, y se acercan a las grandes compañías discográficas, y por otro, los que no están dentro del ambiente, como padres y la escuela –que es mencionada en algunas de sus letras.

También en las entrevistas de otros raperos y *b-boys* surge una disputa frente al mensaje que se realiza por medio de las letras, relacionando esta forma de escribir con algo que denominan “buen *hip hop*”.

El “buen *hip hop*”, para muchos de los entrevistados, es crear rap conciencia, que brinda un mensaje en contra de las drogas, la discriminación, la represión y la necesidad de “ser alguien”, ya sea por medio del estudio –sobre todo- como del trabajo.

Frente a la temática de las drogas es que más se critica a la banda VT, ya que, según los entrevistados, existen contradicciones entre lo que los integrantes de VT dicen en alguna de sus letras y sus prácticas arriba de un escenario.

Sobre esto, se puede observar que la intención de separar a la *cultura* del consumo de estupefacientes aparece continuamente en los dichos de los entrevistados, porque a través de la práctica del baile, la música o el graffiti, “los chicos se alejan de la droga” o “de la calle”, y como consecuencia, no se vuelcan a robar, a la violencia, o a no hacer nada.

Esta relación entre drogas y delincuencia, surge ante la pregunta sobre qué es *hip hop*. Los entrevistados expresan que es una forma de salir de la calle, una oportunidad para encontrar algo para hacer, algo a lo cual dedicarse y progresar, y una ayuda, entonces, para no consumir drogas y alcohol.

En las observaciones de los recitales de VT, el grupo se manifestaba en contra del consumo de marihuana, diciendo, en los lapsos entre las canciones que no “fumen porro”. Sin embargo, a pesar de que en entrevistas promulgan su intención de concientizar en contra del consumo, en muchas de sus canciones mencionan el consumo cotidiano.

En “Cuando tenga un Hummer”, una de sus estrofas dice “estar re loco”, frase que en el léxico juvenil significa haber fumado marihuana. Existen letras directamente dedicadas a la droga y al consumo, pero se centran en la adicción y a los problemas que acarrea. Canciones como “El pozo negro”, hablan sobre el “envenenamiento” de ciertas sustancias y de la imposibilidad de dejar el consumo.

La temática de la drogas se aborda desde distintos aspectos, como una diversión, como un problema y como una forma más de esparcimiento, por lo que no hay un solo modo para pensar sobre cómo se posicionan al respecto.

Esto es lo que surge en las letras, aunque en entrevistas y en discursos frente a su público, se manifiestan en clara oposición al consumo. Esto también aparece en las entrevistas con *b-boys*, *b-girls* y graffiteros, donde, a pesar de que no existían preguntas sobre el consumo de drogas, los entrevistados manifestaron una clara oposición y un interés sobre desalentar el uso en otros jóvenes a través de la práctica del *hip hop*.

En un aspecto más general, los temas de VT también hablan de familiares, de su vida cotidiana y de sus ídolos. Así, hay letras que hablan sobre sus madres y hermanos, sobre el estudio, la escuela y referentes deportivos, como boxeadores o jugadores de fútbol.

Algunas de sus canciones tratan también sobre el amor, la violencia de género y la relación con sus padres. También hay letras sobre los menores y la relación con la delincuencia y las drogas, o sobre la posibilidad de ganar dinero con la música, pero estas temáticas son menores en relación a la definición de lo que es el *hip hop* y lo que significa para la banda.

Uso de los medios

A partir del desarrollo de la investigación surge un tema recurrente, que se impone como un nuevo aspecto a analizar, el uso de los medios de comunicación.

Como vimos, muchos jóvenes comentan que conocen el *hip hop* gracias a la televisión y que de allí surge su interés, para luego contactarse por medio de amigos o parientes en el ambiente, si es que su interés es de un verdadero involucramiento en la *cultura*, practicando *break* o rap.

Pero aunque el primer paso se da por el conocimiento en canales principalmente de cable, como MTV o HTV, por ser exclusivamente de música y estar destinados a un público juvenil, es verdaderamente gracias a internet que estos chicos y chicas se introducen al *hip hop*.

En las entrevistas, mencionan a las nuevas tecnologías y cómo estas les posibilitan el acceso a nuevos conocimientos, además de contactos entre otros jóvenes que se identifican con las prácticas que realizan. El uso de internet es una herramienta para poder generar contactos.

En el desarrollo de la investigación, internet es también el difusor de encuentros, “batallas”, eventos y demás aspectos de la *cultura hopper* viedmense. Debido a esta característica de sus contactos, que son virtuales, y a que realizan convocatorias a través de grupos que generan en redes sociales, es muy difícil acceder a conocer cómo y cuándo se juntan, a menos que se sea parte activa de la *cultura*.

Aunque el contacto interpersonal sigue siendo muy fuerte, ya que se pueden encontrar en los espacios públicos de la ciudad analizados, internet es un recurso sumamente usado, especialmente a partir del crecimiento de las redes sociales digitales, muy mencionadas. Principalmente Facebook, es un espacio de intercambio fluido para jóvenes no sólo *hopper*, pero que brinda también a éstos una gran posibilidad de intercambio a partir del uso como plataforma general de difusión.

Ante la preguntas sobre el origen de la elección, la respuestas giran sobre que es una forma de contacto económica y porque en poco tiempo pueden enterarse la mayor cantidad de jóvenes sobre los eventos posteados en los muros de los organizadores de eventos, que luego se “comparten” en demás muros de *b-boys*, *b-girls*, raperos y graffiteros.

Además, se utiliza para generar mayores relaciones entre distintos jóvenes y así poder sumar contactos con *hoppers* de otras zonas. El fin de esto es crear relaciones para conocer más sobre el movimiento, porque a partir de los videos o fotografías que suben sus contactos, aprenden nuevos pasos, ven distintos estilos de graffiti o conocen nuevas bandas, todos aspectos que implican para el grupo avanzar en sus prácticas, por medio sólo del uso de una red social.

Facebook se convierte entonces en una plataforma donde se comparte lo que se encuentra, lo que se conoce, lo nuevo que surge en el *hip hop* y también lo que se produce, por lo que también es una herramienta de difusión de sus propios logros y alcances.

Gracias a esto, los jóvenes viedmenses consiguen estar en contacto con otros sectores del *hip hop* y avanzar en la *cultura*. Por esto, el uso que se da de las redes es algo que no se encuentra dentro de los estrictos términos de la mera conexión, sino que les permite progresar en sus actividades, y desde allí, generar nuevos proyectos que incluyan un acercamiento, para lo cual buscan financiación muchas veces desde el Estado, o se autogestionan para poder pagar pasajes o dar alojamiento a los que viajan, porque esos contactos con *hoppers* de otras ciudades, según sus palabras, “los ayudan a avanzar” en el *elemento* que practican.

