

Representaciones en video clips de raperos de barrios marginales

Video clip representations of performances by rappers from peripheral neighborhoods

Martin Alejandro Biaggini

Universidad Nacional Arturo Jauretche, Argentina

<https://orcid.org/0000-0001-6033-9207>

e-mail: martinbia@hotmail.com

Recibido: 02/10/2021

Aprobado: 14/12/2021

RESUMEN

El presente artículo describe y analiza las representaciones que hacen en sus video clips, un grupo de raperos que habitan una villa de emergencia (barrio marginal) del conurbano de Buenos Aires desde la perspectiva teórica del Análisis Multimodal del Discurso. El análisis de los videos permite abordar la dupla discursiva nosotros/ellos, y a través de su discusión comprender la dimensión suburbana de los videoclips como representaciones territoriales. Así, se desarrolla la hipótesis de que el análisis de la producción audiovisual local es capaz de dar cuenta de la identidad local, de contextualizarla social y territorialmente.

Palabras clave: Rap; jóvenes; representaciones; videoclips.

ABSTRACT

This article describes and analyzes the representations made in their video clips by a group of rappers who inhabit an emergency village (marginal neighborhood) in the suburbs of Buenos Aires from the theoretical perspective of Multimodal Discourse Analysis. The analysis of the videos allows us to address the discursive duo us / them, and through their discussion to understand the suburban dimension of the video clips as territorial representations. Thus, the hypothesis is developed that the analysis of local audiovisual production is capable of accounting for local identity, of contextualizing it socially and territorially.

Keywords: Rap; youth; representations; videoclips.

INTRODUCCIÓN

El presente artículo es resultado de un proyecto de investigación en curso, de carácter exploratorio y descriptivo, que se inició en 2018 en la Universidad Nacional Arturo Jauretche (Florencio Varela, Argentina), que se encuentra en su segunda etapa de ejecución, y que tiene como objetivo identificar, describir y analizar las prácticas, discursos y construcciones simbólicas de raperos del Área Metropolitana de Buenos Aires.

La práctica del rap es parte de la cultura hip-hop y tuvo su origen en los suburbios de EEUU en la década de 1970 (Chang, 2017), pero a mediados de 1980 la expansión de la cultura hip-hop alcanzó dimensiones mundiales gracias a los procesos de globalización de las tecnologías comunicacionales y a los medios masivos de comunicación. De esa manera,

durante la década de 1980 el hip-hop y el rap comienza a ser apropiados en Argentina (Biaggini, 2020, 2020b) momento desde el cual comienza a desarrollarse la escena local. Esta puede ser clasificada desde un sentido histórico, en tres generaciones de raperos: *la vieja escuela*, o raperos que comenzaron con su práctica en Argentina entre 1983 y 1992; *la primera generación* que abarca la conformación de una escena rap local y que cierra en el año 2004; y la última, los llamados *raperos 2.0* que surgen con la democratización de las tecnologías digitales y la aparición de la Internet 2.0 y las redes sociales, y continua hasta hoy día (Biaggini, 2021).

Entre fines de siglo XX y principios del XXI, la aparición y rápida distribución de las tecnologías de la información y la comunicación, y el entorno que instauran para la interacción y los flujos de intercambios entre máquinas y personas, produjeron una revolución en los diversos planos que componen las sociedades contemporáneas. (Urresti, Linne y Basile, 2015: p. 9-11). En este contexto de intercambio y democratización, cada vez fueron más los usuarios que creaban, recreaban y circulaban su producción en las redes. Este nuevo actor denominado prosumidor (acrónimo conformado por los conceptos productor y consumidor) adquirió un rol cada vez más importante al decir de Garcia Canclini (2012). De todos los géneros musicales, en el conurbano de Buenos Aires fue la práctica del rap una de las más beneficiadas en este nuevo contexto (Semán, 2017): gran número de raperos han logrado grabar temas y producir videoclips distribuyéndolos a través de diferentes redes sociales con la finalidad de dar a conocer “lo que vienen haciendo”¹.

METODOLOGÍA

El presente artículo da cuenta de un estudio descriptivo-analítico, que aborda las representaciones en los videoclips de raperos del conurbano, utilizando el análisis crítico del discurso multimodal (ACDM). La tradición monomodal de la comunicación planteaba que las únicas representaciones racionales en concepto de comunicación se lograban completa y exclusivamente mediante el uso del lenguaje como lugar central de la comunicación. En contraste a este enfoque, el Análisis del Discurso Multimodal (Kress y van Leeuwen, 2001, p.20), estudia los discursos en los que se combinan diferentes sistemas de signos y los mecanismos que se emplean para su producción, distribución y comprensión. En consecuencia, el presente estudio se inscribe en el ACDM teniendo en cuenta que los videoclips son discursos que nacen como tema musical, se conforman como producto audiovisual y se distribuyen vía canales de YouTube, lo que a su vez configura un nuevo modo semiótico.

