

Resistencia e industria cultural en tiempos neoliberales. El caso de jóvenes hiphoperos mexicanos

Resistance and cultural industry in Neoliberal times. The case of Mexican Hip Hop Youngsters

Aczel Fernando Cornejo Pérez
 <https://orcid.org/0000-0002-3687-8793>
Universidad Nacional Autónoma de México
aczfer@gmail.com

María Elena Figueroa Díaz
 <https://orcid.org/0000-0001-5163-5928>
Universidad Nacional Autónoma de México
marielenafd@gmail.com

Resumen: El objetivo de este artículo es explorar la experiencia de algunos jóvenes integrantes de la cultura Hip Hop dentro de un contexto neoliberal que restringe sus oportunidades educativas y laborales. Dicho contexto impide la construcción de proyectos significativos fuera del mercado y del consumo. A través de un trabajo de campo –que incluye entrevistas a profundidad realizadas a cinco jóvenes, así como conversaciones informales, observación participante, análisis de producciones culturales propias del movimiento, y la implicación de uno de los autores de este texto como integrante del movimiento–, se observa una tensión entre la resistencia y la crítica al sistema, y la necesaria vinculación al mercado cultural con el fin de dar a conocer sus mensajes y sus prácticas. Se observan salidas que apuntan a un emprendimiento que no niega la crítica y la resistencia.

Palabras clave: industria cultural, mercado, trabajo, movimiento juvenil

Abstract: The aim of this article is to explore the experience of some young men related to Hip Hop culture within a neoliberal context that restricts educational and employment opportunities. This context limits the construction of significant projects outside the market and consumption logics. Through a field research that includes in-depth interviews with five youngsters, as well as informal conversations, participant observation, analysis of the movement's cultural productions, and the involvement of one of the authors of this text as a member of the movement, we found a tension between resistance and criticism of the system and the necessary linkage to the cultural market in order to publicize their messages and practices. There are some way outs to this tension, which lead to an entrepreneurship that does not deny criticism and resistance.

Key words: cultural industry, markets, labour, youth movement

TRADUCCIÓN:

María Elena Figueroa Díaz, *Universidad Nacional Autónoma de México*

CÓMO CITAR:

Cornejo, A. y Figueroa, M. (2020). Resistencia e industria cultural en tiempos neoliberales. El caso de jóvenes hiphoperos mexicanos. *Culturales*, 8, e454. <https://doi.org/10.22234/recu.20200801.e454>

Recibido: 14 de abril de 2019

Aprobado: 24 de julio de 2020

Publicado: 27 de octubre de 2020



¿Cuáles son las estrategias creativas y las redes culturales de los jóvenes? Ante todo, yo no estaría de acuerdo con la afirmación de que los jóvenes son el futuro. Los jóvenes son el presente [...] porque crean empresas innovadoras en áreas específicas como las industrias creativas, y además, son los mayores consumidores de las tecnologías avanzadas.

Néstor García Canclini, 2012, p. 3

Introducción

Actualmente, los jóvenes mexicanos (y del mundo) se enfrentan a varias contradicciones, provenientes de un sistema capitalista neoliberal que agudiza la desigualdad y, con ella, la pobreza, la marginación, la exclusión y la imposibilidad a acceder a derechos básicos, tales como la educación o el trabajo.

A partir de la década de los setenta del siglo XX, algunos jóvenes se han adscrito a la cultura del Hip Hop¹ que se expresa a través de distintas prácticas ligadas a la música, el baile, la literatura y la gráfica. Por un lado, el Hip Hop nace en Nueva York, Estados Unidos, justo en el momento y el lugar que ve nacer movimientos sociales de lucha por derechos de grupos minoritarios, en una explosión nunca vista de resistencia activa y de visibilización de grupos hartos del racismo y la discriminación estructurales. Al mismo tiempo, el Hip Hop se construye en torno al desarrollo de las industrias culturales, que requieren cada vez más de la tecnología para generar, reproducir y difundir las obras culturales gestadas por los artistas y creativos. Así, el Hip Hop es crítico y resistente en su génesis y, a la vez, requiere, desde sus inicios, de la industria cultural. Esa

1 Con base en la conceptualización de la cultura Hip Hop propuesta por Krs One (2009), asumimos que la connotación Hip Hop implicará no solo gusto por esta cultura o la “praxis” de alguno de los cuatro elementos propios de su génesis, sino que implica una inmersión a un nivel más profundo: es convertirse en activista y promotor de sus valores en la vida cotidiana, académica y cultural, a través de un quinto elemento, “el conocimiento”. La denominación “hiphoper” implica no solo una asunción de pertenencia a una cultura, sino la apropiación de una ideología y un estilo de vida basados en arte, libertad, hermandad, comunidad, antinacionalismo, integracionismo, inclusión, respeto, tolerancia, crecimiento, resistencia y revolución.

tensión de base en el Hip Hop posibilita distintas biografías, diferentes caminos, que se trazan entre la resistencia y la entrada al mercado cultural.

Esta tensión se manifiesta con sus particularidades en el México actual, debido a la configuración de la política cultural que ha imperado en las últimas décadas, y que es resultado tanto del sistema neoliberal que se ha ido consolidando desde la década de los ochenta del siglo pasado (y que toca incluso el campo de la producción artística y cultural), como de las tendencias mundiales a valorar la cultura como fuente de desarrollo y, concretamente, de recursos económicos que pueden disparar el crecimiento. Aunado a ello, las industrias culturales ya han dejado de ser tan criticadas en algunos sectores, como lo fueron a partir del trabajo de algunos representantes de la Escuela de Frankfurt, y han pasado a ser, para amplios sectores de artistas, que no de intelectuales críticos, un hecho que hay que apreciar y aprovechar.

En el caso de los jóvenes hiphoperos mexicanos, esta tensión es vivida de tal manera que cada uno opta por un camino más cercano o lejano al polo de la resistencia o al polo del mercado cultural. Cerca de este último encontramos a raperos más comerciales, cerca de la resistencia están los raperos que producen de manera autogestiva y cuyas producciones circulan de manera más restringida. Mientras unos entran de lleno a la producción comercial (como la *Banda Bastón*) y carente de sentido, otros se van al extremo de permanecer en la resistencia (como aquellos que permanecen en la escena *underground*, entre los que podemos mencionar el *HC Crew*, que no tiene producción industrial alguna). Otros más encuentran un difícil equilibrio entre una y otra, y asumen que se puede entrar a la industria cultural y no por ello dejar de ser críticos y de dar su mensaje a quien lo quiera escuchar.

El caso más reconocido es el de *Bocafloja*. Así, hay quienes están mejor posicionados en el mercado (como *Alemán*), pero no son reconocidos como hiphoperos críticos, y hay quienes son

reconocidos por ganar algún certamen internacional (como *Aczino*), pero no se logran posicionar en el mercado cuando sacan sus discos. En este texto, a partir de la experiencia de cinco jóvenes pertenecientes a esta cultura (tres graffiteros y dos raperos), así como del análisis de graffitis y canciones, y de observación participante en algunos *crews*, se analizan los posibles caminos que pueden ser transitados por algunos jóvenes con talento y sueños, que se enfrentan a una realidad que no les garantiza educación o trabajo, que no los apoya en la consolidación de sus trayectorias, y que, para no abandonar su práctica cultural, tienen que formularse un camino trazado entre la resistencia y el mercado.

En un primer apartado, reflexionamos sobre la realidad actual de la condición juvenil en México. En un segundo apartado, se explican los cambios que se han dado en la política cultural del país y cómo se ha llegado a una fase de mercantilización de la cultura. Posteriormente, se hace un breve recuento del nacimiento y el desarrollo del Hip Hop, así como su llegada a México, con el fin de comprender esta cultura como industria cultural, y cómo los jóvenes entrevistados se posicionan frente a las contradicciones de esta.