A partir del análisis de las entrevistas se desataca que las redes sociales son de suma importancia en el desarrollo de su vida social. Los jóvenes mencionan a sujetos conocidos a través de este medio como mucha reiteración, así como también, todos los entrevistados manifiestan tener una cuenta que utilizan, en su totalidad en Facebook y en un número algo menor, en las redes Fotolog y Twitter.

Incluso para generar contactos para entrevistarlos, los jóvenes sugerían que se hiciera por medio de las redes sociales y que entre los mismos *hoppers* se encargarían de difundir la presentación de la investigadora para que el resto aceptara conceder las entrevistas.

De esta forma, Facebook se convirtió en una herramienta más de la investigación, aunque presentó no pocas dificultades al momento de ser analizada.

Si bien en investigaciones anteriores se ha trabajado con la ciberetnografía²⁰, en el presente análisis, realizado en años anteriores al uso mejorado de esta herramienta –sobre todo en 2009 y 2010–, no se podía tomar con cierta rigurosidad metodológica a la interpretación de los datos que surgían de los muros de las redes sociales.

Con todo, se pueden destacar observaciones que se han efectuado sobre el uso de Facebook y de lo que significa para estos jóvenes. Uno de los aspectos principales a mencionar es que en las redes se presentan muchas veces con sus seudónimos más que con sus nombres. Así, los espacios virtuales de Rasta Rosa o Zeus aparecen con sus identidades *hoppers* y en sus fotos se encuentran muchas de las obras que han realizado en la ciudad, a la vez que comentarios sobre *bombas* o murales de otros *writers* de la ciudad o de otras localidades como también del resto del mundo.

Los *Mcs* o *b-boys* entrevistados, se presentaban con sus seudónimos a la vez que con sus nombres, aunque los raperos también poseían una página dentro de Facebook sobre su propio grupo, donde figuraban con sus nombres de la *cultura*.

Aparece entonces una nueva identidad que es para algunos más fuerte que sus nombres, que es la que construyen en el *hip hop*, sobre todo dentro del mundo del graffiti, quizás ligado al problema de la ilegalidad y a la necesidad de mantenerse en secreto, por el miedo a que los identifiquen y tengan problemas por las pintadas en lugares públicos o en casas, posibilidad que como ya vimos, es algo que los preocupa.

Los muros virtuales de los jóvenes están repletos de notas sobre las actividades que realizan entre ellos, en sus comentarios se dan ánimo o se felicitan por algún paso bien logrado o por ganar una “batalla”. Especialmente después de las competencias, aparece un mayor número de alusiones a lo producido en cuanto a la práctica.

En general, el uso cotidiano no difiere mucho en relación a los de los otros jóvenes, ya que suben fotos de amigos y familiares, algunos de sus hijos o de sus parejas. Sin embargo, siempre hay comentarios sobre el *hip hop* y alusiones al estilo, a lo que ellos mismos producen.

²⁰ Realizado en el trabajo de investigación **“Los jóvenes de Viedma y las redes sociales virtuales como espacios resignificadores de culturas políticas”** Dirigido por la Mg. Sandra Poliszuk y Co- dirigido por la Mg. Raquel Borobia, y publicado en *Las subjetividades juveniles en los entramados culturales contemporáneos. Un estudio con jóvenes argentinos y mexicanos*. Ortiz, Poliszuk, Barilá, Editorial Publifadecs. FADECS – UNComahue, 2013.

Suben, por ejemplo, bocetos, *taggs*, filmaciones de sus pasos o parte de las canciones que han compuesto.

También por medio de la red social, difunden eventos, postean las *flyers*²¹ de las competencias o promocionan grupos que tocan o se reúnen en algún lugar en particular. Esto hace pensar que por medio del uso de Facebook se generan diversas alternativas, porque es un espacio diferente para poder exponer comentarios que no sólo circulan en el ámbito virtual, sino que luego surgen en sus encuentros, en las pautas para los futuros eventos y demás.

En este sentido, un espacio se conforma a partir de la interrelación entre personas, por lo tanto, no nos limitamos a pensar que sólo los espacios físicos se constituyen como tales, sino que pueden existir espacios que no se anclan en ningún lugar geográfico Massey (2005). Facebook, entonces, se convierte en un nuevo espacio a tener en cuenta, porque como ya vimos es un recurso más a la hora de ponerse en contacto con otros jóvenes que practican *hip hop* e incluso es más importante que el contacto cara a cara para algunos aspectos como la difusión de eventos o competencias.

Al respecto, una *b-girl* destaca que “la propaganda [*de las “batallas”*], en el Facebook se publica, [*porque*] se enteran los de afuera, todos. Por ahí nos tomamos el trabajo de ir a todas las radios, la tele, todo, pero por ahí no vamos y va la misma cantidad de gente”, reconociendo que como recurso, se consume y utilizan más las redes sociales que los medios tradicionales, dejando de lado aquellas formas de comunicación masiva.

De esta forma, cualquier red social se convierte en un recurso para estar con otros, si bien el uso de Facebook lleva la delantera, las menciones de Twitter y Fotologs también demuestra que los jóvenes usan muchos recursos para generar espacios propios, lugares que son ocupados para poder así estar con los demás, y mostrarse.

La exposición de su práctica y de su identidad construida en el *hip hop* deja claro que una de las intenciones es la de difundir lo que crean y producen, utilizando una herramienta de relevancia social para mostrar sus propias letras, pasos, términos, etc., generando un uso particular sobre las nuevas tecnologías, distinta de los medios de comunicación como la televisión, o las revistas. En el uso de internet se puede observar un nuevo tipo de consumo, en donde, en lugar de tomar lo que el medio ofrece, se expone lo que ellos mismos realizan.

Se puede vislumbrar aquí intentos de generar algo propio, diferenciándose de los lugares impuestos desde los medios de comunicación tradicionales, donde los sujetos se conciben más como simples consumidores y destinatarios de los mensajes, en lugar de

²¹ Se deonima de esta forma a los panfletos, tarjetas o volantes con los que promocionan los eventos que realizan

productores. En internet, en cambio, pueden ser parte de la producción de los mensajes, exponer lo que hacen y lo que piensan, y por este aspecto, es un recurso más utilizado y valorado.

Sin embargo, nos podemos cuestionar sobre si sería posible pensar que por el surgimiento de esta herramienta los consumidores cuentan con un espacio propio, en donde pueden ser protagonistas. Este es hoy un gran debate que se suscita al interior de los grupos de pensadores de la comunicación; pero no es aquí el tema en discusión, a pesar de lo cual, no deja de ser una incertidumbre a la hora de pensar las nuevas lógicas que nos presentan los jóvenes y su particular uso de los recursos informáticos, que se adaptan y transforman al mismo ritmo acelerado de las propias tecnologías.