Kress y Van Leeuwen (2001) plantean que la comunicación es inevitablemente multimodal. Y proponen un análisis basado en tres instancias: El discurso, el diseño y producción, y por último, la distribución. Para la primera instancia se utilizarán distintas herramientas metodológicas para el análisis de la figura del narrador, el espacio y el tiempo, y las representaciones tanto en imagen como en sonido, en el video clip seleccionado. Para Jaques Aumont (2006) no existe un método universal de análisis fílmico, y no existe ningún método que pueda aplicarse de igual manera a todos los films. En ese contexto se aplicaran herramientas de los estudios literarios (López Casanova M. y Fonsalido M. E. coords., 2018), y de estudios audiovisuales (Aumont y Marie, 2006, Barthes, 2017). Si bien Michel Chion, padre del concepto de *Audiovisión*, plantea la imposibilidad de analizar un audiovisual como imagen y sonido por separados ya que ambas se conforman en un proceso de síncreis (Chion, 1998), en este caso particular el género video clip, no es una obra audiovisual pensada y producida como tal, sino que consiste en una obra sonora independiente y preexistente, la que

¹ Desde una perspectiva antropológica se utilizarán comillas en palabras o frases utilizadas por los raperos.

luego se convierte en una obra audiovisual anexándole imágenes en movimiento para cumplir (en el caso analizado) los requerimientos de la plataforma Youtube².

Para la segunda, se realizarán cuestionarios y entrevistas estructuradas a los raperos seleccionados. En cuanto a los primeros, se indagará accesibilidad a la tecnología, procesos formativos y usos tecnológicos. En cuanto a las segundas se ampliarán los resultados del cuestionario y se abordarán las dimensiones de producción y distribución de los video clips seleccionados.

Para la tercera instancia se analizará el canal de Youtube de cada uno de los grupos, en los cuales fueron alojados los mencionados video clips, tomando en cuenta la cantidad de visitas, los comentarios dejados por los visitantes, cantidad de suscriptores, e intercambio de respuestas administrador del canal - publico.

Los sujetos de investigación pertenecen a una crew de *raperos 2.0* conformada por Ariel Cros (15), el Liendre (20) y Zorro (25) quienes, si bien habitan el mismo barrio, se conocieron y relacionaron gracias a las redes sociales al enterarse que todos estaban haciendo rap. El criterio de selección de los sujetos fue la cercanía geográfica y la existencia de un lazo establecido con anterioridad, lo que me facilitó el trabajo de investigación. El trayecto educativo formal que transitaron los raperos es variable, mientras dos de ellos no finalizaron los estudios de nivel medio, uno de ellos no finalizó los de nivel primario. Uno de ellos aprendió a utilizar una computadora en el colegio, mientras que los restantes aprendieron de forma autodidacta. Solo uno de ellos posee computadora en su hogar y no es de uso personal. Ninguno fue beneficiario del programa *Conectar Igualdad*. En cuanto al trayecto de aprendizaje de uso de los programas de grabación/edición, así como el uso de la plataforma YouTube, todos declaran que el proceso se realizó “investigando solo” aunque se pudo observar en las entrevistas semi estructuradas, y las observaciones participativas realizadas en el Home Studio, que el aprendizaje del uso de la PC en el colegio por una parte, y el trabajo asociativo y colaborativo entre ellos, sumado al uso de tutoriales buscados en internet, configuraron un proceso mixto de educación formal la primera, e informal la segunda, logrando los raperos adquirir las herramientas tecnológicas y de uso para la grabación en audio, grabación audiovisual, posproducción y alojamiento en la plataforma Youtube.

Sin embargo, los tres raperos reconocen su trayecto educativo formal (inconcluso en los tres casos), y lo retoman reconociendo que mejorarían su práctica de rap leyendo más. Es notorio que la búsqueda de la lectura se remite a libros escolares o que conocieron en el trayecto escolar propio o de algún hermano. El grupo tiene realizados un total de cinco videos clips en su canal de Youtube, los cuales se puede apreciar a simple vista que se fueron complejizando en cuanto a técnicas de realización y posproducción. En ese sentido se tomará para el presente artículo solamente el primer video clip, para poder luego, en otra instancia del proyecto, comparar o indagar los cambios en su producción audiovisual siguiente.