Se concluye que es posible entrar a la industria cultural (como muchos hiphoperos y otros artistas alternativos lo han hecho) desde la resistencia, el camino es difícil y no siempre se logra. Sin embargo, ese es el ideal de muchos jóvenes que se niegan a perder su capacidad crítica a cambio de la fama o el éxito.

La condición juvenil en la ciudad de México

En 2017, México contaba con una población de 129.2 millones. De todos ellos, alrededor de 30% eran jóvenes de 15 a 29 años (30.6 millones, y 38.3 millones si contamos a los jóvenes de 12 a 15 años). De todos ellos, 50% estuvo desempleado, el otro 50% empleado presentó un 60% ubicado

en la economía informal. De todos los jóvenes, solo 30% contaba con educación media superior; 20% de mujeres contaron con estudios universitarios, frente a 18.6% de los hombres (INEGI, 2017). Estos datos dan cuenta de que la situación de los jóvenes mexicanos no es fácil.

La ciudad de México contaba en 2015 con 82,918,653 habitantes y, en la zona metropolitana del Valle de México, constituida por 60 municipios (59 del Estado de México y uno del estado de Hidalgo) que rodean la ciudad existían, en ese momento, más de 20 millones de habitantes (INEGI, 2015). La Ciudad de México es de los estados con menos jóvenes: solo 23.7% de su población se encuentra entre los 12 y los 19 años; de hecho, hay un gradual pero continuo proceso de envejecimiento en el país que se vuelve evidente en la ciudad (SEDESOL, 2017). La juventud en la ciudad (y, por supuesto, en el país) no solo es diversa y plural, sino que está constituida por mujeres y hombres cuyas realidades varían de acuerdo con las profundas desigualdades existentes, y que se manifiestan de forma fragmentada (Saraví, 2018), de manera tal que deja de haber canales de comunicación y de interacción.

Si bien los jóvenes no son un grupo homogéneo, ni viven la misma realidad, sí parten de las mismas condiciones y se ven afectados más o menos por las mismas problemáticas vinculadas a la salud, la educación y el trabajo, frente a las cuales se posicionan de maneras distintas de acuerdo con la situación en la que se encuentren. Muchos de ellos, además, expresan su identidad, su posición ante la vida y sus críticas al mundo que les tocó vivir a través de diversas prácticas y manifestaciones culturales. La condición juvenil no es vivida ni encarnada de igual manera por todos los jóvenes; por el contrario, será diferente en cada joven según sea su situación económica y social. Por ello, no podemos mirar la condición juvenil sin verla en relación con la situación juvenil, es decir, los recursos con los que cuenta cada joven o grupos de jóvenes. Por lo mismo,

ellos, en su camino a la vida adulta, partirán de diferentes situaciones –en términos de capitales y de acceso a recursos– cada vez más distadas (Miranda y Otero, 2008).

Mientras que por condición juvenil se entiende el marco estructural que sostiene el tránsito de los jóvenes hacia la vida adulta, la situación social refiere a la efectiva disponibilidad de oportunidades y recursos de jóvenes que pertenecen a distintos grupos sociales, lo cual nos remite a cómo cada clase social vive y experimenta su condición juvenil, en un espacio y un tiempo determinado (Roberti, 2012).

En México, país profundamente desigual y ya inmerso de lleno en un sistema neoliberal, el Estado, así como diversos sectores de la sociedad, no asumen la responsabilidad ante las problemáticas que los jóvenes presentan, y los responsabilizan de tener que encontrar una solución no solo a sus propios problemas, sino también a las problemáticas que ellos no generaron, pero que les afectan, sin la ayuda de ninguna institución y sin los medios para lograrlo. Además, el Estado los enuncia como los responsables de autoconstrucciones que los distancian del mismo, cuando en realidad el Estado es muy selectivo para apoyar a jóvenes, lo cual hace que la mayoría se quede al margen.

De acuerdo con Bajoit (2010), ha habido un cambio profundo en nuestras subjetividades, lo que responde a las nuevas exigencias del sistema, de los gobiernos y de las empresas. Los jóvenes dentro de esta mutación cultural,

[...] experimentan en su vida diaria el desfase entre sus expectativas y su realidad. Y por lo tanto, muchos de ellos (no todos) se sienten frustrados, disconformes con la vida que llevan. Muchos de ellos (sobre todo entre los jóvenes), reaccionan a esta frustración de diversas maneras: por la delincuencia, por la droga, por la rebelión, o por la formación de nuevos movimientos sociales que reclaman estos derechos (Bajoit, 2010, p. 17).

Además, en esta nueva realidad, se exagera el individualismo al grado de hacer de cada persona la responsable de su vida y, más que eso, se le exige que tenga un proyecto de vida propio, y que alcance el éxito:

[...] el nuevo contrato social necesita de individuos autónomos, que se tomen a cargo y no cuenten sobre la solidaridad pública instituida, que se comporten dignamente y de manera cívica, que sepan cada día ‘inventar su vida’ y que sean responsables de ellos mismos (Bajoit, 2010, p. 16).

Muchos jóvenes se enfrentan a profundas contradicciones; por un lado, se les exige y presiona a convertirse en seres autónomos y capaces de lograr una vida significativa y plena, y, por otro lado, se les retira todo apoyo que les permitiría tener una base mínima para su desarrollo. De acuerdo con Saraví (2018), “en sociedades profundamente desiguales como la de México, la desigualdad social trasciende la variable económica o de ingresos, y permea prácticamente todos los rincones de la vida individual y social” (p. 27). De ahí que sea factible hablar de una dimensión cultural de la desigualdad que “[...] se refiere a esa parte o espacio de significación y producción cultural ligada directa o indirectamente a la desigualdad” (Saraví, 2018, p. 39). De este modo, el proyecto de vida de algunos jóvenes en condiciones de exclusión, desigualdad y vulnerabilidad puede ser posible y llega a tener sentido a través de expresiones culturales que nacen de la desigualdad.

Expresiones críticas y de resistencia se desarrollan a la par de un fuerte sentido de pertenencia y de identidad colectiva; los jóvenes generan códigos y significados a veces herméticos, mensajes para sus pares y para la sociedad, muchas veces hostil hacia ellos. A la par, utilizan aquellos canales disponibles, en ocasiones generados por ellos en su apropiación del espacio ciudadano, ya sean muros públicos, música en espacios cerrados y, si tienen suerte, algunos foros y tecnologías propias de las industrias culturales.

A partir del último tercio del siglo XX, con la llegada del neoliberalismo, el papel del Estado se reduce, en el mejor de los casos, a ser un mediador de las relaciones sociales. Se da un debilitamiento de las instituciones, las condiciones laborales se ven modificadas en perjuicio de los trabajadores y se afecta negativamente al mercado de trabajo, ya que disminuye significativamente la contratación de mano de obra (Cavarozzi, 1999). A partir de ese momento, las instituciones sociales se vuelven cada vez más deficientes y desaparece la voluntad de trabajar por el bien común. En particular para los jóvenes estos procesos resultan especialmente duros.

Desde la precariedad y la pobreza, los jóvenes urbanos con necesidad económica viven con premura su preparación escolar, con la única idea de poder acceder al mundo laboral y mejorar su situación (Bourdieu, 2002). Pero una preparación académica en la actualidad ya no es garantía de acceso al mundo laboral, a la seguridad social y, mucho menos, a la emancipación. No son pocos los jóvenes que han perdido el interés en la institución escolar (Navarrete, 2011). No todos buscan un trabajo estable y, si lo buscan, difícilmente lo encuentran.