De todas formas, esto no significa que en Facebook se pueda conocer toda la creatividad y posibilidad de creación de los sujetos, sino que este recurso sigue siendo, “el lugar del otro”, (De Certeau, 2000:96), es decir, el espacio -en este caso virtual- de los que detentan el poder económico.

Muchos pensadores vieron en internet la posibilidad de la expresión de las voces oprimidas²², un espacio para la crítica, la representación y la posibilidad de una mayor democracia dentro de los medios. Sin embargo, no podemos dejar de destacar que la financiación y la puesta en marcha de la red, implica muchos centros de poder económico que también se implementan en esta herramienta. No debemos obviar, además, aspectos como la brecha digital que sigue existiendo, y todavía de forma muy marcada en algunos países de extrema pobreza²³, así como también en nuestro país, principalmente en espacios no urbanos.

Aquí parece importante destacar que Facebook es un espacio de otros, donde existe la posibilidad de exponer lo propio, pero con limitaciones, porque lo que se puede mostrar en los “muros”, es sólo lo que el propio medio permite. Por lo tanto, este sigue siendo el espacio de un grupo reducido, quizás más abierto que los tradicionales como la televisión o los diarios, pero un lugar de poder igual que éstos. Podríamos destacar a este respecto las palabras de De Certeau cuando define a los “tácticos” y a los “estratégicos”:

“Llamo “estrategia” al cálculo de relaciones de fuerzas que se vuelve posible a partir del momento en que un sujeto de voluntad y de poder es susceptible de aislarse de un “ambiente”. La estrategia postula un lugar susceptible de circunscribirse como un lugar propio y luego servir de base a un manejo de sus relaciones con una exterioridad distinta. La racionalidad política, económica o científica se construye de acuerdo con este modelo estratégico.

²² Entre los que se podrían mencionar a García Canclini, y Renato Ortiz.

²³ Como los ubicados en el continente africano, que cuentan sólo con el 0,5% de las conexiones a nivel mundial, datos destacados por Sibila (2008).

Por el contrario, llamo "táctica" a un cálculo que no puede contar con un lugar propio, ni por tanto con una frontera que distinga al otro como una totalidad visible. La táctica no tiene más lugar que el del otro. Se insinúa, fragmentariamente, sin tomarlo en su totalidad, sin poder mantenerlo a distancia. No dispone de una base donde capitalizar sus ventajas, preparar sus expansiones y asegurar una independencia en relación con las circunstancias."

(De Certeau, 2000: L)

Así, la estrategia es desde donde se impone un lugar propio y reglas que deben ser cumplidas por los otros. En el caso que investigamos esa "exterioridad", serían los jóvenes que practican *hip hop*.

De esta manera, los medios tradicionales instalan un discurso de qué es el *hip hop*. Desde la televisión, la radio y los diarios, se expone una mirada de lo que es la *cultura hopper*, pero, a pesar de esto, en el análisis de las prácticas juveniles, se observa que en realidad se recrea una idea propia de este movimiento que se observa en sus posibilidades de producción de los distintos "elementos". A la vez, esas recreaciones se muestran en internet, a través principalmente de las redes sociales, que les permiten generar una nueva forma de circulación de sus producciones. Pero estas formas de circulación de la información siguen en manos de los sectores que imponen las estrategias, quienes detentan el manejo de la información en internet.

Esto conlleva que los jóvenes que practican *hip hop* en Viedma se ubiquen siempre – como la mayoría de los sujetos- en el lugar de los tácticos, o sea, el de aquellos que deben generar contactos en espacios dirigidos desde centros de poder para poder expresarse, para poder generar su forma de entender el *hip hop*.

Y ese *hip hop* comprende una invención permanente, porque no se mantiene en el tiempo, sino que fluye, logra innovarse a cada instante a fin de poder reproducir sus formas de entender la práctica y no volverse mera repetición.

Al preguntar a los jóvenes sobre por qué elegían esta práctica, manifestaban que el *hip hop* les permitía hacer cosas propias, como graffitis o pasos, o música desde su propia creatividad. Sirva como ejemplo el caso que se analizó sobre Viedma Tripulación y la utilización de los medios y la tecnología para difundir su música, generando un uso que posibilite un espacio propio.

Es interesante, en este aspecto, observar cómo internet ofrece un lugar para exponerse y lograr hacer conocer sus producciones y obtener un contacto con otros jóvenes o personas interesados en el *hip hop*.

Facebook, Twiter, Fotolog, y demás redes sociales son una poderosa una vía de contacto y de difusión, que además los jóvenes saben utilizar muy bien y pueden conseguir con esto tenerlas a su favor, en el sentido de generar nuevas amistades e interrelaciones.

Internet les ofrece incluso la posibilidad de crear páginas webs, links de descarga, diseñar espacios digitales, producir maquetas, videos, etc. Esta versatilidad hace que puedan aprovechar de muchas formas un recurso que es gratuito, a la vez que generan la opción de que sus mismos fans accedan libremente a sus creaciones.

En este sentido, los jóvenes reconocen las opciones que ofrece este medio y las explotan al máximo, generando así una mejor conexión con los *hoppers* de Viedma y de otras zonas, distribuyendo información y temas gratis por medio de Facebook y de su propia página, además de postear las letras de sus canciones en otros sitios webs.

Los usos que se realizan a través del consumo son también un tema para los mismos creadores de los medios y de los productos del mercado. En un pasaje de su texto, De Certeau explica que esas creaciones de los consumidores son muchas veces invisibilizados (De Certeau, 2000), esto nos demuestra que para el autor la posibilidad de pensar la recepción de los usuarios desde los sectores de poder es algo casi nulo. Sin embargo, en los últimos años se puede observar que la intención de analizar los consumos y los usos de las personas –sobre todo de los jóvenes- se viene realizando por parte del mercado no para reconocer esas invenciones populares, sino para poder seguir reproduciendo el sistema y alentar el consumo.

Esto es lo que analizamos anteriormente con la autora Naomi Klein, sobre la observación de las grandes empresas deportivas a las formas de vestimenta de los *hoppers* para adoptar las tendencias e implementarlas en las producciones que lanzan al mercado. También en las redes sociales, se reconoce que los sistemas informáticos observan los datos de los usuarios y en paralelo a las entradas muestran opciones de venta, a través de publicidad que se publica en los mismos muros o en las solapas de las cuentas de los usuarios de redes sociales como Facebook.