EL DISCURSO

El objeto de análisis es un video clip de música rap del subgénero gangsta rap, que fue realizado para su publicación en la plataforma YouTube. Este subgénero surge como

² Nota: La necesidad de aprender a realizar video clips en los grupos analizados, surge ya que los “pibes” de su barrio (a quienes están dirigidos los temas musicales), empezaron a “escuchar” la música en los ciber, a través de Youtube, y las características audiovisuales de la mencionada plataforma, requiere que el archivo sea audiovisual y no solo sonoro. En ese contexto, los raperos tuvieron la necesidad de formarse en la realización audiovisual.

consecuencia del proceso de mercantilización del rap en los años 1990 en EE.UU., cuando se apodera de la escena y comienza a exportarse. Como explica Jeff Chang: "...el estilo gangsta se había transformado en la última tendencia. Al igual que el blues había conquistado antes a la generación de baby boomer: blancos, estas historias desafortunadas y pobladas de negros borrachos, drogadictos, lascivos, irresponsables, criminales, homicidas y desafiantes eran, aparentemente, justo lo que las masas de la nueva generación estaban buscando" (Chang, 2017, p.417)

En el presente caso, los raperos de referencia escribieron un rap que los describe a ellos y a su barrio, lo grabaron utilizando una base musical (beat) "bajada" de internet, que es de autoría de Daddy Yankee, un conocido reguetonero, y que formó parte de su film *Talento de barrio*, que narra la historia de un habitante de un barrio humilde que logra triunfar gracias a la música, y el videoclip que fue alojado en las redes.

En cuanto a los "narradores" o "enunciadores" (emisores ficcionales), nos referimos a un procedimiento que permite narrar una historia. Según Vasallo (2018, p. 113): "La palabra narrador remite, en tanto concepto específico dentro de los estudios literarios, a la voz que enuncia desde un texto narrativo". En el caso del videoclip que analizamos, realizado por los mismos autores de la letra, no existe un narrador en tercera persona objetivo, sino que los narradores aparecen, por un lado, en la primera persona del plural (utilizada por cada uno de los tres integrantes del video): "Somos los mejores", enunciando un nosotros colectivo, y, a su vez, se individualizan en una primera persona: "Nacido en la villa / Me crie en la calle".

Pero los autores de la letra utilizan seudónimo: Ariel Cros, Zorro y el Liendre. Según Vasallo (2018, p. 113) "narrador no es quien escribe materialmente el relato, el autor de carne y hueso, sino la persona gramatical, la forma lingüística que, inventada y dispuesta por el escritor, sostiene el enunciado narrativo". Estos seudónimos no remiten directamente a los autores de carne y hueso, sino a los enunciadores en el tema. Viven los tres en el mismo barrio, pero no se conocían. Las redes sociales y el gusto por el rap los unió y decidieron formar un trío al que pusieron de nombre MDR (consonantes de la palabra Madero, nombre de la localidad en la que habitan, y referencia directa para enunciar donde viven). Empezaron juntos en el 2016. Entrevistado, Liendre contaba su acercamiento a este género musical: "Yo trabajaba en el taller y no me gustaba mucho, me agarraba los auriculares y empezaba a escuchar distintas músicas, y después agarré el rap y me gustó más porque se expresa más, y me quedé con eso" (Comunicación personal con Liendre, 2018).

Por su parte, Zorro recordaba cómo se unieron: "Yo escuchaba todo de Daddy Yankee, todo eso, y él fue la inspiración para que yo este acá, tipo músicas urbanas, no me gusta la cumbia para nada, y después empecé escuchando y después se me vino a la mente con el querer cantar rap" (Comunicación personal con Zorro, 2019). Gracias a las redes sociales, reconocieron su gusto musical común, y decidieron conformar un grupo: MDR Records.

De esa manera, y siguiendo a los raperos que escuchaban, se inventaron seudónimos y comenzaron a escribir temas. Desde el punto de vista de Genette (Citado por Vasallo, 2018, p. 114), nos encontramos ante un narrador intradieгético, ya que la voz que narra coincide con la de los personajes que narran. En esa misma línea, desde el punto de vista audiovisual la canción es rapeada dieгéticamente, los enunciadores se encuentran dentro del plano de enunciación mirando a cámara y cantando hacia ella. El efecto que causa que los enunciadores miren a cámara (conocido como ruptura de la cuarta pared) es la ruptura del pacto de ficción. Pero una de las particularidades de los videoclips es la posición que adoptan los intérpretes, al contrario de los films narrativamente clásicos en donde se mantiene la ilusión de ficcionalidad, en el videoclip los intérpretes en general miran a cámara logrando contacto visual con el público. Pero esta ruptura de la cuarta pared dentro del discurso del videoclip no significa una ruptura

con el realismo del modo de representación institucional, sino que se trata de una convención más de la actuación musical (Mundy, 1999).