De este modo, llegamos a inicios del siglo XXI, donde se limita y se dificulta en mayor porcentaje el acceso y la permanencia en el sistema educativo de sectores sociales más amplios. La metamorfosis en el mercado laboral, los cambios en la composición familiar, las modificaciones en las relaciones intergeneracionales provocan que las diferentes formas en que se vivía lo juvenil sufrieran un cambio abrupto (Miranda y Otero, 2008).

En el México actual, se ensanchan las desigualdades entre las dos juventudes existentes por el fenómeno de polarización entre la población juvenil: 1) la mayoritaria, precarizada, desconectada, no solo de la información y sus medios, sino también de las instituciones y los sistemas de seguridad (educación, salud, trabajo, seguridad), y 2) la minoritaria; que cuenta con

todos los accesos tecnológicos a la información y está incorporada a los circuitos e instituciones de seguridad y en condiciones de elegir (Reguillo, 2010; Vázquez, 2011).

La política cultural en la era neoliberal

La culminación de la segunda guerra mundial, en conjunto con el efecto de la modernización, dio paso a un proceso de expansión acelerada de la cultura de masas. Con el abandono del campo y con la migración a las grandes ciudades industriales, que se empezaron a desarrollar en torno a un centro que concentró los recursos y las posibilidades laborales, se crearon barrios en la periferia de la ciudad, que crecieron sin planeación alguna, sin servicios y con grandes concentraciones de población marginada y excluida, bajo una lógica reproductora de la desigualdad, que la ciudad necesitaba para subsistir. Es en este contexto de periferia que se gestan las primeras organizaciones juveniles conocidas como “bandas”, para cuyos integrantes la identidad y la pertenencia se volvieron cruciales. Más tarde surge también la necesidad de diferenciarse unas de otras y delimitar territorialmente su espacio de interacción (Rubio, 2013).

La necesidad de los jóvenes por diferenciarse socialmente del núcleo familiar trasciende la institución escolar y la agrupación entre amigos del mismo barrio; así, la industria cultural, regulada en una primera instancia por el Estado (y luego a cargo de diversas empresas), tiene una función cada vez más relevante en esta formación identitaria (Calazans, 2000; Nateras, 2009). El descubrimiento de la gran fuerza que significan, en términos socioeconómicos, los mercados de consumo juvenil, se hace visible con la llegada del Rock and Roll. Comienza así un proceso de mundialización del lenguaje, la estética, la vestimenta y, sobre todo, la manera en que los jóvenes se agrupaban. Es aquí en donde se encuentra la primera gran apropiación del consumo cultural, que dio paso al concepto de “cultura juvenil”, acuñado por John Clarke, Stuart Hall, Tony Jefferson

y Brian Roberts (1975) en el trabajo titulado *Subcultures, cultures and class*, que es compartida en buena medida por jóvenes de distintas partes del mundo (Villa, Infantino y Castro, 2012).

Cabe destacar que durante buena parte del siglo XX, en México, las políticas culturales estuvieron controladas por el Estado, instancia hegemónica que proporcionaba los recursos y decidía sobre qué se iban a invertir. En esta época también se da una estrecha vinculación entre educación y cultura, ya que la política cultural se ejerció, al menos en un primer momento, desde la Secretaría de Educación Pública. Gran parte de la producción cultural fue apoyada y financiada desde esa dimensión estatal. El Estado decidía qué era cultura y qué no lo era, y bajo la valoración eurocéntrica dominante en ese momento, se asumió que el arte y la cultura eran producto de una elite privilegiada; el resto de las personas, a lo sumo, podían aspirar a ser dignos espectadores. Así, el campo de las bellas artes ha sido el principal beneficiario de estas políticas. A pesar de los cambios que ha sufrido la política cultural esta idea hegemónica del arte sigue vigente, y gran parte de los recursos se siguen destinando a manifestaciones del arte culto o de la alta cultura.

Hacia la década de los ochenta del siglo XX hay un importante giro en la política cultural mexicana. Aparece el proceso de institucionalización de la cultura regulada por el Estado, a través del desarrollo de institutos y secretarías de cultura, así como de casas de cultura, bibliotecas y museos (Giménez, 2005). Este giro implica un mayor control por parte del Estado, pero también una apertura, desde una concepción amplia de cultura, inspirada por las reflexiones de la antropología, al apoyo a diversas manifestaciones artísticas y culturales que salen de los confines de las bellas artes. Así, comienzan a multiplicarse programas de apoyo a proyectos que involucran arte juvenil indígena, así como proyectos de educación artística, de recuperación de expresiones artísticas de pueblos originarios que tienden a la extinción, cultura popular, proyectos editoriales

para niños, entre otros. Cabe señalar que, aun en esta etapa, se privilegia el apoyo a proyectos de la alta cultura.

Con el cambio de siglo, la consolidación del sistema neoliberal que abre espacios al mercado antes vedados, así como la presencia de los organismos internacionales que enfatizan cada vez más la necesidad de valorar la cultura como fuente de riqueza y de desarrollo, y de consolidar aún más las industrias culturales, hay un segundo giro en la política cultural. Aparece la fase de la mercantilización de la cultura, que implica que los bienes culturales se subordinen a la lógica de mercado dentro del sistema capitalista. Al respecto, Giménez (2005) afirma:

Lo cierto es que la cultura, globalmente considerada, se ha convertido en un sector importante de la economía, en factor de “crecimiento económico” y en pretexto para la especulación y el negocio. Por eso tiende a perder cada vez más su aura de gratuidad y su especificidad como operador de identidad social, de comunicación y percepción del mundo, para convertirse en mercancía sometida en gran parte a la ley de maximización de beneficios (p. 38).

A partir de este momento hay una gradual reducción del presupuesto destinado a la cultura, así como más limitaciones en el apoyo a manifestaciones de la cultura popular. Los apoyos que otorga el Estado se destinan en buena medida a expresiones de arte culto, a programas que posicionen internacionalmente a México, y que coloquen a la cultura como fuente de ingresos. De este modo, comienzan, por ejemplo, las capacitaciones a artistas emprendedores.

Es necesario precisar que esta apertura que beneficia a los mercados culturales se da para diversos actores, desde empresarios adinerados y bien colocados en el mundo de la industria cultural, hasta personas y grupos pertenecientes a la sociedad civil que pueden competir, posicionarse, capacitarse y expresarse. Todos tendrán, en principio, las mismas oportunidades, aunque no el mismo capital ni el mismo punto de partida para acceder a recursos y espacios.

Con el fortalecimiento de las culturas juveniles (rock, punk, Hip Hop, entre otras), el campo de la industria cultural tuvo un auge aún mayor, propiciado por este fenómeno, que no pudo pasar desapercibido, de tal forma que aquello que en un principio nace desde los jóvenes como una forma de rebeldía contestataria y protestante frente a las medidas adulto-céntricas, opresoras, conservadoras y discriminatorias expresadas en la ausencia de atención al sector juvenil por parte del Estado, ahora es retomado por el este último y por la industria, para tratar de atenuar las problemáticas que surgen en torno a lo juvenil, en el primer caso y, en el segundo, para generar riquezas a través de la venta de mercancías propias de las performatividades surgidas desde las diversas culturas juveniles. De este modo, la cultura vista como generadora de riqueza, modela las políticas culturales del país.