Es difícil poder expresar hasta qué punto es internet una herramienta que favorece la reproducción independiente del *hip hop* o es una apuesta más del mercado a captar tendencias y consumidores, pero sí podemos afirmar que para los *hoppers* es una herramienta muy importante para el contacto entre ellos y para la difusión de sus creaciones, al punto de ser mencionado repetidamente en la mayoría de las entrevistas realizadas.

CAPÍTULO 7

Reflexiones finales

Cuando comenzó el proceso de esta investigación, mi abordaje sobre el *hip hop* no era principalmente exploratorio, ya que esta es la segunda tesis que realizo sobre el movimiento en la Argentina.

En el transcurso de este nuevo proceso investigativo, los conocimientos ya adquiridos en la tesis de grado sobre la inserción del graffiti y el *DJ* en la “*cultura*”, además del rap y el baile, se fueron profundizando. En esa primera investigación pude dar cuenta, además, sobre los orígenes del *hip hop*, el desarrollo en el país, los primeros raperos, la injerencia en las principales áreas metropolitanas de Buenos Aires, y una serie de aspectos que no eran advertidos al momento de iniciarme en el análisis de esta práctica.

Ese camino recorrido, desde lo académico y lo personal me permitió retomar y profundizar el estudio de este fenómeno en la ciudad de Viedma, con un bagaje que implicaba reconocer estas expresiones juveniles y a partir de allí, comprender los modos en que el rap, el graffiti y el *break* se constituyen en recursos que los jóvenes utilizan para expresarse, para compartir lo que piensan y poder dar a conocer su postura ante la vida.

Una de las problemáticas en torno a la cual giró parte del análisis y sigue generando interrogantes se centra en torno a los sentidos que construyen estos jóvenes cuando eligen expresarse a partir de esta práctica; por qué la identidad se configura, predominantemente, en la acción de juntarse, por qué eligen el *hip hop* como medio de unión y no otros discursos, qué sienten respecto a las instituciones más tradicionales que no les genera identificación, entre otros interrogantes.

Como manifestamos en un principio, muchos trabajos en identidades globalizadas y en juventudes generan nuevos interrogantes. La expresión estilos de vida (Riccho, 2002) es un concepto que, como puntualizamos, aborda estas nuevas identidades, para entender que a pesar de la supuesta homogeneidad que instala la globalización, también surgen diferencias entre diversos grupos, a partir de la diversidad de gustos, usos y consumos que generan los sujetos.

La interferencia del mercado, las nuevas tecnologías y la internacionalización de los productos y servicios no monopoliza o coarta absolutamente la posibilidad de agencia, sino que, como vimos, acercan consumos sobre los cuales se producen nuevos usos. Se puede pensar que los *hoppers*, en este caso, son agentes de gestión, que generan espacios, estrategias, lugares, códigos, que no por no parecerse a los tradicionales dejan de ser importantes y legítimos.

Crear que hay prácticas que son más relevantes que otras en función de su estabilidad o la supuesta autenticidad de la misma, sería negar la realidad de diversos grupos. Las críticas que dirigidas a estos jóvenes por formar parte de una “moda”, afecta la manera en que podamos comprender la riqueza de sus prácticas.

Debemos entender que la incertidumbre y la perplejidad son situaciones habituales de la realidad contemporánea y no una situación pasajera, ya que estos términos son constitutivos de la posmodernidad (Lewkowicz, 2004). Como se señaló en el desarrollo de esta tesis, las identidades que surgen en este tiempo se nutren de nuevas características de los sujetos, como el género, las elecciones sexuales o musicales. La crisis de las grandes instituciones modernas – como la escuela, el trabajo o la familia nuclear- representó una nueva búsqueda de espacios que produjeran discursos identitarios, que junto a la desterritorialización que provoca la globalización, se conforman de manera efímera, fluctuante, pero no por eso menos reales.

El proceso complejo que provoca un mundo globalizado, implica intentar reconocer la diversidad que se presenta ante los cambios que se producen en las nociones de tiempo y espacio, modificadas principalmente por efecto de las nuevas tecnologías (Gimenez, 2003). La inmediatez posmoderna genera nuevos discursos circulantes al alcance de cualquier sujeto/s en cualquier parte del mundo.

En estas intersecciones, en esos cruces discursivos entre lo que queda y lo que surge, es donde la producción de significados se plasma. En actividades que generan estilos de vida diferentes, lenguajes distintos y donde se observa la creatividad humana, con su capacidad de transformación.

Estos son los espacios de agencia que deben interesar a la comunicación, para formar una producción científica que se construya desde la realidad inmediata y que intente comprender las prácticas desde la perspectiva de los sujetos. El mundo actual, globalizado, cambiante, donde los procesos locales están relacionados con actividades extranjeras, en un permanente intercambio de información, obliga a que se piense la ciencia igual que la cultura, lejos de los discursos homogéneos y totalizantes, en palabras de Fried Schnitman:

No existe narración o género del discurso capaz de dar un trazado único, un horizonte de sentido unitario de la experiencia de la vida, la cultura, la ciencia o la subjetividad. Hay historias en plural; el mundo se ha vuelto intensamente complejo y las respuestas no son directas ni estables (Fried Schnitman, 1998).

Las investigaciones en comunicación se ven imbuidas en la formulación de nuevas preguntas y en nuevas formas de conocimiento, complejas, holísticas y transdisciplinarias,

producto de la sociedad contemporánea, con su generación constante de nuevas prácticas, discursos y fenómenos sociales.

Esa intervención holística y transdisciplinaria es la construcción epistemológica necesaria para poder pensar, en este caso, los procesos identitarios que transitan los jóvenes que practican *hip hop* en la ciudad de Viedma.

La situación de la práctica de la *cultura hopper* en la capital rionegrina fue una de las cuestiones que guió el recorrido de esta tesis. La pregunta era, precisamente, ¿por qué los jóvenes de una pequeña ciudad del interior de la Argentina utilizan un género musical como medio de identificación?

La respuesta, como siempre, posee varias aristas, pero se puede destacar, en este caso, la preeminencia de los medios de comunicación y su influencia discursiva en las prácticas de los sujetos. También es relevante la incidencia de sus amigos, compañeros y parientes, que los impulsan a sumarse en la creación de rimas o de pasos para ingresar a la *cultura hip hop*.

La conexión con otros es el principal componente para involucrarse y pasar a ser un *b-boy*, *b-girl*, graffitero, rapero/a o *DJ*. La elección de este género es debido, según sus respuestas, a la posibilidad de creación, de expresión y de desafío que impone el *hip hop* en todas sus prácticas.