Los narradores representan el barrio no como un lugar geográfico, sino a partir de la experiencia que implica recorrerlo y habitarlo. Las tomas solo muestran a los raperos y sus amigos en el espacio público: los pasillos, el descampado y el salón abandonado. En todas las tomas se puede ver el cielo. Son lugares en los cuales se pueden desarrollar las actividades públicas del barrio. No aparece ninguna imagen de los interiores (el hogar, el espacio privado), ni tampoco se los enuncia en la letra. De las cuatro únicas tomas en la que los raperos caminan a nivel del suelo, tres de ellas son calles de tierra. En el resto de las tomas los raperos están en terrazas, subidos a una viga o en el salón abandonado del colegio.

Las ciudades como todo territorio se organizan a partir de las diferencias sociales de los grupos que las conforman: los sectores más aptos a ser urbanizados son ocupados por clases medias y altas. Por otra parte, las clases social y económicamente menos favorecidas se ubican en las áreas marginales a estos, como zonas bajas, inundables o terrenos fiscales sin uso. En el caso del barrio de referencia, conocido localmente como “3 de marzo”, dentro de la localidad de Villa Madero, La Matanza, se formó en dos etapas por la ocupación de terrenos fiscales estatizados durante el primer peronismo. La primera durante la década de 1970, mientras que la segunda durante la década de 1990. En general, la diagramación de estos asentamientos es totalmente informal y responde a cómo se va realizando la ocupación del terreno. El crecimiento es azaroso, los espacios privados son pequeños, y con el crecimiento poblacional muchas familias viven apretadas en algunos pocos ambientes. Ante esta escasez de espacio, el exterior es entonces el lugar donde estar. En una de las tomas los raperos y sus amigos están sentados sobre la baranda que protege a los transeúntes de no caer en el arroyo de aguas servidas del barrio (que carece de sistema de cloacas).

Estos raperos exponen sus experiencias subjetivas como vivencia colectiva. De ahí que el barrio ya no es una mera categoría jurisdiccional, sino, como lo plantea Gorelik (2013), un dispositivo cultural. Por eso hablamos del barrio como discurso. El espacio, según Michel de Certeau, es un lugar practicado, un cruce de elementos en movimiento: los caminantes son los que transforman en espacio las calles, los pasillos y los descampados. Marcar el territorio que habitan por momentos, crear sus propias matrices de comunicación y conformar identidades en torno a determinadas temporalidades y espacios. Se diría que para estos raperos el factor de arraigo es la intensidad de sentido con que el grupo inviste una esquina, un descampado, el salón abandonado, un baldío, que deviene así en territorio propio. Pero Seguro (2010) se refiere al espacio público en tanto lugar practicado que no debe idealizarse como el lugar de todos, sino entendiendo que en su producción intervienen desigualdades, exclusiones y conflictos, al igual que en todas las dimensiones de la vida social.

Entrevistados los tres raperos expresan: “Queremos contar lo que vivimos, lo que hacemos, lo que vemos. Tratamos de ser reales, cantamos lo de nosotros, es un tema para el barrio. Contamos muchas cosas, más que nada, lo de hoy en día”. (Comunicación personal con Liendre, Zorro y Ariel en 2018)

La frase “keep ti real” (“sé real o muéstrate real”), eslogan presente en numerosos raperos y letras de EE.UU., y luego en el resto del mundo, ha sido un elemento esencial dentro del rap (Basu, 1998). La medida en que uno puede “mostrarse real” está relacionado con la medida en que cada cual es capaz de poseer y mostrar formas relevantes de capital cultural (Bourdieu, 1986). El capital cultural del rap depende fuertemente en conocimiento y expresión de la cultura local y del hip-hop. Armstrong (2004) sugiere que los valores culturales del rap se desarrollan como una identidad principalmente en oposición a la cultura normativa. Afirma tres características de autenticidad en lo que respecta a este género: ser fiel a uno mismo, tener

una fuerte lealtad local y establecer y mantener el requisito de relación y proximidad respecto de la fuente original del rap.

La práctica del rap los transformó en raperos. El barrio los reconoce como tales. Este hecho se puede identificar no solo en los comentarios del canal de YouTube, sino que los mismos raperos lo narran en la entrevista. La palabra “representando” es utilizada en el ambiente del hip hop para establecer la lealtad local y demostrar que el raperos no “se vende”, sino que representa a su barrio con su música y su arte. A donde ellos vayan, estará su barrio. Y nuevamente enuncian el barrio como elemento de importancia y defensa: es el mejor barrio, el más conocido, y no se aceptan críticas. Estos lugares, explica Martín (2006) analizando la cumbia villera, que para nuestra visión serían marginales, para los raperos son “su lugar”. Son pobres que no se consideran pobres, ni carenciados ni pasibles de pena, sino que positivizan aquello que en la mirada dominante los estigmatiza.