La política cultural de la ciudad de México, desde la primera década de los años dos mil a la fecha, ha sido diseñada para promover la creación artística-cultural de los jóvenes, y busca atenuar el problema del desempleo a través de capacitaciones y talleres que deriven en emprendimiento; sin embargo, esta finalidad también supone, en algunos casos, un control en cuanto al contenido de estas producciones (proyectos que podrán ser o no apoyados; énfasis en que sean proyectos que generen recursos a partir de ofrecer productos atractivos para un público amplio). Se corre el riesgo de que, en vez de crear y producir expresiones genuinas y de calidad, se caiga en la lógica de la venta, en la comercialización lucrativa, y se abandone la lógica cultural a favor de la mercantil.

El tema es complejo; por un lado, hay apertura y posibilidades de capacitación y de financiamiento (aunque reducido), los jóvenes que antes no podían haber imaginado convertirse en artistas lo pueden hacer; pero, por otro lado, el Estado resuelve indirectamente el problema del empleo y de los subsidios culturales, y no todos pueden acceder al éxito y la difusión de sus

expresiones. Con esta política no se logra abarcar el total de jóvenes artistas y, lo que resulta más grave, deja al margen a los más necesitados de recursos para desarrollar sus producciones. Muchos de ellos, además, son estigmatizados e, incluso, criminalizados.

Panorama cultural del Hip Hop

El origen de la cultura Hip Hop se remonta a finales de los años sesenta del siglo XX, en medio del contexto de violencia que se vivía en esa época en los guetos de Nueva York, y de la segregación racial a la que se sometió a los habitantes de esta región. La cultura Hip Hop nace en un escenario que fue el caldo de cultivo para la conformación y confrontación de pandillas multiculturales de jóvenes (Lara, 2018; Reyes, 2007; González, 2018). Este movimiento cultural generalmente es asociado al rap y al graffiti; sin embargo, no se reduce a dichas expresiones. Lejos de ser una mera expresión gráfica y musical, se constituye como una cultura que tiene sólidas y profundas raíces, así como principios, una cosmovisión y valores que dan lugar a un estilo de vida y a una manera de estar en el mundo.

Los elementos centrales de la cultura Hip Hop son cuatro: a) Djing (mixing, cutting, scratching de materiales grabados); b) Mcing (rap); c) B-boying (break dance), y d) Graffing (graffiti). Sin embargo, en su desarrollo, estas expresiones han traído consigo otras formas en que se expresa la pertenencia a esta cultura, como la forma de vestir y el lenguaje. Krs One (2009) enuncia como elementos de complementación al “Beat box, la moda callejera, el lenguaje callejero, el conocimiento callejero y el espíritu de emprendedor a través de las expresiones artísticas de los ciudadanos de esta cultura” (p. 25). Las dos últimas expresiones son asociadas al conocimiento que se genera a través del estudio de esta cultura en su contexto real (la calle) y a la

forma en que los artistas encuentran a través de sus expresiones culturales las técnicas de autogestión que deriven en una forma de sustento económico.

En la ciudad de México, la aparición del Hip Hop parte de la hibridación de este movimiento con el contexto nacional, y se da con la llegada musical de grupos punk como *The Sex Pistols*, *The Clash* y *The Ramones*. En este sentido, los jóvenes que comenzaron a realizar graffiti, escribir y cantar rap, y bailar break dance, traían consigo la influencia del movimiento cultural de los Sex Panchitos y de las bandas contemporáneas, gestado décadas atrás. Es por esto que el contexto nacional del Hip Hop no solo emula el movimiento gestado en Nueva York, sino que se nutre también de movimientos culturales que se encontraban en el contexto juvenil mexicano.

Hasta ese momento, la cultura Hip Hop tenía presencia en la escena nacional únicamente por medio del rap; por lo tanto, no se tenía un pleno conocimiento de lo que implicaba como movimiento cultural. Las agrupaciones que aparecían en la escena comercial lo utilizaron como un medio de generar riqueza, de ganar posición en la radio y no de propagación ideológica del movimiento. Por otro lado, se fueron formando jóvenes raperos independientes, que han intentado rescatar la esencia primordial de la cultura alejándose de las tendencias que los productos culturales distribuidos a través de televisoras, radiodifusoras y canales de videos musicales. Actualmente, difunden su música de manera diferente, cargan con conciencia social y crítica política sus líricas, optan por hacer una crítica al actual sistema capitalista neoliberal, y buscan expresar sus descontentos sociales, sus demandas sociales, sus exigencias laborales y escolares, sus repudios políticos y sus anhelos de libertad.

Actualmente, la escena de la cultura Hip Hop en México presenta distintas vertientes. Algunas de estas son comerciales y carentes de sentido:

Me gustas, me buscas, me encuentras, me tomas me usas/Me gustas, me buscas, las cosas se vuelven confusas/ Pero me busca, me gusta, me hace volar/ Luego me toma, me usa y nada es igual/ Pero

me busca, me gusta, me hace volar/ Luego me toma, me usa y nada es igual/ Porque me buscas solo voy hacía ti/ Tú me gustas mucho, me entristezco si no te tengo aquí/ Soy tu maniquí, eres mala pero me haces muy feliz/ Contenerme un rato en mis sueños rotos, yo tras de ti tu detrás de otros/ Has vuelto locos a todos pronto, te asomas por el brillo de sus ojos/ Me usas y después te vas hasta que te necesite un poco más/ Pronto volverás y te comerás estas dudas y las horas de paz/ Baby soy tu yonki, tú eres mi respuesta, respira el funky con olor de fiesta/ Voy a quemarte de pies a cabeza, con esta muestra de música fresca (“Me gustas”, 2013, La Banda Bastón).

Otras vertientes son profundas y críticas:

Bestia mira todo lo que tú arrastras/ El paso de tu maquina cuántas vidas devasta/ Esto apesta y gira todo lo que resalta/ Comienza a correr porque la tensión es muy alta/ Porque tengo aquí a la prosa oscura como una turbina/ No sabes de la potencia y tan solo la imaginas/ Ahora para Al Intifada vaticina que va quitarte el oro, autos y hasta tu piscina/Para ti te tengo una pregunta que aún vive/ ¿Si el Hip Hop no es revolución entonces pa’ que sirve?/ Y si no sirve a usted para pensar en los demás, no sirves para nada/ Y solo nada lograrás, es colectividad mi cualidad de supervivencia/ El verme en lo demás no me representa gran ciencia/ Que siempre me trasciendo a través de la apariencia/ De la generalidad he sacado yo mi esencia/ Poesía que no escribió ningún poeta/ Tan solo alguien diseñado para alcanzar su meta/ Y lo decía porque yo ya caí en tu treta/ Y ya mi movimiento no te sigue ahora te reta/ Este frente combativo ataca con su texto/ Busca revolución con el Hip Hop como pretexto/ De ti detesto la posición de auto-desprecio/ De vender mi ideal y a mi vida ponerle precio (“Internacionales tropas” 2005, La prosa Oscura-Al Intifada).

De este modo, se ha consolidado en las últimas décadas como un movimiento cultural con importantes figuras que atraen a los jóvenes a una manera de pensar y de vivir, y también como una industria altamente redituable. Muchos hiphoperos se han instalado, casi desde el principio,

en las industrias culturales (más o menos comerciales y mediatizadas), y han tenido éxito. Otros han optado por el camino crítico y alternativo, pero siempre con el deseo y el afán de hacerse escuchar, de ser tomados en cuenta en el escenario cultural, de vincularse con otros jóvenes que piensan igual, en fin, con el deseo de ser mensajeros.