Como vimos, la identidad parte fundamentalmente de lo relacional, además de otros dos aspectos de relevancia, como el nombrarse y los saberes ligados a la práctica. Estos tres aspectos interrelacionados nos acercan a la comprensión de cómo se conforma la identificación con un grupo y con un estilo musical. El reconocimiento por medio de un seudónimo dentro del “ambiente” les genera una identificación con la *cultura* y los conocimientos sobre *hip hop* son determinantes a la hora de constituirse como un *hopper*.

Observar a otros/as jóvenes realizando movimientos acrobáticos, escuchar rimas o *beat box* o ver graffitis coloridos y muchas veces gigantes, en distintos lugares de la ciudad, lograba que muchos se sumaran a grupos de *hoppers* por curiosidad.

En este caso, sigue siendo la ciudad y sus espacios la que alberga, y en un punto promueve, la práctica del *hip hop*, en sus calles, plazas, costas, paredes, estaciones, contiene las pistas para poder hacer que los jóvenes se sientan atraídos e interpelados por esta práctica. La inspiración de unirse al “ambiente” se debe a la posibilidad de estar con otros, de sumarse a algo en común, de compartir un lugar propio, “invadido” o tomado, por los jóvenes viedmenses.

Es también el espacio lo que les provee parte de su formación identitaria, a partir de la ligazón a un barrio, vinculando el lugar de residencia con un rasgo propio de su identidad, lo que se transfiere luego a las rimas del rap o a los grupos que “batallan”.

Ser joven en palabras de los *hoppers* es poder tener un espacio de libertad, de creación, de transformación, de desafío y expresión, todas acciones que se posibilitan por medio de la *cultura* hip hop. La utilización del *hip hop* sería aquí el medio por el cual se viabiliza el encuentro con el otro, el hacer juntos, y la capacidad de generar algo propio, que se otorga en este caso por un género extranjero.

No podemos dejar de lado que el interés puede surgir también por la influencia mediática. Si se observan películas o programas norteamericanos, la preeminencia del rap o del *break* es considerable. La posibilidad de interconectarse por medio de las redes sociales, también ayudan a la explosión de este género, y la moda es otro aspecto influyente, no sólo por lo que se escucha, sino también, por lo que se usa.

Con todo, sigue siendo estar con otros el principal objetivo de estos jóvenes, y ese estar juntos, tiene como fin poder además inventar y crear.

De ahí parten pasos, rimas, bocetos, murales, combinación de colores, sonidos, improvisaciones. Esto genera un mundo simbólico particular, propio, ajeno al mundo adulto, una producción de significados que les pertenece sólo a ellos, y que propicia una serie de prácticas que también es ignorada por aquellos que no formen parte de estos grupos.

Si bien son todas actividades que pueden ser conocidas por su aparición en los medios tradicionales –televisión, radio-, todavía son irrelevantes para los que no conozcan y participen del *hip hop*. Para estos jóvenes quedarán, entonces, los espacios propiciados por las nuevas tecnologías para poder realizar una difusión y generar contactos entre aquellos que se interesen por la *cultura*.

Como ya mencionamos, la tecnología y los denominados “nuevos medios” que ofrece internet –redes sociales, Youtube, blogs, entre otros- acercan a jóvenes de todas partes del mundo los mismos discursos, lo que genera nuevas posibilidades de contacto, comunicación y conocimientos a través de estas herramientas digitales, situación que antes no era posible, y que propició a la gran expansión del *hip hop* en los últimos años en el país.

Los jóvenes investigados realizan un uso exhaustivo de estos recursos, hecho que provoca una conexión constante con sujetos que están imbuidos en los mismos intereses en cualquier parte del planeta. Este contacto, gracias a las tecnologías, crea formaciones de subjetividad que se configuran dentro del ciberespacio, generando nuevas posibilidades de

identidad que hasta el momento no existían y que presentan un desafío al momento de entender las actuales subjetividades juveniles.

Finalmente, esta investigación sirve para preguntarse a partir de lo observado, por qué siguen existiendo espacios negados a los jóvenes, que no encuentran sostén para sus actividades dentro de la práctica del *hip hop*, como en este caso. La demanda al Estado de lugares para poder ejercitar, o subsidios para conectarse con otros *hoppers* son un ejemplo de esto.

Existe la necesidad, en consecuencia, de que el Estado en sus diversos niveles, pero especialmente, desde el sistema educativo asuma e impulse políticas de inclusión social desde el reconocimiento del *hip hop* como expresión de un sector juvenil importante de la ciudad de Viedma, ya que este género representa a muchos grupos de jóvenes de diversos barrios. La acción de reconocer a la *cultura hopper* viedmense debe apuntar además a propiciar espacios de práctica y reuniones para todos los/as jóvenes que realizan *hip hop*, ya que esta unión contribuiría a morigerar la fragmentación social.

Los y las jóvenes necesitan un apoyo para poder dar un cauce a sus actividades, pero para esto es necesario que sean reconocidas por el resto de la sociedad y por las autoridades como un aspecto artístico, o deportivo, como una práctica válida para el resto de la sociedad. En definitiva, deben ser visibilizadas y reconocidas.

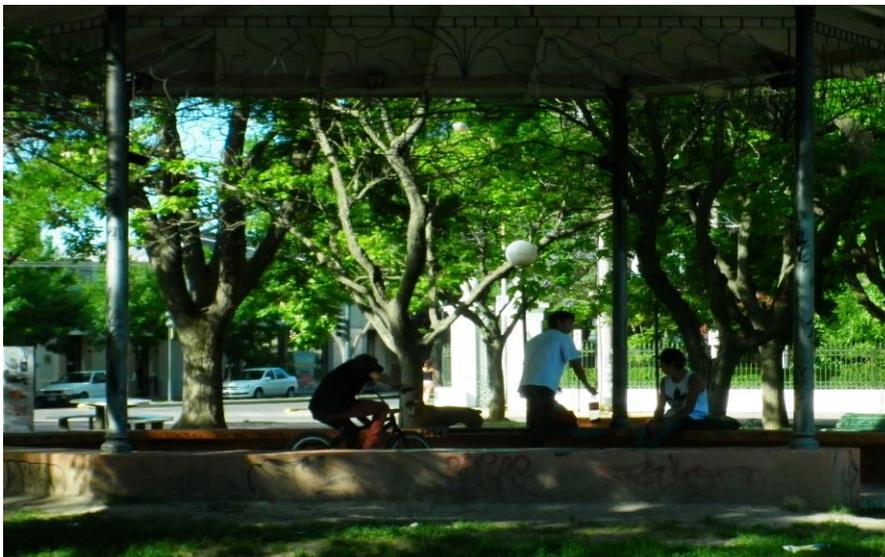
Hay dentro de la práctica muchos términos y acciones que efectúan los jóvenes viedmenses tomados del mundo de significados que les propone el *hip hop* norteamericano, por lo que existen muchas palabras en inglés, que utilizan en el idioma de origen, es decir, que las acepciones *crew*, *tagg*, *writer*, *breakdance*, entre otras, tienen su correlato en español, pero son expresadas como las oyen en los medios.