El videoclip busca en todo momento desde la letra y las imágenes la construcción verosímil de la villa “real”. Se empieza identificando a los enunciadores con la voz de autoridad, las imágenes son filmadas íntegramente por los raperos en su barrio “real” con sus amigos “reales” y con elementos “reales” (se utilizó una cámara en mano). Estos elementos se ven reforzados por letra de la canción: “No vengo con chamuyos”, “Si no me creés preguntá” o “No compramos con fantasmas”. Según ellos, “ese es el barrio, se filmó ahí y así es” (Entrevista realizada en 2018), pero de lo que no son conscientes es que operó en ellos una selección de elementos de esa realidad para construir su verdad.

Margarita Ledo (2004) explica que cada época elabora una definición operativa de los procesos que permiten el debate sobre el conocimiento, sobre la verdad referida a un objeto y sobre sus manifestaciones en un sujeto colectivo en el que la persona y su clan están inmersos en un mismo sistema de relaciones de disensiones, un sistema que reconocemos y que transitamos como sociedad.

Para Farré (2004), el destinatario ideal se concibe como alguien que acepta ver, saber y creer lo que el enunciador le propone. El destinatario asume que todo lo que se cuenta es real y que corresponde al mundo de referencia, gracias a los recursos utilizados por el realizador para lograr la verosimilitud. Esta se basa en elementos hegemónicos para retratar una villa miseria: pasillos con calles de tierra, paredes grafiteadas, pibes en situación de ocio, armas, alcohol, etc. Evidentemente los elementos elegidos por los raperos para construir el verosímil del barrio son los elementos dominantes.

Lo que no aparece: es notoria la ausencia de ciertos elementos de la vida de los raperos, que no aparecen reflejados ni en la letra ni en los videoclips. El trabajo, por ejemplo, no es enunciado ni en la letra ni en las imágenes. Según las entrevistas cerradas realizadas a los autores del rap que estamos analizando, dos de ellos se encuentran en situación laboral estable, mientras que el tercero, habiendo sido excluido del sistema educativo y siendo menor de edad, no. Tampoco aparecen mujeres, ya sean amigas, hermanas o familiares. En cuanto a la comunidad, si bien podemos inferir que está representada por los “pibes” que se encuentran en la esquina o los pasillos para “ranchar”, no encontramos alusiones al concepto de familia ni comunidad vecinal. Tampoco aparecen situaciones que aludan al estudio o la escuela (solo aparece el salón abandonado de la escuela). Refuerzan la idea dominante de los elementos que conforman una villa.

En el texto de De Nora en Cumbia: nación, etnia y género en Latinoamérica (Semán y Vila, 2010), se plantea que la música es concebida y descripta como un elemento crucial dentro de un dispositivo que lo habilita. Por su parte, Martín (en el mismo libro) plantea que la cumbia villera es parte de la construcción de experiencia de un grupo que vive una transición social específica (la de la salida de la una sociedad integrada en base al pleno empleo, el valor de la

educación y la posibilidad de ascenso social). Es interesante porque en su carácter de música de uso de un grupo social nos ayuda a interrogar y entender una época: ¿cuál es el sentido o los sentidos con los que circulan estas canciones entre su público?

Los mismos raperos comentan que quieren que el barrio “escuche” el tema. Y en ese caso, aparece el elemento que rompe lo hegemónico. Por vez primera son ellos los que enuncian, los que ponen la voz, los que relatan su propio barrio a sus vecinos. Los enunciadores expresan los males en un presente simple. En general, observamos un rechazo al sistema, a la clase política, al campo cultural institucional, a las instituciones de vigilancia y control. Pero no con una militancia que suscribe cierto ideario, sino desde un territorio político más centrado en el estar en contra que estar con. Los enunciadores hacen de su creación artística un instrumento adversativo para formular críticas, verbalizar su descontento, objetar conductas de la dirigencia política e intelectual. Estos elementos no serían posibles en otro tiempo. Los jóvenes protagonistas de estas prácticas antes no accedían a los medios necesarios para la producción y o distribución de música o videoclips. La democratización del talento tributaria de las nuevas tecnologías permite rapear, musicalizar, editar, grabar y difundir con módicos recursos. Ahora son ellos los que hablan de sí mismos.

EL DISEÑO Y PRODUCCIÓN

Kress y van Leeuwen (2001) denominan producción a la organización de la expresión, es decir, la producción material concreta de un artefacto semiótico. En el presente caso el videoclip de referencia es realizado con una cámara de fotos que permite filmar digitalmente, utilizada sin trípode por no “haber conseguido uno” (cámara en mano), en el barrio 3 de marzo, partido de La Matanza, con los “pibes” del mismo barrio. No se utilizó para su realización ni escenografía, ni vestuario, ni utilería (aunque podamos inferir que algunos elementos, como el arma, fueron colocados adrede). Los escenarios fueron elegidos arbitrariamente, según los propios realizadores, son los lugares en los cuales “paran”, y fueron elegidos mientras “filmaban”.