El Hip Hop y la industria cultural

La industria cultural aparece, de acuerdo con la UNESCO, “cuando los bienes y servicios culturales son producidos, reproducidos, almacenados o distribuidos de acuerdo a patrones industriales y comerciales; es decir, a gran escala y de acuerdo con una estrategia basada en consideraciones económicas, más que en una preocupación por el desarrollo cultural” (UNESCO, citado en Nivón *et al*, 2012, p. 30).

De acuerdo con Gallino (2011), la industria cultural está ligada a la cultura de masas, entendida como el conjunto de producciones culturales (películas, espectáculos, programas de radio, dibujos animados, música ligera, novelas policiacas, etcétera) difundidas por los medios de comunicación masiva. Esto es posible por el desarrollo de la tecnología que permitió reproducir las obras de arte (un concierto por radio o con discos, la reproducción de una pintura en un tiraje de libros, por ejemplo). El fenómeno en conjunto que se genera alrededor de esta reproducibilidad propia del sistema capitalista se llama industria cultural.

Las industrias culturales fueron estudiadas por Adorno y Horkheimer en la década de los cuarenta del siglo XX, como una expresión del capitalismo. El concepto de industria cultural fue utilizado para describir el sistema de la cultura que funciona de la misma manera que cualquier empresa capitalista: el cine, la radio, la TV son un sistema de producción mercantil que lleva al orden y a la estandarización (Szpillburg y Saferstein, 2014, p. 63). Los pensadores de la Escuela

de Frankfurt veían como algo muy negativo a las industrias culturales, como un medio de enajenar al ser humano y hacer que perdiera su capacidad crítica y su emancipación. Esta idea permeó a los grupos de artistas e intelectuales de muchos países, que oponían al arte y a la cultura de elite estas producciones: “en México, durante muchos años, la cultura de masas fue despreciada por los intelectuales y hubo géneros, como la llamada “música tropical” o los “cuentos” o cómics, que navegaron a contracorriente hasta ser reconocidos como expresiones culturales legítimas” (Nivón *et al*, 2012, pp.302-303).

Este concepto, originalmente filosófico, se convirtió en un concepto más bien pragmático, cuyo desarrollo en la realidad se instauró como parte de la cultura moderna global. Cabe destacar que, en cada lugar, los bienes culturales toman elementos de la cultura local; así, como ya se ha mencionado, las prácticas culturales del Hip Hop tienen elementos específicos y códigos propios de la comunidad creadora y receptora de dichos significados, que le dan sentido a la colectividad. Los autores de *El Libro Verde de la Cultura* (Nivón *et al*, 2012), insisten en que, a nivel mundial, el fortalecimiento y la expansión de las industrias ahora llamadas culturales o creativas, es fundamental como parte del desarrollo de las sociedades, ya que generan recursos y permiten la creación y el disfrute de muchos bienes culturales.

Es muy importante recordar lo que ya se ha dicho antes: la cultura Hip Hop está completamente ligada a las industrias culturales. A diferencia de otras expresiones que nacieron antes que la cultura de masas y la industria cultural, y que son o no susceptibles de ser reproducidas, el Hip Hop nace en esa realidad: el uso de la tecnología, la posibilidad de reproducir y de divulgar, el dar a conocer la propia obra a través de medios de comunicación masivos (a la vez que expandir las expresiones en un proceso de apropiación del espacio público en el caso del graffiti). El Hip Hop no puede ser pensado ni realizado sin las industrias culturales. Sus expresiones son contenidos

culturales que surgen de las identidades de quienes los producen, resultado de la creatividad de los jóvenes hiphoperos, expresan el mundo mediatizado, capitalista mercantil.

La recuperación de la resistencia

A partir del hecho de que el Hip Hop nace como una cultura de resistencia en el contexto de las industrias culturales, presenta desde sus inicios una tensión que no es fácil de resolver. Por un lado, requiere de los medios de comunicación y de la tecnología para poderse desarrollar sus productos y divulgarlos; por otro lado, sus mensajes, en su mayoría —no en todos los casos—, son de crítica y resistencia, y de toma de conciencia. Sin embargo, no todos los jóvenes resuelven de la misma manera dicha tensión.

Observamos, a partir de entrevistas a profundidad realizadas a cinco hiphoperos, así como a partir de conversaciones informales con otros jóvenes pertenecientes a esta cultura, análisis de graffitis, canciones y observación participante, realizadas entre febrero y octubre de 2018, que los jóvenes hiphoperos toman distintas rutas para poder expresarse, ya sea más o menos ligados a las instituciones, al *status quo*, a las modas y a la lógica de mercado que impera cada vez más en el campo de lo cultural. A continuación, delineamos cuatro caminos que son alternativas de expresión y también de vida, y con las cuales se resuelve la tensión entre mercado e industria, por un lado, y crítica y resistencia, por otro.

El camino “institucionalizado”

Esta vía es tomada por los jóvenes hiphoperos que no tienen problema alguno en participar en los proyectos ofertados por el estado y algunas asociaciones civiles. Además de generar un capital cultural, ya que aprendieron nuevas técnicas que benefician su práctica cultural y un leve capital

económico, también generan una red en conjunto con los demás raperos o graffiteros, instituciones y colectivos que les permiten seguir en el medio, es decir que se genera un capital social, que en algunos casos es el de mayor importancia para el alcance de sus metas personales como artistas.

He dado muchos talleres para jóvenes y niños en las periferias del Distrito Federal, en Iztapalapa en proyectos culturales en donde el objetivo era hacer llegar el arte a los barrios y en proyectos de autogestión comunales. El último fue en Cuauhtepac, que se llama “Jóvenes Orquesta”, pero también institucionales como la asociación Diego Rivera y la SEP, y neta me ha sorprendido esa colectividad comunal que presentan. [...]el camino del trabajo artístico me ha llevado a conocer mejor las políticas culturales, como la del emprendimiento cultural, ya que he trabajado en proyectos así, es una vía que igual también me gustaría tomar para poder desarrollarme como artista, ese es uno de mis proyectos a futuro (Abret, comunicación personal, 13 de febrero de 2018).

De esta forma tenemos ejemplos de jóvenes hiphoperos que, gracias al establecimiento de estas redes, ahora pueden gozar de un capital simbólico que les permite posicionarse dentro del campo del Hip Hop de manera importante. Sin embargo, no todos tienen éxito en este camino. Como ya se mencionó, la política cultural en la actualidad está dirigida a la capacitación de los jóvenes para que estos puedan generar su propia empresa o negocio, así como también a conciertos, concursos y financiamiento artístico. En el campo de estos programas focalizados, en el caso de la cultura del Hip Hop, se capacita a los jóvenes graffiteros y raperos sobre técnicas de pintura, uso de materiales y sobre la legalidad del graffiti; a los raperos se les capacita sobre técnicas de composición y canto, también se les instruye sobre el manejo de aparatos de grabación, filmación y producción musical. En el caso de los graffiteros, al finalizar el curso se exponen sus obras en alguna galería de arte, en donde algunos con suerte logran vender alguna obra al estilo de *Mr. Brainwash*, y se les otorga un incentivo económico para la generación de su propio taller. Sin

embargo, en la mayoría de los casos, el apoyo no es suficiente y debido a que estos jóvenes no trabajan, les es muy difícil utilizar los recursos obtenidos en su proyecto. En el caso de los raperos, esto se torna mucho más complejo, ya que este incentivo económico no alcanza para cubrir el costo en la adquisición de los aparatos electrónicos necesarios para producir una canción y mucho menos un disco, y las horas de grabación en un estudio de renta resultan muy costosas.