Estos mismos términos son tan propios de la *cultura* que son tomados en una forma literal para ser aplicados a la realidad viedmense, en este caso.

Sin embargo, los *hoppers* no dejan de crear sobre estas bases. El *hip hop* termina siendo, entonces, un disparador para poder mostrar lo que piensan y lo que son capaces de hacer, a partir de un mundo de significados que se les ofrece, que es la justificación para poder “poner afuera” todo eso que bulle adentro.

Anexo

Fotografías



B-boys practicando en la garita de la plaza San Martín



CEM N° 8, hall en donde se practica *breakdance*



B-boys en la plaza Alsina, en el centro comercial de la ciudad



Mural realizado por graffiteros



“El graffiti es arte” realización de murales (graffiti legal)



Ejemplo de *tagg* en Barrio Santa Clara



“Batalla” de MCs en Plaza San Martín



Joven *taggando* momentos previos a una “batalla”

Taller integrador de Breaking :

Lugar: Junta vecinal B.Santa Clara.

Mier: 13 a 15 hrs.
Jueves y vier: 16 hrs a 18 hrs.

Organiza:
Programa Hueche-
Ministerio de
Desarrollo Social.



Flyer de curso de breakdance



Preparación para una “batalla” en la plaza San Martín

Diccionario

B-BOY/B-GIRL = Abreviado de "*breakbeat boy/girl*". Nombre dado por Kool *DJ Herc* a los chicos/chicas que esperaban un *breakbeat* de una canción para practicar su baile (*breakdance*). También se les llama *breakers*.

B-BOY'ing = Practicar el *breakdance*.

BATALLAS = Se denomina así a las competencias dentro del rap, el *DJ*, el *breakdance* y el *graffiti*, que se realizan con el fin de obtener reconocimiento entre los pares. Muchas veces se ganan objetos como ropa, discos, zapatillas y, excepcionalmente, dinero.

BEATBOX = Es una percusión vocal que imita sonidos, como percusión de batería, ritmos, *scratches*, sólo con la boca. Se utiliza para acompañar rimas de rap.

BOMBAS= Letras en un formato grueso, que se utilizan para escribir un seudónimo y que pueden o no poseer un relleno.

CREW= En inglés, tripulación, equipo. Se denomina así a los miembros con los que se conforma un grupo de rap, *b-boys*, *b-girls*, etc.

DJ = Disc Jockey. Es el encargado de realizar efectos con los discos.

DJ'ing = Practicar las artes del *DJ*. Ver también *turntablism* y *scratch*.

FLOW = Estilo.

FREESTYLE = Literalmente, estilo libre, se denomina así a la posibilidad de rapear sin música, de la forma más básica, a veces acompañado por *beatbox*. También es rapear improvisando los versos. Se aplica además al *DJ'ing* y al baile. Es principalmente, la improvisación.

GANG = Literalmente, grupo o pandilla. En el contexto de la sociedad norteamericana de la segunda mitad del siglo XX, se refiere a las asociaciones generalmente violentas de jóvenes que se dan en las zonas más deprimidas de las grandes ciudades, llegando a convertirse incluso en “pequeños ejércitos armados hasta los dientes”. Normalmente, los *gangs* tienen un gran poder en su zona o barrio, donde controlan actividades ilegales como el narcotráfico.

GANGSTA, GANGSTA-RAP= Género caracterizado por los textos violentos y agresivos que describen la vida en las barriadas más deprimidas de las grandes ciudades, incidiendo en la presencia de armas, drogas y sexo. El *gangsta* ha adquirido un gran auge comercial desde finales de los años ochenta, a partir de discos como *Rhyme Pays*, de Ice-T, y *Straight Outta Compton*, de N.W.A. Este género es, naturalmente, el mayor (aunque no el único) responsable de la mala prensa que tiene el rap en ciertos sectores. En sus inicios se conocía como *gun-rap* (rap de pistolas). El primer disco de *gangsta rap* se le atribuye a Scholly D con "PSK, What Does It Mean?" (PSK significa *Park Side Killers*).

HEAD SPINS= Paso básico del *breakdance* que se realiza con la cabeza sobre el piso y las piernas en forma vertical, girando con la ayuda de un gorro y de las manos.

LIRICA= Forma poética que expresa tradicionalmente un sentimiento intenso o una profunda reflexión, ambas ideas como manifestaciones de la experiencia del yo. Esta definición debe matizarse cuando se traten ciertas formas de la lírica moderna en la que, como ya ocurría con el *haiku* japonés, el yo se desvanece en favor de la imagen o de una escena cuya emoción se desliga de la subjetividad del poeta.

MC'ing = Rapear.

MICRO = Es el elemento utilizado para desviar la voz humana a los altavoces después de pasar por varios elementos eléctricos. En el *hip hop* siempre va asociado a una mano.

MIXER= Mezclador de colores de lata a lata en los aerosoles

SAMPLEAR = Tomar un fragmento de una canción, modificarlo e incorporarlo a tu creación musical.

SAMPLER = Aparato que se utiliza para *samplear*. Permite tener un archivo de sonidos, apto para ser introducidos en un tema. Es el instrumento más utilizado a la hora de crear música de

baile. Conlleva problemas de uso legal, ya que *samplear*, en muchas ocasiones, equivale a piratear, robar de los discos de otros.

SCRATCH = El *scratch* es uno de los elementos básicos del *turntablism*, es una forma de tocar música con los platos (bandejas utilizadas para pasar los discos). Básicamente se trata de mover el vinilo (disco de pasta) hacia atrás y hacia adelante generando una deformación del "sonido" que esta en contacto con la aguja. Este sonido puede ser más grave o más agudo dependiendo de la velocidad con que efectuemos los movimientos. También podemos hacer variar el "ritmo" del *scratch*, moviendo rítmicamente el disco. Si al movimiento del vinilo le sumamos el uso del *crossfader*, podemos obtener *scratches* de los más diversos ritmos y tonadas. Cada *Dj* tiene su propio estilo de "*scratchear*" y cada uno termina encontrando el suyo propio.

TAGG = Firma. Pintada en la pared con la que se identifica el individuo que la ha hecho. Se considera la forma más básica del graffiti. Los *taggs* se escriben rápidamente y de un solo color.

TIJERAS o 1990's= También llamado *windmill*, es uno de los pasos más difíciles del *breakdance*, en donde se gira con mucha velocidad sobre la espalda, tocando el suelo sólo con los omóplatos.

TOPROCK = También llamado *Godown* o *Shuffle*. Término, en *breakdance*, que define el juego de piernas que se hace levantado, éste puede estar basado en diferentes influencias y es diferente en cada bailarín.

TOY = Toyaco.

TOYACO = Individuo que entiende el *hip hop* como una moda pasajera, no como una cultura. No hace nada por el *hip hop*, lo utiliza para bacilar o para parecer algo que no es. Está muy mal visto en los círculos más radicales. En graffiti, escritor inexperimentado o incompetente.

TURNTABLISM = Arte que consiste en usar el tocadiscos como un instrumento musical. Manipulan, mediante discos y tocadiscos, grabaciones existentes para crear nueva composiciones.

TURTLE= Paso de *breakdance*, el cuerpo se posiciona en forma horizontal sobre el piso, pero se sostiene por encima de él con el apoyo de las dos manos, para intentar "caminar" o resbalar utilizando el equilibrio.

UPROCK = También llamado Brooklyn Rock. Término, en *breakdance*, que define un movimiento similar a una lucha, en el cual los bailarines están muy cerca unos de otros pero sin llegar a tocarse, siguen el ritmo y actúan con movimientos de piernas y brazos al son de la música. Este paso en un principio fue un tipo de baile que nació en Brooklyn, de ahí su nombre, empezó mucho antes que el *break* pero luego se fusionó con él, mezclándose sobre todo con el Toprock y convirtiéndose en un nuevo tipo de paso de este baile.

VNILO = Esfera de plástico plana que utilizan los bailarines para poder deslizarse mejor sobre el piso y lograr los mejores pasos

3D Y WILD STYLE = Se considera que dentro del 3D existen muchas más posibilidades de progreso, además que esta técnica posee una mayor complejidad que el Wild Style. Éste último es un tipo de graffiti complejo con letras entrelazadas, muchas de ellas acabadas en flechas. Se considera uno de los estilos más difíciles, solo al alcance de los mejores. Generalmente suele ser ilegible para los no iniciados. Es un "throw up" pero realizado de manera muy estilizada y complicada

Bibliografía

- Alonso, O. (2008) *“Los significados de la acción política en una capital de provincia”*. En: I Jornadas de Ciencia Política en Río Negro. 11 al 14 de junio de 2008. Viedma, Río Negro.
- Anguera, M (1995) *Método de investigación en psicología*, Síntesis, Madrid.
- Arfuch, L. (2005) *Problemáticas de la Identidad*. En: Arfuch, L. (Comp.) *Identidades, sujetos y subjetividades*, Prometeo, Bs. As.
- Augé M, (1993) *Los “no lugares”, Espacios del anonimato*, Ed. Gedisa, Barcelona.
- AA. VV. (2009) *Estudios en juventudes en Argentina I. Hacia un estado del arte* Editorial de la Universidad Nacional de La Plata, La Plata.
- AA VV. (1998) *Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*, Siglo del hombre, Bogotá.
- Balardini, S. (2000) *¿Qué hay de nuevo, viejo?* En: Revista Nueva Sociedad, n° 200.
- Barbero, J. M. (2002) *“Jóvenes, comunicación e identidad”*. En: Revista Pensar Latinoamérica, OEI.
- Borobia, R (2010) *De Utópicos y Reformistas y otros pensamientos de jóvenes en un estudio por inducción analítica*. Ciccus, Bs. As.
- Bourdieu, P (1990) *“La juventud es más que una palabra”*. En: *Sociología y Cultura*, Grijalbo, México.
- Buenfil Burgos, R. (1993) *Análisis del discurso y educación*. DIE, México.
- Castro, G (2004) *Los jóvenes: entre los consumos culturales y la vida cotidiana*. Kairós, n° 14, San Luis.
- Castro, L (1998), *“El espacio/tiempo social: fragmentos de ontología política”*, Archipiélago. Cuadernos de crítica de la cultura (De espacios y lugares: preocupaciones y ocupaciones), núm. 34-35, invierno.
- Chaves, M. (2004) *“Biopolítica de los cuerpos jóvenes: aproximación e inventario”*. Kairos, n° 14, San Luis.
- Chaves, M. (2005) *Juventud negada y negativizada: Representaciones y formaciones discursivas vigentes en la Argentina contemporánea*. Última década, vol.13, n.23.
- Chaves, M. (2010) *Jóvenes, territorios y complicidades. Una antropología de la juventud urbana*. Espacio Editorial, Bs. As.
- Chomnalez, V. (2013) *“Las derivas de la comunicación: el cuerpo como texto”*. En: Revista de Comunicación Vivat Academia, Año XV, n° 122.

- Clarke, J.; Hall, S.; Jefferson, T. y Roberts, B. (1976) *Subcultures, Cultures and Class: A theoretical overview*. En: Hall, S. y Jefferson, T. (eds.), 1976; pp. 9-74.
- Cohen, P. (1972) *Subcultural Conflict and Working Class Community*. *Working Papers in Cultural Studies*, n° 2, pp. 5-52.
- Criado, E. (1998) *Producir la juventud. Crítica de la sociología de la juventud*. Itsmo, Madrid.
- De Certeau, M. (2000 [1980]) *La invención de lo cotidiano. I Artes del hacer*. Universidad Iberoamericana, México DF.
- Diederichsen, D (2005) *Personas en loop: Ensayos sobre cultura pop*. Interzona, Bs As.
- Duschatzky, S. y Corea, C. (2001) *Chicos en banda. Los caminos de la subjetividad en el declive de las instituciones*. Paidós, Bs as.
- Fairclough, N. (1992) *Discourse and social change*. Routledge, London-New York.
- Feixa, C. (1998) “*La ciudad invisible. Territorios de las culturas juveniles*”. En: AA. VV., *Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*, Siglo del hombre, Bogotá.
- Feixa, C. (1998) *Sobre jóvenes, bandas y tribus*, Ariel, Barcelona.
- Foucault, M. (1990). *Tecnologías del Yo y otros textos afines*, Barcelona, Ed. Paidós.
- Fried Schnitman, D. (1998). *Nuevos paradigmas, cultura y subjetividad*. Buenos Aires, Ed. Paidós.
- Garcés Montoya, A. y Medina Holguín, J. (2010) *Músicas de resistencia. Hip hop en Medellín*. Question, Vol. 1, n° 28, La Plata.
- Garcés Montoya, A., Tamayo, A. y Medina Holguín, J. (2006) *Como un tatuaje...Identidad y territorio en la cultura hip hop de Medellín*. Educación física y deporte. Vol. 5, n° 2, Medellín.
- García Canclini, N., ed. (1993) *El consumo cultural en México*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.
- García Canclini, N. (1999). “*Globalizarnos o defender la identidad. ¿Cómo salir de esta opción?*” En: Rev. Nueva Sociedad n° 163, Caracas.
- Ghiardo, F (2004) *Generaciones y juventud: una relectura desde Mannheim y Ortega y Gasset*. Última década, vol. 12, n20.
- Giménez, G (1981) “*La identidad social o el retorno del sujeto en sociología*” En: *Coloquio Paul Kirchhoff*, Ed. UAM, México.
- Giménez, G (2003) *Identidades en globalización. Cultura, identidad y metropolitano global*. Instituto de Ciencias Sociales de la UNAM, México DF.
- Grimson, A. (2001) *Interculturalidad y comunicación*, Ed. Norma, Colombia.

- Guber, R. (2001) *La Etnografía: método, campo y reflexividad*. Editorial Norma. Bs. As.
- Gupta, A. y James Ferguson (1992), “Beyond ‘culture’: space, identity and the politics of difference”, *Cultural Anthropology*, vol. 7, núm. 1
- Hall, S. (2003) *¿Quién necesita identidad?* En: Hall, S. (Coord.) y Du Gay, P. (Coord.) *Cuestiones de identidad*, Amorrortu, Bs. As.
- Hernández Sampieri, R., y otros. (2006), *Metodología de la investigación*, McGraw Hill, México.
- Huergo, J. (2000) “Ciudad, formación de sujetos y producción de sentidos”. *Los Oficios Terrestres* n° 7, La Plata.
- Huergo, J. (2006) “Lo que articula lo educativo en la prácticas socioculturales”. En: <http://comeduc.blogspot.com.ar/2006/04/jorge-huergo-lo-que-articula-lo.html>. 01/05/14
- Jociles Rubio, M. (1999). “Las técnicas de investigación en antropología. Mirada antropológica y proceso etnográfico”. *Revista Gazeta de Antropología*, n° 15.
- Kunin, J. (2009) “Rap político en el altiplano boliviano: (Re)Construcción de identidades juveniles y de ciudadanía afirmativa a través de negociaciones en un mundo globalizado”. En: *Temas de patrimonio cultural N° 24: Buenos Aires Boliviana. migración, construcciones identitarias y memoria*, Bs. As.
- Lewkowicz, I. (2004) *Pensar sin Estado. La subjetividad en la era de la fluidez*. Cap.: Instituciones perplejas. Paidós, Bs. As.
- Margulis, M. (1994) *La cultura de la noche*, Ed Espasa, Bs. As.
- Margulis, M. y Urresti, M. (1998) *Buenos Aires y los jóvenes las tribus urbanas*. Estudios Sociológicos, Bs. As.
- Massey, D (2005) “La filosofía y la política de la espacialidad: algunas consideraciones”. En: Arfuch, L. (Comp.) *Pensar este tiempo. Espacios, afectos, pertenencias*. Paidós, Bs. As.
- Mingardi Minetti, M., Carazo, P. y Román, C (2010) *Comunicación e identidad en culturas juveniles de hip hop*. EAE, Inglaterra.
- Moraga González, M y Solorzano Navarro (2005) *Cultura urbana hip hop. Movimiento contracultural emergente en los jóvenes de Iquique. Última Década*. N° 23, Valparaíso.
- Morin, E. (1994) *Epistemología de la complejidad*. En: Schnitman Dora, Nuevos paradigmas, cultura y personalidad. Paidós. Bs. As.
- Néspolo, J (2007) *El problema de la identidad narrativa en la filosofía de Paul Ricoeur*. *Orbis Tertius*, n° XII.
- Ortiz, R. (1996) *Otro Territorio*. Universidad Nacional de Quilmes. Bs As.

- Pillai, S. (1999) *Hip-Hop Guayaquil: culturas viajeras e identidades locales*. [Bulletin de l'Institut Francais d'Études Andines](#), Vol. 28, nº 3.
- Pujol, S. (2003) *Rebeldes y modernos, una cultura de los jóvenes*. En: James D., Nueva Historia Argentina. Violencia, participación y autoritarismo (1955-1976) Tomo IX Sudamericana, Bs As.
- Quinteros Ortiz, L. (2012) “Yo tbm iba a flogeriar al patio olmos :\$: narrativas circulantes en el ciberespacio en torno a la identidad flogger”. II Reunión Nacional de Investigadores/as en Juventudes de Argentina, Viedma.
- Reguillo, R (2000) *Emergencias de culturas juveniles, estrategias del desencanto*, Ed. Grupo Editorial Norma, Bs. As
- Reguillo, R (2003) *Las culturas juveniles: un campo de estudio; breve agenda para la discusión*. En: [Revista Brasileira de Educação](#).
- Rocchi, F (2002) “Estilos de vida”. En: *Términos críticos de sociología de la cultura*, Altamirano, C. (dir.), Paidós, Bs. As.
- Romero, L. (1987) “Los sectores populares en las ciudades latinoamericanas del siglo XIX: La cuestión de la identidad”. [Sectores populares e identidad](#), Desarrollo Económico, Vol.27, nº 106, Bs. As.
- Saintout, F. (2009) *Jóvenes: el futuro llegó hace rato. Percepciones de un tiempo de cambios: familia, escuela, trabajo y política*. Prometeo, Bs As.
- Sibilia, P. (2008) *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica, Bs As.
- Stake, R. (1999) *Investigación con estudio de casos*. Editorial Morata. Madrid.
- Szumurk, M. y McKee Irwin, R. (coord.) (2009) *Diccionario de estudios latinoamericanos*. Siglo XXI, México.
- Taylor, S y Bogdan, R (1992) *Introducción a los Métodos Cualitativos de Investigación*, Paidós Básica, Barcelona.
- Valles, M. (2000). *Técnicas cualitativas de investigación social. Síntesis*. Madrid.
- Vasilachis de Gialdino, I. (1993) *Métodos cualitativos I*, Ed. Centro Editor de América Latina, Bs. As.
- Vasilachis de Gialdino, I. (2004) Ponencia: “Metodología Cualitativa y creación de Teorías. IV Jornadas de Etnografía y Métodos Cualitativos de Investigación” Instituto de Desarrollo Económico y Social. Bs. As.
- Vergara, A. (2001), “Introducción. El lugar antropológico”. En: M.A. Aguilar, A. Sevilla y A. Vergara, *La ciudad desde sus lugares. Trece ventanas etnográficas para una metrópoli*, Miguel Ángel Porrúa/Conaculta/UAM Iztapalapa, México.

- Wildner, K. (2006), “*Los nuevos centros y la periferia: el proyecto Santa Fe, México; y Hafen City, Hamburgo. Etnografía urbana de la globalización*”. En: C. Bueno y M. Pérez Negrete (coords.), *Espacios Globales*, UIA/Plaza y Valdés, México.