El video se nutre de diferentes medios: las imágenes seleccionadas que documentan el barrio, el lenguaje rapeado sobre la base rítmica, los símbolos y su organización en la pantalla, los ritmos y tiempos y los efectos sonoros (Raiter y Zullo, 2008). Entre los símbolos podemos mencionar el uso de una remera de fútbol de la selección argentina, un arma, la botella de bebida alcohólica, algunos tags y grafitis, etc.

En cuanto a la instancia enunciativa del videoclip, según la clasificación de Martinec y Salway (2005), la relación entre la imagen y el sonido es parapráctica complementaria, o sea, tanto la imagen como el sonido intentan lograr una unidad completa o sintagma. Las imágenes completas se vinculan al sonido. Estas corresponden a un plano general que se mantiene en casi todo el video (solo en algunas oportunidades la proximidad de los cantantes a la cámara hace que el tamaño de plano se achique, hasta un plano americano o medio), una cámara en mano que, estática o siguiendo a los raperos en su recorrido por el barrio, registra en exterior y con luz natural, con los raperos en el centro mirando a cámara, siguiendo el estilo de los videoclips del mismo género.

Según los propios realizadores, la decisión de los tamaños de plano y la puesta de cámara no responde a decisiones estéticas premeditadas, sino solamente al desconocimiento del lenguaje audiovisual, y a que se trata de la primera experiencia de este tipo del grupo de referencia; intentaron replicar videoclips similares. La cámara “solo seguía lo que hacíamos”. Sin embargo, el consumo de videoclips del género hace que estos realizadores logren incorporar la experiencia del consumo cultural y sistematizarlo, y puedan tomar decisiones de realización y enunciación dentro de lo que se denomina educación no formal.

Estas tomas, por sus características, se pueden clasificar en dos grupos: por un lado, los tres raperos, y por el otro, los tres raperos acompañados por sus amigos. En el primer caso, los raperos (solos o de a tres) miran a cámara y rapean. La mirada a cámara del cantante o los cantantes es un elemento clásico en todos los videoclips, pero en este caso específico, refuerza la idea central del tema musical, en el cual los enunciadores intentan “hablarle a la cara” a su público: el mismo barrio.

Por el otro, los raperos acompañados (en un segundo plano) por sus amigos, los “pibes”. Los lugares son emblemáticos para ellos: los pasillos de la villa, la esquina, el paredón del salón abandonado, lugares donde “parar” en un barrio sin otro espacio público (ausencia de plazas, parques y diagramación urbana). Estos espacios son referentes de cualquier habitante del barrio. Al no existir una plaza o centro urbano, son las esquinas y los descampados los que ocupan el lugar de intercambio social. No encontramos presencia de mujeres (ya sean amigas, madres, hermanas o vecinas en el video clip).

En cuanto a los elementos de imagen que podemos destacar se encuentran: paredes sin revocar, grafitis (en su mayoría tags) y pintadas políticas. Estos elementos demarcan la diferencia entre paredes y muros. La primera corresponde a separadores de material que pertenecen a algún vecino, en cuanto al muro, en su mayoría no tienen propietario o simplemente no están al cuidado de uno. Pueden ser separadores de una fábrica, establecimiento estatal o similar. Lugares típicos para un grafiti o pintada política, ya que nadie lo va a tapar ni realizará un reclamo. Por otra parte, en cuanto a utilería, encontramos una pistola 9 mm y una botella que se puede identificar como bebida alcohólica. Estos elementos, que representan la delincuencia y las adicciones, refuerzan la idea de prácticas delictivas de un barrio marginal. Entrevistados los enunciadores, algunos de ellos reconocen haber tenido relación con estas prácticas, y hasta problemas con la policía, pero no intentan enunciar su experiencia personal sino una colectiva: “lo que sucede en el barrio”. Las adicciones y la delincuencia son parte de las prácticas barriales, y refuerzan el “ser real”: “nosotros vivimos así”.

El montaje y la edición plantean un ritmo bastante marcado, que tiene al rapeo como guía e hilo conductor. Las imágenes se van sucediendo unas tras otras, logrando un videoclip de gran ritmo, estructura típica en los videoclips comerciales. El ritmo del montaje visual no responde a una planificación preplantada, sino que es la primera edición que Ariel Cros realiza con el programa Sony Vegas, por lo que replica el estilo de edición de otros videoclips del género.

LA DISTRIBUCIÓN

El video fue realizado en el 2016 y luego editado por Ariel Cros en el 2017, para poder ser alojado en su canal de YouTube. Dicho canal está anclado en su lugar geográfico, Villa Madero, y asciende hoy a 351 suscriptores, y el video tiene 8139 visitas. La decisión de alojarlo en dicha página es porque justamente ahí se escucha la música en el barrio. Con 186 “me gusta” y 13 “no me gusta”, el video contiene un gran número de comentarios.