El camino comercial

Existen jóvenes que se dedican a la producción y venta de alguna expresión cultural propia del hip-hop (escrito en minúsculas para referirnos a las expresiones externas y no a los preceptos de la cultura). Tal es el caso del graffiti y el rap, realizado por jóvenes que no necesitan insertarse en los programas antes mencionados, pues son producidos como artistas de pop, es decir que tienen los recursos para estudiar artes, música, pintura, etcétera, así como también para materializar sus obras y financiar las estrategias que el mercado requiere para tener éxito, como por ejemplo sonar en estaciones de radio populares aunque el contenido de sus líricas no sea del todo bueno, o exponer obras de *Street Art* aunque no sean pintadas en la calle².

Son estos exponentes del hip hop los que obtienen un mayor reconocimiento social, los que ofrecen grandes conciertos y exposiciones y, por ende, su obra llega a un mayor público, los que ganan seguidores que más adelante reproducirán esta manera de concebir la cultura. Sus producciones suelen ser planas y sin mensaje, vacías de contenido, fáciles y alejadas del verdadero Hip Hop. Al respecto, Rojo comenta:

Hay dos formas de venderse, una porque tu música se escucha en muchos lados porque se lo ha ganado tu trabajo y otra es venderse, no sé, cómo salir en comerciales de televisión haciendo cosas

² Al respecto puede verse el video: Te capital (19 de junio de 2018). #HelloMyNameisHipHop “Documental de Hip Hop mexicano. <https://www.youtube.com/watch?v=IIDIXcqIOis>

que tú no quieras o cantando cosas que tú no quieras; sí hay mucha gente que vive del rap y está muy chido, yo pienso que lograrlo es algo muy chingón (Rojo, comunicación personal, 11 de marzo de 2018).

El camino independiente de las instituciones

En el caso de algunos jóvenes hiphoperos radicales, existe un desencanto frente a las instituciones gubernamentales y sus programas, así como también a cualquier tipo de iniciativa que intente escolarizar y mercantilizar en términos neoliberales la cultura Hip Hop, pues esta nace en las calles. Esto sucede con aquellos jóvenes que han logrado desarrollar una visión crítica y que han hecho del Hip Hop una forma de vida, siguiendo sus preceptos e ideología y aplicándola a los actos en su vida cotidiana, lo que KRS One (2009) llamaría los “verdaderos militantes del Hiphop”.³

Son estos jóvenes los que graban sus discos y pintan murales con recursos propios, generados en empleos alternos al trabajo que implica el perfeccionar una expresión cultural de la índole del graffiti o del rap. Son ellos los que rechazan de manera, consciente o no, los estímulos económicos y los cursos y talleres de emprendimiento cultural y prefieren no *prostituir* su arte. “No me enoja que el arte se convierta en una mercancía, pero lo que sí me enojaría, es que tú estés vendiendo algo que no sea cierto algo que sea falso” (Mc Chente, comunicación personal, 3 de marzo de 2018).

Acaban por tener un trabajo más o menos absorbente y, por ello, corren el riesgo de tener que abandonar o espaciar sus prácticas culturales.

El trabajo es algo importante, porque si no cómo te solventas de alguna buena manera,

³ “Verdaderos militantes del Hiphop” es una categoría propuesta por Krs One en su texto “The Gospel of Hip Hop”, la cual es utilizada para diferenciar el sentido comercial del sentido cultural por parte de un militante al elaborar producciones culturales propias de este movimiento. Este concepto es utilizado también en diversas conferencias impartidas por él en universidades de Estados Unidos, como “40 years of Hip Hop by KRS”, que se encuentra en el sitio de YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=qO9mSjBb8sA> (Vegas, 2015).

cómo solventas tus gastos, y en este caso ya teniendo una familia, cómo solvento los gastos de mi familia [...] Mi trabajo actual, económicamente, me ha ayudado bastante porque así he podido pagarme bastantes talleres para hacer obra, actualmente puedo pagar cursos que me pueden ayudar a que mi arte sea más elaborado, la calidad, los diseños (Scrop, comunicación personal, 25 de enero de 2018).

Los ejemplos enunciados en los párrafos anteriores nos dan pista de las diversas formas de vivir la condición juvenil desde la cultura Hip Hop. Existen jóvenes que ni siquiera necesitan de los programas gubernamentales para llevar a cabo estas expresiones culturales, tienen el poder adquisitivo no solo para producir sus obras, sino que incluso pueden pagar porque su música suene en las estaciones de radio, a pesar de que estas expresiones anteriormente se catalogaban como de “clase baja”; en medio de los dos extremos, se encuentran los jóvenes que tienen acceso a estas políticas y que se convierten en los principales benefactores de los programas y proyectos que de estas emanan; son jóvenes que, si bien no pueden acceder a una producción y mercantilización de sus obras, como en el caso de los primeros, están fuera de una condición de pobreza, tienen sustento económico de sus padres para la compra de materiales y para el goce de su tiempo libre, que resulta en un apoyo suficiente para lograr un desarrollo significativo de las técnicas propias de su expresión además de un mejor posicionamiento dentro del mundo del Hip Hop.

El camino precario y purista

En el extremo menos favorecido de la condición juvenil, y muy cerca de los que han optado por el camino independiente, se encuentran aquellos jóvenes que, por su propia situación, se ven imposibilitados a acceder a estos programas, jóvenes que tienen que laborar, incluso en dos empleos, para poder cubrir sus gastos personales y familiares. Estos jóvenes toleran las

condiciones precarias de trabajo para poder comprar sus materiales o comprar horas en estudios de grabación y así poder llevar a cabo su expresión cultural. En esta categorización se adscriben los militantes de la cultura Hip Hop más puristas, los que llevan a cabo pioneras formas de realizar sus producciones culturales, que no aceptan el financiamiento empresarial ni estatal para producir, y que ven en estos programas una manera contraria de ver el movimiento.

En muchos casos, los jóvenes hiphoperos nacen y crecen en contextos que les ofrecen pocos recursos; muchos de ellos no logran permanecer en la escuela, o no logran ingresar a la universidad. Eso hace que los trabajos a los que pueden aspirar suelen ser flexibles, temporales, mal pagados, o que les obligue a pasar muchas horas haciendo tareas sin sentido. Esta situación agudiza la vivencia de los jóvenes, que se ven presionados y en tensión. Muchos luchan, otros se dan por vencidos y abandonan su práctica creativa.

En este sentido, y como pasa en muchas otras expresiones culturales, no resulta descabellado pensar que el hip hop que circula por la ciudad de México es diseñado y mercantilizado no solo por las empresas culturales con fines lucrativos, sino que también por el mismo Estado, pues a través de sus programas logra coptar a los jóvenes y después les establece la forma en que producirán sus expresiones, lo que pone en riesgo la prevalencia del movimiento Hip Hop puro y real.

Debido a que el Hip Hop, como cultura, nace en una etapa en que la industria cultural está en pleno auge, tiene una relación lícita con esta forma de mercantilización, de tal manera que algo característico en esta cultura es que sus producciones culturales se crean con la intención de ser vistas o escuchadas por los demás exponentes, por la clase políticas, por las clases acomodadas, y basan la posibilidad de divulgar sus mensajes en los medios de comunicación masificados e industrializados. Por ello, el tema de la comercialización del Hip Hop se vuelve tan complejo,

porque puede tratarse de una meta genuina, auténtica y válida, o bien en la apropiación de parte de actores ajenos al movimiento para fines no sólo lucrativos sino de monopolio y hegemonía en el mercado. Y, por otro lado, esos canales propios de las industrias culturales son la manera en que expresan sus posiciones, luchas y resistencias; la crítica al sistema se hace a través de los medios que el mismo produce. El uso y el sentido es lo que hace la diferencia.

Ahora bien, ¿cómo se posicionan los jóvenes hiphoperos que formaron parte de este estudio frente a las industrias culturales? Algunos se insertan en alguno de los “camino” mencionados; otros critican algunas vías tomadas por jóvenes que asumen valores distintos a los suyos, o que tienen más recursos para labrarse un sendero dentro de la práctica cultural que han elegido dentro del Hip Hop.

En la época actual en donde el neoliberalismo hace que el mercado genere estrategias de mercantilización de las culturas juveniles, el Hip Hop tiene una expansión a nivel global, y ese mismo crecimiento marca una clara relación con la mercantilización de sus expresiones; eso está implícito en los jóvenes al producirlas:

Todo se vende, eso es parte del capitalismo, absorbe la contracultura y te la devuelve en un producto, eso les ha pasado a todas las contraculturas como el rock y el punk, realmente todo se prostituye y el graffiti no podía escaparse de eso (Pazion, comunicación personal, 15 de febrero de 2018).

Sin embargo, la forma en que se lleva a cabo esta mercantilización no se da de la misma manera entre los jóvenes que se adscriben como militantes y que practican una de sus expresiones culturales. En este sentido, existe un conflicto en el interior de este campo que gira en torno a la forma en que esta mercantilización se suscita en el plano de la realidad o incluso de la ficción.

No veo mal la idea de vivir del rap, lo que me disgusta es vender algo que yo no siento, yo puedo

venderte un estilo de vida, decir que soy millonario, que tengo muchas mujeres y no es verdad, eso es en lo que yo estoy en contra y eso veo que hay muchos personajes que nos venden en los medios que son de esa manera, nos venden cierto estilo de vida y la gente, al ver eso en los medios, piensas que quisiera ser así, pero en realidad es como una fantasía. (Mc Chente, comunicación personal, 3 de marzo de 2018).

La industria cultural es una realidad inevitable y de la que no es fácil escapar. Sin embargo, los exponentes deberán poseer una trayectoria que avale sus producciones, es decir que no solo se debe tener un interés económico, sino que estas producciones deben brindar un aporte social que surja desde el conocimiento obtenido dentro de este campo, no es aceptado que solo se produzcan por interés económico.

El capitalismo tiene la función de masificar esta parte productiva, el graffiti se masificó en cierto modo porque el capitalismo lo sacó de su estado ritual para hacerlo una mercancía, y obviamente tú ves un chingo de graffiteros que andan ganando mucho varo, pero ojo, también hay banda que se hizo de la noche a la mañana, ahí está también esta crítica de decir qué pedo con los pinches diseñadores actuales que están en los estudios de tatuajes, o los nuevos graffiteros que hacen ilustraciones grandotas, neta esos güeyes nacieron de la noche a la mañana porque descubrieron una fórmula, nosotros no teníamos fórmulas para hacer esto. (Abret, comunicación personal, 13 de febrero de 2018).

De este modo, para los jóvenes hiphoperos, el entrar a la industria cultural es algo poco extraño y que les resulta positivo, es algo para lo cual se han estado preparando durante mucho tiempo y que, sin embargo, se les presenta como poco viable. Aquí se refleja la ideología capitalista, en donde los trabajos deben ser aquellos en donde se sufre y se desgasta el cuerpo, donde los sueños no tienen cabida.

De lo que yo tengo entendido solamente hay como tres MC's que viven totalmente del rap, o sea que no hacen otro tipo de actividades no relacionadas al mundo del Hip Hop, [...], son los que no tienen ninguna otra actividad que les dé dinero, puro Hip Hop, de ahí en fuera hay gente que sí recibe paga por los eventos, pero nada más, y como los percibo como un ejemplo a seguir, si me gustaría vivir así, pero no espero tanto de eso ¿me entiendes? (Mc Chente, comunicación personal, 3 de marzo de 2018).

El ingreso a la industria cultural deberá tener la característica de ser real, es decir que las producciones de graffiti y rap deberán contener un mensaje de las vivencias, sentimientos, deseos y lucha social de quienes las crean, pero con apego a la realidad, siendo fieles a sus ideales, para aportar este conocimiento al desarrollo de la vida de las personas que escuchen o vean sus producciones, por lo cual los jóvenes hiphoperos no están dispuestos a adecuar su manera de pintar o escribir rap a cambio de una remuneración económica, eso significaría para ellos “prostituir su arte”. Por lo tanto, el dilema para ellos no está en entrarle o no al mercado de la industria cultural, sino en la manera de hacerlo. Y ahí radica la posibilidad de la resistencia, y de utilizar los mecanismos del sistema, materializados en las industrias culturales, para reparar sobre ellas.

[...] una remuneración económica que me genera capital no me enojaría, lo que me enojaría es que una empresa llegará y me dijera “tienes que cantar esto, esto y esto, vístete así porque así vas a vender”, y tú ser como un maniquí, eso es lo que a mí realmente no me latiría, pero si a mí llegan y me dicen: “te vamos a producir, canta lo que quieras, te ponemos un estudio”, adelante, pero no creo que eso pase. (Mc Chente, comunicación personal, 3 de marzo de 2018).

En este sentido, la propagación de estas expresiones es clave para el artista que las produce, pues en ella está implícito su origen, sus demandas y su lucha social, por lo tanto, estas producciones son intencionadas desde su génesis.

Si nos remontamos a los inicios o al punk, una canción o un disco o una obra de arte no va causar revoluciones, no va hacer que la economía mejore, que la gente tenga más ingresos, o que acabe con la pobreza, ni ese tipo de cosas, pero sí puede ayudar a que se cuestionen un poco su situación o que se identifiquen y aprendan un poquito de la experiencia que uno les está transmitiendo (Mc Chente, comunicación personal, 3 de marzo de 2018).

El mensaje que se intenta transferir encuentra su canal de trasmisión en la distribución del material auditivo y gráfico de estas producciones; por consiguiente, es clave para el artista encontrar los medios necesarios para que esta propagación se lleve a cabo de manera efectiva; de lo contrario, para cualquier hiphopero que practique cualquiera de las expresiones propias de la cultura Hip Hop (MC, B-Boy, DJ, Graffiti) será infecunda su militancia.

El rap es el medio donde yo me siento más cómodo para expresar lo que yo vivo, lo que yo pienso y lo que yo siento, es una plataforma para que mucha gente me pueda escuchar dentro de un formato de una canción (Mc Chente, comunicación personal, 3 de marzo de 2018).

Conclusiones

Este artículo ha tenido como propósito exponer la tensión entre la lógica del mercado que impera en el ámbito cultural actual y que se expresa de una manera muy evidente en las industrias culturales, con cada vez mayor fuerza, y la necesidad de autonomía, crítica y resistencia de hiphoperos pertenecientes a dicha cultura.

En la actualidad, parece que la lógica del mercado ha cubierto todos los espacios posibles de producción artística y cultural, y que las zonas de resistencia son cada vez más reducidas y vulnerables ante la falta de medios para subsistir. En la medida en que el Hip Hop nace como una cultura contestataria, de minorías sensibles al surgimiento de movimientos sociales que luchan por los derechos de distintos sectores, y a la vez se configura de la mano con la industria cultural, se enfrenta a una tensión que cada uno resuelve de distinto modo; unos más conscientes de dicha tensión, encuentran (o sueñan) la manera de hacerse conocer, de difundir su obra, sin cambiar o diluir sus mensajes.