La organización del canal tiene similitudes con un canal profesional de música (un logo o marca, que pisa a todos los videos “subidos”, y que representa al rapero Ariel Cros con gorra y visera, elemento que identifica a los “pibes” del barrio. Los datos del video invitan a seguir al rapero en las redes sociales utilizando íconos.

En cuanto a los comentarios dejados por el público, ascienden a 47, y podemos dividirlos en cuatro categorías:

- a) Mensajes de felicitación: 17 mensajes felicitando a los raperos o al dueño del canal por el videoclip. Los cuales todos fueron contestados por un “like” o respuesta formal. Por los perfiles de usuario de YouTube y el rigor de los comentarios se infiere que son amigos y vecinos del barrio de los raperos.
- b) Mensajes propios de los raperos: los mismos raperos publicaron mensajes debajo de su video, dos el Zorro, uno Ariel y uno el Liendre. Los mensajes en general son de agradecimiento por las palabras.
- c) Mensajes de crítica: dos. Una ironía saludando a Daddy Yankee (autor de la música), y otra, una crítica formal a la temática gangsta rap: “cierren el orto manga de boluditos, se hacen los sicarios, muertos de hambre”.
- d) Otros: “Qué onda, desbloqueame del face, soy el chu”.

Podemos denotar que los comentarios positivos son los mayoritarios y pertenecen a amigos, conocidos y vecinos del barrio, y en cuanto a los dos únicos comentarios negativos, el que critica directamente la temática del tema es contestado tanto por los raperos (Ariel y Zorro) como por el público que defiende la postura de estos.

CONCLUSIÓN

Como conclusiones iniciales podemos mencionar que en las representaciones analizadas se denota el autorreconocimiento de los raperos como enunciadores. No solo son artistas, son buenos en lo que hacen y tienen la potestad de contar y contarse, y utilizan esa potestad con intencionalidad de testimonio. Desean progresar y mejorar su arte y para ello retoman su formación escolar. Esta posibilidad les dio entidad dentro de su universo simbólico. Son reconocidos por sus vecinos y amigos como artistas.

Por otra parte, el fuerte arraigo territorial: el barrio es un elemento clave que los constituye como sujetos y está presente en el nombre del grupo o crew, el título de los temas, las letras o las imágenes. Y no solo el barrio como elemento territorial, sino como espacio vivido, recorrido, que incluye los pasillos, las calles de tierra, pero también las diferencias sociales, la forma de vida en ellos, la creatividad al adaptarse. El barrio como elemento cohesionador.

Si bien la práctica del rap es originaria de Jamaica, es incorporada en nuestro país desde EE.UU., por medio del estreno de films comerciales como Flashdance, Breakdance y Breakdance 2 y por medio del mercado de la música, que impone una versión hegemónica de lo “latino”, y que se puede reconocer en las letras analizadas a partir de la adaptación de varios vocablos del inglés escritos fonéticamente conviviendo con vocablos del lunfardo adaptados. Este es un ejemplo de cómo las practicas populares logran filtrar, apropiarse y reorganizar los discursos hegemónicos. Tal como sostienen Laclau y Mouffe (1987) para que exista hegemonía debe existir una práctica de articulación, en la cual dos elementos (dos identidades, dos culturas) se ponen en relación, y al relacionarse cada uno contribuye a la formación de una situación cultural diferente a ambos, que sin embargo no anula a ninguno de los dos elementos.

El estilo del discurso y el lenguaje utilizado es informal y coloquial, incluso vulgar. Ellos procuran crear una identidad propia diferenciándose lingüísticamente de la sociedad general, en la cual encontramos la identificación de un discurso político que subyace: crítica a la ausencia del Estado y al orden establecido, pero por sobre todo se evidencia aquello que Reguillo (2000) denominó la transformación del estigma en emblema. Estos raperos se

apropian de algunas características estigmatizantes y de sus significados, pero revierten sus sentidos negativos. O sea, afirman su supuesta condición de “villeros”, “chorros”, pero le dan a eso un valor positivo, juegan también ellos con esas ideas aun en los casos en que no crean que los definan.

Por otra parte, en esta primera experiencia de los raperos de crear un texto audiovisual, lograron aprender el lenguaje de manera autónoma y autodidáctica, en general observando y replicando otros videos similares, los que el mercado distribuye en internet y se establecen como discursos hegemónicos. Esto se ve reforzado por el hecho de que estos dos videos son los primeros que cada grupo realizó, por lo que se encuadran en un periodo de aprendizaje. Si visualizamos siguientes los videos dentro de la trayectoria de cada grupo, podemos ver que tanto la calidad de imagen como la edición y temáticas elegidas van cambiando, los raperos lograron tomar diversas decisiones estéticas y comunicativas. En ese sentido, es mi intención continuar analizando estos ejemplos, en futuras actualizaciones de formación académica.