Más allá de la situación juvenil de la que cada joven parte hacia la construcción de sus biografías, esta tensión vivida apunta a una problemática de mayor dimensión. Si actualmente, la política cultural engloba las distintas tendencias históricas que coexisten, aunque se centre en el último giro mercantilizador, así como se vincula cada vez más con producciones que dependen de las nuevas tecnologías, los jóvenes se enfrentan con un panorama por un lado alentador y con posibilidades, pero a la vez restringidos porque, sin la plataforma que otorga la industria cultural, sin recursos económicos, sin “jugar al emprendedor”, resulta prácticamente imposible sostenerse en el campo cultural, a menos que el sujeto joven desee seguir practicando el graffiti “ilegal” o componiendo canciones para sí mismo. Algunos jóvenes logran un equilibrio; generan sus propios recursos, ahorran, se vuelven independientes, y son capaces de entrar y salir a su conveniencia del campo del mercado cultural; pueden competir por espacios y se enfrentan al hecho de pueden tener o no tener éxito.

Por otro lado, están aquellos que, sin recursos, y sin la posibilidad, dada las condiciones del país, de acceder a educación media superior o superior, o a un trabajo digno con seguridad social y con un salario justo, se enfrentan no solo a espacios laborales precarios, sino a tener que

abandonar sus prácticas culturales. En esos casos, el apoyo del gobierno para que emprendan un proyecto se vuelve un camino posible, pero siempre con el riesgo de que sea únicamente un paliativo ante las contradicciones que el neoliberalismo ha traído consigo.

Referencias bibliográficas

- Bajoit, G. (2009). La tiranía del “Gran ISA”. *Cultura y Representaciones Sociales*, 3(6), 9-24.
- Bourdieu, P. (2002). *La juventud no es más que una palabra*. Ciudad de México, México: Grijalbo/CONACULTA.
- Calazans, G. (2005). Cultura adolescente e saúde: perspectivas para investigação. En M. C. Oliveira. (Ed.), *Cultura, Adolescencia, Saúde*. Campinas, Brasil: Consorcio de Programas em Saúde reproductiva e sexualidade.
- Cavarozzi, M. (1999). Modelos de Desarrollo y Participación Política en América Latina: Legados y Paradojas. *ESTUDIOS SOCIALES, Revista Universitaria Semestral*, IX(16), 131-148.
- Clarke, J., Hall, S., Jefferson T. y Roberts, S. (1975) Subcultures, cultures and class. *Working Papers in Cultural Studies*, 7/8, Birmingham: Harper Collins Academic.
- Gallino, L. (2011). *Diccionario de Sociología*. Ciudad de México, México: Siglo XXI Editores.
- Giménez, G. (2005). *Teoría y análisis de la cultura*. Vol. 1. Saltillo, Coahuila: CONACULTA/ICOCULT.
- González, A. (9 de Febrero de 2018). Así inició el rap en México (de ‘MC Aplausos’ a Caló). *Local*. Recuperado de: <https://local.mx/musica/inicios-rap-mexico/>.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). (2015). *Estadísticas a propósito del Día Internacional de la Juventud (12 de agosto)*. Aguascalientes, Aguascalientes: INEGI.

- Krs One. (2009). *The Gospel of Hip Hop*. Brooklyn, Nueva York: Power House Books.
- Miranda, A. y Otero, A. (2008). La Posibilidad de un Plan. En Tiramonti, G. (Coord.) *La escuela media en debate. Problemas actuales y perspectivas desde la investigación* (pp. 95-112). Buenos Aires: Manantial-FLACSO.
- Nateras, A. (2009). De Culturas e Identidades Juveniles Transnacionales. *Bitácora* 9, 42-45.
- Navarrete, E. L. (2011). Entre la inclusión y la exclusión: Los jóvenes ante el mundo laboral y el educativo. En S. González Vázquez, y Garay Villegas, S. (Coords.), *Jóvenes. Inserciones y exclusiones a la escolarización y al trabajo remunerado* (pp. 79-112). Ciudad de México, México: Porrúa.
- Nivón, E., Mesa, R., Pérez, C. y López, A. (2012). *Libro verde para la institucionalización del sistema de fomento y desarrollo cultural de la Ciudad de México*. Ciudad de México, México: Secretaría de Cultura.
- Reguillo, R. (2010). La Condición Juvenil en el México contemporáneo. Biografías, incertidumbres y lugares. En Reguillo, R. (Coord.), *Los Jóvenes en México* (pp. 395-429). México: Fondo de Cultura Económica/ CONACULTA.
- Reyes, F. (2007). Hip hop, grafiti, break, rap, jóvenes y cultura urbana. *Estudios de Juventud* 78, 125-140.
- Roberti E. (2012). En el umbral del trabajo y la educación: trayectorias juveniles des-institucionalizadas. *VII Jornadas de Sociología de la UNLP*. Departamento de Sociología de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, La Plata.
- Rubio, M. A. (2013). *La fragmentación social simbólica en las identidades juveniles. Aproximación al diseño de la producción simbólica juvenil*. Alemania: Publicia.

Saraví, G. (2018) *Juventudes fragmentadas. Socialización, clase y cultura en la construcción de la desigualdad*. México: FLACSO/CIESAS.

Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL). (2017). La juventud mexicana en cifras.

Recuperado de: <https://www.gob.mx/sedesol/articulos/la-juventud-mexicana-en-cifras>

Szpilbarg, D. y Saferstein, E. (2014). El concepto de industria cultural como problema: una mirada desde Adorno, Horkheimer y Benjamin. *Calle14: Revista de Investigación en el Campo del Arte*, 9(14), 56-66.

Vázquez, S. (2011). El Empleo. Retos y Problemas de los Jóvenes en Condiciones de Vulnerabilidad o Exclusión. En S. Vázquez González y S. Garay Villegas (coords.), *Jóvenes. Inserciones y exclusiones a la escolarización y al trabajo remunerado*. (págs. 11-42). Ciudad de México, México: Porrúa.

Vegas, G. (Productor) (16 de Agosto de 2015). 40 years of Hip Hop by KRS [Archivo de video].

Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=qQ9mSjBb8sA>

Villa, J. y Castro, G. (2012). *Culturas juveniles. Disputas entre representaciones hegemónicas y prácticas*. Buenos Aires, Argentina: Noveduc.

Autores

Aczel Fernando Cornejo Pérez

Mexicano. Licenciado y Maestro en Trabajo Social por la Universidad Nacional Autónoma de México. Cuenta con una especialidad en Trabajo Social con Jóvenes por la Escuela Nacional de Trabajo Social. Actualmente es profesor de asignatura de la Escuela Nacional de Trabajo Social. Sus líneas de investigación abordan la inserción de la postura crítica en el Trabajo Social mexicano; las problemáticas laborales de los jóvenes en el sistema neoliberal, y la cultura Hip Hop como herramienta de resistencia y cambio sociocultural.

María Elena Figueroa Díaz

Mexicana. Doctora en Ciencias Políticas y Sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México. Maestra en Desarrollo Humano por la Universidad Iberoamericana. Maestra y Licenciada en Filosofía por la Universidad Nacional Autónoma de México. Actualmente se desempeña como profesora del Colegio de Geografía, del Posgrado en Geografía y del Posgrado en Trabajo Social, en la UNAM. Asimismo, es profesora en el departamento de Política y Cultura de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco. Sus áreas de interés e investigación son: políticas culturales; visiones de futuro; género; desigualdad social; cultura y territorio, imaginarios y representaciones sociales. Sus publicaciones recientes son: Figueroa, M. (2018) El futuro como dispositivo: la mirada de algunos estudiantes universitarios. *Política y Cultura* 50, 179-203; Figueroa, M. y L. López (2017) Desarrollo, turismo y marketing territorial: el caso de Zacatlán, Puebla. *Espacialidades. Revista de temas contemporáneos sobre lugares, política y cultura*, 17(1), ene-jun 2017, 36-64.