Considerando sobre todo las recomendaciones mencionadas, la investigación permite sentar las bases para articular una propuesta teórica donde el rap se constituye no solo como un generador de identidad, sino sobre todo como una construcción cultural que elaboran los jóvenes de barrios marginales, en la cual están representadas sus vivencias y los aspectos más importantes de la cotidianidad en la que se desenvuelven, ya sea individualmente o como grupo. Es por esto que el rap representa una forma de integración donde los jóvenes realizadores y los grupos que los escuchan se identifican. Y esto se debe a que el rap ha logrado una masificación y un reconocimiento dentro de las clases populares.

REFERENCIAS

- Armstrong, E. G. (2004). “Eminem’s Construction of Authenticity”, en *Popular Music and Society*, 27(3).
- Aumont J. ; y Marie M. (2006). Analisis de film. Buenos Aires: Paidós.
- Basu D. (1998) “What is real about ‘keeping it real’?”, en *Postcolonial Studies*,
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13688799890039?journalCode=cpcs20> [última consulta: 9 de marzo de 2020].
- Barthes R. (2017). Un mensaje sin código. Ensayos completos sobre comunicación. Buenos Aires: Godot.
- Biaggini, M. A. (2020). Orígenes de la práctica de rap en la República Argentina (1982-1992). (2021). *Cuadernos De Investigación Musical*, (12), 102-118.
<https://doi.org/10.18239/invesmusic.2021.12.05>
- _____. (2021). Orígenes de la práctica del rap y el Hip Hop en el conurbano bonaerense (1982-1992). Antigua Matanza. *Revista de Historia Regional*, 4(2), 47-67.
- _____. (2021). Practica del rap estilo libre en Argentina: antecedentes históricos. *Análisis*, 53(99).
<https://doi.org/10.15332/21459169/6419>
- Bourdieu, P. (1986). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Buenos Aires: Taurus.
- Chang, J. (2017). *Hip Hop. De la guerra de pandillas y el grafiti al gansta rap*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Chion M. (1998). *La Audiovision. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Buenos Aires: Paidós.
- Farré, M. (2004). *El noticiero como mundo posible*. Buenos Aires: Ediciones La cruzjía.
- García Canclini, N.; F. Cruces, M. (2012). *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*. Buenos Aires: Ariel.
- Gorelik, A. (2015). “Terra incognita. Para una comprensión del Gran Buenos Aires como Gran Buenos Aires”, en Kessler, G., *El gran Buenos Aires. Historia de la provincia de Buenos Aires*. Buenos Aires: UNIPE/Edhasa.

- Kress, G.; y van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*. Londres: Arnold Publishers.
- Laclau, E.; y Mouffe, C. (1987). *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Madrid: Siglo XXI.
- Ledo, M. (2004). *Del Cine-Ojo al Dogma95, paseo por el amor y la muerte del cinematógrafo documental*. España: Paidós Comunicación.
- Martín, E. (2006). “La cumbia villera y el fin de la cultura del trabajo en la Argentina de los 90”, en Semán, P. y P. Vila, comp., *Cumbia. Nación, etnia y género en Latinoamérica*. Buenos Aires: Gorla.
- Martinec, R.; y Salway, A. (2005). “A system for image-text relations in new (and old) media”, en *Visual Communication*, 4 (3).
- Mundy, J. (1999). *Popular Music on Screen*. Manchester: University Press.
- Raiter, A.; y Zullo, J. (2008). *La caja de Pandora. La representación del mundo en los medios*. Buenos Aires: La Crujía.
- Reguillo, R. (2000). *Culturas juveniles. Formas políticas del desencanto*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Seguro, SN. (2010). “Lo público como lugar practicado. Regulaciones sociales, temporalidades colectivas y apropiación diferencial de la ciudad”, en Fernández, M. y M. D. López (eds.), *Lo público en el umbral los espacios y los tiempos, los territorios y los medios*. La Plata: UNLP.
- Semán, P. (2017). “Géneros musicales, identificaciones y experiencias en el Conurbano. La periferia influyente”, en Zarazaga, R. y L. Ronconi, *Conurbano infinito. Actores políticos y sociales, entre la presencia estatal y la ilegalidad*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Semán, P.; y Vila, P. (1999). “Rock chabón e identidad juvenil en la Argentina neoliberal”, en Filmus, D. (comp.), *Los noventa: política, sociedad y cultura en América Latina y Argentina de fin de siglo*. Buenos Aires: FLACSO, Eudeba.
- Vasallo I. (2018). “Narrador”, en Lopez Casanova y Fonsalido (coords.) *Géneros, procedimientos, contextos. Conceptos de uso frecuente en los estudios literarios*. Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento.