



**HIP-HOP: UN ESTUDIO DE LAS REPRESENTACIONES DE LA
TENSION ENTRE COMERCIALIZACION DEL ARTE Y TRABAJO
ARTISTICO**

NICOLÁS GONZÁLEZ RESTREPO

Trabajo de grado para optar al título de Magíster en Estudios Humanísticos

Asesor

Efrén Giraldo

UNIVERSIDAD EAFIT
ESCUELA DE ARTES Y HUMANIDADES
MAESTRÍA EN ESTUDIOS HUMANÍSTICOS
MEDELLÍN

2025

Agradecimientos

El poder de la gratitud inculcado por mi familia me lleva a que sea esta otra oportunidad más para hacerlo manifiesto. A ustedes les agradezco con el alma:

A Catalina y Luna Libros por ser un referente académico y profesional. Gracias hermanita por regalarme tu luz y el impulso para finalizar este proceso.

A Efrén por posibilitar, darme claridad y el acompañamiento para lograr algo que se me escapaba. Gracias maestro por orientarme a hacer posible aquello que creía imposible y por ayudarme a disfrutar el proceso.

A Helena Victoria por su amor y comprensión. Gracias por enseñarme de arte, compartir tus pensamientos y correcciones, además de escucharme mientras construía y editaba este texto.

A cada persona que de una u otra forma, con apoyo académico o moral, ideas o sugerencias, me ayudaron en alguna etapa del proceso: Santiago Cembrano, Carlos Raúl Yepes, Johnny Orejuela, María Rocío Arango, Andrés Felipe Vélez y a todos los compañeros/maestros de esta aventura. Muchas gracias.

Tabla de contenido

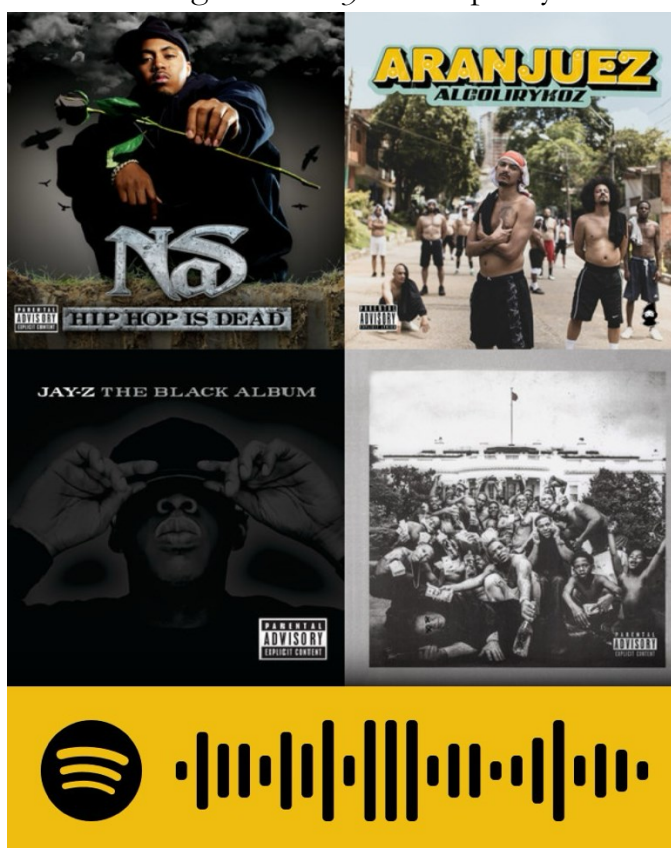
Lista de imágenes.....	4
Resumen	6
<i>Abstract</i>	7
Introducción	8
1. <i>No music market, no life</i>.....	13
1.1 Sociología de la música e industrias culturales y creativas	14
1.2 Industria de la grabación y digitalización de la música	24
1.3 Hip-hop, violencia y juventud	32
1.4 Estética visual y poética.....	44
2. Una historia de marginalidad robada	49
2.1 Una historia de origen	50
2.2 <i>Cash rules everything around me</i>	58
2.3 El ataque del metano	66
3. “No es lo que ves, sino lo que haces ver”	82
3.1 Jay-Z y un supuesto retiro.....	88
3.2 Nas y la muerte del hip-hop.....	91
3.3 Kendrick Lamar, un poema y un álbum.....	95
3.4 Alcolirykoz y un barrio.....	109
4. Entre billetes y magnum opus	119
4.1 El momento de claridad de Jay-Z	122
4.2 La esperanza de Nas	127
4.3 La transformación de Kendrick Lamar	130
4.4 La negativa de Alcolirykoz	147
Conclusiones	155
Referencias	160
Anexo A – Listado de canciones	175
Anexo B – Poema de <i>To Pimp a Butterfly</i>, por Kendrick Lamar	182
Anexo C – Estructura de canciones analizadas.....	183

Lista de imágenes

Imagen 1 – Playlist en Spotify.....	5
Imagen 2 – El campo de la producción cultural en el campo del poder y en el espacio social.....	17
Imagen 3 – The Black Album (Jay-Z).....	90
Imagen 4 – Hip Hop Is Dead (Nas)	93
Imagen 5 – To Pimp A Butterfly (Kendrick Lamar)	101
Imagen 6 – "Alright" (Kendrick Lamar).....	102
Imagen 7 – "For Free?" (Kendrick Lamar)	103
Imagen 8 – “God is Gangsta” (Kendrick Lamar)	104
Imagen 9 – Prisión en presentación de Kendrick Lamar en los Grammy's, 2016	105
Imagen 10 – África en presentación de Kendrick Lamar en los Grammy's, 2016.....	106
Imagen 11 – “No está en venta” (Alcolirykoz).....	110
Imagen 12 – Cocina en “No está en venta” (Alcolirykoz)	112
Imagen 13 – Celebración en “No está en venta” (Alcolirykoz)	113
Imagen 14 – Aranjuez (Alcolirykoz)	114
Imagen 15 – Lanzamiento del disco Aranjuez, 2021	116

Esta es una invitación al lector para escanear el código de la Imagen 1 desde su aplicación de Spotify. Le llevará a una lista pública de reproducción en una de las plataformas de *streaming* más populares. La intención es que se pueda tener acceso a un acompañante auditivo durante el tránsito lector, en el cual se incluyen canciones relacionadas con el presente trabajo de investigación. Para ver el listado detallado de las canciones incluidas remitirse al Anexo A – Listado de canciones.

Imagen 1 – *Playlist* en Spotify



Nota. Código QR para ir a la lista de reproducción. Fuente: Spotify

Resumen

Esta investigación explora la forma en la que artistas exitosos del hip-hop representan las tensiones que surgen entre la comercialización del arte y la producción del trabajo artístico. En concreto, se analizan producciones de algunos raperos de Estados Unidos y Colombia que problematizan fenómenos culturales, económicos y artísticos relacionados con la creación musical, a la luz de conceptos sociológicos asociados a los diferentes campos de producción cultural y al enfrentamiento entre las diferentes percepciones del capital simbólico y el capital económico. Esto porque, al inscribirse dentro de la industria de la grabación, existe una relación de mediación con dinámicas muy propias de las industrias creativas. Para dar cuenta de esto, se hace un recorrido por la génesis e historia de la cultura hip-hop y de su industria. Posteriormente, se indaga por las representaciones de diferentes raperos en sus trabajos discográficos, en los cuales se evidencian las posiciones que ocupan en el campo y la oposición entre valores comerciales y estéticos, agudizadas por la naturaleza contradictoria del hip-hop, que contrapone lo social con el éxito material, lo contestatario con lo popular y lo comunitario con lo individual. Estas oposiciones están presentes en las representaciones abordadas, teniendo en cuenta su complejidad. El análisis se aborda desde una metodología cualitativa que combina un análisis iconográfico y hermenéutico al valorar, por un lado, la propuesta estética en la composición visual que acompaña la música y, por el otro, la interpretación de extractos de letras de un corpus de canciones de rap. En este sentido, se amplía el marco de interpretación para comprender la relación compleja entre arte y sociedad, al conjugar en su análisis elementos performativos, visuales y las letras más allá de la música misma.

Palabras clave: hip-hop, representación, comercialización, industria de la grabación, industrias creativas.

Abstract

This research explores the way in which successful hip-hop artists represent the tensions that arise between the commercialization of art and the production of artistic work. Specifically, it analyzes the productions of some rappers from the United States and Colombia, that problematize cultural, economic, and artistic phenomena related to musical creation, in light of sociological concepts associated with the different fields of cultural production and the confrontation between the different perceptions of symbolic capital and economic capital. This is because, by being part of the recording industry, there is a relationship of mediation with dynamics very typical of the creative industries. To account for this, a review is made of the genesis and history of the hip-hop culture and of its industry. Subsequently, it investigates the representations of different rappers in their recordings, in which the positions they occupy in the field and the opposition between commercial and aesthetic values are evident, sharpened by the contradictory nature of hip-hop, which contrast the social with material success, the rebellious with the popular, and the communal with the individual. These oppositions are present in the representations addressed, considering their complexity. The analysis is approached from a qualitative methodology that combines an iconographic and hermeneutical assessment, on the one hand, of the aesthetic proposal in the visual composition that accompanies the music, and, on the other, of the interpretation of extracts of lyrics from a corpus of rap songs. In this sense, the framework of interpretation is broadened to understand the complex relationship between art and society, by combining in its analysis performative, visual and lyrical elements beyond the music itself.

Key words: hip-hop, representation, commercialization, recording industry, creative industries.

Introducción

El 22 de marzo del 2024 el mundo del hip-hop quedó conmocionado por veinte versos plasmados en una colaboración entre raperos. Kendrick Lamar desataría lo que se conocería como una de las guerras “líricales” o “tiraderas” más importantes en la historia del hip-hop. Su ataque verbal en contra de Drake le pondría fin a una especie de guerra fría que se venía fraguando desde hace más de una década entre dos de los artistas con mayor éxito comercial y reconocimiento artístico. Al trascurrir unas cuantas semanas y ocho canciones después, este asunto, que parece anecdótico, tendría una implicación mayor debido a lo que representó. Más allá de una lucha competitiva de habilidad simbolizó un enfrentamiento entre dos visiones contrarias acerca del hip-hop: una en la que prima su aspecto comercial y popular en contra de otra en la que se valora su lado artístico y cultural, dos ideologías opuestas acerca de cómo concebir el hip-hop y su componente musical, el rap.

Después de cincuenta y un años de historia, y casi cuatro décadas desde que empezaron este tipo de guerras verbales entre raperos, parece que aún siguen sin resolverse algunas contradicciones inherentes al arte, que avivan el debate clásico entre la relación problemática de la cultura con el capitalismo y de la producción artística con la mercancía. La oposición entre lo comercial y lo artístico conduce a sus productores, en este caso raperos, a tomar decisiones estéticas que determinarán las posiciones que ocupen en el campo de la producción, además de las interacciones y relaciones con otros agentes en su lucha por adquirir formas de poder representadas en capital. Y esto se ve claramente reflejado, tanto en los textos, como en imágenes y *performances* proyectados en su arte musical.

La naturaleza contradictoria del hip-hop acentúa estas tensiones, al ser una forma de arte que alardea y celebra el capitalismo pero que, al mismo tiempo, se fundó en reclamos por una compensación económica, cultural y social históricamente negada a sus pioneros y artistas. La cuestión se complejiza aun más al comprender que en sus constantes contradicciones persiste un debate inagotable acerca de permanecer como una cultura auténtica y fiel a su esencia o entregarse al consumo. Dada la centralidad del hip-hop en la cultura, su influencia en cánones estéticos y prácticas culturales, además de su preponderancia en la industria de la grabación, liderada hoy por compañías de tecnología, se torna relevante acercarse a la comprensión de estos fenómenos complejos y su representación de la realidad.

El objetivo de esta investigación es explorar las representaciones de la tensión entre las dinámicas de la comercialización del arte y el trabajo artístico en raperos exitosos. Este trabajo se ocupa de analizar objetos y productos culturales como vía de entrada para ilustrar la dialéctica en una oposición fundadora entre dinámicas artísticas y económicas dentro del campo de la producción cultural e indaga acerca de cómo emergen tensiones del enfrentamiento entre la lucha por diferentes tipos de capital, primordialmente el capital simbólico y el económico. Para lograr esto, se hace una selección de raperos de dos geografías diferentes, Estados Unidos y Colombia, y se rastrea la tensión en objetos culturales como letras de canciones, elementos visuales presentes en las carátulas de discos o sencillos, videos musicales y elementos performativos como puestas en escena. Este análisis permitirá plantear algunos interrogantes: ¿cómo los objetos culturales representan la tensión entre su producción y su comercialización? ¿La representación de esta realidad varía entre una industria de la grabación desarrollada y establecida como la de Estados Unidos en comparación con una industria en construcción como la de Colombia? ¿Se puede ser exitoso comercialmente con propuestas estéticas y artísticas que denuncian a la industria?

Para aproximarse a la respuesta de estos cuestionamientos, se adopta una metodología cualitativa de análisis de un corpus de casos que combina la valoración de las propuestas estéticas y textuales presentes en los objetos culturales mencionados. Estos vectores de análisis invitan a pensar de otra manera el mundo de la música y la inscripción social de lo que hacen los raperos y cómo, aunque sea absorbido por el sistema capitalista y enmarcado dentro de las industrias culturales, puede seguir contando con potencia crítica relacionada a problemáticas sociales, la defensa de lo estético/cultural y la construcción de comunidad. Los matices que envuelven la discusión también ayudan a pensar la relación entre la independencia y la industria, lo canónico y lo emergente y la diferencia entre artistas que defienden un “purismo” estético versus emprendedores culturales.

Así pues, en la primera parte se presentan elementos teóricos y perspectivas que enmarcan la discusión acerca de cómo se objetiva la visión sociológica de los productos artísticos. Se acude a la teoría del campo de la producción cultural de Pierre Bourdieu y otras derivas metodológicas y críticas de la sociología de la música, como las posturas de Theodor Adorno sobre la cultura de masas. En línea con esto, se abordan las dinámicas de las industrias culturales y creativas para entender cómo la industria de la grabación ha sido transformada por la tecnología y la visión neoliberal de la creatividad basado en los planteamientos de Ted Gioia y David Hesmondhalgh, además de los abordajes académicos que se han dado a los estudios relacionados al hip-hop, su *ethos* y su reflexión como una comunidad imaginada. En este punto, es pertinente señalar la relación que tiene el surgimiento del hip-hop con la juventud y la violencia, para finalmente traer algunos conceptos y elementos de análisis que permitan entender las letras de rap como poesía, su interpretación lírica y aspectos cualitativos para valorar la

estética visual asociada a estos productos en relación con elementos planteados por Ángel Luján Atienza, Derek Hook y Vlad Petre Glaveanu.

El segundo capítulo realiza una reconstrucción histórica del surgimiento del hip-hop, cuya delimitación cronológica y espacial se puede rastrear a un barrio de Nueva York en la década de los 70. Este recuento se presenta en clave de aspectos relacionados con el negocio, la industria y la comercialización del producto artístico, apropiado popularmente y propagado por diferentes latitudes. Esta misma indagación se hace alrededor del proceso de adopción de este género en Latinoamérica y Colombia. Se marcan las particularidades en la apropiación de sus aspectos culturales y se señala cómo en Colombia se presentan dos rasgos que lo hicieron radicalmente diferente: que fue creado y consumido inicialmente por una clase social alta y popularizado gracias al apoyo institucional (Cembrano, 2023a). Allí se puede empezar a diferenciar las contradicciones inherentes a una cultura que germina en la marginalidad, la exclusión y la pobreza y que hoy, desde la perspectiva de la industria de la grabación, es un negocio multimillonario que trasciende las fronteras musicales y geográficas.

Los capítulos 3 y 4 entran en materia del análisis hermenéutico e iconográfico de las representaciones por medio de la combinación de los elementos visuales con las letras de canciones respectivamente. Primero, se detallan los criterios de selección del corpus, se contextualiza el artista al momento de lanzar los trabajos discográficos referenciados y se valoran las distintas capas de significado de los aspectos visuales y estéticos. En el capítulo final se comenta el análisis estilístico presente en las letras de canciones y se señalan algunos elementos formales, retóricos y pragmáticos que resaltan las tensiones entre arte y mercancía.

Finalmente, se presentan las conclusiones sobre las tensiones creativas en esta forma de arte compleja y las vicisitudes en sus esquemas de valores comerciales y artísticos, para que al considerar características performativas, visuales, musicales y de sus letras se aporte a una comprensión más amplia de estos fenómenos culturales. Se podría anticipar que las representaciones de la tensión planteada terminan por ser causa y consecuencia simultáneamente, lo que permite evidenciar una manifestación de las contradicciones del hip-hop, cultura en la que se suelen confundir los fines del trabajo artístico con sus medios de su comercialización y que, aun siendo *mainstream*, puede mantener riqueza artística y estética. Esto plantea aun más interrogantes que abren caminos con líneas de enfoque para aproximarse a temas como la mercantilización del artista más que de su arte, el grado de autoconsciencia y reflexividad de los artistas en la inscripción social de su trabajo y la profundización en líneas históricas, sociológicas o lingüísticas del rap.

1. *No music market, no life*

“hoy, en la sociedad contemporánea, rebelarse, generar escándalo, desafiar las normas y los tabúes no es una actividad radical [. . .] sino la manera más expedita de convertirse en parte del *establishment*”
(Granés, 2012, p. 373)

Existe popularmente un adagio en relación con la música y es que sin ella no hay vida. Por cierto, ese fin de la existencia desde una postura crítica no se daría únicamente sin este arte, sino que más bien se presentaría sin el capitalismo, hecho señalado por Fisher, quien hace más de 15 años advertía que “el capitalismo no solo es el único sistema económico viable, sino que es imposible incluso imaginarle una alternativa” (Fisher, 2016, p. 13). En su libro *Realismo Capitalista ¿No hay alternativa?*, el autor hace una crítica al capitalismo, analiza la forma en que ha permeado la experiencia contemporánea y denuncia cómo una “ontología de los negocios” neoliberal ha inundado la vida pública al punto de bloquear el pensamiento y acción política genuina. Fisher se refiere a la música como uno de los medidores del malestar cultural, y dadas las condiciones actuales del mercado musical y la comercialización de este arte, se podría entonces reinterpretar ese fin de la vida o ese “fin del mundo” al que alude Fisher al reemplazar la música por el mercado: sin mercado, no hay vida.

Esta investigación, cuyo objetivo es explorar las representaciones de la tensión entre las dinámicas de la comercialización del arte y el trabajo artístico en raperos exitosos, tiene un espíritu interdisciplinar que teóricamente se fundamenta en un análisis hermenéutico e iconográfico que de entrada a conceptos relacionados con la sociología de la música, las industrias culturales y creativas, los efectos de la digitalización y transformaciones de la industria de la grabación y, por último, con los estudios del hip-

hop¹, su relación con un *ethos* particular y su vínculo con la juventud y la violencia, para así poder exponer las tensiones que surgen de dinámicas paradójicas de producción y mercantilización que brotan entre el artista, su obra, la industria y su choque con el mercado.

1.1 Sociología de la música e industrias culturales y creativas

La música ha diversificado los espacios sociales que ocupa y que le dan una “peculiar centralidad a la actividad artística en la sociedad contemporánea” (Rodríguez Morató, 2017, p. 9). Pensar en la sociedad implica plantear cuestionamientos alrededor del arte y sus relaciones con la misma, más en la lengua hispana donde parece haberse quedado estancada la actualización de esta disciplina (Rodríguez Morató, 2017, p. 13). No obstante, en otras latitudes se han presentado desarrollos frente a diferentes problemáticas y complejidades inherentes al arte y la cultura.

El estudio de reflexiones sociológicas sobre el arte está caracterizado por su multiplicidad. Desde su comienzo, cuando se nutrió de trabajos provenientes de diferentes disciplinas centradas principalmente en estudios literarios, históricos y de musicología, se condensó una especie de “sociologización de las humanidades” (Rodríguez Morató, 2017, p. 17). La sociología del arte ha presentado varios movimientos: inicialmente, con un enfoque textual centrado en la obra y una marcada preocupación sobre el valor estético, en la que un análisis de la cultura de masas en el marco de la comunicación y el ocio empieza a ser relevante (Rodríguez Morató, 2017, p. 19). Después de la guerra, el estudio se orientó hacia la acción política debido a la

¹ *Hip-hop studies* alude al abordaje académico de esta cultura en el que destacan autores como Tricia Rose, Michael Eric Dyson, Jeff Chang, Nelson George, Cornel West, Bakari Kitwana, Murray Forman y Mark Anthony Neal (Miller et al., 2014, p. 8). Algunos trabajos importantes son: *Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America* (1994), *Between God and Gangsta Rap: Bearing Witness to Black Culture* (1996), *Am I Black Enough for You? Popular Culture from the 'Hood and Beyond* (1997) y *That's the joint! the hip-hop studies reader* (2004).

creación de entidades gubernamentales que promovían el arte enfocado en la “democratización de los consumos culturales” (Rodríguez Morató, 2017, p. 22).

Consecutivamente, se configura una sociología de la ocupación artística, principalmente en Howard Becker, quien representa el pensamiento del interaccionismo simbólico americano, al entender el arte como un trabajo y la organización social o cooperación que interviene en su producción. Paralelamente, surge el enfoque de Pierre Bourdieu, para quien la noción de campo y las posiciones que toman los artistas en relaciones de competencia son el objeto de análisis. Se plantea un razonamiento que cambia el enfoque en la obra y es desplazado al espacio donde se generan estas relaciones sociales de producción (Rodríguez Morató, 2017, p. 24).

Dada la importancia de los conceptos de Bourdieu en el análisis crítico de la sociología de la música, vale la pena ahondar en las ideas que rompieron con el mito “romántico” de que las obras de arte son “impenetrables” y escapan de un análisis racional sociológico (del Val Ripollés, 2015, p. 34). Este cambio de paradigma se plantea a través de varios conceptos, de los cuales uno de los principales es el campo que es “formado por las relaciones objetivas entre las posiciones relativas de aquéllos que lo ocupan; es la estructura que determina la forma de las interacciones” (del Val Ripollés, 2015, p. 35). En estos campos se presenta entre sus agentes una lucha por diferentes formas de poder (capital), ya sea económico, político, cultural, social o simbólico. Dichas formas de capital repercuten en las posiciones que ocupan los agentes en el campo además de las relaciones e interacciones con otros agentes.

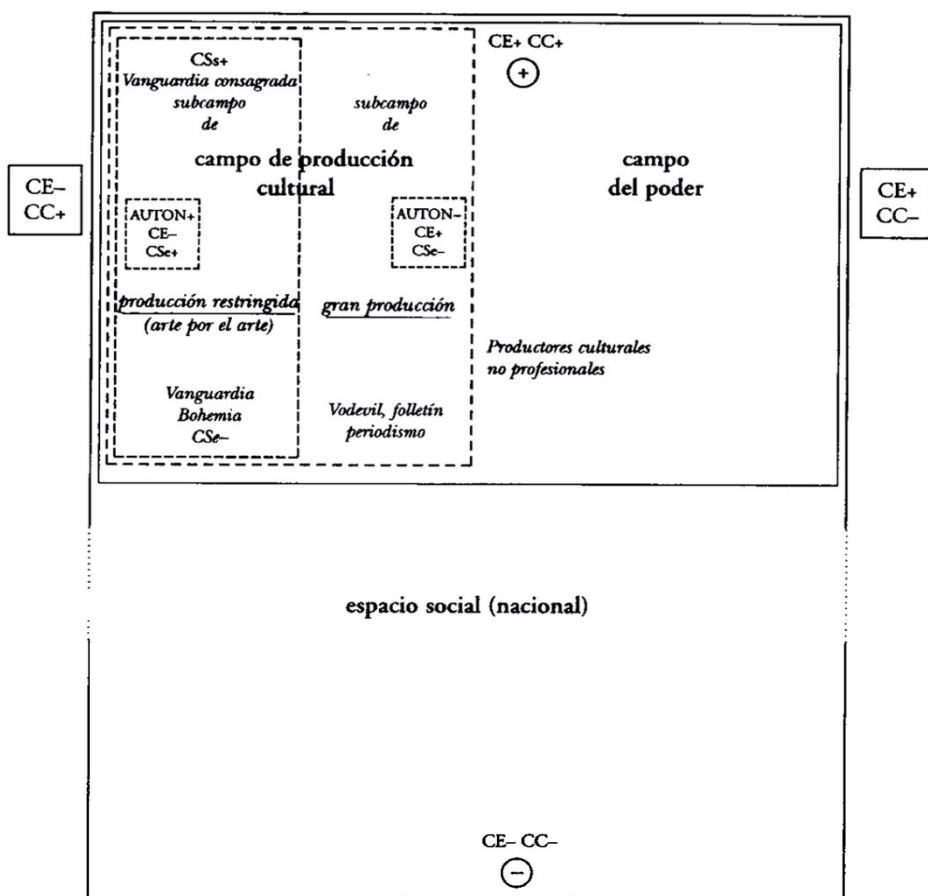
Bourdieu señala cómo dentro del campo de la producción cultural se generan subcampos opuestos marcados por la idea de competición y por el tipo de obras que allí se producen. Por un lado, el de la producción restringida destinado a productores y

legitimada por críticos, y por el otro, el de la gran producción destinada al gran público y que es legitimada por el mercado (Bourdieu, 1997, p. 186). Dentro de estos campos existen a su vez otros subcampos opuestos entre las vanguardias consagradas y las vanguardias emergentes (ver Imagen 2). Los campos de la producción cultural y el del poder político y económico coexisten de forma antagónica y funcionan con lógicas inversas: en un extremo se encuentra el campo del arte puro que se orienta a “la acumulación del capital simbólico” y que funciona con un ciclo de producción largo, volcado a un mercado hacia el futuro, mientras que en el otro extremo, se halla el campo de la lógica económica que responde a una demanda preexistente de formas preestablecidas para la acumulación de capital económico y responde a una producción de ciclo corto (Bourdieu, 1997, pp. 214-215). El campo restringido de la producción tiene una instancia más estrecha de validación, en el que primero se debe convencer a otros productores e intermediarios para pasar al mercado y posteriormente al gran público. Dentro del hip-hop esto es algo que ocurre puesto que a nivel artístico la validación de su comunidad y de sus pares es sinónimo de respeto y muestra de habilidad.

El funcionamiento de estos campos se relaciona con las representaciones debido a la importancia de la creencia o *illusio* acerca del valor que les asignan los agentes o las instituciones a las obras y los valores o las creencias compartidas sobre el mismo campo (del Val Ripollés, 2015, p. 35). Esto bosqueja una oposición entre el éxito en la consecución del capital simbólico en detrimento del capital económico o viceversa según se ocupen diferentes posiciones. Lo anterior deriva en el problema de lo que Bourdieu llama géneros, sectores autónomos de producción que surgen como un efecto del campo por una distinción entre la esfera comercial, más empresarial o emprendedora subordinada a expectativas del gran público, y una esfera artística, que aun siendo comercial, está subordinada a nichos de mercado, otros productores y

críticos (Bourdieu, 1997, p. 185). Dicha lógica de géneros parece presentarse en el mundo del hip-hop en el que suelen enfrentarse valores opuestos.

Imagen 2 – El campo de la producción cultural en el campo del poder y en el espacio social



Leyenda

- | | |
|---|------------------------------------|
| — Espacio social | CE Capital económico |
| — Campo del poder | CC Capital cultural |
| --- Campo de producción | CSe Capital simbólico específico |
| ---- Subcampo de producción restringida | AUTON+ Grado de autonomía alto |
| | AUTON- Grado de autonomía reducido |

Nota. Diagrama de los campos de Pierre Bourdieu. Fuente: *Las reglas del arte* (p. 189)

Un concepto clave dentro de los planteamientos de Bourdieu es el de *habitus*, entendido como un “conocimiento adquirido y un saber que puede funcionar como un

capital” (del Val Ripollés, 2015, p. 36). El *habitus* es la respuesta de Bourdieu para encontrar un equilibrio entre teorías estructuralistas y las individualistas, y pretende dar cuenta de cómo se interioriza lo social en los agentes para orientar las acciones que se toman en el campo, sus criterios y valores de aceptación, condicionadas por “el pasado que lo engendró y el presente en el cual actúa” (Debanne & Meirovich, 2010, pp. 58-59).

Otra idea importante acerca de la teoría de los capitales que propone Bourdieu es que el campo posee una capacidad autorreflexiva sobre sí mismo, su historia y sus obras y que “constituye una de las manifestaciones más importantes de la autonomía de un campo” (Bourdieu, 1997, p. 157). Esto también le confiere una autoconsciencia a los agentes del campo al poder reflexionar sobre su identidad y el funcionamiento de las dinámicas de competencia y conflicto que se generan. Les permite tener una visión sociológica del mundo en el que están y poder poetizar sobre esas posiciones, convirtiéndose a su vez en representaciones de sí mismos y de los campos.

Los planteamientos de Bourdieu, aunque provienen de un análisis de otro tipo de arte y en un contexto diferente, ofrecen un marco de entendimiento al pensar estas tensiones, inclusive al traerlos al mundo contemporáneo y tecnologizado de la industria de la grabación, pues resulta notable y significativo que dichas tensiones sigan apareciendo y cómo los procesos de simbolización de los raperos permiten acceder a comprenderlas. Esa oposición, entre comercialización y arte, no es un factor accidental, es más bien una tensión constitutiva que es dialéctica y su percepción se retroalimenta entre sí. Por alguna razón, a quienes priorizan el valor estético se les percibe cierto alejamiento de lo comercial, mientras que en aquellos que triunfan hay cierta angustia y ansiedad acerca de lo construido artísticamente.

Para finales de los años 90 nuevamente se produce otro movimiento de los paradigmas predominantes denominado el “giro cultural de la sociología”, cuando nuevamente se vuelve a focalizar la obra (Rodríguez Morató, 2017, p. 37). Académicos como Hennion y DeNora centran su objeto de análisis en la recepción del material artístico, su carácter estético y su capacidad generadora de lo social, en lo cual también se incluye la perspectiva procesual acercándola a otras disciplinas (Rodríguez Morató, 2017, p. 39).

En línea con lo anterior, la evolución del contexto sociopolítico globalizado ha generado un orden cultural más fluido con relación a las correspondencias entre cultura popular, clases sociales y estilos de vida, desatando dinámicas relacionales complejas que le han difuminado sus características estructuralistas y deterministas. De otra forma, el cambio en la cosmovisión de la cultura y el arte a nivel político ha generado una concepción de la cultura y el arte no como un gasto sino como una inversión. A ambos se les ha otorgado una mayor importancia al concebir la actividad cultural como un factor dinamizador de la economía, no tanto como una redistribución de capital cultural sino más bien como un proceso de regeneración urbana (Rodríguez Morató, 2017, p. 42). A partir de allí es donde las industrias creativas, con su énfasis en la creación, la creatividad y su vínculo económico, enmarcan a la sociología de las artes en un nuevo espacio de la creación.

Ahora bien, tras ese giro cultural se empieza a proponer la sociología musical, cuando es la propia música la generadora de las relaciones e interacciones sociales, al poner en un mismo plano a la música y la sociedad, apartándose de las teorías del reflejo². Nuevamente, se le presta mayor atención a lo estético como elemento

² Este concepto relacionado con la crítica al arte de tradición marxista explica el proceso por medio del cual las creaciones y obras humanas son un reflejo de la realidad objetiva, externa y material. La

generador de sociabilidad (del Val Ripollés, 2022, p. 2). Otra propuesta que busca integrar aquella canónica de Bourdieu con los nuevos horizontes planteados por Hennion y DeNora es la de Georgina Born, quien se alinea con los últimos al “entender lo social como proceso, no como objeto, y en la concepción de la música como elemento generador de mediaciones y, a su vez, producto de las mismas” (del Val Ripollés, 2022, p. 9). De su propuesta, basada en la idea de mediación musical, se deriva el análisis de cuatro planos: el plano de la idea de comunidad (imaginada) y el de *sociabilidad* (interacción), cuyas dimensiones afectivas y estéticas son influenciadas por las dimensiones institucionales y contextuales desde el plano de las instituciones y el plano de formación de identidades sociales (del Val Ripollés, 2022, p. 9).

Por otro lado, Jaime Hormigos describe la música como “un medio para percibir el mundo y un potente instrumento de conocimiento” (Hormigos Ruiz, 2016, p. 76). Reconoce el papel activo y social que tiene el arte musical y presenta diferentes concepciones relacionadas con teorías sobre la sociología de la música. Por el lado de Simmel y sus estudios en etnología comparativa, este arte se considera como una conexión directa entre los sentimientos del oyente y el artista. Se concibe al arte musical conectado con el ritmo y melodía de la sociedad en la que está inmersa y se le atribuye una baja mediación de la razón (Hormigos Ruiz, 2016, p. 77). Paso seguido, contrapone la visión de Weber que por el contrario busca la racionalidad en la música y resalta la importancia del elemento técnico. Este permite la evolución musical al dejar a un lado el componente estético para centralizar los condicionamientos de la música con la sociedad (Hormigos Ruiz, 2016, p. 79).

producción artística es entonces determinada por la estructura, superestructura y, en algunos casos, la agencia individual y/o el contexto social donde se crea.

De otro lado y basada en un enfoque marxista, se presenta la postura crítica de Adorno que entiende la tecnología de la producción económica para desarrollar una cultura de masas, en la cual la música es despojada de su poder comunicativo y expresivo, cosificándola y volviéndola una mercancía de cambio (Hormigos Ruiz, 2016, p. 80). Es importante en este punto profundizar en el concepto de Adorno de industria cultural. Entendida como ese todo armonizado en el que las creaciones culturales, principalmente relacionadas con la industria musical, editorial y cinematográfica, se condicionan por esa lógica productiva del dividendo, en la cual los productos culturales se convierten en meras mercancías (Linares, 2010, p. 58). La primacía de la técnica en aras de la producción en serie “absolutiza la imitación” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 175).

La estandarización de la producción cultural lleva a su homogenización y produce una “barbarie estética” puesto que algunas mercancías funcionan comercialmente y las que no son relegadas. Esto genera una trivialización de los contenidos además de propiciar una confusión entre cultura y entretenimiento (Linares, 2010, p. 60). La calidad de los productos se ve entonces negativamente afectada por la estandarización al hacerlos convencionales y el sistema de producción busca no solo producir de forma masiva sino también “establecer administrativa y técnicamente, a través de fórmulas y recetas, las cualidades de los productos con vistas a su rendimiento financiero” (Silva Rodríguez, 2013, p. 182). Estas formas de captar, catalogar y clasificar “entregan a la cultura en manos de la administración” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 176).

Para Adorno la noción de industria cultural se refiere a un sistema, tanto de producción como de consumo, que busca masificar los artefactos estéticos con fines puramente comerciales enmarcados por una razón instrumental, mientras que la técnica

y la tecnología sirven como un soporte del sistema (Silva Rodríguez, 2013, p. 178). Este tipo de industria termina por convertirse en un instrumento al servicio de los intereses del poder político y económico, puesto que busca la conservación de un orden social y de los mismos poderes. Este orden solo admite aquellos productos o ideas que se acoplan y termina por eliminar o integrar aquellos que le son extraños. Esta industria cultural, que prioriza el logro tangible, termina por liquidar la idea de las obras y “acaba con la rebeldía de estos y los somete a la forma que sustituye a la obra” (Horkheimer & Adorno, 1998, p. 170).

En relación con los conceptos de industrias culturales y/o creativas dice Hesmondhalgh que, aunque ambos son similares semánticamente, los dos se derivan de contextos políticos y herencias teóricas dispares. Uno y otro hacen referencia a sobre cómo se relacionan la cultura y la economía, particularmente a la forma en que se producen y distribuyen los bienes culturales en sociedades modernas. Las industrias culturales se conectan con el concepto de economía política de la cultura (*political economy of culture*), que toma en cuenta aspectos éticos, normativos y cuestiones asociadas principalmente con la concentración del poder comunicativo (Hesmondhalgh, 2008, p. 1).

La industria cultural suele contar con unas características particulares que se fundamentan en problemas asociados con la acumulación de capital y, por ende, con asuntos de poder e inequidad. Por un lado, conlleva asumir grandes riesgos debido a la alta incertidumbre para predecir con agudeza qué productos o creadores tendrán éxito. Por otro, los bienes culturales tienen altos costos de producción pero los costos de reproducción son relativamente bajos. Otro problema es el control de la distribución, puesto que los bienes producidos no suelen destruirse con su consumo, sino que se convierten en “bienes públicos”, en el sentido de que el consumo individual no reduce

la posibilidad de ser consumido por otros. Esto lleva a que sea un tema localizado puesto que tanto gobiernos como actores privados responden de diferentes formas a estas condiciones (Hesmondhalgh, 2008, p. 3).

Fue el gobierno de Gran Bretaña el que introdujo un enfoque más radical del concepto de industrias culturales en las políticas culturales (Hesmondhalgh, 2008, p. 4), al cambiar el enfoque de apoyar a los creadores para buscar una política centrada en la audiencia, con inversiones en la distribución y exhibición, pues se comprendió cómo, por medio de la comercialización y radiodifusión, se influye en el gusto cultural. Se entendía también como un medio efectivo para dinamizar la economía a través de la inversión pública en la regeneración urbana (Hesmondhalgh, 2008, p. 4). Esta idea de retorno sobre la inversión pública fue impregnada por un espíritu neoliberal, basado en la libertad de mercado que serviría como base para el concepto de ciudades creativas o *clusters* creativos.

Fundamentada en la competitividad de las ciudades de un mundo globalizado, la creatividad adquirió un carácter central en la política, pues podría garantizar el crecimiento económico además de la generación de empleo y exportaciones. El problema es que en el concepto de trabajo creativo se aceptaba una amplia definición que abarcaba diversos sectores de la sociedad de la información adscrita a la economía del conocimiento. Sujetos a los derechos de autor y adicional a los sectores creativos tradicionales (medios, música, diseño, moda, artesanías, etc.), se incluyeron los del desarrollo de *software*, farmacéutico, químico, entre otros que permitían mostrar impactos y efectividades importantes de unas políticas basadas en las industrias creativas al inflar las cifras y hacerlas parecer mucho más grandes y significativas pero que no representan fielmente el desarrollo y producción cultural (Hesmondhalgh, 2008, pp. 8-9).

Con esto en mente, la creatividad tomó una centralidad en la organización social, inclusive en la educación y en la idea de promover una ciudad con comunidades e industrias creativas. Aunque las industrias culturales y creativas comparten la tensión entre la economía y la cultura, por medio de las dinámicas para generar ingresos de la producción y distribución de bienes culturales o simbólicos, a veces el enfoque en su aspecto creativo, con su amplia gama sectorial y definición imprecisa, puede precisamente generar un efecto de “respaldar inequidad y explotación asociados con neoliberalismos contemporáneos” (Hesmondhalgh, 2008, p. 18).

En contraste con las concepciones presentadas anteriormente de industrias culturales, en el artículo “Perspectivas investigativas en el estudio de las industrias culturales y creativas” se plantea que estas representan un “subconjunto especial” de las industrias creativas con base en definiciones y caracterizaciones dadas por la UNESCO (Herazo Avendaño et al., 2018, p. 34). De la misma forma que Hesmondhalgh, señala cómo estas industrias son diferenciales según el desarrollo histórico y las culturas de cada territorio del que hagan parte (Herazo Avendaño et al., 2018, p. 35). No obstante, a la hora de evaluar el enfoque en las industrias culturales, se introduce un elemento de contexto para matizar la voluntad política de los gobiernos, especialmente en casos como el de Latinoamérica, puesto que en otros lugares de mayor maduración social y económica, es más fácil destinar los recursos limitados para satisfacer necesidades de integración social y esparcimiento cultural (Herazo Avendaño et al., 2018, p. 40).

1.2 Industria de la grabación y digitalización de la música

Ted Gioia, crítico cultural e historiador de la música, en su libro *Música: una historia subversiva*, presenta algunos elementos importantes para tener en cuenta a la hora de entender las dinámicas sociales de la música y la industria. El autor presenta el caso

de cómo la música es un catalizador de cambio social al desafiar lo convencional y el poder establecido, al brindarles una voz a individuos cuya posibilidad de expresión es limitada y, especialmente, cómo el sistema posteriormente se apropia de esas intromisiones para pasar a formar parte de la cultura dominante (Gioia, 2020, p. 11).

Pareciera que la forma en que se dinamiza el mercado y la industria de la grabación musical es similar a lo que describe Gioia, pues presenta un recorrido histórico en el que recopila las diferentes innovaciones o revoluciones musicales tales como las polifonías, algunos instrumentos y la ópera, y muestra cómo la principal institución del sistema para ese entonces, la Iglesia, inicialmente las censuraba y posteriormente se apropiaba de ellas para limitar su poder y controlar de cierto modo la producción musical, cosa que no solo cuenta acerca de la Iglesia Católica sino también de la protestante en la que “la manera más segura de controlar la música era tener en nómina a los principales compositores” (Gioia, 2020, p. 307).

Gioia señala que probablemente ese control institucional se presenta porque la música genera identidad de grupo y una adhesión tribal que, además de ser fundamental en los rituales, parece tener dos elementos constitutivos a través de la historia: la sexualidad (o el amor y éxtasis) y la violencia (o el conflicto) (Gioia, 2020, p. 96). El sexo y la violencia terminan por ser lo mismo visto desde diferentes perspectivas: “la música contribuye a la cohesión grupal con fines tanto creativos como destructivos” (Gioia, 2020, p. 28). Este sentido de identidad grupal que posee la música le provee una enorme capacidad y eficacia como agente de cambio pero cuya subversión en últimas es asimilada y se convierte en un producto de consumo masivo, especialmente en aquellas que surgen de la marginalidad y se rebelan a los intentos de control (Gioia, 2020, p. 389), como ocurre con el rap.

Para Gioia, en la actualidad es difícil no pensar en un resurgimiento de las “formas feudales de mecenazgo artístico” (Gioia, 2020, p. 317), solo que esta vez no son personajes de la realeza ni eclesiásticos sino la propia industria de la grabación, como ente que domina el arte y lo somete al mercado y al capital, para terminar asimilándolo con las instituciones religiosas, políticas y comerciales dominantes. Un caso que pone de ejemplo es el *rock and roll*, que “convirtió su actitud desafiante en una gran fuente de ingresos para la industria de la música” (Gioia, 2020, p. 492), cuando en la década de los 50 ésta se dio cuenta de “que podía ganar más dinero vendiendo rebeldes que promocionando modelos a seguir” (Gioia, 2020, p. 480). En relación con el hip-hop, afirma que el éxito comercial y el origen marginal de esta cultura musical “convirtió este género en un medio perfecto para el marketing corporativo orientado a los sectores jóvenes de la población” (Gioia, 2020, p. 557).

Igualmente hace referencia al hecho de la digitalización y “plataformización” de la industria de la grabación, dirigido por compañías de naturaleza tecnológica y no de vocación musical. Esto resulta en que los jugadores más poderosos de la música hoy en día sean Apple, Spotify, Amazon y Google, todas compañías de tecnología (Gioia, 2020, p. 566). Gioia hace una crítica de esta situación puesto que estas corporaciones no tienen una implicación emocional con los artistas y “hasta cierto punto, la base de su estrategia consistía en devaluar la música”, pues la economía de esta forma de distribución musical pone una mayor recompensa en la compañía de tecnología que en el creador artístico (Gioia, 2020, p. 568), quienes terminan por ser únicamente “proveedores de contenido”. Esto es así hasta el punto de que empresas como Apple han reemplazado a varias de las compañías que producían, distribuían y comercializaban la música (Krukowski, 2017, p. 91), y a pesar de que hayan mercados crecientes como el del vinilo, los servicios de *streaming* representan más del 67% de los ingresos de la industria de la grabación (IFPI, 2024, p. 11).

De forma análoga, Timothy Taylor plantea la importancia de analizar el capitalismo, no desde su enfoque economista, sino como una forma social que modifica las relaciones entre personas y formas culturales como la música, que es producida, distribuida y consumida como una mercancía (*commodity*). También reflexiona sobre las culturas que las músicas y las audiencias habitan y el rol que desempeñan en la vida de las personas (Taylor, 2016, pp. 1-2).

Taylor enmarca la discusión dentro de la versión neoliberal del capitalismo, entendido como una ideología, un modo de gobierno y un paquete político que ha logrado su cometido gracias a la globalización y el surgimiento de nuevas tecnologías. (Taylor, 2016, p. 3). Para Taylor, existen diferentes regímenes de valor que no son fijos y que operan para la música y otros bienes, culturales o no, y que usualmente son diferentes del valor económico (Taylor, 2016, p. 10). De esta manera, se entiende el capitalismo como una forma social que afecta no solo la producción y el consumo, sino las percepciones y relaciones sociales (Taylor, 2016, p. 15), en el que la publicidad por medio de la radio, televisión e Internet desempeñan un papel fundamental (Taylor, 2016, p. 42).

Asociados a esta aparición de nuevas tecnologías que modifican el consumo y producción musical, hay algunos elementos de debate basados en crítica popular y académica alrededor de los efectos que esto produce en la cultura y experiencia musical, posturas que se han asociado también con aquellas relacionadas con la cultura de masas. En el contexto actual, marcado por la digitalización y proliferación de plataformas de *streaming*, David Hesmondhalgh plantea que las cuestiones controversiales se han centrado alrededor de la calidad, diversidad y experiencia estética de este arte, de las cuales se derivan cinco temas claves (Hesmondhalgh, 2022, p. 5):

- Una experiencia musical funcional: la pérdida de la experiencia estética y significativa de la música se ha transformado en una funcional. Spotify y otros servicios similares presentan listas de reproducción curadas según estados de ánimo o actividades. Según la recopilación de Hesmondhalgh, críticos como Maria Eriksson y Anna Johansson argumentan que este enfoque en la función de la música promueve una subjetividad que resuena con ideologías como el neoliberalismo y sus formas problemáticas de poder, al usar la música con el propósito de suscitar “un tipo de subjetividad informada por el pensamiento positivo como una ideología contemporánea” (Hesmondhalgh, 2022, p. 6). En otras palabras, quienes argumentan en contra de este cambio critican la nueva experiencia de la música funcional puesto que funciona como un fondo decorativo acústico donde se devalúa (Hesmondhalgh, 2022, p. 7). Ahora bien, Hesmondhalgh señala que otros autores como Andrew H. Gregory defienden que la música siempre ha estado ligada a una función sin que esto sea problemático, ya sea parte de un ritual social o a un nivel más íntimo.
- La promoción de una música sosa: la metáfora del fondo decorativo hace referencia a la banalidad y se relaciona con lo expresado anteriormente acerca de una industria impulsada por el estado de ánimo que lleva a una suavidad generalizada, demostrado en la presencia frecuente de listas con canciones tipo *chill*. Este estilo de música funcional, que busca relajar y tener una experiencia musical que no demande mucha atención, coincide con la música *easy listening* que fue criticada en la era *pre-rock* (Hesmondhalgh, 2022, p. 10). Además, encaja con las subjetividades neoliberales producidas por el capitalismo contemporáneo. Sin embargo, están inmersas en el debate acerca de una forma de esnobismo sobre el gusto musical y su valor cultural.
- Una experiencia musical pasiva: la pasividad es criticada como parte de una experiencia musical distraída y carente de atención en la que la música se vuelve

decorativa. Esto se asocia con las posturas de Adorno mencionadas anteriormente (Hesmondhalgh, 2022, p. 12). No obstante, autores como Anahid Kassabian aceptan el acto de escucha distraído dada la centralidad de la música en la cultura y la experiencia del día a día en medio de una realidad digital (Hesmondhalgh, 2022, p. 13). Sin embargo, para Hesmondhalgh este conjunto de valores dualista no captura la experiencia interna involucrada en el acto de escuchar música.

- Una experiencia musical fragmentada y canciones más cortas: algunos comentaristas argumentan que el abundante catálogo provisto por las plataformas de *streaming* ha tenido efectos “textuales” en la música, particularmente en que los álbumes ya no son tan importantes y que las canciones se acortan en su duración, lo que no solo refleja sino que también afecta la capacidad de atención (Hesmondhalgh, 2022, p. 15). El aumento de popularidad en aplicaciones como TikTok y su centralidad para el mercadeo de la música nueva confirman lo anterior, pues a veces se promocionan versos de canciones de rap que aún no se han grabado. En contra de lo dicho, hay una posición de sociólogos que matiza esas conclusiones, dado que los efectos de la aceleración del tiempo o la economía de la atención no necesariamente afectan a todo el mundo por igual y su impacto es tanto positivo como negativo. De igual forma, la experiencia musical cada vez más mediada por auriculares puede presentar también una escucha más activa. Por otro lado, se sostiene que la tendencia de canciones cortas comenzó cerca del año 2000, antes del auge de las plataformas, y la popularización de TikTok representa solo una forma adicional de experimentar la música y no impide que las demás opciones permanezcan vigentes.
- Limitación del descubrimiento y aventura musical: este es otro aspecto relacionado con la pasividad debido al mecanismo algorítmico de

recomendación que sugiere música similar a la que ya se escucha. Esto se puede contrastar con la postura que defiende la creación de *playlists* personalizadas puesto que involucra una atención y curaduría sustanciales (Hesmondhalgh, 2022, p. 17). Sin embargo, no se puede perder de vista que se ha generado un déficit temporal con la música digital ya que “es normal tener acceso a mucha más música de la que podemos llegar a oír” (Krukowski, 2017, p. 102).

Según Hesmondhalgh, estas cuestiones no son discusiones únicamente de la actualidad, sino que ya han estado presentes en la cultura musical. El cuidado de estas relaciones complejas es importante para no caer en simplificaciones, reducciones o esnobismo. No obstante, estas críticas y defensas permiten un entendimiento dialéctico de cómo la forma de producir y consumir música hoy en día ha sido influenciada por las plataformas de *streaming* musical y los efectos que estas generan. Se debe reconocer que “la música refleja y refracta formaciones socio-históricas, y aun así se toma en serio la complejidad de los valores y prácticas musicales de las personas” (Hesmondhalgh, 2022, p. 19).

Similarmente, Damon Krukowski comenta sobre cómo el sistema de producción musical, debido al advenimiento de tecnologías como los circuitos integrados que hicieron posible la evolución de los vinilos al *Compact Disc* (CD) y, posteriormente, al *streaming*, introdujo la música en una ley de Moore-Murphy, en la cual no sólo se dobla la capacidad y velocidad sino que al mismo tiempo se rebaja la calidad (Krukowski, 2017, p. 13). Curiosamente, esto llevó a que los artistas aceptaran regalías por derecho de autor más bajas aunque ya no se incurría en costos de embalaje, como sí era el caso de la época de discos compactos y formatos predominantes antes de esta era (Krukowski, 2017, p. 80).

De igual manera, es importante anotar cómo la llegada de las plataformas de *streaming* le ha permitido a la industria de la grabación, después de un periodo de 14 años de decrecimiento, volver en el 2014 a crecer en ingresos y que al 2019 dichas plataformas representaron más de un 56,4% de los ingresos del sector (Hesmondhalgh, 2021, p. 3595). No obstante, esto ha sido objeto de debates al argumentar que los principales beneficiarios, antes sellos discográficos, ahora son compañías de tecnología en el sector de la producción cultural (Spotify, Apple Music, YouTube Music y Amazon Music) en vez de los artistas o productores.

Dentro de estas discusiones, toma protagonismo la que argumenta acerca del impacto negativo en los creadores (artistas, intérpretes, compositores, músicos, entre otros) particularmente en términos financieros. Hesmondhalgh considera que esto no es del todo cierto puesto que las tasas del sistema actual “pro-rata”³ no son comparables con aquellas de formatos anteriores (CD, vinilo, etc.). Igualmente, discute sobre cómo el cambio en la distribución de los ingresos derivados de la música, cada vez más injusta, dificulta la posibilidad de vivir de la música, pero el autor muestra que esta fuente de ingresos no es la única, ni si quiera la principal, que tienen los artistas (giras, patrocinios, *merchandising*, publicidad, entre otras) (Hesmondhalgh, 2021, p. 3601).

También se arguye sobre la reproducción de sistemas injustos de poder industrial dominados por las disqueras grandes y las superestrellas. Sin embargo, Hesmondhalgh llama la atención sobre cómo esto se deriva más del sistema de contratos de grabación y/o distribución basados en los derechos de autor y no tanto por las plataformas que “oscurece las dificultades sistémicas en torno a la música bajo el capitalismo” (Hesmondhalgh, 2021, p. 3603). El autor defiende que es probable que más artistas

³ Este esquema de reparto de utilidades se basa en un fondo común donde se agregan las ganancias generadas por el valor total de suscripciones y de publicidad, para luego ser dividido entre el prorrateo de la cantidad de reproducciones de un artista de las reproducciones totales.

tengan acceso a regalías que en sistemas previos de distribución del ingreso aunque conserven las condiciones precarias de trabajo artístico e inequidades de la industria de la grabación (Hesmondhalgh, 2021, p. 3610).

Por otro lado, en el artículo “Gigantes con pies de barro: Sostenibilidad de los modelos de negocio en los servicios de música en *streaming*” se señalan problemas acerca de la sostenibilidad del negocio de la industria de la grabación digitalizada desde una perspectiva de los intérpretes. Las dificultades radican en dos situaciones: el reparto desigual de ingresos y la *comoditización* del proceso creativo (Arenal et al., 2022, p. 3). La primera está relacionada con el modelo de distribución asimétrica y mercado-céntrica de las regalías, cuyas tasas teóricas han disminuido en los últimos años, a pesar de que la cantidad de reproducciones vayan en aumento y que terminen por beneficiar principalmente a la música *mainstream*. La segunda situación se produce debido a que el ingreso derivado del proceso de creación de valor no se asocia directamente con la interacción entre usuario y artista por lo que “el contenido musical se convierte progresivamente en una mera mercancía intercambiable” (Arenal et al., 2022, p. 13).

1.3 Hip-hop, violencia y juventud

La aproximación académica a los estudios del hip-hop se ha caracterizado por su complejidad, críticas y múltiples aristas. La investigación y producción académica han sido relativamente escasas, especialmente en español y particularmente en Colombia. Tan sólo en el 2004, un poco más de tres décadas después de su surgimiento, se publica *That's the joint! the hip-hop studies reader*, una recopilación de cuarenta y cuatro artículos académicos que analizan el hip-hop desde varias perspectivas: su historia, el debate sobre la autenticidad, su relación con el espacio y lo urbano, las dinámicas de género, el contenido político de su mensaje, su producción y desarrollo tecnológico, además de la relación con la industria (Neal & Forman, 2004). Estos artículos, sin ser los únicos en

su naturaleza, conforman una base fundacional de un campo de estudio que está en desarrollo, a pesar de que sólo haya contado con un par de ediciones adicionales en los últimos diecinueve años, lo que refleja esa carencia en la producción investigativa relacionada.

Existen también algunos trabajos de carácter periodístico y literario que han abordado sus orígenes, transformaciones y logros. Con todo esto, el hip-hop igualmente cuenta con críticos y opositores, especialmente desde el punto de vista académico. Posiblemente una razón sobre la falta de estudios se presenta por los señalamientos que se le hacen sobre su fracaso para transmitir un mensaje político positivo, por la divulgación de un discurso cercano a la violencia y por su enfoque materialista y comercial para poder ser vendido en vez de convertirse en una forma de arte edificante (Charnas, 2010, p. xiv).

Fundamentalmente, hay consenso alrededor de cuatro elementos constitutivos del hip-hop⁴: DJ (música), MC (lírico), *breakdancing* (baile) y grafiti (arte visual) (Chang, 2005, p. 90). Michael Eric Dyson, en su artículo “La cultura del hip-hop”, ilustra la forma histórica en las que se expresaron y recibieron dichas prácticas culturales. Señala cómo la música rap empezó siendo “una moda pasajera” a convertirse en el espacio para representar en sus obras, por medio de descripciones y análisis, factores de tipo económicos, sociales y políticos, al combinar la “protesta social, creación musical y expresión cultural” (Neal & Forman, 2004, p. 61).

⁴ Algunos añaden un quinto elemento que puede variar entre conocimiento, estilo o moda y *beatboxing* que se refiere a la capacidad de crear ritmos con la boca y la voz (Charnas, 2010, p. xi; Harrison & Arthur, 2019, p. 2).

El autor explica la función del hip-hop y especialmente del rap, su componente musical, para la comunidad negra de la siguiente manera:

Como una fuente de identidad racial, permitiendo formas de alardear y afirmar el machismo para hombres negros devaluados que sufren degradación social, permitiendo comentarios sobre condiciones sociales y personales en un lenguaje sin censura y fomentando la capacidad de transformar el dolor y la angustia en arte y comercio (Neal & Forman, 2004, p. 64).

Para esquematizar una definición o caracterización precisa del hip-hop, es necesario recurrir a las diferentes visiones que han surgido en los estudios y sus principales referentes, que sirven además para ilustrar los valores constitutivos de su cultura. Análogamente, Dyson lo precisa así: “el hip-hop sigue siendo fundamentalmente una *forma de arte* que comercia con la hipérbole, la parodia, el kitsch, la licencia dramática, los dobles sentidos, la significación y otras convenciones literarias y artísticas para transmitir sus ideas” (Neal & Forman, 2004, p. xii). Próximo a esta concepción, Murray Forman le atribuye un “carácter diverso y complejo a la cultura hip-hop” y se refiere a esta como una “forma cultural emergente” (Neal & Forman, 2004, p. 6), y señala el *breakdance*, el grafiti y los “duelos verbales” como las prácticas culturales juveniles que se consolidaron y dieron lugar a la expresión de estilo, la formación de colectivos organizados y la tensión con la autoridad (Neal & Forman, 2004, pp. 10-11).

De igual forma, Alan Light caracteriza las complejidades del hip-hop: “el hip-hop es, ante todo, una forma pop que busca hacer bailar, reír y pensar a la gente, hacerla escuchar y sentir, y vender discos al hacerlo”, que aun siendo *mainstream* permanece

conectada a las calles de donde surgió y que, por definición, tiene un “contenido político” que le provee una voz a “una comunidad negra que de otro modo está subrepresentada, sino silenciosa, en los medios masivos” (Neal & Forman, 2004, pp. 143-144).

No obstante, es importante problematizar una esquematización del hip-hop dado que se ha abordado desde diferentes categorías conceptuales. El hip-hop se ha caracterizado como cultura (Benvenega, 2022; Godoy Marqués, 2023; Miller et al., 2014; Neal & Forman, 2004; Polfuß, 2022; Tickner, 2008), cultura juvenil (Feixa et al., 2022; Montoya et al., 2007), movimiento (Avella, 2021; Pérez Romero, 2010, 2021; Uribe Sarmiento & Rodríguez Cortés, 2017). Además, aunque en menor proporción, se hacen múltiples referencias al hip-hop como música, género musical, industria y mercado, que se adecue a los intereses según el enfoque particular de cada investigación. Otro aspecto problemático es que, aun cuando se usen categorías específicas, es usual encontrarse la referencia a otras como una especie de sinónimo o sin una diferenciación clara.

Ahora bien, en una tesis de maestría en antropología sociocultural, Tomás Godoy Marqués describe y caracteriza la cultura hip-hop en Santiago de Chile. Godoy presenta un análisis en el que se concibe al hip-hop como cultura, contracultura y subcultura (Godoy Marqués, 2023, p. 14). El autor presenta el caso de porqué es debatible la categorización del hip-hop como contracultura al señalar que “factores estructurales que antes no eran cuestionados y operan en la cultura hegemónica, como el patriarcado” y elementos relacionados a la profesionalización y la comercialización del hip-hop, le difuminan su capacidad de apelación y enfrentamiento con la cultura hegemónica, a diferencia de cómo sí lo fue en sus inicios (Godoy Marqués, 2023, p. 15). De forma similar, se presenta el problema para argumentar su caracterización como subcultura debido a la apropiación del hip-hop por parte de la industria cultural, además de plantear

que ya no “los/as hip-hoperos/as representan una tribu, siendo que es un producto cultural extendido” lo que implica su reconsideración (Godoy Marqués, 2023, p. 15).

Usar un enfoque de tipo cultural “permite dialogar y tensionar las categorías analíticas establecidas por la literatura académica, al igual que plantear nuevas, lo cual enriquece el debate” (Godoy Marqués, 2023, p. 15). Empero, los mismos académicos son quienes señalan que la cultura hip-hop “no es una, sino, muchas cosas—un conglomerado de diversidad que continúa creciendo tanto en alcance, contenido y forma” (Miller et al., 2014, p. 9). José Luis Pérez Romero, al explorar el surgimiento del hip-hop y su apropiación en Colombia, Latinoamérica e Iberoamérica, anota que hablar de la “cultura hip-hop” en sentido singular no es posible, pues en otras geografías se da un fenómeno de adaptación que da cuenta de unas “posibles ‘culturas’” y en las que acontecen “otros modos de vivir el hip-hop” (Pérez Romero, 2021, p. 104).

Lo anterior, se conecta con el aspecto del espacio y el lugar. Ambos factores traen uno de los tropos espaciales más dominantes en el hip-hop: el barrio (Neal & Forman, 2004, p. 156). Tanto el espacio como el lugar influyen la formación de identidad y lo proyectado por diferentes artistas, lo que particulariza la circulación y apropiación de las prácticas culturales del hip-hop “con sus propias inflexiones nacionales y locales” (Neal & Forman, 2004, pp. 155-156). Esto puede acercarse más a una concepción del hip-hop como una escena, en el sentido de autores como Daniel Silver y Terry Nichols Clark. Según los autores, una escena describe el espacio social que captura “atracciones experimentales arraigadas en la vida pública” y “la combinación particular de prácticas concretas que ocurren *aquí*” (Silver & Nichols Clark, 2015, p. 426). En las escenas se enfatizan ciertos estilos de vida que se delimitan y localizan por medio de *barrios*, y en las que las *estructuras físicas* y las *personas* se articulan por medio de *actividades* particulares. Las combinaciones de estos elementos expresan significados simbólicos relacionados a

la legitimidad, la teatralidad y la autenticidad (Silver & Nichols Clark, 2015, p. 427). El concepto de escena, como un fenómeno translocal, articula varios contextos situados como lo es en el caso del surgimiento del hip-hop en Colombia, donde aún existe un debate si se originó en Bogotá o el pacífico como se verá más adelante en el subcapítulo 2.3. Otros estudios, como se verá en el apartado de la historia, localizan y delimitan las particularidades de las escenas aunque, en su mayoría, hacen alusión al hip-hop como cultura.

Por otro lado, aunque la cultura hip-hop tenga varios elementos constitutivos, según lo visto anteriormente, y un mundo sociocultural diverso y amplio con muchos actores, el alcance de la presente investigación se centra en la representación que los raperos (MC's) exitosos hacen en sus letras, videos o *performances*. Dichos objetos y productos culturales son la ruta de acceso para dar cuenta de la tensión que se genera entre las dinámicas de la comercialización y el trabajo artístico. Dada su evolución como un aspecto relevante y lucrativo de la industria del entretenimiento, el hip-hop se ha posicionado con fuerza en las esferas culturales y comerciales. Los estudios alrededor del hip-hop *mainstream* no pueden excluir los sistemas corporativos en los cuales está inmerso y deben ir de la mano con las prácticas sociales y culturales que hacen parte de él.

Esto ha planteado un perpetuo debate frente a la comercialización del rap, el componente musical del hip-hop, por dos razones: una fundada en el concepto de obtener una compensación económica y cultural adecuada y otra, en relación con la autenticidad de la esencia cultural, algo primordial en el hip-hop (Neal & Forman, 2004, p. 6). Con respecto al primer punto, algunos académicos como M. Elizabeth Blair señalan que históricamente la comunidad negra no ha podido disfrutar de éxitos financieros y artísticos relacionados con músicas pertenecientes a su cultura como el

blues, jazz y soul, pues tradicionalmente fueron artistas blancos los promovidos y consecuentemente exitosos tales como Elvis Presley (Neal & Forman, 2004, p. 497). Ahora, frente a la pérdida de autenticidad, esta surge de un reclamo que ha caracterizado a la música popular, en el que por medio de la industrialización se transita de una producción activa a un consumo pasivo como una especie de alienación y sus sistemas de valores tienden a fragmentarse o confundirse (Neal & Forman, 2004, p. 499).

En ese mismo sentido, M. Elizabeth Blair asocia el proceso de masificación del rap con la noción de hegemonía cultural de Marx, posteriormente más elaborada por Antonio Gramsci, aquella forma en que un conjunto ideológico de creencias, valores y actitudes funcionan para el sustento de la clase dominante, que termina por dominar cada aspecto de la sociedad. Para mantener ese poder, se ejerce influencia indirecta por medio de corporaciones con poder económico e ideológico a través de los *mass media* (Neal & Forman, 2004, p. 499). La autora trae como referencia a Gottdiener, quien presenta las tres etapas en las que opera la producción y control de ideologías, al argumentar que esa es la situación de la cultura hip-hop y específicamente su música: primero, los productores fabrican objetos por su valor de intercambio y los compradores los desean por su valor de uso. Posteriormente, los usuarios modifican esos objetos para crear ciertos símbolos culturales, prácticas grupales o actividades subculturales. Finalmente, el productor de la cultura de masas capitaliza en esas modas subculturales (Gottdiener, 1985, como se citó en) (Neal & Forman, 2004, pp. 500-501).

Lo anterior se relaciona con las lógicas de innovación y cambio cultural de Bourdieu y con las representaciones del arte, la cultura y la sociedad por medio del hip-hop. Parece que este al haber alcanzado la etapa tres del modelo de Gottdiener, cuando la cultura de masas es “desinfectada” por los productores hegemónicos, representa un

resultado desafortunado, ya que para muchos jóvenes marginalizados esta cultura significa una salida de la pobreza y un escape a la privación de derechos.

En efecto, otros estudios se han encargado de señalar cómo el *ethos* alrededor del hip-hop representa una expresión de subjetividad negra contemporánea “situada en el espacio liminal entre las épocas modernas tardías y postmodernas”, que es “abrazada por comunidades jóvenes marginalizadas socialmente” (Harrison & Arthur, 2019, p. 1). Anthony Kwame Harrison y Craig E. Arthur señalan que esta subjetividad se fundamenta en un *ethos del subalterno*, característico de aquellos que sufren de marginalización social y opresión. Se señalan las complejidades y contradicciones del carácter polifónico del hip-hop y cómo estas le han permitido su expansión y movilidad geográfica, además de su proximidad con la clase trabajadora latina en Estados Unidos (Harrison & Arthur, 2019, p. 2). Dentro de estas condiciones resalta que este país haya sido el mayor exportador de medios de comunicación globales y sus prácticas culturales, por medio de música y películas, además de que la lucha de los negros en este país sirve como una inspiración y una plantilla para otros conflictos de derechos humanos y justicia social (Harrison & Arthur, 2019, p. 4).

Las complejidades de este *ethos* se dan en torno a nociones de lo que es real además de continuidades estilísticas presentes en él. Una de ellas tiene que ver con el *layering* o la disposición de materiales expresivos en capas de significado (Harrison & Arthur, 2019, pp. 5-6). Lo anterior se relaciona con una riqueza en la intertextualidad del hip-hop que produce significados a través de diferentes contextos. Otro elemento importante del *ethos* es la valoración de lo individual y lo comunitario, que se articulan de forma tensionante al ocupar el mismo espacio discursivo. Por el lado del éxito individual, alimentado por el espíritu competitivo, se celebran aspectos del individualismo y del capitalismo, mientras que por el lado comunitario se conserva un

“fuerte espíritu contrahegemónico, basado en principios más socialistas de permanecer leales a su comunidad” (Harrison & Arthur, 2019, pp. 8-10).

Igualmente, es usual encontrarse con la referencia al hip-hop como una comunidad imaginada en el espíritu antropológico e histórico de Benedict Anderson, particularmente en lo correspondiente a ese sentido en el que se crea una idea de un “compañerismo profundo” a pesar de la distancia o desconocimiento del otro, “pero en la mente de cada uno vive la imagen de su comunión” (Anderson, 1993, p. 23). Académicos de los estudios del hip-hop como Murray Forman, Robin D.G. Kelley, Greg Dimitriadis, S. Craig Watkins, Anthony Kwame Harrison y Craig E. Arthur hacen alusión a este concepto (Harrison & Arthur, 2019, p. 3; Neal & Forman, 2004, pp. 6, 124, 568), y en algunos casos se refieren específicamente a la *Hip-hop Nation* al mencionar una nación como comunidad imaginada de identificación compartida, en la cual se establecen sus “discursos resonantes, símbolos e iconos” (Neal & Forman, 2004, p. 6) y que se posibilita a través de la interacción por los medios y las tecnologías de comunicación (Neal & Forman, 2004, p. 568).

Por otro lado, el hip-hop tiene una relación profunda con la juventud y la creación de identidad. Esta cultura, juvenil en su génesis, tiene en sus raíces una conexión profunda con el proceso de un desarrollo identitario asociado con las condiciones socioculturales y políticas de la persona, particularmente de la diáspora africana (Neal & Forman, 2004, p. 525). De la misma forma, tiene una conexión intrínseca con la marginalidad y, en gran parte, con la violencia, así como lo menciona Gioia en lo señalado más atrás y particularmente, entendida ésta como una consecuencia de las condiciones sociales y económicas adversas de pobreza y falta de oportunidades.

En lo que atañe a los inicios de la cultura hip-hop en su lugar de concepción, Afrika Bambaataa, reconocido como uno de sus padres y por haber sido pandillero, creó la *Zulu Nation*, una organización que brindaba una alternativa para los jóvenes pandilleros y expandilleros del Bronx, por lo que enfocó sus esfuerzos en crear un colectivo de *Disc Jockeys* (DJ's) y promotores de fiestas urbanas cuyos volantes siempre invitaban a la integración comunitaria: “ven en paz” (Charnas, 2010, p. 19). Este aspecto también hará parte del proceso de circulación y apropiación del hip-hop en otras geografías como la colombiana, al vincularse con referentes barriales, comunitarios y escuelas como se planteará más adelante.

Algo curioso frente a este tema es que las fiestas del barrio empezaron a popularizarse luego de que en 1971 pandillas de negros y latinos del Bronx, como los *Savage Skulls*, *Black Spades*, *Savage Nomads* y otras, se empezaron a desintegrar por haber llegado a un acuerdo de paz (Chang, 2005, p. 57). Esta es otra conexión entre el hip-hop y la violencia, sobre cómo el hip-hop empezó a ser una alternativa para los jóvenes de ser parte de un colectivo o de ser *cool*. Como lo describe Chang al referirse a la transición entre afiliarse a pandillas y al nuevo movimiento alrededor del hip-hop: “el hombre con los discos había reemplazado al hombre con los colores” (Chang, 2005, p. 82).

Por lo anterior, y al mantener concordancia con la valoración de su historia, no se podría desligar la violencia del hip-hop, además de las formas en cómo se vive en un contexto juvenil. Particularmente en Colombia, la violencia y la juventud tienen una conexión profunda con la cultura hip-hop. Por ejemplo, José Luis Pérez Romero señala que, cuando inició el hip-hop en el país, se propició en un barrio marginal como Las Cruces en Bogotá y el promedio de edad de sus adeptos era entre 15 y 20 años de edad

(Pérez Romero, 2010, p. 39). Este lugar de origen puede ser discutido, como se verá más adelante.

En lo relacionado con Medellín, la segunda ciudad capital con mayor población, vale la pena explorar la transformación urbana que ha transitado, al pasar de ser la ciudad más violenta del mundo a mostrar un cambio a través de procesos de participación y empoderamiento comunitario, a pesar de ser una de las ciudades de América Latina con mayor desigualdad (Feixa et al., 2022, p. 5). Un lugar afectado por violencias de tipo político, estructural, cotidiano y simbólico hizo que el hip-hop se convirtiera inicialmente en un instrumento de resistencia por parte de la juventud a las estructuras de poder, discursos hegemónicos y el *juvenicidio* (Feixa et al., 2022, p. 4). Sin embargo, esto se complejiza, puesto que los jóvenes desempeñan tanto el rol de víctimas como de victimarios.

El tema de la violencia en la ciudad antioqueña es complejo, por lo que debería hablarse mejor de “violencias”, como lo indica Jorge Giraldo al analizar la correlación directa entre las tasas de homicidio en Medellín con la intensidad del conflicto armado y que se explica por dos factores: un “desentendimiento del estado central” y el escalamiento de la guerra por parte de los actores armados (Giraldo Ramírez, 2008, p. 103). El autor ilustra lo anterior con tres casos: acciones de desmovilización como las de un Bloque de las Autodefensas Unidas de Colombia (AUC), acciones de reducción de los actores primarios del conflicto y acciones punitivas como la Operación Orión en la Comuna 13 (Giraldo Ramírez, 2008, p. 107).

Un ejemplo de los efectos que este contexto violento tuvo en relación con la juventud y el hip-hop se demuestra con la investigación “El hiphop como forma de resistencia frente al juvenicidio: la experiencia de Casa Kolacho”, un estudio de caso del

colectivo Casa Kolacho en la Comuna 13. Por medio del relato de uno de sus fundadores exploran las formas en que el hip-hop fue una estrategia para construir paz por medio del fortalecimiento de la cultura juvenil. En la narración de Jeihhco se da cuenta de cómo al principio había un gusto por el movimiento, aunque sin organización formal, mientras se fraguaba una violencia entre diferentes actores del estado, la guerrilla y los paramilitares. Las operaciones militares Mariscal y Orión, además del asesinato de algunos raperos, fueron los acontecimientos que llevaron a originar el colectivo que hoy lidera el Graffitour (Feixa et al., 2022, pp. 15-16).

Lo más relevante del recorrido cronológico que hace el rapero paisa tiene que ver con las formas asociativas que lideraron desde este colectivo, en conjunción con el gobierno local, la comunidad y entidades no gubernamentales para que el hip-hop se pudiera comprender desde su componente social y transformador, al crear una escuela que pudiera llevar a la praxis esa filosofía de transformación a través de este arte (Feixa et al., 2022, p. 21). Esta historia puede funcionar como una metáfora de la transformación de la ciudad, ya que el “trabajo de mediación intergeneracional, intercomunitaria, intercultural e interdisciplinaria” combate los efectos de las violencias mencionadas anteriormente (Feixa et al., 2022, p. 33).

Esta conexión con lo juvenil y con la ciudad se refleja en el artículo “Territorialidad e identidad Hip Hop. Raperos en Medellín”. Allí, se plantea que el hip-hop es una forma de organización y agregación juvenil, en la que se encuentran procesos expresivos para construir formas de ser y estar en el mundo. Esto a su vez posibilita la afirmación y construcción de la identidad y propicia una visibilización de la verdad propia unida a un deseo de “salir adelante”. De igual forma, se plantea que el hip-hop constituye una cultura juvenil en la cual se presenta una construcción de identidad colectiva al darse condiciones de reciprocidad y coopresencia, vinculadas a expresiones

de no-violencia, resistencia y objeción, que terminan por formar una propuesta poética de su discurso (Montoya et al., 2007, pp. 127-128).

1.4 Estética visual y poética

Enmarcados en el campo de la producción artística, es importante mencionar que autores como Adam Bradley entienden el hip-hop y, particularmente, “cada canción de rap como un poema que espera ser interpretado” (Bradley, 2009, p. xiii). Esta forma de poesía oral emana de su ritmo, que se constituye no solo del componente musical instrumental sino también de la interpretación lírica, en la que ambos forman una relación dual rítmica que funciona como una especie de métrica poética audible (Bradley, 2009, p. 5).

Lo anterior se relaciona con las “líneas” o compases, que en la jerga del hip-hop se conocen adicionalmente como “barras” o “versos”, puesto que los cortes entre dichas líneas son el esqueleto de la poesía lírica. Bradley señala algunos elementos claves del rap entendido como poesía, tales como: el ritmo, que es la relación entre la regularidad de la base instrumental y la irregularidad deliberada del *flow*⁵ del rapero mientras experimenta con los acentos y el ritmo sincopado; la rima⁶, por medio de la concordancia de sonidos y significados; el juego de palabras, a través de técnicas para hacer cosas con palabras como las figuras retóricas o del lenguaje; el estilo, articulado

⁵ Se entiende como *flow* a la cadencia rítmica distintiva de la voz del rapero. Es el ritmo a través del tiempo.

⁶ Luján Atienza define la rima como “igualdad de sonidos a final del verso” y, posteriormente, añade que la rima interna es aquella que se produce dentro del verso. Adicionalmente, plantea que en castellano existen principalmente dos tipos de rima: la consonante, que ofrece una idea de “monumentalidad”, y la asonante de “un carácter más vago” (Luján Atienza, 1999, p. 215). Señala también la rima de palabras con categorías morfológicas iguales, la rima con palabras homófonas y enfatiza, que más allá de lo sonoro, en relación con la semántica del poema, las rimas poseen una función dialéctica que “agrupa bajo la semejanza fónica lo diferente y descubre diferencias en lo semejante” (Luján Atienza, 1999, p. 220).

con el sentido de identidad y diversidad tanto de la creación del producto artístico como de su recepción; la narración de historias como una centralidad temática de expresión narrativa en el género y, por último, el significante, que se refiere a una práctica retórica que involucra la repetición y la diferencia en el discurso vernáculo afroamericano (Bradley, 2009, pp. 173-174).

Similarmente, Alejandro Silva Sánchez, al analizar una producción musical del grupo Alcolirykoz, intenta acercarse al “hecho literario para profundizar en los hechos sociales que reinterpreta” (Silva Sánchez, 2023, p. 41). Silva Sánchez afirma que “los estudios literarios todavía no han ‘normalizado’ el estudio de la poesía popular, sobre todo la contemporánea” y que, aunque el rap ha sido parte de los estudios culturales, desde el campo literario se “ha dejado pasar por alto el potencial estético que posee la obra” (Silva Sánchez, 2023, p. 41). La importancia del entendimiento de la función poética del rap radica en que permite ampliar la comprensión acerca de la aproximación a las condiciones sociales que se representan en las letras de sus canciones.

De igual forma, las canciones en general, y de rap en este caso particular, se podrían entender como un poema según el planteamiento de Luján Atienza, toda vez que representan un vehículo de la subjetividad del compositor, reúnen intensidad del significado, existe una correlación fuerte entre la forma y el fondo al igual que se convierte en un discurso que altera el discurso social tradicional del hip-hop y hace una crítica (Luján Atienza, 1999, pp. 11-12). Por ende, las letras de las canciones de rap son importantes en la medida en que son representaciones del trabajo artístico y su comercialización.

En efecto, al pensar en la tarea para comentar estas canciones o poemas, Luján propone un rumbo, en la cual por medio de un análisis estilístico se exploran sus niveles

lingüísticos. Asimismo, incorpora otros elementos importantes en relación con el género lírico, el título y el tema (Luján Atienza, 1999, pp. 14-15). Otra dimensión de análisis importante, dada la temática problematizada en esta investigación, tiene que ver con la pragmática y los actos de habla al entender las canciones como un discurso. Luján plantea tres niveles de comunicación: el interno entre los personajes de la canción, el externo que se da entre el autor y el oyente reales, y un tercero que media entre el autor y el oyente implícitos en la que se presenta una barrera de ficción (Luján Atienza, 1999, pp. 225-226). Esta dimensión interesa particularmente pues evidencia y formaliza la intención discursiva y comunicativa.

Por otra parte, un análisis cualitativo de la estética proyectada visualmente por los diferentes artistas es relevante al ser entendida como un elemento que constituye su obra artística y potencia los mensajes transmitidos por medio de las canciones. Sin adscribirse a un modelo teórico o de pensamiento específico, la interpretación de elementos del lenguaje audiovisual y otras características de composición fotográfica en las portadas de los álbumes, las carátulas de los sencillos, algunos fotogramas de los videos musicales y/o presentaciones en vivo correspondientes, constituyen elementos importantes para comprender las obras en su totalidad. Para complementar la investigación de las representaciones se realiza un análisis de dichos materiales artísticos y *performances*.

Una forma dinámica de analizar las imágenes es generar preguntas al verlas no sólo desde el componente descriptivo (¿qué hay en la imagen?) sino entenderlas como formas de hacer o como acciones (¿cómo hacen lo que hacen?), lo que permite construir su sentido al atender a las relaciones entre los elementos formales o compositivos en relación a cómo impactan a su audiencia (Hook & Glaveanu, 2013, p. 355). Este

impacto surge de la eficiencia retórica que se relaciona más al cómo se muestra y organiza el contenido que al contenido *per se*.

Según este acercamiento al análisis de imágenes, es importante entender las imágenes como activas (intencionales), ya que son ideológicamente activas en el sentido de que su creador les asigna una intencionalidad específica y cuya actividad es específica en formas distintivas para cada audiencia (Hook & Glaveanu, 2013, pp. 357-358). No existe entonces una única mirada o “forma de ver” producida por una imagen, lo que hace que se requiera de un espectador para completarse el análisis. Por tal razón, la fuerza performativa de las imágenes las convierte en “actos de imagen”, similares a los actos de habla de Austin, pues actúan sobre quien las ve.

Con relación a estos “actos de imagen”, se hace necesario entonces indagar sobre el logro retórico particular que trata de producir la imagen, los medios formales con que esto se persigue y los campos de subjetividad o efectos que se activan con su recepción (Hook & Glaveanu, 2013, p. 359). Aunque autores como Derek Hook y Vlad Petre Glaveanu no plantean un listado prescriptivo, hacen recomendaciones al observador para empezar su propio análisis exploratorio, en el que el contexto de la imagen es una consideración importante para averiguar su impacto retórico y performativo. Los siguientes elementos formales o compositivos son parte de dicho análisis en el que también se invita al observador a buscar preguntas más que a encontrar respuestas únicas (Hook & Glaveanu, 2013, p. 360):

1. Sensoriales: hacen referencia a la forma como la imagen involucra los sentidos. Entre sus aspectos relevantes está el color, la textura y la luz que priorizan contenidos y configuran relaciones.
2. Estructurales: se relaciona con la organización de la imagen y las estructuras espaciales. Aquí se encuentran los ejes, la perspectiva y la profundidad.

3. Dinámicos: se conecta al movimiento o la acción de las figuras (humanas o no) en la imagen. Las orientaciones, miradas y puntos de tensión entre los cuerpos son claves en este elemento.
4. Emergentes: son propiedades resultantes que generan “dirección” y puntos de interés en la imagen gracias a la conjunción de elementos formales y el contenido. Lo clave en este elemento es la direccionalidad que refiere a los efectos del movimiento y el punto focal.

De otro lado, las imágenes asociadas a la música, como las portadas de los álbumes, representan de alguna manera su contenido y son elementos mediadores de la experiencia auditiva (Vad, 2021, p. 11). Uno de los acercamientos académicos hacia este tipo de análisis es reconsiderar las portadas bajo la *convergencia del dispositivo*, que sugiere a las portadas como instrumentos de interfaz con el sonido y por ende como un elemento paratextual. Entender este componente gráfico como una parte de un medio mixto significa verlo también como un texto audiovisual. Lo anterior invita al oyente a engancharse en un proceso hermenéutico de escucha y lectura para construir una nueva experiencia con cada elemento de la obra musical (Vad, 2021, p. 12).

Esta interpretación multimedial de los objetos de estudio, entendidas no sólo como fragmentos de letras sino también como las imágenes asociadas a la obra, facilitan la aproximación al fenómeno multilateral que se evidencia en las representaciones de las tensiones entre la comercialización del arte y el trabajo artístico, que son demarcadas por las distintas líneas de continuidad en la presente investigación y por la teoría del campo de la producción cultural de Bourdieu.

2. Una historia de marginalidad robada

“Materialismo, vulgaridad, y violencia no son males del hip-hop.
Son males de América. El hip-hop es un hijo de América”
(Charnas, 2010, p. xiv)

En agosto del año 2023 se celebró el aniversario número cincuenta del hip-hop. Sería irresponsable pasar por alto el impacto musical, económico, cultural, político y social de esta cultura que ha trascendido la categorización del rap como mucho más que sólo un género musical. Desde sus inicios en los parques y las calles del Bronx ha pasado de ser un fenómeno barrial a ser desde hace seis años el género más dominante del mayor mercado musical, los Estados Unidos, según la *International Federation of the Phonographic Industry* (IFPI, 2024, p. 10)⁷. El hip-hop destronó al *rock* por primera vez en la historia cuando, en el año 2017, nueve del top 10 de artistas más escuchados globalmente provenían de este formato musical, según el reporte de Nielsen de fin de año (Lynch, 2018).

El crecimiento y desarrollo de esta cultura no se ha detenido desde que algunos DJ's en la década de los 70 empezaron a pinchar vinilos, extender *breaks*⁸ y buscar una compañía que rimara de forma hábil al ritmo de la música. El origen del hip-hop transita por una génesis plagada de copias, robos y apropiaciones, y su historia se ha construido desde narraciones y relatos de los personajes implicados, una especie de historia hablada y contada por sus protagonistas.

⁷ La Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI por sus siglas en inglés).

⁸ Los *breaks* corresponden a las partes instrumentales de una canción donde usualmente solo se escucha el ritmo sin ningún sonido vocal. Estos eran principalmente tomados de canciones de la música disco.

A continuación, se presenta una breve historia del hip-hop en clave de su interacción con la industria para contextualizar la relación problemática entre las dinámicas de la comercialización del arte y el trabajo artístico. Entender el surgimiento del hip-hop como “una condensación moderna de manifestaciones que han sucedido a lo largo de siglos en comunidades africanas de América, en particular en la herencia de los esclavos negros de Estados Unidos” puede dilucidar sobre cómo brota en medio de la marginalidad y la lucha en contra de la opresión (Dávalos, 2023, p. 44).

2.1 Una historia de origen

En términos de origen del sonido, este se puede rastrear hasta su precursor en tradiciones orales africanas como los “griots”, una especie de canto hablado que contaba historias en rima durante acontecimientos sociales (Pérez Romero, 2010, p. 27). No obstante hay tres ritmos musicales que pueden ser la base evolutiva del hip-hop: El *R&B*⁹ de la década de los 40, el *soul* de los 60 que coincidió con el auge de movimientos políticos y el *funk* de los 70, derivado de la música bailable que sonaba en discotecas y de otros ritmos como el jazz (Pérez Romero, 2010, pp. 28-29). Otro elemento importante que proviene de una tradición jamaicana es la adecuación de camionetas con sistemas de sonido móviles que hacían las veces de discotecas móviles (*sound systems*).

Para empezar, la palabra rap era usada en las comunidades negras de Estados Unidos para conversar y transmitir un punto de vista con estilo, una especie de medida de “la forma en la que una persona hablaba” (Charnas, 2010, p. 10). Esta manera de hablar hábilmente se empezó a trasladar a las emisoras de radio y a las discotecas en Nueva York donde reinaba la música disco y donde el DJ era el protagonista. No

⁹ *Rhythm and Blues*, una denominación que buscaba reemplazar la anterior *race music* o “música racial” que básicamente era música producida y consumida por afroamericanos.

obstante, el estilo de esta música rodeada de glamur y fiestas nocturnas era reservado para mayores de edad y personas adineradas, por lo que la población joven y pobre no tenía otra alternativa que hacer sus propios festejos en los parques residenciales, en los que también se tocaba música (DJ) y se bailaba al ritmo de los *breaks* (*breakdancing*).

Dado que las partes instrumentales de las canciones de la música disco eran cortas en duración, se empezó un proceso continuo de innovación para extenderlas al máximo y fue allí donde el DJ dejó de únicamente presentar música y comenzó a alterarla para volverse un músico en sí (Charnas, 2010, p. 17). Estas celebraciones contaban con otros dos elementos claves: por un lado, una expresión artística visual mediante el grafiti, al crear volantes promocionales y dejar la marca de su paso por el lienzo ciudadano. Por el otro, contaba con el maestro de ceremonias (MC) encargado de animar a las personas a bailar a través de su modo ingenioso y astuto de hablar, a quien hoy conocemos como el rapero.

Es entonces cuando el 11 de agosto de 1973 en el Bronx, DJ Kool Herc hace la fiesta que será considerada como el comienzo del hip-hop. No pasó mucho tiempo para que se empezara a popularizar en la calle y en otros barrios de Nueva York esta forma de entretenimiento. Lo curioso es que gracias a un apagón eléctrico en julio de 1977, lo que propició numerosos saqueos de tiendas, se presentó la oportunidad para democratizar el acceso a los tornamesas y equipos necesarios para llevar a cabo las fiestas (Charnas, 2010, p. 24). Esta democratización y popularización de DJ's, MC's, grafiteros y *b-boys*¹⁰ empezó a suscitar una energía competitiva de batallas entre grupos artísticos, en la que lo realmente importante era el reconocimiento y el respeto por ser los mejores, más allá de hacer dinero (Charnas, 2010, p. 20).

¹⁰ Forma de referirse a quienes hacían *breakdancing* o bailaban durante los *breaks*.

Era música de la calle para la calle. Sus creadores e intérpretes no creían posible que su música pudiese ser producida y grabada en un estudio. Aunque aún persiste la disputa sobre cuál fue la primera canción del género¹¹, se puede decir que el inicio del éxito comercial del rap comienza en agosto de 1979 con el que fue el sencillo de 12 pulgadas más exitoso en ventas de la época: “Rapper’s Delight” (Charnas, 2010, p. 43). Esta canción de inesperado éxito no fue bien recibida por los bailarines, grafiteros, DJ’s y MC’s que festejaban en los parques, quienes vivían la cultura hip-hop, por varias razones: primero, porque el trio de Sugar Hill Gang, quienes grabaron el tema, eran unos completos desconocidos en la calle. Inclusive uno de ellos tomó prestada la letra de un renombrado MC sin darle ningún crédito. Segundo, los dueños del negocio eran un par de foráneos con respecto a lo que representaba el hip-hop: una pareja blanca de ejecutivos de la industria de la grabación con mala reputación. No sobra añadir que el *beat* o la base rítmica era una copia de “Good Times” una canción del género disco interpretada por Chic (Pérez Romero, 2010, p. 33). La canción que popularizó el género fue una copia robada.

La recepción fue tan buena que hubo una seguidilla de canciones exitosas, inclusive hasta con temas navideños como “Christmas Rappin’”, o como el primer sencillo en alcanzar certificado de oro por lograr ventas de más de 500 mil copias llamado “The Breaks” (Polfuß, 2022, p. 274). Su atractivo fue tal que el rap tuvo un debut temprano pero secreto en el número uno del listado de canciones pop de Estados Unidos. Como otra historia más de apropiación, fue una banda de *rock* liderada por una chica blanca, Blondie en su canción “Rapture” de 1981 que contiene un verso rapeado inspirado por un grafitero, Fab 5 Freddy (Charnas, 2010, p. 57). Desde acá ya se puede

¹¹ También se reconoce a “King Tim III (Personality Jock)” grabada por Fatback Band como una de las primeras canciones de hip-hop. Lo que sí tiene un claro consenso es acerca de cuál de las dos canciones fue más exitosa.

inferir a qué se hace referencia cuando se habla de una historia de marginalidad robada, no solo por parte de la industria de la grabación o los poderosos del sistema, sino también entre la misma comunidad del hip-hop y del que también se asocia a los diferentes campos de la producción de Bourdieu.

Ya para este momento de popularidad, se empezó a volver necesario el marcar distancia de la música disco y de una intención exclusivamente económica, por lo que Afrika Bambaataa¹² & Fab 5 Freddy empezaron a acuñar el término “hip-hop”, como algo que representaba una cultura callejera más allá del rap (la música), e incluía otros elementos artísticos como el baile y el arte visual. Para ellos el hip-hop constaba de cuatro elementos: MC, DJ, *breakdancing* y grafiti (Charnas, 2010, p. 59).

De hecho, esta separación empezó a generar cambios en la composición de las canciones. Con respecto a los letras contenidas en los mensajes de estas, fue “The Message” el sencillo que demostró que el rap no solo era sobre diversión y baile sino que también era la oportunidad para describir y analizar temáticas sociales que afectaban a su comunidad: “adicción a las drogas, brutalidad policial, embarazo adolescente y varias formas de privación material” (Neal & Forman, 2004, p. 61). Efectivamente, la potencia del hip-hop emerge porque funciona “como plataforma artística y megáfono de lo social” (Viva, 2023, p. 21).

Entretanto empezaron a proliferar sellos de música pequeños e independientes que procuraban generar ganancias con estas canciones, pues para esta primera mitad de la década de los 80 la industria buscaba sencillos exitosos que se pudieran vender y pagarles a los raperos un tentador adelanto en efectivo para evitar reconocer regalías

¹² Este artista, quien fuera pandillero antes de DJ, sería también exitoso con temas como “Planet Rock”.

más adelante (Charnas, 2010, p. 76). Sellos como Sugar Hill, Profile, Tommy Boy, Select y Jive fueron los primeros en producir de manera satisfactoria canciones de rap. Por esta época, también comienza a transmitirse el primer programa de radio dedicado al rap llamado *Rap Attack* (Charnas, 2010, p. 84) y más adelante se popularizaría aún más con el debut del canal especializado de música MTV, debido a que los videos musicales tomarían una relevancia fundamental para el desarrollo del género y de la música en general.

De hecho, “Rock Box”, el primer video de rap transmitido por este canal hizo también parte del primer álbum de rap en lograr el certificado de oro por la RIAA¹³ y le permitió a sus intérpretes adelantar la primera gira nacional de rap (Charnas, 2010, p. 116). Estos hitos fueron conseguidos por la agrupación Run-DMC, quienes igualmente fueron pioneros en hacer rap mezclado con la estética del *rock*. Precisamente “Walk this Way”, una remezcla de una canción original de la agrupación de *rock* Aerosmith, fue uno de los primeros temas de rap que tocaban emisoras de radio que hasta el momento no se habían atrevido a programar nada relacionado al género.

Para la segunda mitad de los 80 surge un sello discográfico clave en el desarrollo del hip-hop: Def Jam Recordings. Rick Rubin, un judío blanco de clase alta, amante del punk y el metal, se asoció con Russell Simmons, un hombre negro de Queens de clase media, para crear una disquera hecha por fanáticos del género para oyentes de este. Lo que sí tenían en común era su amor por el hip-hop. Su idea originaria era que Def Jam no funcionara como los demás sellos que actuaban más como un banco que como una casa disquera, donde el adelanto para los artistas era como un préstamo pendiente de pagarse con las ventas de los discos (Charnas, 2010, p. 137). Esto se puede relacionar con las dinámicas de explotación de artistas y su respectivo arte, en la medida en que

¹³ *Recording Industry Association of America* o Asociación de la Industria Discográfica de Estados Unidos.

un género de creciente popularidad y de orígenes marginales empieza a producir dinero que termina por acabar en manos de compañías discográficas, usualmente dirigidas por personas ajenas a su cultura, y no de los propios artistas y que actualmente es uno de los reclamos a la nueva industria “plataformizada”.

Def Jam sería el hogar de los próximos artistas que dejarían marca en la industria: Beastie Boys, LL Cool J y Public Enemy. Sus logros comerciales fueron trascendentales: el primer álbum de rap en lograr la distinción de platino (un millón de copias vendidas), el primer álbum de rap en alcanzar la posición más alta en los listados de *Billboard*, contratos de patrocinio por un millón de dólares y giras de conciertos. Pero el alcance cultural fue aún más significativo: logró globalizar su audiencia, que el rap fuera entendido no solo como música para la comunidad negra sino para los jóvenes, además de algo que no era normal, no solo en la industria de la grabación sino en Estados Unidos: “una compañía interracial, en términos de sus dueños, los que trabajaban allí y los artistas” (Charnas, 2010, p. 162). La *Hip Hop Nation* en efecto empezaba a mostrar sus rasgos como una comunidad imaginada.

Lo anterior permitió que el hip-hop lograra lo que nadie había logrado: juntar a chicos negros y blancos para escuchar música negra juntos, “un testamento del poder unificador del hip-hop” (Charnas, 2010, p. 202). Por esta misma época a finales de los 80 surgen múltiples formatos de programas relacionados con el rap en diferentes medios de comunicación: KDAY, la primera emisora radial en la que se transmitía mayoritariamente rap, programas de televisión como “*Yo! MTV Raps*” y la primera revista exclusiva de hip-hop: *The Source*. Sin embargo, sólo hasta 1989 el rap fue incluido con una categoría en los Premios Grammy, organizados por *The Recording Academy*, que anualmente reconocen logros excepcionales en la música. La estatuilla le correspondió a DJ Jazzy Jeff & The Fresh Prince (Polfuß, 2022, p. 276), pero boicotearon el

espectáculo debido a que no televisaron su galardón. En ese sentido, tan sólo en el año 2020 se incluyó una canción de este género en el salón de la fama de los Grammy's, honor que le perteneció a Grandmaster Flash & The Furious Five con su canción "The Message" (XXL Staff, 2024).

La segunda mitad de los 80 fue el momento en el que empezaba a consolidarse una escena hip-hop en la costa oeste de los Estados Unidos con su propia versión de rap volviéndose popular en todo el país. Esto se cocinaba al mismo tiempo que se expandía la epidemia del crack a finales de los 80 y principios de los 90 en los barrios marginales, lo que recrudecía las problemáticas sociales asociadas a la pobreza, las pandillas y la violencia (Charnas, 2010, p. 217).

En efecto, empezó a proliferar aquello que se conocería posteriormente como el *gangster rap* o rap de pandillero. Aunque la primera canción con un estilo similar de letras crudas llenas de violencia se remonta a Filadelfia en el año 1985, se popularizó con Ice-T y especialmente con NWA (Niggaz With Attitudes), un grupo unido en un acto de rebelión negra plasmada en una música que narraba la realidad experimentada en los barrios marginales de Los Ángeles y que marcará un periodo de éxitos provenientes de estas latitudes. La canción "Fuck Tha Police" con un mensaje de que se joda la policía "capturó perfectamente el espíritu de la época de jóvenes negros y latinos sufriendo bajo las opresiones gemelas de las pandillas y la policía" (Charnas, 2010, p. 222).

Ya en la década de los 90 ocurren dos hechos importantes a nivel de éxito comercial para la industria y que darían pie a un gran debate: MC Hammer y Vanilla Ice. El primero, con su sencillo "U Can't Touch This" cuya base rítmica era una canción de Rick James, rompió todos los récords de ventas del momento. El problema es que MC Hammer era un artista que cantaba y bailaba, era visto más como espectáculo que

como hip-hop, por lo que desató un debate entre quienes lo apoyaban y lo veían como “un exitoso emprendedor negro” en contra de quienes lo percibían con desdén como un “vendido” (Charnas, 2010, p. 276). Por otra parte y de forma análoga a la disputa desatada con MC Hammer, la canción “Ice Ice Baby” del rapero blanco Vanilla Ice, cuya línea de bajo fue tomada de una canción de Queen, fue la primera que en noviembre de 1990 logró alcanzar el número uno en el listado pop de sencillos de *Billboard* (Charnas, 2010, p. 279). Lo anterior marca nuevamente el punto señalado sobre la historia problemática del hip-hop, en la que dos extraños a su génesis, un rapero blanco y un artista con enfoque más pop(ular), al apropiarse del aura del hip-hop, marcan dos hitos comerciales importantes hasta ese momento. Este pasaje ilustra claramente la tensión entre la búsqueda del éxito comercial y la producción de obras por parte de artistas que parecen ajenos a la cultura hip-hop y sus valores.

Aunque a principios de los 90 ya el hip-hop había conquistado el mundo de los medios de comunicación con revistas dedicadas exclusivamente al género, películas y programas de televisión, aún no había podido penetrar en la radio. La dificultad principal radicaba en la creencia de que no se podía monetizar una estación cuya audiencia fuera muy negra o muy joven, puesto que hacía difícil la venta de comerciales y patrocinios (Charnas, 2010, p. 328). Aun así, en este periodo se establecerían dos estaciones de radio que inclusive se promocionaban como emisoras de hip-hop: Power 106 en Los Ángeles y Hot 97 en Nueva York, convirtiéndose en las mejores ranqueadas de los principales mercados de la radio. Esto acabó por transformar al hip-hop en un sinónimo de la música pop y terminaba con “la segregación cultural que había reinado en la radio norteamericana desde su nacimiento a principios del siglo veinte” (Charnas, 2010, pp. 349-350).

A razón de este nuevo alcance, el debate alrededor del rap adquirió una categoría nacional. Las canciones, los artistas y compañías que publicaban música controversial eran continuamente escrutados. Tal fue su magnitud que hizo parte de los debates en la carrera presidencial de Estados Unidos en 1992 (Charnas, 2010, p. 380). Las tensiones generadas por el contenido de las letras, los mensajes transmitidos, las palabras usadas y la representación visual en sus carátulas se recrudecieron al punto de formar una oposición directa entre agrupaciones sociales (policías, colectivos activistas, entre otros), corporaciones y artistas.

Esto trajo discusiones alrededor de la libertad de expresión y la censura, resumidas en un “embrollo ideológico” puesto que “en la medida en que el hip-hop se estaba volviendo más exitoso, la búsqueda de los fans por lo ‘correcto’ estaba siendo superada por su sed de lo ‘real’” (Charnas, 2010, p. 409). Así, en febrero de 1994 el congreso de Estados Unidos tuvo su primera audiencia pública acerca del hip-hop (Charnas, 2010, p. 411). El mensaje central de los defensores del rap afirmaba que el problema real eran las condiciones sociales en las que viven los jóvenes y minorías, la pobreza e inequidad, no las palabras usadas en canciones.

2.2 *Cash rules everything around me*

Ahora bien, a inicios de la primera mitad de la década de los 90 ocurrió algo que cambiaba la relación entre artistas y casas disqueras. Wu-Tang Clan, un grupo de ocho MC's del barrio neoyorquino Staten Island, negociaba por primera vez contratos individuales para cada uno de sus integrantes aparte del contrato grupal, además de algo nunca visto en la industria: mantenían los derechos para el uso de su marca y su *merchandising* (Charnas, 2010, p. 448). En concreto, una línea de ropa llamada “Wu-Wear” los convirtió en el primer grupo de rap en ser dueños de su propia marca exitosa por fuera de la industria del entretenimiento, y que llegó inclusive a ser distribuida en

Macy's, la tienda por departamento más grande del mundo, y alcanzar ventas por \$10 millones de dólares (Charnas, 2010, p. 505).

De forma análoga, el grupo se popularizó al asociarse con una compañía independiente que usaba tácticas callejeras de promoción. Empleaban grupos de jóvenes que repartían sus discos en otros lugares diferentes a los canales de promoción tradicional: radio, video y *retail*. Las esquinas, barberías, discotecas y lugares donde se reunían pandillas, eran los espacios preferidos para promocionar la música y rápidamente serían empleados por otras compañías musicales (Charnas, 2010, p. 443). El éxito de estas estrategias se puede relacionar con la misma esencia y origen callejero del hip-hop, al volcarse a la calle para su comercialización y empezar a transar más que la propia música, la ropa y los demás productos que empezaban a surgir gracias a la asociación con la cultura hip-hop y que reflejaba la estética de su estilo de vida.

Por esta misma época, el negocio del hip-hop adquirió otro nivel debido a los miles de dólares de grandes corporaciones que entraron vía los medios impresos como revistas. Fue necesario que Time Warner, la corporación multimedia más grande del planeta por ese entonces, lanzara *Vibe*, su propia revista enfocada en una audiencia del hip-hop. El respaldo corporativo, las perspectivas de esta nueva publicación y un toque adicional de moda fueron los elementos suficientes para que marcas de ropa y multinacionales quisieran invertir en avisos publicitarios (Charnas, 2010, p. 454).

De igual modo, hubo corporaciones que usaron el hip-hop como un mecanismo para conectar con audiencias juveniles, negras y latinas al promocionar sus productos, más allá de los medios impresos. Tal es el caso de Coca-Cola Company, que con su marca Sprite y su campaña *Obey your thirst*¹⁴, sabía que al asociarse con el rap hacía

¹⁴ La campaña fue traducida al español como “obedece a tu sed”.

mercadeo que incluía a la audiencia blanca ya que resonaba con la cultura del hip-hop, y que le permitió ser la bebida carbonatada en Estados Unidos con mayor crecimiento durante dos años seguidos, al lograr triplicar su porcentaje de participación en las ventas de la multinacional y llegar casi al 15% (Charnas, 2010, p. 495).

Similar a la nueva forma de relacionarse con la industria por parte de Wu-Tang Clan, los 90 estarían marcados por un espíritu emprendedor y de autogestión por parte de productores y raperos que empezarían a construir sus propias compañías. Uno de los más reconocidos es Sean “Puff Daddy” Combs. Luego de trabajar como aprendiz para una compañía discográfica, funda su propio sello Bad Boy Entertainment, donde tendría artistas exitosos comercialmente: Notorious B.I.G. y Craig Mack. La particularidad de Puff Daddy, o Diddy como se denomina actualmente, era su extravagancia y participación en la escena musical junto a sus artistas, además del estilo de vida y estética de lujo que proyectaba en sus trabajos. Esto daría pie a otro debate en el género acerca de la autenticidad y el *branding*, en donde la “credibilidad se definía menos por el arte y más por el acceso al poder, ya sea en la calle o en la sala de juntas” (Charnas, 2010, p. 467). Para esta época los productores de la cultura de masas ya estaban capitalizando en diferentes frentes de la cultura hip-hop, lo que hacía que esta alcanzara su tercera etapa en la producción y control de ideologías en relación con lo planteado por Gottdiener.

Otro aspecto equivalente ocurrió al nivel de las revistas impresas, específicamente en *Vibe*, para la cual el reporte de historias “urbanas” que verdaderamente vendía ejemplares estaban basadas en el drama y no tanto en perfiles de músicos. El enfoque de las grandes corporaciones de medios era el de maximizar las ganancias, aunque esto implicara influenciar la dirección editorial. En la segunda parte de la década, este enfoque editorial sería crucial al detonar una guerra en el género, por

proponer una narrativa de conflicto que añadió otra dimensión geográfica a un pleito entre dos raperos y sus respectivas disqueras: la costa oeste con 2Pac y Death Row versus la costa este con Notorious B.I.G. y Bad Boy (Charnas, 2010, p. 475).

Como consecuencia, ambos raperos fueron asesinados. A pesar de esto, las compañías vendieron decenas de millones de discos de ambos artistas. Como lo sintetiza Charnas: “La fortuna de muchos negocios a lo largo de la historia de Estados Unidos se forjó con sangre” (Charnas, 2010, p. 500). Lo mismo ocurrió con los medios impresos que avivaron el conflicto: la revista *Vibe* terminó por comprar un magazín de *rock* alternativo por \$43 millones de dólares y, su contraparte, *The Source* se convirtió en la revista número uno en los quioscos de Estados Unidos, al superar a *Rolling Stone* (Charnas, 2010, p. 501). Se puede inferir en este punto que la industria ya tomaba unas proporciones de tales magnitudes que el imperativo capitalista ya había superado el planteamiento artístico, pues había más negocios y artistas por vender, así algunos hechos violentos hubiesen generado un impacto mediático global.

A pesar de la situación violenta que rodeaba al hip-hop en ese momento, los raperos negros empezaban a incrementar su patrimonio en el negocio de una forma que no se había logrado antes (Charnas, 2010, p. 520), inclusive con artistas independientes como E-40 y Master P. Este último logró una expansión y diversificación de su portafolio que incluía películas en formato DVD, “línea de ropa, líneas ‘calientes’, propiedad raíz y juguetes” (Charnas, 2010, p. 528). De igual modo, a Cash Money Records, un sello independiente de un par de hermanos de Nueva Orleans, le dieron un contrato que incluía un avance de \$3 millones de dólares, una línea de crédito por cada álbum de \$1,5 millones y un porcentaje por la distribución del 80% del precio de venta al público (Charnas, 2010, p. 524). De forma simultánea, algunos raperos que no eran aceptados por las grandes disqueras se vieron obligados a crear sus propios sellos

discográficos. Esta fue una respuesta para posibilitar la distribución de su música en la industria de la grabación, como es el caso de Roc-A-Fella Records, fundada por Jay-Z junto a Dame Dash y Kareem “Biggs” Burke (Charnas, 2010, p. 567).

Por este tiempo, Wendy Day decide crear The Rap Coalition, una organización sin ánimo de lucro que ayudaba raperos a salirse de malos negocios con disqueras y posteriormente a construir mejores acuerdos (Charnas, 2010, p. 510). Ella fue también la responsable de crear The Rap Olympics, un concepto en el que los MC’s competían en batallas de improvisación o *freestyle*. De este concurso salió el rapero blanco más famoso del mundo, Eminem, que a pesar de quedar en el segundo lugar pudo ser parte de un contrato millonario (Charnas, 2010, pp. 519-522).

Ahora bien, en el comienzo del milenio volverían a ocurrir varias cosas por primera vez en la historia del hip-hop: Según la RIAA, el rap llegó a ser el segundo género con mayor participación de mercado (10,8%), empatado en el segundo lugar con el *country*. Aunque ambos eran superados por el *rock*, la influencia del hip-hop en este último ya estaba presente con artistas que añadían elementos del rap en su interpretación, tal es el caso de Rage Against The Machine y Limp Bizkit. Inclusive algunos rockeros hicieron una transición al rap como Kid Rock y Everlast (Charnas, 2010, p. 535).

Igualmente, en la ceremonia de los Grammy’s de 1999 por primera vez un álbum de rap, de la rapera Lauryn Hill, obtiene el premio al Mejor Álbum del año y Eminem, un año después, se convierte en el primer rapero blanco en ganar Mejor Álbum de Rap. También durante este año se gestó el acuerdo de negocios de mayor cuantía a la fecha, cuando se vendió el 50% de participación de Def Jam Recordings al conglomerado más grande del mundo de la música, Universal Music Group, por \$135 millones de dólares.

Esta transacción marca otro hito, pues fue la primera vez que un sello discográfico del hip-hop entraba a hacer parte de las disqueras mayoritarias. Como bien lo anotó Farley: “el hip-hop es quizá la única forma de arte que celebra el capitalismo abiertamente” (Farley, 1999). Esto se puede relacionar con el contexto histórico de marginalidad y de cómo, al ser una creación propiamente de un linaje e historia afroamericanos, busca la compensación de la cual ha sido negada cultural y socialmente, y que será clave en el análisis de los próximos capítulos.

La entrada al nuevo milenio y el éxito comercial del hip-hop permitieron que la moda callejera que adoptaba su estética se volviera *mainstream* (Charnas, 2010, p. 571). Marcas como FUBU y Mecca ya estaban dentro de las grandes tiendas por departamento. Sean John, la marca de ropa de Puff Daddy, contaba con ventas cercanas a los \$70 millones de dólares anuales (Charnas, 2010, p. 592), similar a Phat Farm que era propiedad de uno de los creadores de Def Jam y tenía ventas superiores a los \$100 millones de dólares (Charnas, 2010, p. 578), y que posteriormente sería parte de otra de las transacciones más grandes al ser vendida por \$140 millones de dólares en efectivo (Charnas, 2010, p. 615). Sin embargo, esto duraría poco hasta que Jay-Z y sus socios vendieran su línea de ropa, Rocawear, por \$219 millones de dólares, lo que marcaría el negocio más grande del hip-hop hasta principios de los 2000 (Charnas, 2010, p. 627). Se infiere de esto un marcado espíritu emprendedor y tendencia a la autoproducción del hip-hop como una respuesta a las condiciones de privación material y escasez de oportunidades que vivieron estos artistas en su pasado. Vale la pena mencionar que lo anterior, ese éxito comercial y en los negocios se asocia a una cultura del rebusque (*hustle*), que se celebra y es valorada positivamente tanto por el público como por sus colegas.

En medio de esa bonanza de dinero con negocios lucrativos por fuera de la música, muchos otros artistas y emprendedores de la cultura hip-hop se involucraron en la producción de shows de televisión y de películas, además de asociarse con compañías para la promoción de productos, principalmente de bebidas alcohólicas como vodka o champaña que ostentaban en sus videos (Charnas, 2010, p. 598). Todo esto llevó a que las empresas asociadas al rap fueran parte de “corporaciones públicas multinacionales que necesitaban mostrar ganancias a sus accionistas y crecimiento trimestre tras trimestre” o que sólo les interesaba una mayor participación de mercado (Charnas, 2010, p. 588). Esto hizo que durante 1998 en el listado de Forbes de las personas con mayores ingresos de la industria del entretenimiento, estuvieran en el onceavo puesto Master P con \$56,5 millones de dólares, Puff Daddy en el número 16 con \$53,5 millones y Will Smith, rapero que se convirtió en actor, en el puesto 38 con \$34 millones (Charnas, 2010, p. 529).

Más adelante, al convertirse en un negocio millonario en el que el lujo y la extravagancia representaba el canon estético popular, el hip-hop tendría una suerte de retorno a sus raíces callejeras para lanzar a nuevos raperos, cuya imagen y temática musical representaba el pandillero o *bustler* (rebuscador). Uno de los más representativos fue 50 Cent, que popularizó el uso de *mixtapes*, una colección de canciones en cintas o discos “pirateados” no oficiales que usualmente distribuía el mismo artista directamente (Charnas, 2010, p. 584). Debido al éxito de su primer álbum, se le permitió crear su propio sello, G-Unit, su propia marca de ropa G-Unit Clothing Company, *ringtones* para celular, un video juego, su propia línea de tenis deportivos con Reebok y una película biográfica (Charnas, 2010, p. 610).

Fue precisamente este rapero, con su éxito en los negocios por fuera de la música, quien llevaría estos acuerdos de negocios a otro nivel. Decidió promocionar una marca

de bebidas, Vitamin Water, pero esta vez no a cambio de una suma sino de un porcentaje de participación accionaria. En el 2007 esta compañía sería vendida a Coca Cola por \$4.100 millones de dólares (Charnas, 2010, p. 627), lo que sería motivo de alarde en una canción del artista. En ese mismo año, Grandmaster Flash & The Furious Five fueron reconocidos al ser incorporados en el Rock and Roll Hall of Fame, primer grupo en la historia del hip-hop en tener este honor y del cual posteriormente entrarían a hacer parte Run-DMC, Beastie Boys, Public Enemy, N.W.A., 2Pac, Notorious B.I.G., Jay-Z, LL Cool J, Eminem, Missy Elliot, DJ Kool Herc, Mary J. Blige & A Tribe Called Quest (*Inductees A to Z | Rock & Roll Hall of Fame*, s. f.).

La última década también ha estado plagada de negocios con cifras multimillonarias que involucran a raperos, marcas de ropa de lujo como Louis Vuitton o Gucci, disqueras y compañías de tecnología. En el 2008 Jay-Z se asoció con Live Nation Entertainment al sellar un trato por \$150 millones de dólares, cuando creó Roc Nation, que no sólo funcionaría como un sello discográfico sino que se convertiría en una compañía de entretenimiento y agencia de gestión integral de talentos. En 2014 el gigante tecnológico Apple adquirió Beats by Dr. Dre, una marca de auriculares diseñada por el artista ex miembro de NWA, cuyo precio de adquisición fue de \$3.000 millones de dólares. Para el 2019 Kanye West, en alianza con Adidas, vendía más de \$1.000 millones de dólares con su marca de zapatillas y ropa Yeezy (Holt, 2023).

Russell Simmons, emprendedor pionero en muchos de los negocios del hip-hop, entendió que “Def Jam—y el hip-hop por extensión—no era solo acerca de hacer canciones. Era sobre mercadear un estilo de vida” (Charnas, 2010, p. 558). Fue quien impulsó al hip-hop a un nivel comercial que trascendía el negocio de la música e incluía televisión, películas, moda y el mercadeo de productos y servicios. En suma, el hip-hop es un negocio billonario: \$1.700 millones en ventas de discos en Estados Unidos, \$2.000

millones en comercialización de ropa, películas que recaudaron millones en taquilla y raperos mezclados con actores como los más adinerados de la industria del entretenimiento (Charnas, 2010, pp. 616-619). Simmons logró capitalizar algo que no había logrado Estados Unidos ni la política tradicional: “el poder del hip-hop como una cultura joven que trascendió todas las barreras raciales, étnicas y de clase” (Charnas, 2010, p. 603). Desde otro punto de vista, esto podría ser una confirmación de lo planteado anteriormente por Ted Gioia, quien dice que el hip-hop, más que ser una historia de éxito, ha sido apropiado e institucionalizado por la élite, no solo musical sino económicamente, además de lo expuesto por Taylor donde el capitalismo neoliberal funciona como una fuerza social que modifica la cultura. En lo planteado en la presente investigación con relación a la cultura hip-hop que, a través de su música en el rap y sus demás elementos, motiva una referencia contradictoria y cínica al asociar la comercialización de su arte con la prostitución de unos principios y elementos culturales.

2.3 El ataque del metano

Ahora bien, con respecto a los inicios del rap en español, Feli Dávalos hace un recuento de cómo a través de la comedia se adaptó este estilo musical en países como España, México y Venezuela. Es en este último país donde el comediante Perucho Conde, estrella de la televisión venezolana, lanza en 1981 “La cotorra criolla”, la primera canción de rap en español que terminó por ser una copia adaptada de “Rapper’s Delight”, la otra *copia original*. En ella el comediante hace lo propio con comentarios jocosos, pero al mismo tiempo denuncia algunas situaciones del diario vivir y las dificultades que se presentan en las calles de Caracas (Dávalos, 2014).

No obstante, la apropiación del hip-hop y su música en la cultura latina se da a través de un “proceso de reterritorialización” donde se comparten características

fundacionales como la opresión y la marginalidad, además de la relación con los “discursos y narrativas que trataban directamente las vidas y experiencias con respecto a lo económico, racial, social y político a través de la cultura” (Viva, 2023, p. 20). Este proceso de apropiación, aunque compartía símbolos y aspectos lingüísticos con el rap norteamericano, se adaptó a las identidades y cosmovisiones locales, pero permeado por los valores relacionados con el hip-hop: la importancia de la autenticidad, el espíritu de la competitividad, la influencia de lo material y la propiedad privada, la centralidad de lo comunitario, el orgullo por el lugar de origen y lo doméstico, además del respeto por la historia del género (Viva, 2023, p. 21).

Estos valores compartidos en diferentes latitudes son objeto de intensos debates que reflejan esa naturaleza contradictoria y compleja del hip-hop y las tensiones que surgen entre la vocación comercial y la naturaleza artística. Las problemáticas que brotan enfrentan la avaricia por lujos, el hambre de prestigio y la férrea competitividad en contra de la consideración por lo social, lo vernáculo y comunitario, lo real y auténtico de una población que históricamente ha sido marginalizada, maltratada y negada por la sociedad, y que son acentuadas por la industria de la grabación y los procesos de adaptación e integración cultural de esta música.

En relación con la migración de símbolos culturales, en ese proceso de “reterritorialización”, la música se concibe como un vehículo clave de intercambio que atraviesa fronteras geográficas. Sus identidades y significados compartidos son trasladados y el hip-hop es un ejemplo de ello. La forma en que este género se relaciona con la vida diaria y reflexiona acerca de problemáticas como la discriminación, pobreza, inequidad y exclusión lo hicieron único entre los géneros musicales populares (Tickner, 2008, p. 121).

Este proceso se entiende también como uno de apropiación territorial, ya que el “hip-hop es una manera de ‘ser/estar’ en la ciudad [...] de (re)crear espacios cotidianos” (Tickner, 2008, p. 127). En un estudio de análisis y contraste sobre los procesos de inserción del hip-hop en Cuba, México y Colombia, se explora cómo este viajó principalmente por la migración, desde Los Ángeles para el caso de México y desde Nueva York y Miami hacia Colombia y Cuba. Otra vía de circulación fue a través de los medios masivos, principalmente en películas que mostraban el *breakdance* como *Wild Style* (1982), *Flashdance* (1983) y *Beat Street* (1984). En el caso de Cuba, el hip-hop se convirtió en un fenómeno nacional altamente popular, en Colombia su visibilidad fue moderada y sobre todo en ciudades principales, mientras que en México era una práctica cultural más bien clandestina o *underground*. Con relación al estilo de rap mayormente adoptado en Cuba se apropió el “rap progresista”¹⁵ que incluía comentarios y crítica política-social, mientras que para México y Colombia se apropió principalmente el “rap pandillero” con abordajes acerca de la violencia y las dificultades de la vida callejera (Tickner, 2008, p. 129).

A mediados de los 90, la industria de la grabación en Cuba creció debido a “la liberalización de la inversión extranjera” y el crecimiento en ventas de la música global, lo que provocó que varios artistas cubanos firmaran contratos con grandes sellos discográficos. Esto despertó interés en grupos como Orishas que promovieron visiones estereotipadas de “isla tropical paradisiaca” (Tickner, 2008, pp. 131-132). Aunque parece ambiguo, ya que no encaja con el estilo de rap consciente adoptado por la isla, fue una consecuencia de una movida del gobierno cubano cuando en 2002 creó la Agencia de Rap Cubana, una entidad dedicada al apoyo del arte y cuya estrategia se enfocaba en cooptar el mensaje transmitido, apropiarse del discurso crítico e integrarlo más al estado (Tickner, 2008, p. 136). A manera de contraste, en México grupos como

¹⁵ Otra forma de denominar a este estilo es “rap consciente”.

Control Machete, no tuvieron el apoyo mediático que tuvieron sus pares cubanos aunque obtuvieron cierto reconocimiento por el consumo del rap latino en los Estados Unidos (Tickner, 2008, p. 133).

Al igual que el caso mexicano, en Colombia y específicamente en el barrio Las Cruces de Bogotá, un barrio marginal de clase trabajadora, se conformaría uno de los primeros grupos de rap en el país. La Etnia labró su propio camino al autoproducir su álbum debut *El Ataque del Metano*, creó su propio sello discográfico, pero nunca llegaría al nivel de promoción que tuvieron sus pares en México, debido a la falta de interés de los medios en su cubrimiento y de las disqueras en su comercialización (Tickner, 2008, p. 134). Este grupo ha sido referenciado como “la columna vertebral del rap latino” y ha sido catalogado como uno de los grupos de rap más homenajeados institucional y artísticamente (Avella, 2021, p. 226). La Etnia es una agrupación pionera que ha logrado mantenerse en el tiempo, ha sido nominada a los Premios MTV Latinoamérica, inclusive cuando en los temas de sus canciones hablan acerca de la limpieza social, el conflicto interno armado, la migración forzada y la falta de oportunidades (Avella, 2021, p. 230).

De forma similar, el uso de metáforas de viaje ayuda a matizar el proceso de apropiación del hip-hop, como una especie de mito de origen. José Luis Pérez menciona las particularidades sobre cómo llegó a España por medio de la recepción de extranjeros y su estilo de vida, particularmente de soldados que se asentaban en una base militar a las afueras de Madrid y una discoteca enfocada en brindarles entretenimiento a estos militares (Pérez Romero, 2021, p. 106). En el caso chileno, se dio la apropiación por medio de expatriados que huyeron de la dictadura de Pinochet y ahora retornaban a su lugar de nacimiento, pero traían consigo música y elementos de vestuario (Pérez Romero, 2021, p. 101). En el proceso de llegada a Colombia, aparte del rol central que

desempeñaron las producciones cinematográficas de Hollywood, se hace referencia también a los polizones e “internacos”, aquellos que viajaban a Estados Unidos con un fin delictivo o ilegal y que traían consigo de regreso la estética y la música del hip-hop (Pérez Romero, 2021, p. 102). Proceso que posteriormente sería acentuado por la globalización, particularmente con la apertura económica de los 90 y la llegada de canales especializados de música como MTV.

Entretanto, el inicio del hip-hop en Colombia presenta dos particularidades que lo hacen radicalmente diferente: la clase social pionera y su propagación por medio del apoyo institucional. En lo concerniente a la clase social, el periodista y crítico de hip-hop más reconocido del país, Santiago Cembrano, narra la historia acerca de cómo un trío “gomelo” de locutores de radio creó la primera canción de rap en el país (Cembrano, 2023a, p. 17). Cembrano relata cómo estos amigos de clase alta, uno con ascendencia finlandesa, otro cuyo padre era ejecutivo de una multinacional y el último que viajaba frecuentemente a Estados Unidos para comprar música, decidieron hacer una copia de la copia: su versión propia del primer sencillo exitoso de rap “Rapper’s Delight”. La suya, nombrada “Rappers at Night” e interpretada en inglés, fue publicada en vinilo bajo el seudónimo DeeJay en 1980. En ese negocio con Sonolux tomaron la decisión de ceder todos los derechos de regalías por el equivalente a un avance de \$10.000 pesos colombianos de la época (Cembrano, 2023a, p. 14).

En este inédito artículo de la edición especial de la revista El Malpensante, con motivo del cincuentenario del hip-hop, Cembrano menciona que el inicio del género en Colombia sigue como objeto de disputa, pues algunos referencian la germinación del hip-hop en Bogotá con La Etnia y Gotas de Rap (Pérez Romero, 2010, p. 38) y otros en el pacífico con Código Rap y Los Generales R&R (Cembrano, 2023a, p. 17) y que más tarde sería popularizado por artistas como Tres Coronas, Rulaz Plazco, Laberinto

ELC y Cali Rap Cartel. No obstante, la primera canción de rap grabada y hecha en Colombia fue producida en Medellín, por un grupo de personas de un contexto social radicalmente diferente al de sus orígenes en Estados Unidos, un hecho no menor pues coincide con otra circunstancia particular relacionada con el proceso de popularización del género en el país que tiene que ver con el apoyo institucional. Antes, resulta necesario explorar los inicios de la industria de la grabación en Colombia.

La industria discográfica en Colombia tuvo sus inicios en Cartagena con la creación de Discos Fuentes en 1934, aunque tuvieron que transcurrir once años para que se prensara el primer disco en el país (Santamaría-Delgado, 2017, p. 144). Para la década de los 40, varios empresarios relacionados con la radio y la importación de discos crearon sus propias fábricas y sellos discográficos impulsados por las medidas proteccionistas del gobierno, la situación macroeconómica favorable del país y el crecimiento de la población. El dinamismo y el éxito de la industria llevaron a la creación de varias compañías (Discos Fuentes, Codiscos, Silver, Sonolux, Ondina, Tropical, entre otras) cuyos empresarios eran principalmente comerciantes de Medellín, Bogotá, Barranquilla y Cartagena. No obstante, fue precisamente en Medellín, con las compañías paisas que eran principalmente empresas familiares, en donde se consolidó “el epicentro del desarrollo de la industria discográfica colombiana” entre las décadas de 1950 y 1980 (Santamaría-Delgado, 2017, p. 139).

El repertorio musical producido se componía de un balance entre contenidos licenciados y producciones propias, principalmente de creaciones musicales de la región Caribe, lo que permitió consolidar la industria en la década de los 50 y 60, no sólo como licenciadora sino también como productora de contenidoailable, como porros, cumbia y vallenato (Santamaría-Delgado, 2017, pp. 148-149). El impacto de esta industria no fue solamente local, puesto que llegó a ser, después de México y Argentina,

la tercera en tamaño del mercado hispanohablante (Santamaría-Delgado, 2017, p. 150). El desarrollo de industrias como la radio, otras relacionadas con el entretenimiento y los medios de comunicación le permitieron a este sector prosperar hasta los años 90, cuando los cambios tecnológicos llevaron al declive de la industria (Santamaría-Delgado, 2017, p. 153).

Ahora bien, el otro hecho particular en el nacimiento del género en Colombia, además de su origen en una clase social alta, tiene que ver con la importancia del apoyo estatal, principalmente por medio de la organización de eventos musicales como festivales o conciertos de gran formato. Específicamente, nace en Bogotá “Hip-hop al Parque”, un festival gratuito organizado desde 1996¹⁶ por el Instituto Distrital de las Artes (IDARTES), que al cumplir con su función como gestor de prácticas artísticas de la ciudad, recoge y promueve las propuestas y expresiones culturales alrededor del hip-hop nacional e internacional (Uribe Sarmiento & Rodríguez Cortés, 2017, p. 135). Como una entidad adscrita a la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, este apoyo gubernamental ha transformado el sentido original del reconocimiento de la expresión artística, pues ha estado enmarcado dentro de las agendas oficiales relacionadas a la juventud y a espectáculos que se han convertido en una “herramienta para confrontar la lógica de la mal llamada ‘limpieza social’” (Uribe Sarmiento & Rodríguez Cortés, 2017, p. 139).

Este festival se ha consolidado como “el evento más grande de hip hop en Latinoamérica” (IDARTES, s. f.). En su 26ª versión en el 2023, cuando se celebraron los cincuenta años del género, contó con más de 214 artistas locales, nacionales e internacionales y un público de 150.000 asistentes que se reunieron durante dos días en

¹⁶ Inicialmente se denominó Rap al Parque hasta el año 1999 en el que adoptaría su nombre actual (Capello, 2022).

el Parque Simón Bolívar de la ciudad capitalina. Contó con una agenda académica de 11 actividades y la participación de 30 marcas de emprendimientos bogotanos relacionados con el hip-hop (*Hermanidad y récord de 150 mil asistentes en Hip Hop al Parque | Festival Hip Hop al Parque | 22 y 23 de julio de 2023*, s. f.). Lo anterior problematiza las dinámicas de poder al tensionar el espectáculo, lo político y sus respectivas resistencias (Uribe Sarmiento & Rodríguez Cortés, 2017, p. 134). Al ser un festival con apoyo oficial se empieza a realizar una especie de concursos que le desactivaban lo transgresor al movimiento urbano y lo impregnan de una lógica mercantil de emprendimiento cultural como parte de la industria del entretenimiento (Uribe Sarmiento & Rodríguez Cortés, 2017, p. 140). Esto permite evidenciar cómo también en Colombia se aplica la postura adorniana alrededor de la estandarización de la producción cultural que trivializa el contenido en mercancías de valor convencionales.

De manera equivalente, se gestó en Medellín un festival de connotaciones similares: el Altavoz Fest Internacional. Es el segundo festival gratuito más importante de Colombia, inició en el 2004 y es realizado por la Alcaldía de Medellín a través de su Secretaría de Cultura Ciudadana, cuyo fin “buscaba abrir espacios de convivencia para una juventud que creció golpeada” y que durante tres días reúne a decenas de artistas con cerca de 80.000 asistentes en una mezcla de géneros que incluyen el metal, *rock*, punk y hip-hop (Páez López, 2018). Esto permite ver cómo los estímulos estatales han sido fundamentales para el desarrollo de la industria del hip-hop, no solo en Colombia sino en Latinoamérica, debido al desinterés inicial por parte de las corporaciones para robustecerla, además de la intención estatal por llamar la atención de los jóvenes en aras de promover actividades que los persuadieran de involucrarse en actividades delictivas, pero sin resolver de raíz las profundas problemáticas sociales y situaciones generadoras de violencia que afectan a esta población.

Lo ya dicho pone en evidencia que, en un contexto de circulación y apropiación de estos símbolos culturales y prácticas sociales de la cultura hip-hop, existió una marcada ausencia de interés comercial por parte de la industria de la grabación y una falta de cobertura por parte de los medios tradicionales. Esa situación hizo del estado una de las pocas opciones viables, pues contaba con el recurso suficiente para apoyar e invertir en estas músicas alternativas y emergentes y, a su vez, representaba la oportunidad para conectar con audiencias juveniles en riesgo de vincularse a prácticas delictivas. No obstante, esto también puede presentar problemáticas como las ya señaladas en el caso cubano, en el que la intervención del Estado podría moldear el discurso y ser excluyente de aquellos productos artísticos que sean contestatarios y que lo asemejaría mucho a la industria cultural descrita por Adorno.

Juan Diego Jaramillo Morales, quien también alude a la carencia de estudios académicos en español sobre el hip-hop, se refiere al origen de la práctica del hip-hop en Medellín como un “relato multi-situado” por las condiciones sociales de la década de los 90, y sobre cómo este surgió asimilándose a “una suerte de salvación” de la violenta época que se vivía en la ciudad debido al narcotráfico. Sin embargo, este supuesto amparo de la delincuencia realmente fracasó (Jaramillo Morales, 2015, p. 87). Por medio de entrevistas a diferentes actores implicados, ya sea de la escena del hip-hop, la violencia o las instituciones, el autor concluye que el hip-hop y sus prácticas surgieron como “elementos de socialización que empezaban a aparecer en su entorno” más que como una elección de vida (Jaramillo Morales, 2015, p. 88).

En su análisis resalta elementos comunes con la historia del hip-hop en su lugar originario: instituciones sociales debilitadas, escasez de oportunidades y asociaciones con lo peligroso o delincuenciales. El autor trae como referencia a Arteaga, quien muestra la forma en que se dan diferentes momentos en el surgimiento de esta cultura: primero,

un hip-hop de clase alta limitado al baile y posteriormente, al arribar a otros barrios de la ciudad, como alternativa a la violencia y la marginalidad. Jaramillo Morales, interesado en ese discurso de alternativa pacífica, rastrea cómo algunas instituciones de control se enfocaron en promocionar estas dinámicas con los jóvenes, al punto de que el primer concierto de hip-hop en Medellín ocurre en 1994 y fue promovido por la Alcaldía, acompañado también de un componente formativo que será clave en su desarrollo y popularización en la capital antioqueña (Arteaga, 2008, como se citó en) (Jaramillo Morales, 2015, p. 95). Esta alternativa “redentora” de la violencia dio pie al fortalecimiento del hip-hop en Medellín, gracias al vínculo institucional adscrito a un discurso pacificador.

Ahora bien, con respecto a la mercantilización del arte y al referenciar a Gómez, se presenta posteriormente un “giro multicultural” igualmente permeado por el vínculo con instituciones oficiales que aviva una especie de “boom étnico”, promueve lo ancestral, lo tradicional del territorio y “trae consigo su mercantilización visibilizada en el turismo, productos, tradiciones, etc.” (Gómez, 2015, como se citó en) (Jaramillo Morales, 2015, p. 100).

De forma análoga y centrada en otro elemento constitucional del hip-hop, el grafiti, Santiago Rodas explica cómo este también ha sido apropiado de una forma institucionalizada en la ciudad e inclusive llegó al punto de ser una estrategia de marketing de la capital antioqueña. Aunque no es un fenómeno exclusivo de “La Ciudad de la Eterna Primavera”, el autor señala cómo “el mercado, entonces, asimiló hace mucho tiempo la subversión que proponía el grafiti y lo dispuso en una bandeja para el consumo masivo” (Rodas, 2023, p. 65). En ese momento, los grafitis se convierten entonces en murales donde hay una especie de privatización de las temáticas y los espacios que se pueden intervenir, y termina por ser una práctica regulada tanto por

instituciones públicas como privadas, y que demuestra también los efectos de lo planteado por Gioia con relación a la apropiación de estas prácticas por parte del sistema.

El discurso institucional propagado tanto por el estado como por otros actores privados, con el fin de modelar la actitud juvenil, promocionar el turismo o proyectar una imagen de limpieza y orden social fue clave en el establecimiento de la cultura hip-hop, y aunque su origen haya estado acompañado por clases altas y su popularidad promovida por instituciones oficiales, este permanece inherentemente vinculado a la vivencia en los barrios y experiencias juveniles.

Otro momento importante en la historia del género en Colombia fue en el 2022, cuando en el marco de la celebración de los 200 años de historia del Museo Nacional, se le dio representación a este género y sus precursores en el país al hacer parte de la exposición “Nación Hip-Hop: Colombia al ritmo de una cultura”. Esta cuenta con 100 canciones, 100 grafitis y 600 piezas que narran la historia del hip-hop en Colombia por medio de las diferentes décadas: En los 80 un arte centrado en el *breakdance*, el rap o componente lírico como foco de los 90, para los 2000 se enfatiza en la producción musical, del 2010 en adelante el enfoque es el grafiti y para la década actual su participación en el estallido social y como arte transgresor. En ella se deja entrever la autoproducción y autogestión de forma independiente, acerca de cómo llegó el género a Colombia (bailes de *breakdance* y películas como las comentadas anteriormente), y sobre el primer programa de radio de hip-hop producido por Radiónica, la emisora de música juvenil de la radio pública (Osorio, 2022).

En esta exhibición se da cuenta de dinámicas similares a las vividas en su lugar de origen, aunque en su proceso de apropiación particular se haya dado una

“reterritorialización”. En la exposición se incluye uno de los primeros discos lanzados de rap en Colombia por parte del grupo “Los Generales” de Buenaventura, quienes a su vez fueron los pioneros en incursionar en el mundo de la moda con su marca “Ayara”, que ofrecía prendas de vestir con grafitis pintados (*Nación Hip Hop: 50 años al ritmo de música urbana | El Nuevo Siglo*, 2023).

Igualmente, vale la pena recalcar otro aspecto de la industria en las últimas tres décadas del desarrollo del hip-hop en Medellín y está relacionado con el reguetón. Este género, aunque con similitudes al hip-hop, se ha diferenciado principalmente por su origen y por sus temáticas y letras. Con relación al origen, su surgimiento se dio a finales de los 80 y principios de los 90 en Panamá y Puerto Rico como una “hibridación del reggae en español panameño, el *dancehall* jamaicano, el *underground* puertorriqueño y el *dembow* dominicano” (Espinal Ramírez et al., 2024, p. 416). Ahora bien, por el lado de las temáticas y letras se distingue en que su contenido se centra principalmente en lo “erótico-afectivo” y la latinidad aunque inicialmente se haya asociado a las condiciones de marginalidad juvenil del Caribe (Espinal Ramírez et al., 2024, p. 426).

En la década de los años 2000, se presenció una fragmentación debido al éxito del reguetón, que fue recibido con críticas por los *hip-hoppers* como un estilo musical que “aparenta ser rap pero su discurso lo desmiente” y al cual Sara Kapkin, al citar a Marlon Bishop, se refiere de este modo: “el reguetón de Medellín es música urbana sin problemas urbanos” (Kapkin, 2023, p. 58). Lo anterior podría ser resultado de que ya la industria tenía sus ojos puestos en otro negocio “urbano” más lucrativo como el reguetón, lo que llevó a que varios raperos se trasladaran a hacer este tipo de música pues dominaba la radio y las discotecas, además de que copiaba la estética del rap, aunque “era más prometedor y menos comprometedor” (*El mapa del hip hop en Medellín*, 2023).

Análogamente, la ciudad de Medellín se ha posicionado como una urbe atractiva para todo tipo de actividad artística relacionada con la industria de la grabación y en particular el reguetón. Esto ha llevado a la realización de eventos y conciertos de gran formato y a la proliferación de artistas posicionados a nivel global como Karol G, Maluma, Feid y J Balvin. A su vez, lo anterior ha generado una concepción y consolidación de empresas relacionadas con las industrias culturales, tales como productoras audiovisuales, compositores, estudios de grabación, promotores de eventos, transporte, turismo, entre otras. Según la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, hay 1.752 empresas afines a este tipo de industria, que ha crecido en los últimos cinco años un 22,6% y que se estima que transa, aunque no es una cifra oficial, cerca de \$4 billones de pesos (Quiceno Ramírez, 2023).

Lo anterior permite evidenciar tres circunstancias posibles para que Medellín se haya posicionado como tal: primero, se conecta con la historia del hip-hop en latitudes hispanohablantes en donde el desarrollo histórico se dio principalmente en las grandes ciudades. Segundo, se conecta con el desarrollo de la industria discográfica en Colombia, cuyo epicentro fue Medellín, con disqueras como Discos Fuentes, Sonolux, Codiscos y Silver. Tercero, la transición que se presentó con el apogeo de un género como el reguetón, al adoptar estéticas asociadas al hip-hop, y que llevó a una migración y fragmentación de artistas y raperos. Tal ha sido el auge de la industria que lo que ocurre en Medellín es una exportación de artistas cuya audiencia global llevó a que Spotify, una de las principales plataformas de *streaming*, abriera una sede en la ciudad, Casa Spotify Medallo, para apoyar el negocio y la promoción en la plataforma, en la cual el 60% del listado de canciones globales proviene de la región latina y gran parte de ellas de Colombia, relacionadas con el género urbano y por ende con Medellín (*“No hay ciudad en el mundo que haya exportado más talento musical que Medellín”*, 2023).

Debido a la limitada información pública acerca de la industria de la grabación del hip-hop en Colombia, se hace problemática su caracterización o la recopilación de datos estadísticos que permitan contrastarla con la de Estados Unidos. No obstante, ese auge de la industria de la grabación en Medellín ha impactado positivamente al hip-hop local pero evidencia que más que una industria consolidada es más un horizonte de proyección. En el estudio “Medellín musical: Industria y ecosistema de la música”, un reporte realizado en el año 2023 por Proantioquia en alianza con Comfama, se indica que las tendencias en Colombia durante los primeros 7 meses de ese periodo, tan solo el 3.9% del top 100 de canciones más escuchadas en la plataforma YouTube pertenecían al hip-hop, ubicándolo en el quinto lugar (Proantioquia & Comfama, 2023, p. 10). De forma similar, portales web relacionados con la música mencionan que el hip-hop es “el tercer género con mayores reproducciones en Colombia” y que ha tenido un crecimiento del 245% desde el 2020 según estadísticas de la plataforma de *streaming* Spotify (Radiónica, 2023).

Después de la fragmentación del hip-hop por la llegada del reguetón, se da un resurgimiento apoyado por escuelas y colectivos culturales (Crew Peligrosos, Kolacho, La Gran Colombia, entre otros) que permitían continuar el proceso de “transformación del sentido de sí” y de desarrollo identitario (Kapkin, 2023, p. 58). De esta misma forma lo hace notar Santiago Cembrano en su libro *La época del rap de acá*, en el cual por medio de perfiles y entrevistas documenta la última década del hip-hop en Colombia y representa a los raperos más importantes de la escena nacional, del cual seis de los diez artistas perfilados provienen de la escena de Medellín. Tal es el caso de Alcolirykoz, No Rules Clan, Granuja, Luis7Lunes & Vic Deal, Rapiphero y Zof Ziro (Cembrano, 2019, p. 12). Adicionalmente a estos raperos, a cuya consolidación se le ha dado el nombre de “la nueva ola” o “rap de la montaña”, otros artistas como Crudo Means Raw y Doble

Porción han ganado popularidad dentro del hip-hop y han ensayado al hacer fusiones con *trap* y *dembow*, más cercanas al reguetón, para seguir con la expansión de las fronteras del género.

En suma, esa marginalidad constitutiva del hip-hop parece haber sido usurpada no sólo en el sentido literal, puesto que los artistas fueron engañados y explotados por sus disqueras, sino también en un sentido más amplio, en tanto la institucionalidad ha buscado atraer a los jóvenes para desviar su atención sin resolver de fondo sus condiciones adversas, las corporaciones con sus fines capitalistas han extraído del hip-hop lo que han podido y otros géneros como el reguetón y el pop han tomado su simbología, formas, prácticas y estéticas para hacer lo propio y aceitar así la maquinaria que atraviesa a la industria de la grabación. Lo contradictorio del hip-hop, no solo en Medellín sino en el mundo, es que el negocio se ha erigido por encima de los valores sociales, comunitarios y contestarios, aspectos fundacionales de su génesis. Una forma de dar cuenta de ello es a través del análisis trabajos artísticos que representen la dualidad entre comercialización y trabajo artístico en el que se tematicen estos aspectos.

Finalmente, para cumplir con el objetivo del presente trabajo de explorar las representaciones de la tensión entre las dinámicas de la comercialización del arte y el trabajo artístico en raperos exitosos, se propone realizar un análisis cualitativo de las obras desde dos componentes: por un lado, la representación visual que proveen las carátulas de álbumes, sencillos y/o videos musicales asociados a canciones en las cuales se hacen explícitas las tensiones mencionadas y, por el otro, el aspecto lírico y literario de fragmentos de las letras de las canciones que poeticen sobre estas problemáticas de una forma manifiesta.

Un análisis de casos con una metodología combinada permitirá que se conecten además dos elementos constitutivos del hip-hop: el oral, representado por el MC y su interpretación artística, y el visual que, aunque de forma indirecta, se representa principalmente por el grafiti o las demás propuestas estéticas asociadas. Ambos elementos son los principales en los cuales se pueden evidenciar las tensiones de forma explícita y confrontar las posiciones artísticas entre lo global y local, canónico y emergente y lo industrializado y artístico.

3. “No es lo que ves, sino lo que haces ver”

“Al final la cultura también se vuelve una moneda de cambio”

N. Hardem

(Cembrano, 2019, p. 43)

Como ya se señaló, centrar la atención en el aspecto visual y oral del hip-hop permitirá dar cuenta de cómo algunos factores estéticos y artísticos entran en oposición ante la lógica mercantil de industrias culturales como la industria de la grabación. El presente capítulo se ocupa de realizar un análisis hermenéutico e iconográfico de casos en donde los productos culturales dan acceso a explorar aspectos sociológicos del campo musical. Se revisan las representaciones visuales, al elaborar apreciaciones acerca de elementos en las carátulas de trabajos discográficos, en videos musicales que acompañan a las canciones escogidas y de presentaciones en vivo representativas, con el fin de explorar las tensiones entre el objeto artístico y su comercialización.

Realizar un recorrido por ciertos trabajos musicales representativos de los últimos 21 años en el hip-hop permite dar cuenta de la tensión que existe en la relación entre el trabajo artístico y su comercialización, además de la naturaleza contradictoria que media entre estas. Por medio de una selección de artistas y algunas de sus “mercancías”, de revisar unas cuantas letras, imágenes asociadas a ellas y el contexto del trabajo musical, se puede evidenciar este fenómeno e ilustrar la relación entre ambos con la industria, sus dinámicas creativas y comerciales.

Dicha selección de artistas se da con base en dos criterios. Primero, que el artista tenga recorrido en la industria cuente por lo menos con tres trabajos discográficos, goce de éxito comercial y renombre en la escena del hip-hop lo que permitirá relacionar a los artistas según los campos de producción cultural. Segundo, que tenga créditos como

compositor en la canción. En relación con la selección de las canciones, se hace necesario que, en sus letras, el artista haga una representación por medio de una declaración expresa acerca de la industria, converse con ella y aclare sus decisiones artísticas y estéticas en función de la comercialización de su arte.

Los artistas escogidos y sus respectivos versos no pretenden abarcar completamente la problemática ni mucho menos agotarla. Más bien son un corpus que refleja cómo ciertos raperos exitosos en la industria de la grabación, con reconocimiento y éxito comercial, hacen una denuncia explícita, dialogan con el mercado y danzan entre la dialéctica compleja del valor comercial de su arte y su valor estético. Para el análisis, se ubica al rapero y el contexto de su trabajo musical al tener en cuenta los dos criterios mencionados anteriormente, se comentan niveles poéticos de análisis y se realizan consideraciones con relación al uso de figuras del lenguaje como afirmación estética, además de analizar un componente visual mediante las portadas del álbum/sencillo, los videos musicales que lo acompañan y presentaciones en vivo, si es del caso. Este tipo de análisis es importante puesto que tiene una conexión con los elementos constitutivos del hip-hop donde se manifiestan de forma más clara las representaciones de las diferentes tensiones del objeto de estudio y son las evidencias más tangibles dentro de su propuesta estética.

El corpus de análisis de los raperos seleccionados proviene de dos geografías e industrias diferentes: Jay-Z, Nas y Kendrick Lamar de Estados Unidos y el grupo Alcolirykoz de Colombia. En el primer caso, poner atención a su lugar de nacimiento es necesario puesto que constituye la industria de la grabación más desarrollada del hip-hop y el mercado musical más grande, hay mayor acceso a cifras y a las representaciones, lo que es apropiado dado el tema problematizado. Los raperos en mención hacen parte de la costa este (Jay-Z y Nas) y de la costa oeste (Kendrick Lamar), para tratar de abarcar

el desarrollo paralelo que tuvo el género en estos dos frentes, dos estilos y sus dos mercados principales, Nueva York y Los Ángeles. Así mismo, se pretende demostrar que las posturas individuales de artistas, en este caso de los Estados Unidos, respetando las discontinuidades en los procesos de apropiación en otros territorios, se asemeja con la de agrupaciones en Colombia. Vale la pena mencionar que en un caso en particular, el de Kendrick Lamar, se encuentran referencias más amplias, ya que este artista se ha referido al asunto no solo en canciones específicas sino al estructurar un álbum conceptual completo, acompañado de referencias visuales amplias y presentaciones en vivo que explican su proporcionalidad dentro del corpus.

Por el otro lado, el enfoque local facilita contrastarlo con la circulación y apropiación de esta cultura que se ha globalizado. Permite la comparación con una industria pequeña en un contexto emergente y de crecimiento. De igual forma, particularmente el estudio de un caso en Medellín permite conectarlo con el tema de las industrias creativas y culturales, dado que Medellín es la ciudad en Colombia donde más se ha desarrollado la industria de la grabación, como se comentó unas líneas atrás. Esto se relaciona con lo señalado alrededor de la creatividad como eje de la economía y con reconocimientos internacionales a Medellín como el otorgado en el 2013 a la ciudad más innovadora del mundo por encima de Nueva York y Tel Aviv, que han hecho parte de procesos de “brandización” de la ciudad (CNN Español, 2013).

Desde otro punto de vista, sobre los artistas escogidos no hay duda de que sean reconocidos comercial y artísticamente como los mejores: con relación a los raperos norteamericanos vale la pena mencionar que ocho de sus álbumes están en el listado compilatorio de la revista Rolling Stone de los “200 discos más grandes de la historia del hip-hop” (Weingarten et al., 2022) y que siete de estos están en la codiciada lista de los “500 mejores álbumes de todos los tiempos” (Rolling Stone, 2023). En total han

publicado 35 discos como solistas, han vendido 56,2 millones de ejemplares y ganado 42 Grammy's. Por el lado colombiano, la situación es distinta, reflejo de cómo la industrialización del hip-hop en este lado del continente no ha llegado a ese punto, probablemente por haberse volcado en el reguetón y del cual escasea información pública. Alcolirykoz ha lanzado ocho trabajos discográficos y sería relevante mencionar que como artistas independientes lograron hacer el concierto de rap con boletería más grande que haya hecho un artista de hip-hop colombiano, al llenar el Movistar Arena en Bogotá con más de 13.000 personas (Recio Barreneche, 2023).

En términos de respeto y valoración por críticos y sus pares, estos raperos usualmente están en los primeros lugares, lo que demuestra no sólo un éxito comercial sino respeto por el campo de producción. Son admirados por sus pares y el resto de la cultura (periodistas, colegas, miembros de la industria y fanáticos) lo que indica ubicarlos también en algunas posiciones del campo de la producción que privilegian el polo estético y artístico. Aunque no es para nada nuevo compilar listados de los mejores raperos, los más “pegados” del momento o los mejores de toda la historia, estas listas o rankings no dejan de ser polémicos no sólo por la subjetividad implicada, sino también por el espíritu competitivo de la cultura hip-hop y las pasiones de los fans. A pesar de los debates que generan, estos listados son lugares habituales para los raperos de este corpus.

En el caso de Estados Unidos y en el marco de la celebración de los cincuenta años del hip-hop, *Billboard* se juntó con *Vibe*, la revista especializada en hip-hop, para compilar un listado de los “50 raperos más grandes de todos los tiempos” (Rouhani et al., 2023). Los equipos editoriales decidieron incluir únicamente a raperos estadounidenses y tuvieron en cuenta los siguientes criterios: el cuerpo de su trabajo, reconocimientos y certificaciones; su influencia e impacto cultural; la longevidad del

artista; las letras y su destreza vocal (*flow*). En el tercer lugar aparece Nas, quien se caracteriza por su longevidad y que continúe relevante desde 1991. Su habilidad lírica lo hizo ser nombrado “El Elegido” y el lanzamiento de discos clásicos fueron los criterios para ubicarlo en esta posición. En el segundo lugar está Kendrick Lamar, aclamado por sus letras, su *flow* habilidoso y la capacidad de experimentar, que le ha permitido lanzar discos reconocidos como clásicos¹⁷ que han empujado la evolución del género y lo han catalogado como “el mejor rapero de su generación”. Finalmente, en el podio está Jay-Z, catalogado como “el rapero favorito de tu rapero favorito” (Rouhani et al., 2023). Su longevidad al ser exitoso en cada década, el alcance de sus logros musicales, culturales y financieros, además de ser el primer rapero en ser parte del Salón de la Fama de Compositores, lo elevan como el mejor rapero de la historia para muchos (Rouhani et al., 2023).

De forma similar, la revista Forbes realizó su propio listado de “Los 50 mejores raperos de todos los tiempos” y tuvo en cuenta el reconocimiento de la crítica, ventas de álbumes, influencia cultural, su estilo lírico e innovación en el género. En este listado repiten Jay-Z y Kendrick Lamar en el primer y segundo lugar respectivamente, mientras que Nas es parte del Top 10 en la novena posición (Bossi, 2024). Igualmente, para el caso de raperos hispanohablantes, el equipo de *Billboard Latino* y *Billboard Español* realizó un listado similar con los “50 raperos más esenciales del hip-hop en español de ayer y hoy”. Los criterios son muy similares y el equipo editorial decidió no incluir artistas del reguetón (Flores et al., 2023). En el listado aparece el grupo colombiano Alcolirykoz en la posición 27, se referencia como el mayor grupo de la escena colombiana, pues ha mantenido su presencia desde 1999.

¹⁷ Dentro del hip-hop este término se le acuña a discos vanguardistas que, con el paso del tiempo, son admirados por su calidad artística y el cambio cultural innovador que le imprimió al género.

Por cierto, uno de los primeros ejercicios realizados en esta misma línea en Colombia viene de la edición especial de la revista *El Malpensante*, en el que se entrevistó a 69 raperos para que escogieran a los colegas mejor valorados del hip-hop. Mediante una metodología similar a la que se usa para escoger el *Most Valuable Player* (MVP) o jugador más valioso de la NBA, tuvo como resultado a Gambeta, líder de la banda Alkolirykoz, en la tercera posición, por haberse encargado de llevar a su grupo a ser el “más grande de la historia del país” (*Los MVP del rap colombiano*, 2023).

Aunque el análisis de artistas extranjeros y locales parezca intentar abarcar una distancia grande, se pretende que pueda servir para verificar el hecho de que estas tensiones no se limitan a geografías o condiciones específicas de la industria de la grabación o su tamaño. El hip-hop, a pesar de ser apropiado y representado de diversas formas en diferentes espacios y comunidades con contextos sociohistóricos variados, presenta continuidad en las dinámicas tensionantes que expresan sus manifestaciones artísticas. Además, si bien la problemática generalizada entre arte y comercialización esté presente en las industrias culturales y creativas y en el proceso de creación artística, esta forma de arte y sus valores en oposición entre lo comunitario y lo individual, lo auténtico y lo popular, lo competitivo y lo social, la riqueza material y lo contestario, hacen que estas dualidades estén enfrentadas de forma contradictoria y quizás paradójica, inclusive desde su concepción, mucho antes de acceder al mercado.

Este proceso se realizará en dos momentos: el primero contiene un análisis iconográfico que integra lo visual y lo sonoro para tratar de visibilizar estas tensiones con sus trabajos, mientras que el segundo, en el siguiente capítulo, tendrá un análisis hermenéutico de las letras. Se recomienda que especialmente en este punto se escuchen los temas musicales relacionados e incluidos en la *playlist* de Spotify señalada en la Imagen 1. Es hora de iniciar la lectura/escucha:

3.1 Jay-Z y un supuesto retiro

Artista: Jay-Z, 2003 – Brooklyn, Estados Unidos

Canción: “Moment of Clarity” del disco *The Black Album*

El rapero Jay-Z puede servir como el epítome de las tensiones que brotan de la relación entre la comercialización del arte y el trabajo artístico. Desde varios puntos de vista, este artista puede ser catalogado como el rapero más exitoso. Por el lado artístico y musical, ostenta varios récords relacionados con algunas de las instituciones más importantes de la industria. Los Grammy’s han premiado a Jay-Z tantas veces que es uno de los músicos, no sólo raperos, más galardonados. Entre su palmarés está ser uno de los dos artistas con la mayor cantidad de nominaciones en la historia (88), uno de los dos raperos con la mayor cantidad de victorias (24) y tener uno de los dos álbumes de hip-hop que ha recibido más premios (6) (Recording Academy, s. f.-a). A la par, *Billboard*, la publicación especializada de industria que compila listados y clasificaciones de los éxitos musicales según su popularidad en ventas y reproducciones, cataloga a Jay-Z como el artista solista con mayor cantidad de discos número uno (14), superado únicamente por The Beatles, y es el segundo artista con mayor cantidad de álbumes en alcanzar esa posición de forma consecutiva (11) (Caulfield, 2018). Jay-Z ha alcanzado en todos sus discos como solista el certificado de platino y ha vendido 33,5 millones de copias de sus trabajos (Lane, 2023).

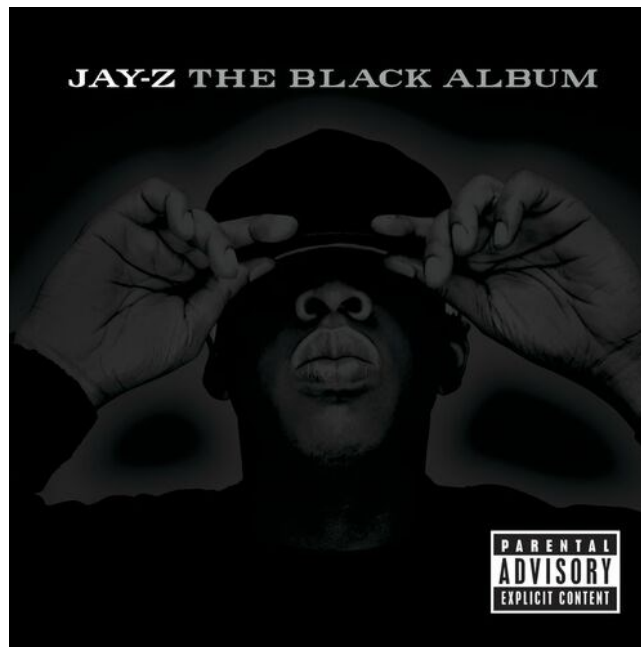
Hablar de Jay-Z implica también discutir su éxito como hombre de negocios. En el 2019 fue declarado como el primer rapero billonario y, actualmente, cuenta con un patrimonio neto de \$2.500 millones de dólares, fortuna que duplicó desde que alcanzó ese hito (Forbes, s. f.). Su riqueza no proviene únicamente del valor de su catálogo musical, sino que está compuesta por sus inversiones en compañías como Uber, plataformas de *streaming* musical, empresas de entretenimiento, un emporio de bebidas

alcohólicas con marcas exitosas de champaña y coñac, colecciones de arte y bienes raíces (Greenburg, 2019).

Aunque su reconocimiento musical y éxito comercial por sí solos ya sean marcadores suficientes de su éxito en la industria, su historia de vida y la forma en que entró a la industria de la grabación son factores que elevan su estatus y posicionamiento por el *ethos* relacionado al hip-hop. Su visión para los negocios y espíritu emprendedor se remonta al inicio de su carrera. Sin haber amasado una fortuna desde cuna y al venir de uno de los lugares con mayor pobreza de Brooklyn, Marcy Projects, su enfoque en el rebusque para generar dinero y labrar su propio camino son elementos valorados por sus pares. En su libro *Decoded*, en el que también descifra algunas de sus letras, cuenta la historia de cómo empezó a vender drogas para hacer dinero y cómo, cuando quiso ser rapero, fue rechazado por diferentes sellos discográficos. Las grandes disqueras le cerraron las puertas por lo que decidió asociarse con un par de conocidos para montar su propio sello, Roc-A-Fella Records, y así lanzar su primer disco (Jay-Z, 2010, p. 145).

En su obra musical, aborda directamente la encrucijada que presenta el debate alrededor de la comercialización del arte. Concibe al hip-hop no sólo como una forma de expresión artística sino también como un medio legítimo y legal para salir de las condiciones adversas en las que se encontraba, un joven negro de un barrio pobre sin muchas oportunidades para salir adelante. Sin embargo, dos décadas antes de publicar su libro y ya posicionado como uno de los raperos más importantes del género, Jay-Z anunciaba su retirada de la música con el octavo trabajo discográfico titulado *The Black Album*. Aunque ese retiro tan solo duró tres años, la carátula del disco dejaba entrever cómo el espectáculo se desvanecía y las luces se apagaban (ver Imagen 3).

Imagen 3 – *The Black Album* (Jay-Z)



Nota. Carátula del álbum. Fuente: Spotify

Jay-Z usa una foto con detalles sutiles pero profundos en la carátula de su álbum, en la que el encuadre de los elementos y la ausencia de color transmiten su mensaje de retiro de la música. Esta fotografía, a blanco y negro con escala de grises al claroscuro, tiene un corte minimalista con fondo plano y composición simétrica, en la cual se aprecia un primer plano con la intención expresiva del retrato. Esta composición monocromática representa una técnica más cruda que la policromía pero a su vez una estética más limpia que evidencia texturas, líneas y algunas luces que proyectan volumen y profundidad. Por medio de una luz tenue que parece desvanecerse en negro, resaltan algunos de sus rasgos: nariz ancha y labios prominentes, característicos de la raza afroamericana, además de las palmas de sus manos. Parece rodeado de un aura gris que sólo se asoma por la ausencia de color en la imagen.

En la fotografía, Jay-Z se ajusta la parte delantera de una gorra cuya sombra le cubre los ojos pero que al parecer no le impide ver, a pesar de que haya oscuridad total en esta parte de su rostro. Da la impresión de que el rapero, al concebir este como su

último álbum, afirma su posición en el campo por lo que ha hecho con sus manos y por lo que ha dicho a través de este retrato íntimo, discreto y sobrio. No obstante, esta intención expresiva también transmite con su cara elevada levemente hacia arriba una posición retadora y desafiante, a la vez que comunica un aire de frialdad y misterio. Lastimosamente de esta canción no hay video musical ni presentaciones en vivo por analizar, lo cual impide este vector de análisis.

A nivel sonoro, esta canción fue producida por Eminem y Luis Resto, contiene una base simple de baterías y cuerdas acompañadas por unos teclados en algunas partes del tema. La canción, cuya duración es de 4 minutos y 24 segundos, tiene una estructura de un *intro*, cuatro coros y tres versos intercalados entre sí. La pista contiene dos *samples*: hace una interpolación de un dialogo de Al Pacino como Tony Montana en la película *Scarface* (3:19) e igualmente hace lo mismo con una línea de la canción “Black Steel in the Hour of Chaos” de Public Enemy (2:48), presentes ambos en el tercer verso (*Moment of Clarity by Jay-Z on WhoSampled*, s. f.).

3.2 Nas y la muerte del hip-hop

Artista: Nas, 2006 – Queens, Estados Unidos.

Canción: “Hope – Acapella Version” del disco *Hip Hop is Dead*

Uno de los periodos más polémicos de las últimas décadas en el hip-hop coincidió con una sentencia proclamada por Nas, otro rapero consolidado de la costa este de Estados Unidos, cuando de manera enfática declaró que el hip-hop estaba muerto. Nas, quien tuvo por casi una década una de las rivalidades “líricales” más emblemáticas del género con Jay-Z debido al estatus y respeto artístico que ambos ostentaban, decidió nombrar su octavo álbum de esta manera para transmitir un mensaje y un sentimiento de frustración por la forma en que se desenvolvía su género. De los tres raperos norteamericanos mencionados en este trabajo, Nas ha sido el menos

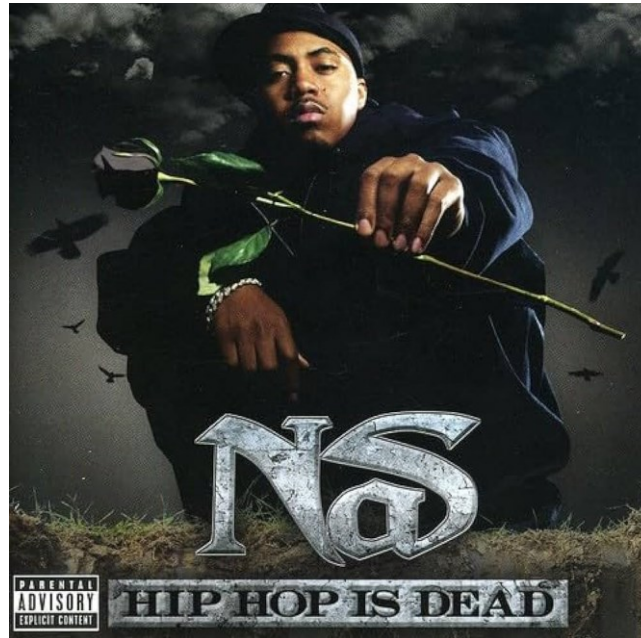
reconocido por la industria. En relación con los Premios Grammy ha tenido 17 nominaciones y para lograr su primer galardón tuvieron que pasar 24 años desde su primera inclusión en la ceremonia de 1997 (Recording Academy, s. f.-c). Sin embargo, eso no le ha impedido ser uno de los raperos con mayores ventas de discos de la historia con 12,5 millones de copias vendidas (Lane, 2023).

A diferencia del *artwork* del disco de Jay-Z, en esta imagen hay color, se ve el rostro completo del artista y se entrevé lo que hace (ver *Imagen 4*). El mensaje transmitido en esta fotografía es mucho más directo ya que se presentan más elementos dentro de un plano entero visual, fotografía tipo retrato, tipografía con textura y una composición impar y central. La ley de los impares en el lenguaje audiovisual le permite al observador hacer una lectura más natural al facilitar la ubicación de los elementos representativos, que permiten a su vez comprender más claramente la intención del objeto o personaje retratado. De igual forma, la composición fotográfica permite que entre los sujetos y objetos haya un juego de complicidad sin crear patrones concretos, pero que proyectan una identidad propia. En este caso, el elemento que destaca es la rosa negra que representa luto y duelo, aunque también se asocia al amor eterno. El rapero, vestido completamente de negro, asiste a las exequias de su propio género, envuelto en símbolos de funeral y muerte que se pueden apreciar gracias al plano entero que muestra el contexto en el cual se sitúa.

Bajo un cielo oscurecido con nubes negras y cinco sombras que parecen cuervos, aves misteriosas que simbolizan oscuridad, se muestra una tumba aún expuesta que parece recién cavada mientras se dispone a dejar la rosa negra sobre el lugar donde reposa muerto el hip-hop, su eterno amor. Su dimensión expresiva de funeral se enriquece con el estilo de las tipografías que señalan su nombre artístico y el del álbum,

contenidas en un entramado que parece de piedra, como si fuera el epitafio de una lápida y que cargan la imagen de más drama al simular materiales de tumba o mausoleo.

Imagen 4 – *Hip Hop Is Dead* (Nas)



Nota. Carátula del álbum. Fuente: Spotify

Si bien dicha enunciación estaba centrada en un solo género, podría considerarse como un reflejo de la situación de la industria y el negocio. Según la RIAA, el año 1999 no sólo marcó el fin del milenio sino también el periodo con mayores ingresos de toda la historia de la música, con \$14.590 millones de dólares. Sin embargo para el 2006, año en el que Nas lanzó su disco, los ingresos habían disminuido cerca de un 20% de manera constante y para ese momento llegaron a totalizar apenas \$11.760 millones (Recording Industry Association of America, s. f.).

El colombiano Santiago Cembrano sintetiza las principales razones por las que “la cultura estaba surcada por todo tipo de encrucijadas” durante este periodo y que probablemente explican la frustración de Nas: los cambios en la distribución y venta de la música, el apogeo del internet y los blogs, la adopción masiva del Auto-Tune, además

de las constantes infracciones a los derechos de autor, hicieron que el panorama fuera aún más adverso. Esta disminución de los ingresos de la industria llevó a que las disqueras y los artistas exploraran formas de vender más por medio de la búsqueda de sencillos “pegajosos”, bailables o que sirvieran como tonos de sonido para el celular (Cembrano & Gavilán, 2020, p. 14), lo que impulsaba a los sellos y sus artistas a priorizar la búsqueda de un éxito comercial por encima de un arte que representara sus valores originarios.

Los raperos, al igual que ocurre con otros artistas afroamericanos, han pasado de rebuscarse los medios para sobrevivir en entornos social y económicamente limitados a cerrar contratos multimillonarios con compañías como Apple & Coca-Cola. Esta situación surge debido a que, desde los inicios de la cultura hip-hop, las corporaciones no querían tener nada que ver con esta “moda” ni con este tipo de personas, así que fueron los mismos raperos quienes empezaron a construir sus propias marcas y compañías. Más adelante, cuando el negocio creció y era imparable su éxito, fueron las corporaciones las que quisieron participar de un pedazo del pastel. Dan Charnas, autor y profesor pionero del periodismo en el hip-hop ya citado aquí, lo señala de la siguiente manera: “a lo largo de las décadas el hip-hop generó una consciencia paradójica que le permitió ser hipercapitalista y la voz de la clase baja al mismo tiempo” (Charnas, 2015), al poner de contraste cómo jóvenes de raza negra y una clase social baja ahora son emprendedores y participan de un mundo corporativo con negocios comercialmente exitosos.

Frente a la canción en cuestión, Nas no realizó ninguna grabación en vivo que se encontrara disponible al público ni tampoco produjo un video musical que acompañara el tema. A nivel musical, esta canción fue producida por el mismo Nas, L.E.S. & Alexander Mosley. La canción, con una duración de 3 minutos y 6 segundos, se

diferencia al ser una versión a capela que decidió incluir en su disco. La estructura del tema comienza con un *intro*, un verso y un *outro* acompañado por la voz de Chrisette Michele que canta el *intro* y armoniza en el *outro* de la canción. La pista contiene dos *samples*: hace uso de múltiples elementos de la letra de “And I Love Him” de The Friends of Distinction a lo largo de la canción y hace lo mismo con el tema “Real Hip Hop” de Das EFX (*Hope by Nas feat. Chrisette Michele - Samples, Covers and Remixes | WhoSampled*, s. f.).

3.3 Kendrick Lamar, un poema y un álbum

Artista: Kendrick Lamar, 2015 – Compton, Estados Unidos

Canciones: “Wesley’s Theory”, “For Free? (Interlude)”, “Alright”, “For Sale? (Interlude)” y “Hood Politics” del disco *To Pimp a Butterfly*

A diferencia de Jay-Z, Nas y Alcolirykoz, como se verá más adelante, un artista se atrevió a hacer una denuncia mucho más temprano en su carrera, pero mucho más directa y mordaz. Mientras los otros artistas seleccionados lo hicieron en su 6º u 8º álbum y cercanos a los 33-34 años de edad, un joven californiano de tan solo 27 años y apenas en su tercer álbum, el segundo publicado por un sello discográfico mayoritario, hacía una declaración más profunda, no solo a nivel artístico sino racial y social, y no sólo en un verso o canción, sino a través de un álbum completo, *To Pimp a Butterfly*¹⁸ (de ahora en adelante TPAB).

Kendrick Lamar, y en particular este álbum, no han sido ajenos al éxito comercial ni a los reconocimientos de críticos y de la industria. Con relación a los Premios Grammy, es el tercer rapero con más premios (17), es uno de los dos raperos con más

¹⁸ Una posible traducción contextualizada del título podría ser “Para prostituir la mariposa” o “Prostituyendo mariposas” que aunque no conserve los tiempos verbales refleja la denuncia de la mercantilización del arte.

nominaciones al álbum del año (4), comparte el segundo lugar en la mayor cantidad de nominaciones en una sola noche (11) y junto a Jay-Z ostenta uno de los dos álbumes de rap que recibió la mayor cantidad de estatuillas (6) (Grein, 2022; Recording Academy, s. f.-b). Esa noche histórica está relacionada con ese mismo disco galardonado, TPAB. En lo referente a ventas de álbumes Lamar ha logrado vender más de 10,2 millones de unidades (*KENDRICK LAMAR Album Sales*, s. f.).

Aunque haya sido prematura la denuncia en su carrera musical, el tiempo lo ha respaldado como uno de los raperos más exitosos, especialmente entre el campo de producción y con los críticos. Luego de publicar de forma independiente un primer disco, su posterior trabajo y debut en una casa discográfica grande, presume el récord como el primer álbum de rap que lleva más de una década consecutiva¹⁹ en el *Billboard Top 200* (Cabison, 2013), tres de sus discos aparecen en el compilado de los 500 mejores álbumes de todos los tiempos según la revista *Rolling Stone* (Rolling Stone, 2023), su álbum TPAB es el disco de rap con la calificación más alta según Metacritic, sitio de recopilación de reseñas (96 sobre 100) (Metacritic, s. f.), y ha sido el único rapero en ganar el Premio Pulitzer de música, reservado tradicionalmente a los intérpretes de música clásica o jazz (Yoo, 2018).

TPAB se gesta luego del punto más alto de su carrera a nivel comercial, un tour mundial a raíz del éxito y los premios recibidos por su debut en una gran disquera. Un viaje a África y el surgimiento de movimientos sociales y políticos, como *Black Lives Matter*, asociados a la protesta por la muerte de afroamericanos a manos de la brutalidad policial, inequidad judicial y opresión racial sistémica, sirvió de escenario para producir este disco considerado su obra maestra. Es un “retrato autobiográfico de experiencias

¹⁹ Al momento de finalizar esta investigación su disco *good kid, m.A.A.d city* lleva 619 semanas consecutivas (11,9 años) en el listado de los discos más vendidos.

cruciales de vida donde Lamar es el protagonista de una historia sobre negociar dos esferas dispares: el espacio familiar de Compton que lo crio y la industria musical que lo ha elevado” (Maner, 2022, p. 2).

Como el mensaje general del disco trata sobre el tema de investigación, es apropiado contextualizar el significado del álbum, más allá de los extractos de las letras seleccionadas. TPAB cuenta con 16 canciones y marca un tiempo de duración cercano a los 79 minutos de música. Es un álbum rico en contenido musical, nutrido en lírica y considerable material visual que podría ser objeto exclusivo de estudio dada su multiplicidad temática, subtextos e intertextualidad. No obstante, el análisis se concentrará de forma específica en algunas canciones en las cuales se hace alusión directa a las dinámicas de la industria con relación a la tensión entre la comercialización del arte y el trabajo artístico, al tiempo que Lamar se ve a sí mismo también como un producto más y la industria se traslada a un plano superior de mercado.

Sequoia Maner, en su libro llamado igual que el álbum, muestra cómo Lamar canaliza su rabia, el espíritu y el amor que le permitan resolver el predicamento de ser un hombre negro exitoso, bajo presiones del materialismo y explotación por parte de la industria a lo que se refiere con el uso de “*pimping*” (Maner, 2022, p. 1). A lo largo del disco, se construye una narración que en la última canción se revela como un poema. Es una especie de despertar que le es recitado a 2Pac, figura que lo ha influido desde sus inicios y con quien tiene una conversación acerca de clases, rebelión y moral, gracias a una entrevista inédita que un fan le regaló (Maner, 2022, p. 70). El poema²⁰ sintetiza el dilema para transformarse en una mariposa mientras se está atrapado en estructuras

²⁰ Para ver el poema completo, remitirse al Anexo B – Poema de *To Pimp a Butterfly*, por Kendrick Lamar

e instituciones que solo buscan explotarlo, así como un proxeneta lo haría con una prostituta (Maner, 2022, p. 4).

Parte del dilema se centra en la forma en que Lamar se encuentra institucionalizado, no solo de forma exterior a través del sistema judicial racista, su barrio de origen violento, las fuerzas del consumismo capitalista o las demandas de la industria de la grabación, sino también internamente por su identidad, autopercepción y mentalidad (Maner, 2022, p. 23). Este proceso lo lleva a transitar por una transformación dolorosa, llena de preguntas y dudas sobre sí mismo y de descubrimientos tortuosos que lo llevan a experimentar una “fragmentación psicológica” (Maner, 2022, p. 42). No obstante, su resolución lo impulsa a actuar como un líder que le permite despertar a su comunidad para llegar a la realización que él mismo logró mediante una “metamorfosis, trascendencia” (Maner, 2022, p. 75). El mensaje de redención de Lamar lo motiva a hablar sobre autoaceptación, amor propio, amor al prójimo e inclusive amor a sus enemigos, a la comunidad y a la raza negra (Maner, 2022, p. 113).

En la primera temporada del podcast *Dissect*, producido por Cole Cuchna, se presentó una disección de las letras de cada *track* del disco para analizar musical y líricamente las diferentes capas de significado del álbum (Cuchna, 2016a). Semejante a Maner, Cuchna aclara las intenciones de este álbum conceptual, en el que el artista lleva al oyente a acompañarle en su narrativa de transformación, una transición personal de oruga a mariposa y de prostituido a proxeneta, disputa que se origina en medio de luchas internas relacionadas con la fama, el consumismo y su identidad, de la mano de presiones externas como conflictos raciales y de clase social (Cuchna, 2016b).

El presentador del podcast estructura su análisis en cuatro actos, en los que cada uno tiene canciones temáticamente relacionadas para adelantar la narrativa del álbum y del poema recitado. En el primer acto llamado “Prostituido por el consumo”, representa su ascenso a la fama y la problemática de perseguir fantasías materialistas consumistas impulsadas por su ego. El segundo acto lo denomina “Atrapado en el capullo”, que refleja las formas en que está limitado por factores externos e internos que lo institucionalizan. El tercer acto, nombrado “Alas emergentes”, corresponde a la búsqueda de una resolución de su disyuntiva al batallar sus demonios. Por último, el cuarto acto lo bautiza “La mariposa arroja luz”, el nuevo camino de un Lamar transformado que asume el liderazgo para ayudar a elevar a su comunidad (Cuchna, 2017). Las canciones que se analizan más adelante corresponden al acto uno y tres, donde se transita de la descripción del problema a la liberación. Este análisis de Cuchna permite evidenciar este tránsito de lo popular a lo culto y representan las tensiones entre estas polaridades.

Otro aspecto relevante del trabajo editorial de Cuchna corresponde a la identificación de la temática de dualidad presente no sólo en este álbum sino en la discografía del artista. El contraste es un recurso usado desde el mismo título del álbum²¹, una decisión estética que contrapone palabras como “prostituir” y “mariposa”, que además tienen dos posibles interpretaciones: una, acerca de cómo el sistema prostituye los talentos y belleza de Lamar (mariposa) para ser explotado por todo su valor, al buscar satisfacer sus deseos egocéntricos y que se refleja en la primera mitad del álbum. Otra, sobre cómo Lamar, al darse cuenta de esto, puede convertirse en el proxeneta y aprovechar sus talentos para el bien común y no sus intereses propios, cuyo desenlace transcurre en la segunda mitad del álbum. La historia personal de Lamar hace

²¹ Lamar usa un recurso intertextual al nombrar el álbum similar a la obra *To Kill a Mockingbird* una novela de 1960 escrita por Harper Lee que temáticamente aborda la desigualdad racial.

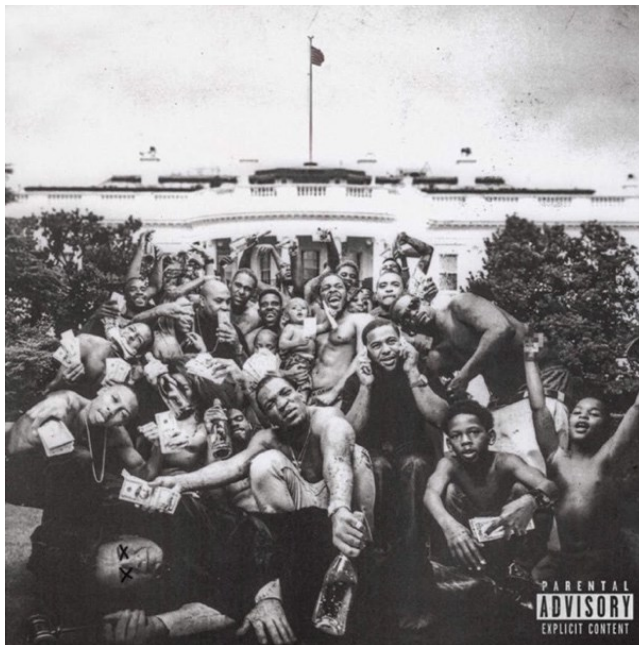
las veces de relato universal “como una representación general de la experiencia negra en Estados Unidos” (Cuchna, 2017)

Lamar no deja nada al azar. La distribución y orden de las canciones también funcionan como contrapartes entre sí, al mostrar las dos caras de una moneda: los villanos que se encuentra y su determinación para salir adelante (“Wesley’s Theory” y “Alright”), la lucha contra las tentaciones por parte de sus antagonistas (“For Free? (Interlude)” y “For Sale? (Interlude)”), el retorno a su hogar (“King Kunta” y “Momma”), el autodesprecio y la autoestima (“u” y “i”) y la aceptación de su herencia y origen racial (“Complexion (A Zulu Love)” y “The Blacker The Berry”) (Cuchna, 2017).

En lo que concierne al aspecto visual, la carátula de TPAB es una yuxtaposición de imágenes que plantean la dualidad presente en el álbum y en donde por primera vez se incluye un aspecto comunitario en lo analizado hasta ahora. En el punto focal está Lamar, sin camisa y con un bebé en sus brazos, que sale retratado en un enfoque fotográfico en escala de grises, repetición de patrones y un plano general que se muestra dividido por la línea horizonte. Lamar sale con su grupo de amigos y niños de su barrio al frente de uno de los símbolos más poderosos del sistema capitalista, la Casa Blanca. Un patrón de repetición es que son todos afroamericanos y en sus manos hay fajos de billetes y botellas de alcohol con un aura de celebración confrontativa. Las pocas mujeres que están presentes, como usualmente son tratadas en el hip-hop, están “por detrás” y tienen los rostros cubiertos por manos o botellas de licor. La imagen proyecta la temática del álbum: “liberación para los residentes del gueto” (Maner, 2022, p. 78). Tumbado en el piso aparece una figura que representa a un juez con cruces en sus ojos (ver Imagen 5). No es claro si ha triunfado el *ethos* del gueto sobre el sistema o si han

sido prostituidos por el mismo. En esta ambigüedad parece que la dualidad se oscureciera o como si ambas fuerzas fueran una sola en sí misma.

Imagen 5 – *To Pimp A Butterfly* (Kendrick Lamar)



Nota. Carátula del álbum. Fuente: Spotify

Lo que sí parece decir mucho del *artwork* es cómo esta estética sin color en una escala de matices entre el blanco y el negro puede representar no sólo la oposición racial tan marcada en la comunidad, la dualidad entre el blanco y el negro, sino también un aire de antigüedad, de algo que ha ocurrido por mucho tiempo y ha quedado inmortalizado en la memoria, un hecho histórico. Tanto así que fue catalogada como la doceava portada de álbum más importante de todos los tiempos según la revista Rolling Stone y la segunda del hip-hop (Rolling Stone, 2024).

Ni “Wesley’s Theory” ni “Hood Politics” cuentan con video musical que acompañe la canción, al igual que tampoco cuentan con presentaciones en vivo disponibles al público. Con relación a los demás temas, el video musical que acompaña “Alright” (Kendrick Lamar, 2015f), cuarto sencillo de TPAB, “replica la textura y tono

de la carátula del álbum” (Maner, 2022, p. 64). El video, a blanco y negro, es un trabajo de corte cinematográfico que contiene una colección de imágenes que conceptualizan los contrastes del álbum (ver *Imagen 6*). El videoclip comienza con sonidos extraídos de la canción previa “u” y el poema recitado a 2Pac y luego refleja las dinámicas de brutalidad policial y de solidaridad mencionadas.

Lamar parece levitar por las calles y encima de semáforos mientras canta sus versos, baila en un barrio con su gente y algunos jóvenes danzan sobre un carro de policía, además de contar y lanzar dinero al aire en varias ocasiones. Esto parece mostrar una perspectiva elevada de Lamar que, a pesar de compartir las condiciones de su comunidad, ha ganado un conocimiento que le ayuda a hacer más fácil el tránsito en esas condiciones. Al final Lamar cae de un disparo imaginario mientras recita nuevamente parte del poema, pero luego de que parece haberse acabado, no sólo el video sino él, mira a la cámara y sonríe.

Imagen 6 – "Alright" (Kendrick Lamar)



Nota. Captura del video musical. Fuente: YouTube

Por otro lado, el videoclip de “For Free? (Interlude)” es igual de frenético que la cadencia de la canción (Kendrick Lamar, 2015g). En él se proyecta la paradoja de cómo, al hacerle reclamos a América, representada por una mujer, acerca del trato precario que le ha dado, igualmente Lamar la persigue. Pareciera que por un lado quisiera tener una resolución y que sus quejas fueran escuchadas, pero, por el otro, sugiere perseguirla para darle lo que quiere y él obtener lo que desea, lo cual dramatiza la relación del artista negro con el sistema (ver Imagen 7). En medio de imágenes racistas y figuras estereotipadas de personas negras, Lamar termina por personificar al mismo Tío Sam y al finalizar el video clip se ve que todos los personajes son Lamar.

Imagen 7 – “For Free?” (Kendrick Lamar)



Nota. Captura del video musical. Fuente: YouTube

Lamar lanzó una especie de cortometraje llamado “God is Gangsta”²², donde se mezclan los visuales para dos temas: “u” y “For Sale? (Interlude)” (Kendrick Lamar, 2016). En la parte que compete, aparece Lamar próximo a ser bautizado en un agua con una tonalidad azulada, imágenes que son contrastadas con una tonalidad oscura y rojiza

²² “Dios es pandillero”. Traducción personal.

alternándose entre una y otra. Se presenta la dualidad nuevamente, en esta ocasión parece representar el cielo y el infierno, el bien y el mal, el agua y el fuego. Lamar se muestra desorientado, con la mirada perdida, mientras es seducido por mujeres desnudas y aparece colgado de cabeza (ver *Imagen 8*). A lo largo del video se muestran algunas frases por fracciones de segundo, comentarios complementarios del video o la canción que pueden significar cómo la vida a veces tiene cambios repentinos y algunas cosas no tienen mucho sentido (*Screen Genius (Ft. Kendrick Lamar) – God Is Gangsta - Short Film*, s. f.).

Imagen 8 – “God is Gangsta” (Kendrick Lamar)



Nota. Captura del video musical. Fuente: YouTube

De forma complementaria a la exploración del componente visual, la riqueza simbólica y estética que presenta Lamar, vale la pena mencionar una de sus presentaciones en vivo más mediáticas (Recording Academy / GRAMMYs, 2024). Durante la ceremonia de los Premios Grammy del año 2016, donde recibió 11 nominaciones por su álbum *TPAB*, Lamar interpretó un *medley* de 3 canciones “The Blacker the Berry”, “Alright” y una canción inédita en su momento que unas semanas después incluiría en su álbum compilatorio *untitled unmastered.*, una colección de demos

del proceso de grabación de TPAB y que no completó o decidió dejar por fuera del proyecto. Esto es también relevante ya que desafía las convenciones de la obra terminada y las lógicas de producción que dominan el sentido comercial de la industria de la grabación. Aunque son muchas las representaciones visuales que se podrían analizar, valdría la pena resaltar dos en aras de lo dicho hasta ahora. Por un lado, la forma en que sale Lamar encadenado junto a personas negras en lo que parece ser una prisión y donde inclusive quien toca el saxofón está dentro de una celda (ver Imagen 9). Su interpretación casi a capela resalta aún más su mensaje. Por el otro, se hace referencia nuevamente al hogar, al vincularlo no solo como el barrio donde nació sino también a África, la madre tierra. Lamar termina su presentación al sobreponer una imagen que parece a blanco y negro (nuevamente como la estética del álbum y algunos videos previos) en la cual sale el contorno de África, la palabra Compton y él en el centro totalmente oscurecido (ver Imagen 10). Como lo explica Maner: “No hay un marcador que ate a Compton a una locación específica—Todo África es Compton o Compton es todo África” (Maner, 2022, p. 100).

Imagen 9 – Prisión en presentación de Kendrick Lamar en los Grammy's, 2016



Nota. Captura de la presentación en vivo. Fuente: YouTube

Imagen 10 – África en presentación de Kendrick Lamar en los Grammy's, 2016



Nota. Captura de la presentación en vivo. Fuente: YouTube

Algo curioso de esta presentación es que el juego de colores y sentimientos es diferente del presentado en “God is Gangsta”: el tono azul ilumina el momento de Lamar encadenado en prisión, mientras que el rojo y el fuego avivan la interpretación de “Alright”, en la que rapea animado, rodeado de baile, gritos de júbilo, danza y tambores africanos.

Al igual que lo analizado a nivel iconográfico, la elección de los *samples* de las canciones remarcan a nivel sonoro los elementos señalados con anterioridad al traer referencias intertextuales a productos y objetos culturales populares de su raza y su cultura: películas, personajes y canciones. Lo anterior, permite evidenciar la incorporación de los valores de la cultura hip-hop tales como el orgullo por el lugar de origen, lo doméstico y la centralidad de lo comunitario, elementos que se listan a continuación:

A nivel sonoro, la canción “Wesley’s Theory” tiene como interpretes invitados a George Clinton y Thundercat. Fue producida por Flying Lotus, Flippa, Thundercat & Sounwave. Contiene un ritmo que inicia con un sonido de aguja de vinilo, un *sample* y luego cambia a otro *beat* lleno de *funk* con un *groove* de baterías, saxofón alto, trompeta, trompa, bajos y sonidos eléctricos marcados. La canción, cuya duración es de 4 minutos y 47 segundos, empieza su estructura con el *sample* de la canción “Every Nigger Is a Star”²³ de Boris Gardiner (0:08). Luego hace una transición a un *intro*, un coro, un primer verso, un refrán y un segundo coro. Posteriormente la canción tiene un corte cuando suena una grabación de un mensaje telefónico de Dr. Dre, un segundo verso y finaliza con un puente, el refrán y un *outro*. La pista contiene otro *sample* adicional al mencionado anteriormente, en el cual se interpolan múltiples elementos de un episodio del show de Dave Chappelle al interpretar a Rick James (2:10) presente en el refrán de la canción (*Wesley’s Theory by Kendrick Lamar Feat. George Clinton and Thundercat on WhoSampled*, s. f.).

Ahora bien, la canción “For Free? (Interlude)” fue producida por Terrace Martin y contiene un instrumental de jazz libre frenético con baterías, piano, bajo, órgano, guitarra y un saxofón alto. La canción más corta del disco, cuya duración es de 2 minutos y 11 segundos, tiene una estructura simple de un *intro*, un verso y un *outro* sin ningún *sample* (*For Free?*, s. f.).

Por otro lado, “Alright” fue producida por Pharrell Williams, quien provee vocales adicionales para el coro, y Sounwave. El *beat* está compuesto por baterías marcadas, un *sample* vocal que se repite, una línea de bajo y un saxofón alto que armoniza el ritmo. La canción marca un tiempo de 3 minutos y 39 segundos, y cuya estructura

²³ Esta canción que traduce “Cada negro es una estrella”, lleva implícito la representación de las temáticas del álbum y sirve de preludio para demarcar los aspectos explorados en su trabajo musical relacionado a la reivindicación de la población afroamericana, además de la tensión entre el arte y su comercialización.

está compuesta por un *intro* que le da paso a un coro, un verso y un pre-coro que se repite por dos ocasiones con un verso diferente y finaliza con un coro, un *outro* y un fragmento del poema recitado que se construye a través del álbum.

La pista contiene cuatro *samples*: principalmente el sonido vocal “1-ABMI7 AA” de Spectrasonics Virtual Instruments que hace parte integral del *beat*; las baterías de “Flowers of the Night” interpretada por Paul Kantner, Grace Slick y David Freiberg (0:18 y 1:27); hace una interpolación de su interpretación vocal y la letra de su segundo verso de la canción “Wesley’s Theory” (1:47) y finalmente, interpola un diálogo de Oprah Winfrey como Sofia Johnson en la película *El color púrpura* (0:03) (*Alright by Kendrick Lamar on WhoSampled*, s. f.).

“For Sale? (Interlude)” fue producida por Taz Arnold, Sounwave y Terrace Martin, y contiene una base de teclados, bajo, trompeta y saxofón alto. La canción tiene una duración de 4 minutos y 52 segundos y está estructurada con un *intro*, tres coros y dos versos intercalados, un refrán y termina con otro fragmento del poema que se revela con el transcurrir de las canciones. La pista contiene un *sample* de la letra de una canción de *folk* tradicional “Roses are Red” (1:48) presente en el primer verso (*For Sale?*, s. f.).

Finalmente, el tema “Hood Politics” fue producido por Tae Beast, Sounwave & Thundercat. Contiene un *intro* de una guitarra acompañada de baterías simples mientras se reproduce un mensaje de voz, para luego hacer una transición a un *beat* con baterías marcadas, una línea de bajo, teclado y sintetizadores. La canción marca una duración de 4 minutos y 53 segundos y tiene una estructura donde, después del *intro*, se presentan dos coros y dos versos intercalados, pasa a un interludio y retoma con un coro y un verso final, para cerrar con un coro que se interrumpe por el poema en cuestión con líneas adicionales.

Con respecto a los *samples*, este tema contiene tres: dos de ellos son interpolaciones vocales de letras de otros artistas como el de “Imaginary Player” de Jay-Z (4:01) presente en el tercer verso y el de “Notorious Thugs” de The Notorious B.I.G. y Bone Thugs-N-Harmony (2:19) que aparece en el segundo verso, además de contener múltiples elementos para el ritmo basados en la canción “All for Myself” de Sufjan Stevens (0:30) (*Hood Politics by Kendrick Lamar on WhoSampled*, s. f.).

3.4 Alcolirykoz y un barrio

Artista: Alcolirykoz, 2019 – Aranjuez, Colombia

Canción: “No Está en Venta” del disco Aranjuez

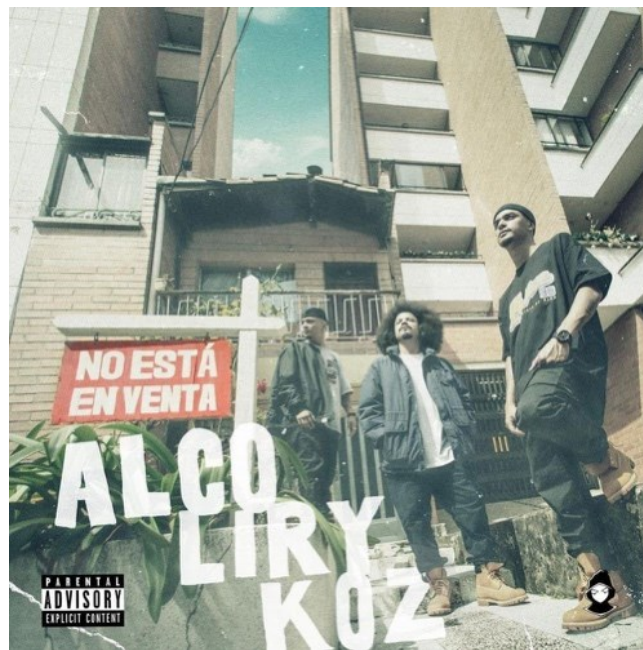
En un contexto diferente al norteamericano, aunque marginal, surgen en otro barrio con un entorno violento y de pobreza un grupo de raperos que manifiestan el mismo sentir de rebeldía frente a la mercantilización de su arte y con un propósito claro de reivindicar su lugar de origen. Sin pretender establecer únicamente continuidades entre ambos contextos, y al guardar unas debidas proporciones entre el hip-hop de Estados Unidos y Colombia, inclusive con la diferencia en el idioma, en el tamaño de la industria, en los más de 5.350 kilómetros que separan a Compton de Aranjuez, en la década y media transcurrida desde la denuncia de Jay-Z, inclusive a pesar de estas distancias artistas consolidados expresan esa tensión que sienten con la industria y hacen explícita su crítica frente al sistema.

Después de haber ganado terreno en la escena de rap local y al finalizar el 2019, como parte de su séptimo trabajo musical titulado *Aranjuez*, nombre de su barrio de crianza, el grupo de hip-hop colombiano Alcolirykoz presenta la relación compleja arte-comercialización inclusive desde la estética que proyecta la carátula del sencillo “No está en venta” (Alcolirykoz, 2019). En ella se retratan Fa-zeta, Kastro y Gambeta, los

tres integrantes del grupo, frente a una pequeña casa en medio de dos edificios imponentes, una imagen que transmite no sólo una dinámica mercantilista de la industria sino también del espacio, del barrio (ver Imagen 11).

El plano general usado en esta foto permite mostrar y crear paisajes de una forma no impersonal puesto que ayudan al observador a visualizar por completo la idea total de la intención expresiva. Esta imagen con un plano en contrapicada, que sitúa al visor por debajo de los personajes, le brinda un significado de poder, grandiosidad e imponencia. En ella se permite contemplar de cuerpo completo a los personajes, que permanecen de pie al frente de una casa familiar, con la carga emocional que trae asociada, y que permanece como los protagonistas, erguida frente a procesos de aceleración urbana y habitacional.

Imagen 11 – “No está en venta” (Alcolirykoz)



Nota. Carátula del sencillo. Fuente: Spotify

Los integrantes con sus botas, típicas del atuendo rapero, miran al horizonte como quien observa con detenimiento y preocupación la forma como se vende el barrio

para llenar de edificaciones que permitan construir “progreso”. De nuevo la ley de los impares resalta en la composición estética: tres estructuras urbanas, tres raperos y un letrero. A diferencia de los edificios en donde el ladrillo y el concreto resaltan a la vista, la casa pequeña entre esas dos construcciones sigue firme y tiene el único jardín que se alcanza a distinguir en el espacio. El letrero rojo que normalmente se usa para indicar cuándo una propiedad se vende resalta de forma contraria y explicita la intención, además de indicar peligro o alerta con una sentencia de tono retadora o agresiva.

No es coincidencia que el video musical de este sencillo sea lo más lejano a lo usualmente retratado en los videos de hip-hop (AlcolirykoZ, 2019). Carros gama alta, prendas de diseñador, joyas y otros lujos, fajos de dinero, excentricidades y cuerpos femeninos sexualizados están completamente ausentes del videoclip que propone también una lectura de divergencia con el valor de lo material en el hip-hop. La terna de raperos locales aparece en una casa de barrio con paredes inacabadas, sin resanar y despintadas. Y aunque todo indica que vuelven de una fiesta con pelea incluida, la escenografía no es otra que una cocina con tuberías expuestas, un pequeño cuarto, un baño sin gabinetes, la sala y el comedor con un bodegón de fondo (ver *Imagen 12*).

Imagen 12 – Cocina en “No está en venta” (Alcolirykoz)



Nota. Captura del video musical. Fuente: YouTube

La cotidianidad toma protagonismo. Los raperos realizan actividades básicas del hogar como preparar cereal, trapear, cortarse el cabello entre ellos, divertirse con un videojuego de finales de los años 80 e inclusive cuando se proyecta una celebración de cumpleaños, no es en una discoteca ni en un yate, sino en el comedor de la casa decorado con algunas bombas, banderines y serpentinas. Un pastel sencillo y tomar cerveza en vaso plástico acompañados de un dueto de cuerdas tradicional componen la festividad, que refleja un abandono de la ostentación característica del hip-hop (ver Imagen 13). Al finalizar el video, podemos ver que los integrantes del grupo salen de la casa plasmada en la carátula del sencillo, una casa que muestra ser tan ancha como la entrada de uno de los garajes de los edificios que la flanquean, cuyos más de ocho pisos parecen engullirse los dos pisos de la vivienda. El mensaje musical se vuelve más pronunciado con el mensaje estético y visual: no sólo el arte sino de dónde proviene espacialmente, el barrio, no están en venta.

Imagen 13 – Celebración en “No está en venta” (Alcolirykoz)



Nota. Captura del video musical. Fuente: YouTube

Este concepto estético se replica en la carátula del álbum donde no sólo el barrio toma protagonismo sino que nuevamente la comunidad, particularmente el combo de amigos, aparece en el lente (ver Imagen 14). La imagen fotográfica, que en esta ocasión es a color, considera la composición central con profundidad de campo, el plano americano y la repetición de patrones. Se alcanza a observar un grupo de once personas que se muestran en una calle cerrada por ellos mismos y que parecen estar jugar el típico “cotejo” de fútbol, en el que los tres integrantes del grupo están en el foco del lente, con un aspecto normal, diferente a portadas tradicionales de discos de rap en las que los artistas retratados que usualmente aparecen sin camisa tienen un cuerpo esculpido y musculoso, mientras ellos se ven comunes y corrientes. Aunque esta vez no hay presencia de los vicios glorificados por el consumismo, como fajos de dinero o botellas de alcohol, las posturas de los integrantes con manos atrás o cruzadas y cabeza levemente levantada producen tensión al retar y confrontar al observador. No obstante, esta sensación de tensión se matiza con patrones de repetición que armonizan

visualmente la imagen en los cuales, para casi todos los retratados, se repiten las posturas (de pie, sin camisa y manos cruzadas o atrás), la vestimenta y la actitud desafiante.

La estética de Alcolirykoz resalta lo comunitario, la tradición, lo barrial, lo familiar y la vida sencilla. Tampoco hay presencia de lujos ni extravagancias, y aunque no hay una señal directa de lucha, se percibe una postura que refleja apropiación comunitaria de la calle y del espacio, pero por otro lado desafía la valoración del individualismo, de lo material y opulento. Una calle que tampoco está en venta y una posición firme de confrontar a quien busque lo contrario o, como mínimo, refleja una toma de postura firme o soberana, para que permanezca de la forma que es y ha sido tradicionalmente.

Imagen 14 – *Aranjuez* (Alcolirykoz)



Nota. Carátula del álbum. Fuente: Spotify

La relevancia de este grupo antioqueño y el trasfondo de su mensaje no son menores puesto que Alcolirykoz no sólo es uno de los grupos más exitosos en la actualidad en la escena del hip-hop, sino que es considerado “el grupo más importante

en la historia del rap en Colombiano” (Cembrano, 2019, p. 106). Sin que haya mucha información disponible sobre sus ventas de discos o reconocimientos por parte de la industria, tienen cerca de 210 millones de reproducciones en servicios de *streaming* como Spotify y casi 840 mil oyentes mensuales (*Alcolirykoz - Spotify Top Albums*, s. f.).

No hay mucho material disponible de presentaciones en vivo de “No está en venta”, más allá de un par de videos de los fans grabados desde la audiencia, lo que evidencia la poca cobertura del rap colombiano por los medios masivos y la industria local, a diferencia del contexto estadounidense en el que los raperos participan con presentaciones en los eventos más importantes de la industria como los Premios Grammy. En el marco del lanzamiento de su disco *Aranjuez* se realizó un concierto en el Teatro Carlos Vieco en Medellín. En el canal oficial de “Vivir en el Poblado”, un periódico comunitario de orientación local, se subió un video con la interpretación de la canción (Periódico Vivir en El Poblado, 2021). En la presentación se aprecia un escenario sencillo. Detrás de los artistas se proyectan imágenes del video musical que acompaña la canción, un par de *set* de luces básicos y una pantalla led que proyecta el nombre del álbum, de su barrio. Sus tres integrantes están acompañados de una batería y una trompeta que aderezan la pista que suena de fondo y toca su DJ Fa-zeta (ver Imagen 15).

A manera de contraste, las imágenes sobre la presentación en vivo de Kendrick Lamar analizada unas líneas atrás (ver Imagen 9 e Imagen 10) provienen de una presentación realizada hace 8 años en el marco de los premios más importantes de la industria, subida apenas en enero del 2024 al canal oficial de YouTube de la “*Recording Academy / GRAMMYs*”, cuenta con más de 1,6 millones de vistas y más de 2.880 comentarios.

Imagen 15 – Lanzamiento del disco *Aranjuez*, 2021



Nota. Captura de la presentación en vivo. Fuente: YouTube

Por el lado de Alcolirykoz, la cuestión es muy diferente. A pesar de que el video lleve cerca de 2.5 años publicado, subido en noviembre del 2021, tiene tan solo 852 vistas y cero comentarios²⁴. Realizado en un escenario local y cubierto por un periódico de la misma índole, se puede intuir que se acompaña por un público de algunos cientos de personas por el espacio reducido. Aunque podría ser una comparación injusta por las dimensiones de los campos, esto permite identificar las diferencias de la industria e interés de los *mass media* por cubrir este tipo de eventos e invitar a estos artistas a presentaciones en vivo y premiaciones.

Esta canción fue producida por El Arkeólogo (pseudónimo que usa el integrante del grupo Gambeta al hacer ritmos) que contiene una base de cuerdas acompañadas por una batería simple, un canto de fondo y unos *scratch*²⁵. La canción, cuya duración es de

²⁴ Ambos videos consultados el 26 de mayo del 2024.

²⁵ Técnica tradicional usada por el DJ al interrumpir el curso de los discos en el tornamesa al adelantarlo o retrocederlo.

4 minutos y 1 segundo, tiene una estructura de un *intro*, dos versos y un coro intercalados, un puente y cierra con un coro y un *outro*. Aunque el coro parece un *sample*, en realidad fue compuesto por el grupo para la canción (*Alcolirykoz – No Está en Venta Lyrics* | *Genius Lyrics*, 2019).

En suma, valdría decir algo adicional en relación con el aspecto visual, ya que todas las portadas del corpus seleccionado incluyen la etiqueta de la RIAA de “*Parental Advisory Explicit Content*” que advierte sobre contenido explícito u ofensivo. Otro elemento que tienen en común es lo mencionado por Harrison y Arthur acerca del *layering* o de capas de significado, pues expresan más que una simple portada. En términos generales, la composición de las imágenes y lo que estas comunican plantean la postura de rechazo al campo del poder debido a la ausencia de imágenes prototípicas de los videos de rap. Estas imágenes revisadas son parte de actos comunicativos o “actos de imagen”, tal y como lo proponen Hook y Glaveanu, con significados imbricados acerca de lo que quieren reflejar en sus letras y, aunque únicamente en el caso de Alcolirykoz la tipografía utilizada tenga un estilo similar al del grafiti, se puede hacer tangible la conjugación de los elementos del hip-hop entre lo auditivo y lo visual.

Estas capas de significado y la intertextualidad también se pueden identificar desde el lado musical y sonoro. Las canciones son disímiles en su estructura, aunque los *intros* y los versos siempre están presentes. El 75% de las canciones analizadas tienen al menos un *sample* y las fuentes y usos aplicados de estos son diversas. Películas, shows de comedia, poesía, otras canciones de rap, baterías de *rock* o de máquinas de ritmos, instrumentos de jazz, partes de canciones de otros géneros o alguna barra de un rapero nutren el panorama sonoro y potencian el aspecto referencial de los artistas. Esto se refleja en una versatilidad creativa que da cabida a enriquecer textualmente su acto comunicativo con capas de significado. Algunos de los *samples* usados también son

referencias intertextuales a multimedia relacionada con el ethos del hip-hop, particularmente con la expresión de subjetividad afroamericana y las condiciones de marginalidad, inequidad y violencia por las que han transitado.

Finalmente, no podría ser mera coincidencia que, durante tantos años, diferentes artistas establecidos y comercialmente exitosos, de países lejanos y costas opuestas, revelen en su discurso una intención de rebelarse frente a las prácticas de legitimización de su industria, atravesada por dinámicas capitalistas del campo del poder y de la gran producción, que tienden a oponerse a las intenciones artísticas y estéticas²⁶. Paradójicamente, esta conversación entre el arte y el negocio pareciera tener frutos en ambas orillas, ya sea desde una confesión y análisis de su propia letra, desde una declaración polémica, desde la elaboración de un álbum completo, algunas “barras” o un video, ambos elementos de la relación problemática entre la comercialización del arte y el trabajo artístico se ven exaltados. Desde el lado artístico, las denuncias y sus mensajes son asimilados por sus pares como un eco que resuena con su sentir o articulan un anhelo artístico profundo, pero al mismo tiempo reverberan en un público que consume su mercancía aún más y beneficia a la industria.

²⁶ Algo similar ocurre con otro caso colombiano de autoproducción que va en contra de lo establecido por la industria y que es valioso comentarlo: Crudo Means Raw. El rapero paisa luego de sacar *Esmeraldas*, el álbum comercialmente más exitoso de su carrera, decide en el 2023 publicar su siguiente trabajo titulado *War Dog* para continuar de forma independiente pese a las ofertas lucrativas de la industria. El hecho de que el disco fuera lanzado un 01 de enero y en formato de sencillo, una sola pista de 24 minutos, parece ir en contravía de las buenas prácticas de la industria (mala fecha y mal formato para garantizar reproducciones). Crudo comunica con esto la primacía de seguir un camino estéticamente significativo versus la comercialización de su arte, además de su intención para dejar de ser un peón y no “ceder el control creativo de su arte” (Cembrano, 2023b).

4. Entre billetes y magnum opus

“incluso el éxito es una forma de fracaso desde el momento en que tener éxito solo significa convertirse en la nueva presa que el sistema quiere devorar” (Fisher, 2016, p. 21)

Después de revisar el aspecto visual por medio del análisis iconográfico, este capítulo se centra en examinar algunas letras por medio de un análisis hermenéutico para profundizar en los estratos y niveles de significación que tiene la representación de las tensiones mencionadas. Al notar las implicaciones y afirmaciones estéticas de los artistas frente a su trabajo y la comercialización del mismo, se complementa el proceso exploratorio de las tensiones ya mencionadas por medio de una metodología combinada entre la interpretación hermenéutica del contenido de sus letras, el análisis de elementos formales y algunos aspectos pragmáticos, lo que permitirá complementar una mirada a la representación de la dualidad entre creación y comercialización.

Es valioso notar la forma en la que el hip-hop se nutre de sus elementos constitutivos para que el arte de forma integral represente la naturaleza contradictoria del hip-hop, no sólo a través de sus letras (MC), sino que a través de los otros elementos musicales (DJ) y visuales (grafiti y *breakdance*), que en el presente trabajo se amplía a otras representaciones audiovisuales, le otorgan un sentido poético y estético de mayor alcance y profundidad. Sin embargo, esto ocurre solo en algunos casos, puesto que lo que empezó como norma, hacer un hip-hop “real”, auténtico en su esencia y que rindiera homenaje a la tradición, se ha convertido en la excepción, pues el mercado dio paso a un arte fundamentado en el negocio y en los números. Esta profundidad se puede ver en Michael P. Jefferies cuando dice que: “la mecánica del hip-hop permite el conflicto y la disputa, incluso dentro de mercancías limitadas. Las canciones y las

interpretaciones, además de ser polifónicas y usualmente politextuales son poli-ideológicas” (Jeffries, 2011, como se citó en) (Maner, 2022, p. 48).

Existe entonces una disputa entre dos esquemas de valores: por un lado, el estético/filosófico, acerca del trabajo artístico y, por el otro, el comercial/industrial, sobre la comercialización de un arte que irrumpió desde la marginalidad y acabó institucionalizado en medio de una lluvia de dinero y fama. Como describe Gioia, eso fue lo que pasó con el hip-hop: fue una innovación que sucedió “desde abajo hacia arriba y desde fuera hacia adentro” (Gioia, 2020, p. 12). Fueron estas circunstancias en condiciones de multiculturalismo el caldo de cultivo que logró germinar en un movimiento cultural que estaba compuesto de tradiciones africanas, pobreza neoyorquina y experiencias de migrantes latinos y caribeños. Probablemente esa mercantilización del arte ha sido promovida por un sistema que lo hace ver contestatario, pero lo promueve para que sea usado como mero entretenimiento, al arrebatarle su poder transformador y poder proteger posiciones de autoridad.

Las canciones, a partir de este momento poemas, toman el rumbo de análisis bajo algunos elementos planteados por Luján para comentarlos y mencionados en el primer capítulo. El proceso analítico aborda la interpretación hermenéutica y exploración de elementos formales y retóricos presentes en las letras, además del componente pragmático y de la forma artística interpretativa de la canción con el propósito de resaltar las tensiones entre arte y mercancía.

Para empezar, vale la pena anotar que en el hip-hop la estructura general de las canciones ha estado tradicionalmente compuesta principalmente de coros y estrofas de 16 versos (para ver el detalle en la estructura de las canciones seleccionadas remitirse al Anexo C – Estructura de canciones analizadas). Es de igual importancia mencionar que

en el argot del rap, las estrofas se conocen como versos y a los versos se les denomina “barras”. De forma similar, se ha denominado rima a aquella circunstancia en la que las palabras tienen consonancia fonética, independiente de su posición o lugar en el verso. Para evitar confusiones, se usará la denominación tradicional de estrofas, versos y rimas entendidas en el sentido poético. Valdrá la pena anotar un problema adicional que caracteriza a la música en esta era digitalizada. Los artistas ya no presentan sus propias letras como sí era usual en los cuadernillos que acompañaban los formatos físicos de las producciones discográficas. Hoy en día, algunas páginas web especializadas de trabajo colaborativo entre oyentes y editores o mecanismos de inteligencia artificial de plataformas de streaming, son quienes transcriben el contenido de las letras por lo que es común que se presenten diferencias entre los textos según la fuente. Para sortear esta dificultad se utilizará Genius, una de las páginas de letras más populares dentro del hip-hop, como única fuente.

Basado en el modelo que propone Luján, se realiza inicialmente un comentario general sobre los marcos del poema, los temas y motivos, los géneros líricos y los títulos para posteriormente comentar algunos de los elementos formales. Primero, los marcos que contienen los poemas son valiosos pues contextualizan la obra, ya que se componen del contexto del trabajo, del artista y de la ubicación del poema dentro del álbum. Con respecto a los temas de los poemas, también comentados anteriormente, en términos generales abordan las tensiones entre la comercialización del arte y el trabajo artístico. Asimismo, los motivos giran en torno al distanciamiento del canon estético hegemónico que se orienta al alardeo de su éxito económico, sexual y comercial, al tomar un decidido curso en contra y que le provee un mayor valor significativo y estético en el sentido de los campos de Bourdieu.

En relación con los géneros líricos, naturalmente al ser una crítica o diálogo con la industria, a veces por medio de representaciones de personajes como en algunas canciones de Kendrick Lamar, resalta la sátira como elemento principal. En “Hope” de Nas se puede evidenciar en su *outro* hablado un uso de la elegía por el infortunado fallecimiento de su cultura hip-hop (Luján Atienza, 1999, pp. 23-25).

A propósito de los títulos, estos se analizan para encontrar claves de la lectura del poema (Luján Atienza, 1999, pp. 31-34). Varias canciones tienen un título referencial al tema tratado en ellas mismas como en el caso de Jay-Z, Nas, “Alright” y “Hood Politics” de Kendrick Lamar. Otros funcionan como apóstrofes al transmitir la actitud de los artistas como en el caso de Alcolirykoz, “For Free? (Interlude)” y “For Sale? (Interlude)”. No obstante, en “Wesley’s Theory”, se incluye un personaje y se hace una referencia intertextual a un símbolo que al finalizar la canción se revela como un posible desenlace al hacer alusión a una situación fiscal y judicial de un actor famoso.

Ahora, es momento de revisar extractos de letras para profundizar en las tensiones mencionadas. La siguiente ruta cronológica, desde el 2003 al 2019, y geográfica, entre Estados Unidos y Colombia, presenta extractos de las letras en su lengua original y se incluyen traducciones personales en las notas al pie:

4.1 El momento de claridad de Jay-Z

Artista: Jay-Z, 2003 – Brooklyn, Estados Unidos

Canción: “Moment of Clarity” del disco *The Black Album*

Al ser esta su última puesta en la escena musical, era el momento perfecto para solidificar su legado como rapero, su historia y los logros que había alcanzado por su propia cuenta, no sólo como artista sino también como hombre de negocios. Jay-Z se refiere directamente a la tensión y naturaleza dual entre la comercialización del arte y el

trabajo artístico en los dieciséis versos de la segunda estrofa de su canción titulada “Moment of Clarity” (Jay-Z, 2003):

*Music business hate me 'cause the industry ain't make me
Hustlers and boosters embrace me and the music I be making
I dumb down for my audience and double my dollars
They criticize me for it, yet they all yell "holla"
If skills sold, truth be told, I'd probably be lyrically Talib Kweli
Truthfully I wanna rhyme like Common Sense
But I did 5 mill' – I ain't been rhyming like Common since (Woo!)
When your sense got that much in common
And you been hustling since your inception
Fuck perception! Go with what makes sense
Since I know what I'm up against
We as rappers must decide what's most important
And I can't help the poor if I'm one of them
So I got rich and gave back, to me that's the win-win
So next time you see the homie and his rims spin
Just know my mind is working just like them (Rims, that is)²⁷ (JAY-Z - Moment of Clarity
Lyrics | Genius Lyrics, 2003)*

Este “momento de claridad” se presenta en forma de diálogo con la industria en el que el yo lírico confiesa elegir deliberadamente simplificar su mensaje para conectar con una audiencia mayor (el campo de la gran producción), y de esta forma tener más éxito y aumentar su capital económico. Aunque sea objeto de críticas por ello, defiende que de igual forma la audiencia compra sus discos y canta sus temas, lo que simboliza muy bien el proceso de obtener más beneficios económicos.

²⁷ “El negocio de la música me odia porque la industria no me hizo / Estafadores y rebuscadores me aceptan y la música que estoy haciendo / Lo simplifico para mi audiencia y duplico mis dólares / Me critican por eso, pero todos gritan “Holla” / Si las habilidades vendieran, la verdad sea dicha, sería probablemente como Talib Kweli líricamente / Sinceramente quiero rimar como Common Sense / Pero hice 5 millones - no he rimado como Common desde entonces (Woo!) / Cuando tu sentido tiene tanto en común / Y tú has estado rebuscando desde tu comienzo / Que se joda la percepción! Ve con lo que hace sentido / Ya que se a lo que me enfrento / Nosotros como raperos debemos decidir qué es lo más importante / Y no puedo ayudar a los pobres si soy uno de ellos / Entonces me hice rico y devolví, para mí eso es el gana-gana / Así que la próxima vez que veas a tu amigo y sus rines girar / Solo ten presente que mi mente está trabajando igual que ellos (rines, eso es)”. Traducción personal.

Ese sacrificio estético se ve reforzado por el uso del símil entre dos raperos valorados por el contenido de sus letras y su habilidad con el lenguaje (Talib Kweli y Common Sense) que no siempre se traducen en éxitos musicales y dinero, lo que a su vez es representado por los dólares en forma metonímica como representación del capital económico (*double my dollars*). La comparación permite contrastar la oposición entre el valor artístico y estético en contraposición del valor comercial y económico. La voz emplea jerga tradicional del hip-hop al hacer uso de una especie de subversión del lenguaje al emplear vulgaridades (*fuck*) y contracciones de palabras (*'cause, holla, wanna y mill*).

En esta estrofa, se entrega el mensaje principalmente por medio del empleo de rimas consonantes internas (*bate me, make me, embrace me y making / sold y told / probably, lyrically, Talib Kweli y truthfully / sense y since / inception y perception*) aunque también se presentan rimas finales consonantes (*dollars y holla / win, spin y rims*) y algunas asonantes (*against e important*). En la interpretación fonética de su verso utiliza la aliteración al rimar palabras con los nombres artísticos de los raperos aludidos y al usar en seis ocasiones diferentes las palabras cuasi homófonas *sense y since*.

En su libro *Decoded*, dedica unos párrafos para ahondar sobre la tensión arte-comercialización. En sus palabras, “el hip-hop es demasiado importante como herramienta de expresión como para reducirlo simplemente a un producto comercial” (Jay-Z, 2010, p. 85). Describe que esta forma injusta de simplificar el trabajo artístico explica por qué conscientemente toma decisiones sobre su técnica y su estilo para poder ampliar su alcance sin perder la integridad, hasta el punto en el que menciona una especie de desdoblamiento al afirmar que hay “dos Jay-Z cuando miras mi música”, el

que hace canciones simples para el entretenimiento de las masas y el que hace algunos *tracks* más profundos y complicados para quienes aprecian el arte (Jay-Z, 2010, p. 85).

Parece que simplificar el mensaje (*dumb down*) es la única forma para ganar en la industria de la grabación “balanceando el arte, el oficio, la autenticidad y la accesibilidad” (Jay-Z, 2010, p. 86). Inclusive defiende esto como el mecanismo para poder ayudar a los suyos a cambiar su realidad mientras él se hace rico. Por esta razón, la voz cuestiona que los artistas se deban enfocar únicamente en el arte y no en el lado del negocio como una forma de imprimirle pureza, pero en últimas declara que para tener un buen negocio primero se debe ser un buen artista, y trata de acercar el campo de la producción restringida del campo de la gran producción. En las notas explicativas de su libro acerca de la canción, se refiere a que sus letras son acerca de su filosofía musical y la tensión entre sus instintos comerciales y artísticos, puesto que la diferencia entre un gran rapero con habilidades técnicas y un gran compositor, se da en torno al alcance que tenga su arte con una audiencia mayor (Jay-Z, 2010, p. 224).

En defensa de la posición sobre sacrificar algo de técnica y arte para ser comercialmente más exitoso, Jay-Z define al rap como algo creado para “manejar contradicciones”, al permitirle reconocer que se puede ser fiel a sí mismo y a la vez tener ideas opuestas o dimensiones inexploradas (Jay-Z, 2010, p. 141). Su visión parece inclinarse por una reflexión funcional y utilitarista del arte, en el sentido de cómo hacer arte exitoso a costa de un sacrificio estético que le permita producir más: más reproducciones, más audiencia o, en últimas, más dinero. Pareciera que el *habitus* que moldea sus decisiones lo inclina a luchar por posiciones dentro del campo de la gran producción, al valorar más el capital económico que el capital artístico, social y cultural.

Desde el punto de vista pragmático, entrega el mensaje de forma egótica al enunciarlo en primera persona. En sus versos se dirige a un “ellos” como un otro que representa a la audiencia y la opinión popular pero al mismo tiempo habla a sus pares al referirse a “nosotros como raperos” e invitarlos a elegir sobre lo más importante, una especie de invitación a construir capital económico en su quehacer rapero para poder ayudar a su comunidad a adscribirse al *ethos* rapero. Lo anterior permite constatar que no importa únicamente el reconocimiento comercial otorgado por la industria, sino que también es valioso el reconocimiento artístico por parte de la comunidad rapera y sus diferentes actores. Inclusive, aun cuando se ocupen o prioricen ciertas posiciones en el campo, no se está inmerso completamente en alguno de los polos sino que más bien son horizontes o modelos entre los cuales se mueven los artistas. En términos de intertextualidad, el yo poético alude a algunos de sus pares, cuyo capital simbólico es mayor, puesto que son valorados por su calidad, tanto por la audiencia como por los críticos, pero que comercialmente no son tan exitosos (Talib Kweli y Common Sense).

Para concluir con el análisis de este poema, los versos interpretados por Jay-Z y que funcionan como una especie de confesión pública demarcan claramente una tensión interna entre el valor estético y comercial de su arte, similar a las oposiciones de los campos planteados por Bourdieu aunque en su disección propia de sus mismas letras trate de hablar de un balance. La alusión a simplificar el mensaje y alejarse de estilos artísticos más complejos le permiten al rapero tener éxito en un mercado masivo que le permite construir capital económico a costa de un sacrificio simbólico relacionado a la estética de su arte. Hace una defensa y argumenta la posición que decide ubicar en el campo con una glorificación capitalista aunque demuestra consciencia de los otros polos estéticos.

4.2 La esperanza de Nas

Artista: Nas, 2006 – Queens, Estados Unidos.

Canción: “Hope – Acapella Version” del disco *Hip Hop is Dead*

El tumultuoso coctel de acontecimientos que ocurrían cuando Nas sacó su álbum lo llevó a cerrar su disco con la canción “Hope – Acapella Version”, una denuncia directa pero a la vez marcada por la esperanza de una corrección del rumbo (Nas, 2006):

(Live Hip Hop, Live) Ain't got nothing to do with Old School
(Live Hip Hop, Live) New School, Dirty South
(Give Hip Hop, Give) West Coast, East Coast, this about us
(Give Hip Hop, Give) This our thing, you know what I'm saying
(Stay Hip Hop, Stay) This came from the gut, from the blood
(Stay Hip Hop, Stay) From the soul, right here, man
(I Pray Hip Hop, Pray) This is our thing, man
(I Pray Hip Hop, Stays) You know? so I say what I say
(Live Hip Hop, Live) And I say what I say, and I mean it
(Live Hip Hop, Live) Y'all take it how you want to take it
(Give Hip Hop, Give) Because if you asking: "Why is Hip Hop dead?"
(Give Hip Hop, Give) It's a pretty good chance, you the reason it died, man
(Stay Hip Hop, Stay) It's a pretty good, chance your lame ass, corny ass
(Stay Hip Hop, Stay) Is the reason it died, man
(I Pray Hip Hop, Pray) You don't give a fuck about it, you don't know nothing about it
(I Pray Hip Hop, Stays) You want this paper, be a hustler
(Live Hip Hop, Live) You a hustler, you ain't a rapper, get your paper man
(Live Hip Hop, Live) You know what I'm saying, but this rap shit is real²⁸ (Nas – Hope - Acapella Version Lyrics | Genius Lyrics, 2006)

²⁸ “(Vive hip hop, vive) No tiene nada que ver con la vieja escuela / (Vive hip hop, vive) Nueva escuela, Sucio Sur / (Entrega hip hop, entrega) Costa oeste, costa este, esto es sobre nosotros / (Entrega hip hop, entrega) Esto es nuestra cosa, sabes lo que estoy diciendo / (Quédate hip hop, quédate) Esto vino de las entrañas, de la sangre / (Quédate hip hop, quédate) Del alma, acá mismo, hombre / (Yo rezo hip hop, rezo) Esto es nuestra cosa, hombre / (Yo rezo que el hip hop se quede) ¿Tú sabes? Así que digo lo que digo / (Vive hip hop, vive) y yo digo lo que digo, y lo digo en serio / (Vive hip hop, vive) Ustedes lo tomarán como lo quieran tomar / (Entrega hip hop, entrega) Porque si estás preguntando: “¿por qué está muerto el hip hop?” / (Entrega hip hop, entrega) Es muy probable, tu seas la razón por la que murió, hombre / (Quédate hip hop, quédate) Es muy probable, tu culo aburrido, culo ridículo / (Quédate hip hop, quédate) Es la razón por la que murió hombre / (Yo rezo hip hop, rezo) A ti no te importa un carajo, no sabes nada sobre eso / (Yo rezo que el hip hop se quede) Quieres este dinero, ve y rebúscatelo / (Vive hip hop, vive) Tu eres un rebuscador, no eres rapero, busca tu dinero / (Vive hip hop, vive) Sabes lo que estoy diciendo, pero esta mierda del rap es real”. Traducción personal.

Esta “esperanza” es entregada en una versión a capela. Al dejar por fuera los instrumentales lleva al oyente a centrar la atención en sus palabras, que se acompañan por un suave coro de fondo que parece hacerle una plegaria al género. En esta canción, la voz entrega un mensaje contundente que se dirige a todo el hip-hop, más allá de una región en específico (costa oeste y costa este), a la vertiente originaria de la cultura (vieja escuela) y a los nuevos artistas (nueva escuela), y deja un cuestionamiento acerca del propósito que tienen los artistas al hacer este tipo de música. Este *outro* de Nas, a diferencia de lo planteado por Jay-Z, proyecta que la unión entre artista comercial y rapero genuino parecen ser irreconciliables.

El rapero alude a que si el objetivo del artista es el dinero y rebuscarse los medios para sobrevivir, le arrebatara su cualidad estética como rapero puesto que no se le da a la cultura hip-hop la importancia simbólica que merece, además de desconocer la historia y la esencia del rap. Quien habla plantea una especie de contraposición entre el arte estético entendido como un oficio y el arte utilitarista centrado en la comercialización. Esta oposición bosqueja una crítica hacia el objetivo mercantilista de hacer música sólo para ganar dinero y rechaza el sacrificio estético que deja al arte como una forma más de rebusque y que ubicaría su elaboración artística en otros campos de la producción cultural.

En la época en que salió este poema se distanciaban las formas de hacer música de quienes crecieron con el género, vivieron en sus inicios y protegían los valores y el *ethos* fundacionales del mismo, respecto de quienes nacieron años después influenciados por el internet y aspiraban a tener el estilo de vida ostentoso proyectado por raperos. Sin embargo, el discurso del yo poético enfatiza en que no se trata del tiempo ni del espacio, no es un tema generacional ni de ubicación geográfica. Más bien concierne al

origen del sentido, de recordar de dónde vino el género, cómo tomó forma y corporeidad, al hacer referencia al intestino y la sangre.

En ese sentido del surgimiento y origen del género, al igual que Jay-Z lo identifica como un medio para subsistir, se enmarcan estas tensiones opuestas derivadas de la relación entre la comercialización del arte y el trabajo artístico. Nas se ubica en un discurso más general entre polaridades como la riqueza contra la subsistencia, y que es matizado en grados más complejos con dinámicas entre lo canónico y lo emergente, lo global y lo local y la explotación de la industria por parte del artista o la explotación del artista por parte de la industria. Estas representaciones engloban la expresión dicotómica entre usar el arte para conseguir dinero y construir capital económico versus el ser rapero como decisión artística para construir capital simbólico, social y/o cultural.

El texto usa algunas figuras de dicción: el paralelismo al inicio de cada verso, que hace las veces de rezo, le indica al hip-hop que viva, se quede, se entregue y ora por este mientras se repite esta estructura y el yo poético presenta sus versos hablados. De igual forma está presente la anáfora cuando explica que no tiene que ver con los orígenes del hip-hop (*this our thing*), al justificar su enunciación (*I say what I say*) y al responder a una pregunta retórica sobre el culpable de su fallecimiento (*It's a pretty good chance*). Gramaticalmente hay uso de formas o conjugaciones verbales incorrectas al omitir algunas palabras pero que es usual en la jerga del hip-hop. El yo poético enfatiza sus ideas al hacer uso del argot rapero (*paper* como “dinero”, *lame* como “aburrido” y conjugaciones incorrectas del verbo *to be*). En términos de la fonética, la voz usa el recurso de palabra hablada y sincroniza sus intervenciones con el coro cantado por detrás de sus mensajes directos.

Con respecto al elemento pragmático, este poema se encuentra en primera persona que se dirige a un interlocutor generalizado pero señala específicamente a aquellos que cuestionan su afirmación acerca de la muerte del hip-hop y cuyo acto de habla funciona como un reclamo o recriminación acerca de cómo los productores y la industria se han apropiado de esta forma artística por su valor de cambio con el único fin de capitalizar el auge de su cultura.

En pocas palabras, este poema representa la oposición en las posturas de Bourdieu acerca de los campos, al dividir la consecución de dinero (*paper*) con la elaboración de productos culturales ricos en capital simbólico. La postura de Nas acerca de la muerte del hip-hop y la apropiación de este arte se alinea con lo planteado por Gottdiener con relación a los *mass media*, y del cual el productor de la cultura de masas ya ha capitalizado el hip-hop. De igual manera, el reclamo de lo artístico y la oposición de la generación de dinero con el arte musical da cuenta de los planteamientos de Adorno con relación a las industrias culturales en las cuales se trivializa el contenido de los productos artísticos.

4.3 La transformación de Kendrick Lamar

Artista: Kendrick Lamar, 2015 – Compton, Estados Unidos

Canciones: “Wesley’s Theory”, “For Free? (Interlude)”, “Alright”, “For Sale? (Interlude)” y “Hood Politics” del disco *To Pimp a Butterfly*

En la canción introductoria del álbum, “Wesley’s Theory”, El yo lírico fantasea con el sueño americano luego de lograr el éxito y presenta a uno de los antagonistas, *Uncle Sam* o el Tío Sam, que lo empieza a seducir (Kendrick Lamar, 2015e):

*What you want you? A house or a car?
Forty acres and a mule, a piano, a guitar?
Anythin', see, my name is Uncle Sam, I'm your dog
Motherfucker, you can live at the mall
I know your kind (That's why I'm kind)*

*Don't have receipts (Oh, man, that's fine)
Pay me later, wear those gators
Cliché? Then say, "Fuck your haters"
I can see the baller in you, I can see the dollar in you²⁹ (Kendrick Lamar (Ft. George Clinton
& Thundercat) – Wesley's Theory Lyrics | Genius Lyrics, 2015)*

En este poema dialogal, aunque en los versos señalados sólo se identifique una voz, el Tío Sam, una de las figuras más representativa del estado capitalista, plantea una elección. Luego de que en la primera estrofa de la canción el yo lírico deja claro cómo ha sido “prostituido por el consumo” al imaginar en lo que gastará su nueva fortuna y de esbozar una imagen similar a la portada del álbum, en la que aparece rodeado de amigos, licor y dinero en frente de la Casa Blanca, el yo poético hace referencia a “40 acres and a mule” que hizo parte de una promesa estatal relacionada con la abolición de la esclavitud en diciembre de 1865, como una forma de reparación a los negros pero que fue reversada tan solo unos meses después³⁰ (Cuchna, 2016b). Al hacer uso de esta referencia, la voz denuncia la postura gubernamental de hacer intentos de reparación incumplidos que reflejan la opresión y explotación a su comunidad afroamericana.

La personificación del Tío Sam, cuyas iniciales en inglés (US) coinciden con *United States*, es una figura que surgió de la guerra y representa principalmente una personificación nacional del gobierno federal del país norteamericano, aunque también

²⁹ “¿Qué quieres tu? ¿una casa o un carro? / ¿Cuarenta acres y una mula, un piano, una guitarra? / Cualquier cosa, mira, mi nombre es Tío Sam, soy tu amigo / Hijo de puta, puedes vivir en el centro comercial / Conozco tu especie (por eso soy amable) / No tienes recibos (Oh, hombre, está bien) / Págame luego, ponte esos lagartos / ¿cliché? Entonces di: “que se jodan tus envidiosos” / Puedo ver el derrochador en ti, puedo ver el dólar en ti”. Traducción personal.

³⁰ Esto hizo parte de la Orden Especial de Campo #15 emitida por el comandante general William T. Sherman, que ordenaba incautar 40 mil acres de tierras confederadas para ser redistribuidas entre esclavos negros y que las mulas de la Armada podrían ser prestadas a los nuevos habitantes. Para junio de 1866, 40 mil familias negras habitaron las tierras. Unos meses después del asesinato del presidente Lincoln, el nuevo presidente Andrew Johnson ordenó retornar la mayoría de las tierras a sus dueños originales. Esta referencia, que se repite a lo largo del disco, representa la historia de traición y desconocimiento de oportunidades a la comunidad afroamericana.

ha sido asimilada como una manifestación de patriotismo y de la cultura de Estados Unidos. Su representación gráfica es la de un hombre de edad vestido con los colores de la bandera estadounidense. En el poema, su mención tiene un sentido doble: representa el sistema económico capitalista del gobierno de los Estados Unidos, que a su vez representa la figura del proxeneta que busca explotar a Lamar al instigar el gasto y así “beneficiar al sistema opresor que lo ha marginalizado toda su vida” (Cuchna, 2016b).

El lenguaje usado corresponde a lo usual del hip-hop, en el que se usa el argot rapero y algunos términos populares en este tipo de música. La presencia de groserías funciona como vehículo para cargar emotivamente sus expresiones (*motherfucker* y *fuck*), además de usar *slang* de forma metonímica con algunas palabras: *dog* como amigo, *haters* como opositores y *baller* como basquetbolista exitoso que hace dinero y lo puede gastar.

La voz del poema se apoya en algunas figuras del lenguaje, adicionales a la personificación, para transmitir su punto. Usa la metonimia para referirse al sistema capitalista por medio de la alusión al Tío Sam. Esta figura se usa también para profundizar en el sistema económico hegemónico de los Estados Unidos al referenciar la compra de elementos lujosos (*gator* como zapatos de lagarto) y al derroche de dinero de forma desenfrenada con la expresión de “vivir en el *mall*”. Con respecto a la fonética del poema en cuestión, Lamar usa inflexiones y efectos vocales para diferenciar a quien habla, el Tío Sam, de la otra voz que hace parte del poema. Se apoya en la aliteración con el pronombre de la segunda persona del singular (*you*) al igual que en una especie de paralelismo con la frase “puedo ver el” (*I can see the*). La voz entrega sus versos al usar rimas finales consonantes (*car* y *guitar* / *kind* y *fine*), otras internas (*later*, *gators* y *haters*) y algunas asonantes (*dog* y *mall*).

En relación con el aspecto pragmático, este poema usa la apelación, al ser enunciado desde una segunda persona y proyectar una comunicación entre dos interlocutores: el Tío Sam y la otra voz. A diferencia de los casos anteriormente estudiados, acá aparece la pregunta como recurso artístico cuyo acto de habla transmite una invitación en la que se interroga al yo poético y se le ofrece la posibilidad de derrochar su fortuna, mientras lo tienta con sus deseos. El interrogador se muestra como su amigo y su discurso retórico tiene un sentido de ironía al darle a entender que se interesa por él, es amable y comprensivo con sus necesidades y deseos materialistas.

Las relaciones intertextuales se dan con la referencia al símbolo estadounidense gubernamental, y que surge de la guerra, como lo es el Tío Sam. Por otro lado, en el mismo nombre de la canción se usa la analogía de Wesley Snipes, un actor famoso de los 90 que “fue encarcelado por cargos de evasión fiscal” (Maner, 2022, p. 7). “La teoría de Wesley”, deja intuir una advertencia de otra forma de institucionalización a pesar de que se tenga éxito, se genere dinero y, como demanda el sistema, se gaste, puesto que alude a un posible desenlace en prisión.

Por último, en este poema se aprecia la tensión dialéctica entre la comercialización del arte y el trabajo artístico, en la cual se entiende la primera como el fin y no como un medio. Igualmente, opone símbolos materiales (*car*) con artísticos (*guitar*), históricos (esclavitud) con otros de la sociedad contemporánea urbana (*mall*) para profundizar en esta ficción del éxito comercial. Este fin comercial le permitirá al artista lograr la acumulación de capital económico necesario para ocupar una posición en el campo de la gran producción. Igualmente, se relaciona con lo planteado por Taylor cuando describe al capitalismo como una forma social y superestructura cultural que va mucho más allá de ser un sistema económico y que termina por volver a la música en un *commodity*.

Como se mencionó anteriormente, la dupla de la canción anterior es la séptima pista “Alright”. A pesar de ser un canto de resiliencia, optimismo y llamado a la acción comunitaria, se presenta en la segunda estrofa la otra figura antagonista del álbum: *Lucy* o nombre corto de Lucifer, a quien se le asocian propiedades femeninas y que tienta a Lamar de la misma forma como lo hizo el Tío Sam en la anterior canción (Kendrick Lamar, 2015a):

*What you want you, a house? You, a car?
Forty acres and a mule? A piano, a guitar?
Anything, see my name is Lucy, I'm your dog
Motherfucker, you can live at the mall
I can see the evil, I can tell it, I know it's illegal
I don't think about it, I deposit every other zero
Thinking of my partner, put the candy, paint it on the Regal
Digging in my pocket, ain't a profit big enough to feed you
Every day my logic get another dollar just to keep you
In the presence of your chico, ah!*³¹ (Kendrick Lamar – *Alright* Lyrics | *Genius* Lyrics, 2015)

En la narrativa de TPAB, esta canción llega después del punto más bajo del álbum, cuando deprimido y ebrio Lamar toca fondo por su propio resentimiento y culpabilidad. “Alright” (“Está bien”) es el punto de acceso al acto de “alas emergentes” en el cual el artista ha superado al Tío Sam y se siente determinado a enfrentar sus propios demonios, hasta que conoce “la próxima encarnación del pecado” (Cuchna, 2016d). *Lucy* es el diablo personificado. Muestra cómo el mal se adapta y se presenta después de su momento vulnerable, a pesar de haberse encaminado en un trayecto de positividad. El yo poético, ahora reconoce la maldad y el hecho de que ninguna cantidad

³¹ “¿Qué quieres tú, una casa? ¿Tú, un carro? / ¿Cuarenta acres y una mula? ¿un piano, una guitarra? / Cualquier cosa, mira mi nombre es Lucy, soy tu amigo / Hijo de puta, puedes vivir en el centro comercial / Puedo ver el mal, puedo decirlo, sé que es ilegal / No pienso en eso, deposito cada otro cero / Pensando en mi compañero, pon el caramelo, píntalo en el Regal / Excavando en mi bolsillo, no hay ganancia suficientemente grande como para alimentarte / Cada día mi lógica obtiene otro dólar solo para mantenerte / En la presencia de tu chico, ah!”. Traducción personal.

de dinero será suficiente para saciar la avaricia, no sólo del sistema sino de sus propios deseos ambiciosos y egocéntricos.

Aunque funge como canto a la esperanza y la solidaridad también hace las veces de reclamo desafiante al sistema. Por esta razón fue escuchada durante muchas de las protestas callejeras asociadas al movimiento *Black Lives Matter*, que para autores como Larry Buchanan, Quoc Trung Bui y Jugal K. Patel ha sido el movimiento social más grande en la historia de los Estados Unidos, lo que llevó a que la canción se convirtiera en su himno no oficial, lo cual la hace ser reconocida como el primer himno negro del siglo XXI (Maner, 2022, p. 62).

Después de una introducción de *Lucy* casi idéntica a la del Tío Sam, el yo poético reacciona mucho más rápido y tan solo después de cuatro versos logra darse cuenta y denunciar las intenciones cargadas de ironía y que se pueden contrastar con la estrofa completa que tuvo la presentación y el discurso del Tío Sam en “Wesley’s Theory”. Este diálogo se convierte en una especie de oposición interior, dado que nuevamente se presentan capas de personificación en las que *Lucy* representa no solo a Lucifer o una figura diabólica, sino que también personifica los demonios internos que lo atormentan.

Con respecto al lenguaje, a partir del quinto verso se presenta lo que Luján denomina “geminación”, en donde se repiten diferentes pronombres (*I, my, you*) en una especie de aliteración que se ubica en diferentes lugares de los versos (Luján Atienza, 1999, p. 147). Esto a su vez estructura unos paralelismos para describir acciones (*I can see, I can tell, I know / thinking of my, digging in my / to feed you, to keep you*). El *slang* en esta ocasión se presenta con palabras como *zero, candy* y *chico* para designar una suma grande de dinero, una pintura que luzca como una golosina y un sustantivo común en español. Estos elementos se relacionan con la ostentación y el embellecimiento superficial como

una representación del valor estético fácilmente reconocible pero que solo imita la apariencia de lo artístico.

En relación con el aspecto fónico, la interpretación refleja nuevamente su contraparte (“Wesley’s Theory”) al usar rimas consonantes (*car* y *guitar*), rimas internas consonantes (*evil*, *illegal* y *Regal* / *thinking* y *digging*), algunas asonantes (*dog* y *mall*) y otras rimas asonantes internas (*partner*, *pocket* y *logic*). De igual forma, usa la aliteración con el verbo poder (*I can*) y con los pronombres “yo” (*I*) y “tú” (*you*). En esta ocasión Lamar entrega sus rimas con un ritmo mucho más caudaloso y a partir del quinto verso empieza a hacer uso de polirritmias al diferenciar los acentos en distintas posiciones (*I, every, thinking, put, paint, digging, ain’t, big, get, dollar, ah!*) para finalizar el fragmento analizado con una pausa, no sólo del ritmo sino de su veloz interpretación.

En términos pragmáticos, es un poema cuyo enunciador contiene un cambio de persona brusco. Inicia como un poema relatado desde la segunda persona cuyos interlocutores son *Lucy* y el yo poético. A partir del quinto verso, el yo poético se apropia de la voz y se convierte en un poema egótico al ser enunciado en primera persona y cuyos interlocutores son los mismos, solo que esta vez es el yo poético quien responde enérgicamente a las tentaciones de *Lucy*, que coinciden con las del Tío Sam anteriormente analizadas. La voz le recrimina a *Lucy* y, al mismo tiempo, denuncia sus verdaderas intenciones al identificar la ironía en su discurso. La intertextualidad de este fragmento hace referencia a otra canción de este mismo corpus seleccionado, “Wesley’s Theory”, en la cual los primeros cuatro versos son una réplica casi idéntica de la estructura de ese poema, que incluye a su vez la alusión directa a políticas gubernamentales relacionadas con el fin de la esclavitud y descritas en la canción anterior (cuarenta acres y una mula).

Para terminar con el análisis de este poema es importante resaltar que la lucha exterior que se origina por la competencia y el posicionamiento dentro de los diferentes campos de producción cultural en el espacio social parece tener un reflejo interno en la disposición artística de su creador, en la que el *ethos* del hip-hop, cuya idea de mantenerlo real y auténtico, produce contradicciones con las necesidades propias generadas por los contextos de marginalidad y la comercialización exitosa de su arte al momento de tener éxito en la industria.

Otra pista donde se hace una crítica al sistema es el interludio “For Free? (Interlude)”. En esta canción, en la que Lamar parece usar la técnica de palabra hablada para hacer una crítica al capitalismo norteamericano sobre un instrumental que parece un “movimiento libre de jazz” que rechaza las estructuras musicales convencionales (Kendrick Lamar, 2015b):

*This dick ain't free
You lookin' at me like it ain't a receipt
Like I never made ends meet
Eating your leftovers and raw meat
This dick ain't free
Livin' in captivity raised my cap salary
Celery, tellin' me green is all I need
Evidently, all I seen was Spam and raw sardines
[...]
Matter of fact, it need interest
Matter of fact, it's nine inches
Matter of fact, see our friendship based on business
Pension, more pension, you're pinchin' my percents
It's been relentless, fuck forgiveness, fuck your feelings
[...]
Oh America, you bad bitch, I picked cotton and made you rich
Now my dick ain't free³² (Kendrick Lamar – For Free? (Interlude) Lyrics | Genius Lyrics, 2015)*

³² “Este pene no es gratis / Me estás mirando como si no fuera un recibo / Como si nunca me alcanzara para llegar a fin de mes / Comiendo tus sobras y carne cruda / Este pene no es gratis / Viviendo en cautiverio aumenté mi salario máximo / Apio, diciéndome que lo verde es todo lo que

La voz asume una postura dialogal en la cual representa una conversación entre el yo poético y Estados Unidos (América en su letra original), mientras se hacen reclamos y demandas desde ambas partes. América es una mujer que demanda dinero, lujos y menosprecia la actitud de rebelión en contra del sistema, pero se encuentra con una voz de resistencia que reclama reparación, al rehusarse a no contar con una compensación justa y ser esclavizado como sus ancestros (Maner, 2022, p. 9). La mujer menciona al Tío Sam, como si este fuera el proxeneta y ella la trabajadora sexual, aunque se intercambian los papeles y es el yo poético quien termina por ser prostituido por ella (Maner, 2022, p. 12). Su rebelión, al referenciarse a sí mismo a través de sus genitales (una referencia fálica al poder), lleva a cuestionar cómo sigue pobre mientras ha trabajado para hacer rico al Estado, lo que configura una relación de esclavitud, bajo la cual históricamente América ha sometido a la raza negra para conseguir riqueza a costa de su libertad.

El hecho de que el título sea una interrogación (“¿Gratis?”) lleva a interpretar esta conversación de dos maneras, debido a la traducción de la palabra *free*: una bajo una noción de gratuidad y otra de libertad. Por un lado, la posición donde estéticamente se puede afirmar un talento que tiene valor y por ende no es gratuito y, por el otro, la condición de explotación del arte como relación de esclavitud que determina la pérdida de libertad y que tiene un precio, el precio del sueño americano que el Tío Sam puede costear (Cuchna, 2016c). Los artistas son comprados, prostituidos y desechados cuando no le dan a América o al sistema lo que quiere, similar a la forma en que Adorno

necesito / Evidentemente, todo lo que vi fue jamoneta y sardinas crudas / [...] / De hecho, necesita intereses / De hecho, es de nueve pulgadas / De hecho, nuestra amistad se basa en negocios / Pensión, más pensión, estás pellizcando mis porcentajes / Ha sido despiadado, que se joda el perdón, que se joda tus sentimientos / [...] / Oh América, eres una perra mala, recogí algodón y te hice rica / Ahora mi pene no es gratis”. Traducción personal.

manifiesta la integración o eliminación de los productos culturales que se alejan del estándar productivo y que se agudizan, al ser esta una canción con una estética sonora y musical poco convencional para el hip-hop.

El tono confrontacional de esta conversación se manifiesta en una especie de alegoría, la cual se extiende continuamente a lo largo de la estrofa con el tropo metafórico de esclavitud, marcado por la afirmación “este pene no es gratis/libre”. Esta declaración se puede entender también como una sinécdoque en donde la parte genital representa al yo poético, al hombre de raza afroamericana y al artista. La oposición entre gratuidad/libertad se intensifica al hacer referencia a un cautiverio y a condiciones precarias en las que se alimenta con sobras, la marca de jamoneta SPAM, sardinas y carne cruda. Asimismo, alude a la condición de esclavitud al mencionar cómo recogió algodón, como sus ancestros afroamericanos, para hacer rico a su país y al aludir a estereotipos raciales como el tamaño de sus genitales (*it's nine inches*). Finalmente, se ejemplifica esta tensión entre gratuidad/libertad al hablar acerca de ser percibido como una mercancía (al hacer un símil con un recibo) y en cuanto a cómo el gobierno pellizca sus porcentajes de ingreso y su pensión.

El poema se apoya en paralelismos al repetir las estructuras *this dick ain't free*, y *matter of fact*. Se usan las vulgaridades como parte del léxico rapero usual (*dick, fuck, bitch*) y de la metonimia al representar el dinero como *green*. En términos fonéticos, es una interpretación veloz cuyas inflexiones vocales plantean rimas internas consonantes (*green, need, seen, sardines*), rimas consonantes (*receipt, meet y meat; bitch y rich; interest e inches*) y rimas asonantes (*relentless, forgiveness y feelings*). Desde otro punto de vista, su forma de entregar los versos hace que suenen muy similares términos disímiles (*pension y pinchin'*) y con palabras que se asemejan a la aliteración en la forma en que son pronunciadas (*salary, celery, tellin' me y evidently*). También hace uso de pausas marcadas para acentuar

algunas palabras relacionadas con la temática central de la canción y que contrastan con la entrega de versos rápidos (*this / dick / ain't / free*).

Con respecto a lo pragmático, el yo poético se expresa en primera persona aunque en el *intro* de la canción se presentan cambios de enunciador puesto que es América quien habla en esta construcción dialogal. Ambos interlocutores, el yo poético y América, muestran sarcasmo por medio de ironías punzantes para recriminarle a la otra parte. Dicho acto de habla presenta una intertextualidad que remite a hechos históricos acerca del periodo de esclavitud en Estados Unidos y las condiciones de los afroamericanos en el que la voz menciona “recogí algodón y te hice rica”. En ese mismo sentido, menciona como incrementó su tope salarial o salario máximo en medio del cautiverio que también hace referencia al mundo de los deportes, cuyos atletas y equipos tienen un límite superior salarial y cuyas estrellas tradicionalmente también han sido afroamericanos.

En último término, la metáfora usada por el artista plantea un nuevo significado de esclavitud moderna en el sentido de la explotación capitalista a los artistas, quienes no cuentan con una retribución apropiada y que termina por marginalizar y prostituir a los artistas afroamericanos que le generan dinero al sistema. Esta canción presenta oposiciones materiales e inmateriales y acerca de los valores y el dinero. De esta forma se puede asociar esta lectura con críticas adornianas acerca de las industrias culturales donde el arte se convierte en una mera mercancía de cambio en función de unos poderes económicos y políticos.

De forma análoga, “For Sale? (Interlude)” funciona como la contraparte de la canción anterior. La pista ocho de TPAB presenta nuevamente a *Lucy*, quien personifica

los males y las tentaciones de la nueva vida de famoso de Lamar (Maner, 2022, p. 18).

Lucy lo empieza a tentar (Kendrick Lamar, 2015c):

*What's wrong, nigga?
I thought you was keeping it gangsta
I thought this what you wanted
They say if you scared, go to church
But remember, he knows the Bible too
[...]
"My name is Lucy, Kendrick, you introduced me, Kendrick
Usually I don't do this but I see you and me, Kendrick
Lucy give you no worries, Lucy got million stories
About these rappers that I came after when they was boring
Lucy gon' fill your pockets
Lucy gon' move your mama out of Compton
Inside the gi-gantic mansion like I promised
Lucy just want your trust and loyalty, avoiding me?
It's not so easy, I'm at these functions accordingly
Kendrick, Lucy don't slack a minute, Lucy work harder
Lucy gon' call you even when Lucy know you love your Father
I'm Lucy, I loosely heard prayers on your first album, truly
Lucy don't mind, 'cause at the end of the day you'll pursue me
Lucy go get it, Lucy not timid, Lucy up front
Lucy got paperwork on top of paperwork
I want you to know that Lucy got you
All your life I watched you
And now you all grown up to sign this contract, if that's possible"³³ (Kendrick Lamar – For
Sale? (Interlude) Lyrics | Genius Lyrics, 2015)*

³³ “¿Qué hay de malo, negro? / Pensé que lo estabas manteniendo callejero / Pensé que esto era lo que querías / Dicen que si estas asustado, ve a la iglesia / Pero recuerda, él también conoce la biblia / [...] / ‘Mi nombre es Lucy, Kendrick, tú me presentaste, Kendrick / Generalmente no hago esto pero te veo a ti y a mí, Kendrick / Lucy no te da preocupaciones, Lucy tiene millones de historias / Sobre estos raperos por los que fui cuando eran aburridos / Lucy va a llenarte tus bolsillos / Lucy va a sacar a tu mamá fuera de Compton / Dentro de la gigantesca mansión como lo prometí / Lucy solo quiere tu confianza y lealtad, ¿evitándome? / No es tan fácil, estoy en estas funciones como corresponde / Kendrick, Lucy no afloja ni un minuto, Lucy trabaja más duro / Lucy te llamará incluso cuando Lucy sabe que amas a tu Padre / Soy Lucy, vagamente escuché oraciones en tu primer álbum, realmente / A Lucy no le importa, porque al final del día me perseguirás / Lucy va tras ello, Lucy no es tímida, Lucy va al frente / Lucy tiene papeleo encima de papeleo / Quiero que sepas que Lucy te respalda / Toda tu vida te he observado / Y ahora te has crecido para firmar este contrato, si es posible”’. Traducción personal.

Después de que el yo poético está bien (“Alright”), llega esta canción en la que *Lucy* encuentra al artista dudando de querer recibir la fama que siempre había querido, a lo cual una voz sombría le hace cuestionamientos y le recuerda su poder. *Lucy* le provee más tentaciones y trampas además de hacer una presentación *in extenso* de lo que es y puede lograr. Nuevamente se muestra como una amiga, con el ánimo de mantenerlo controlado a través de la manipulación y darle lo que desea, una especie de tentación por medio de un materialismo sin control que le permita escapar de sus problemas. En esta canción, “¿En venta?”, se presenta una reacción interna a las tentaciones de *Lucy*, mientras que en su contraparte “For Free? (Interlude)” se exhibe una reacción exterior al Tío Sam, pero ambas tratan sobre la promesa del sueño americano, envuelto en tentación y materialismo (Cuchna, 2016e).

Los versos referenciados en esta canción funcionan como un diálogo interior que se da entre la voz poética y una personificación del diablo. Esta prosopopeya del personaje de Lucifer por medio de *Lucy* representa no solamente esa figura exterior a la voz poética sino, que también cumple la función de encarnar los propios demonios y tentaciones internos y que se evidencia cuando *Lucy* habla sobre el estar juntos (*you and me*) y darle lo que desea (*fill your pockets, move your mama out of Compton, gi-gantic mansion*). Esta batalla interior parece ser un reflejo de la batalla exterior que se da por ser institucionalizado y marginalizado por su origen, pero a su vez prostituido gracias a su propio éxito en la industria de la grabación.

Este diálogo interno, lleno de promesas, se refuerza con el uso de una metáfora de corte religioso que atraviesa la estrofa en la cual se mencionan la Iglesia, la Biblia y el amor a su Padre, que por medio de la antonomasia se refiere a Dios. Esto se potencia al finalizar sus versos, en donde alude a la leyenda clásica alemana de Fausto, quien hace

un pacto con el diablo al venderle su alma a cambio de placeres ilimitados, situación que parece replicarse cuando *Lucy* le solicita la firma de un contrato. En términos generales, las promesas de *Lucy* y los deseos que ella intuye del yo poético cumplen la representación religiosa de la oposición entre el bien y el mal.

Se pueden ver algunas figuras de dicción. Entre ellas destacan la anáfora al comenzar con la palabra *Lucy* en ocho versos y que describe las promesas de lo que hará esta figura personificada, además de la epífora empleada al finalizar algunos versos iniciales con el nombre de Kendrick. El nombre de *Lucy* se repite en 17 ocasiones y quien habla usa un paralelismo en la forma de expresar lo que ella hace y tiene (*Lucy give you no worries, Lucy got million stories, Lucy gon' fill your pockets, Lucy gon' move your momma out of Compton y Lucy don't, Lucy work, Lucy know, Lucy go, Lucy got*). También se destaca el uso de la metonimia, al equiparar llenar bolsillos con riqueza, algo que se asocia también con el uso del lenguaje tradicional del hip-hop donde se emplean incorrectamente algunas formas verbales (*Lucy give y they was*), contracciones de palabras (*gon' y 'cause*) y la vulgaridad (*nigga*). Fonéticamente, el yo poético hace uso de rimas consonantes internas principalmente (*worries, stories y boring / me, see y this / front, know y want*), aunque también hay uso de rimas consonantes (*harder y father*) y de rimas asonantes (*pockets y promised / avoiding me y accordingly / truly y pursue me*). Asimismo, se presenta la aliteración con el nombre de *Lucy* y que hace rimar con otras palabras debido a su pronunciación (*usually y loosely*).

La forma de enunciar este poema, que presenta cambios bruscos de interlocutor entre una personificación de *Lucy* y el yo poético, tiene para los versos referenciados una postura pragmática de poema apelativo en segunda persona, en la cual *Lucy* se dirige al yo poético en forma de comunicación convencional. El acto de habla interpretado en este poema está repleto de promesas que se entregan en forma del paralelismo

mencionado unas líneas atrás y que termina, al finalizar la estrofa, por hacerle la petición de firmar un contrato. En esta enunciación de promesas también destaca la ironía en la que Lucy se presenta como una figura cercana y amable que lo que quiere es ayudar y proveer satisfacción de lo anhelado. Vale la pena anotar que finaliza con un cambio del tono de su registro vocal, lo que denota mayor seriedad a la hora de plantearle su petición.

Dicho contrato, hace una referencia intertextual a la leyenda popularizada por la obra dramática de Johann Wolfgang von Goethe. La alusión a Lucifer trae connotaciones bíblicas y religiosas que se desarrollan junto al uso de los demás elementos (iglesia, biblia, oraciones y Padre). Igualmente, hay referencias a *good kid, m.A.A.d. city*, un álbum anterior de Lamar, y específicamente a una canción en la que Lamar y su grupo de amigos reza una versión de la “Oración del pecador” y que retoma las metáforas religiosas usadas en la estrofa.

Las connotaciones religiosas de este poema con sus respectivas representaciones se conectan con lo planteado por Bourdieu con relación a los campos del arte. Parece que el éxito económico está contrapuesto al éxito artístico y que el artista tiene entonces que tomar una decisión: elegir aquello que lleva a proveer los recursos necesarios para la realización de deseos materiales y mundanos, mientras que de no hacerlo así será escoger un camino difícil para alcanzar el éxito. De la misma manera, se provee una representación de la industria de la grabación como algo malvado que sólo busca la construcción de capital económico y se relaciona con las dinámicas de las industrias culturales en lógicas capitalistas.

Por otro lado, vale la pena mencionar el caso específico cuando la voz le habla a la industria y sus críticos en la décima pista “Hood Politics”, al exponer que en realidad

lo importante es vender y no tanto el arte de rapear. Quien habla se refiere a esto en los primeros cinco versos de la última estrofa (Kendrick Lamar, 2015d):

*Everybody want to talk about who this and who that
Who the realest and who wack, or who white or who black
Critics want to mention that they miss when hip-hop was rappin'
Motherfucker, if you did, then Killer Mike'd be platinum
Y'all priorities fucked up, put energy in wrong shi³⁴ (Kendrick Lamar – Hood Politics Lyrics
| Genius Lyrics, 2015)*

Al estilo de “una crítica acerca de cómo opera el poder” (Maner, 2022, p. 81), Lamar examina las políticas de la industria del hip-hop. En esta canción “Políticas del Barrio” señala una oposición entre el campo de la crítica especializada o general y el campo artístico. Este enfrentamiento se enmarca en la forma irónica en la que el discurso del público generalizado, representado especialmente por la opinión de la crítica profesional, es incoherente con su relación a trabajos artísticos. Inclusive le asigna al hip-hop, entendido como una personificación generalizada, la acción de rapear que parece haberse perdido en canciones vacías y sin mensajes, en contravía de los valores tradicionales asociados al ser auténtico y real constitutivos del *ethos* del hip-hop.

Este contraste se resalta con el uso del paralelismo mediante la pregunta (*who*) para oponer ambas partes (*this* vs. *that*, *realest* vs. *wack*, *white* vs. *black*). Esta oposición representa a un otro caracterizado por la hipocresía, que rumorea sobre quién es un buen artista y cuya escala de valores sobrepone lo comercial por encima de lo estético. Este enfrentamiento se presenta con otros, del cual Lamar hace parte, que denuncian esta falta de autenticidad producto de tener las “prioridades jodidas” y que demuestra

³⁴ “Todos quieren hablar acerca de quién es este y quién es ese / Quién es el más real y quién basura, o quién es blanco o quién negro / Críticos quieren mencionar que extrañan cuando el hip-hop estaba rapeando / Hijo de puta, si lo hicieras, entonces Killer Mike sería platino / Sus prioridades están jodidas, ponen energía en la mierda equivocada”. Traducción personal.

un sentido de lo comunitario. Esto se refuerza con el uso de la metáfora de “ser platino” como una similitud de ser exitoso comercialmente (*be platinum*) y de la referencia al rapero Killer Mike³⁵, un rapero y activista de Atlanta que es valorado por su habilidad con las letras y tiende a incluir en sus canciones temáticas sociopolíticas (Cuchna, 2016f). Nuevamente se evidencia la oposición entre el campo restringido de la producción en contra del campo amplio y cómo en el primero de estos la validación de los pares, otros productores con tendencias a la acumulación del capital simbólico, toma una mayor relevancia.

El yo poético subraya cómo la valoración comercial es mayor que la estética, similar a como lo hizo Jay-Z con Talib Kweli y Common Sense en el verso analizado más arriba, pero denuncia este errado enfoque por medio de la ironía, puesto que las quejas de críticos y de la audiencia, alrededor del contenido y la sustancia de las canciones, contradice su actuar, ya que no demuestra ni lo que consumen los oyentes ni lo que promueve la industria. Lamar usa la jerga y las vulgaridades para expresar su emocionalidad al respecto (*motherfucker, fucked up, shit*) y para referirse a raperos de mala calidad (*wack*) cuyo producto artístico resultante es “basura”. De igual forma, altera el orden correcto para formular estas preguntas al emplear el hipérbaton (elimina “is” del verbo auxiliar en su forma correcta), algo usual en la jerga del hip-hop. Por el lado fonético, utiliza rimas internas consonantes (*that, wack y black*), que parecen contradecir la oposición señalada anteriormente aunque se entiende su inversión para encajar la rima, y en su interpretación marcada de inflexiones vocales hace sonar consonantes palabras asonantes (*this y realest / rappin’ y platinum*).

³⁵ En la 66.^a edición de los Premios Grammy celebrados en el 2024, Killer Mike obtuvo tres estatuillas por mejor álbum de rap, mejor canción de rap y mejor interpretación de rap. Sólo había ganado un Grammy previamente por una colaboración junto a Outkast en 2003.

En relación con la pragmática del poema, este es de tipo apelativo en una segunda persona generalizada cuyo interlocutor es la opinión pública, ya sea de oyentes del género o de críticos especializados. La denuncia recriminatoria es el acto de habla que toma lugar y expresa emocionalidad frente a la situación de hipocresía dentro de la industria discográfica y se relaciona intertextualmente con la mención al rapero Killer Mike y su percepción pública como un rapero activista y de calidad estética pero sin éxito comercial.

En resumidas cuentas, Lamar identifica los polos opuestos y las posiciones en competencia del campo al oponer aquellos que poseen capital económico y son populares en contra de quienes poseen capital simbólico y son cultos. Es dicente que reconozca este funcionamiento ordenado por medio de unas “políticas” que determinan esa forma de “jugar el juego” y de ocupar posiciones que privilegian ciertos aspectos comerciales o artísticos del hip-hop. Igualmente, al referirse de forma generalizada a la audiencia, a los críticos y al hip-hop también se evidencia cómo se comparte un *ethos* y unos valores entre una comunidad que es imaginada.

4.4 La negativa de Alcolirykoz

Artista: Alcolirykoz, 2019 – Aranjuez, Colombia

Canción: “No Está en Venta” del disco Aranjuez

A pesar de ostentar los primeros lugares a nivel comercial y crítico del hip-hop local, esto no ha limitado la voz del grupo paisa para igualmente hacer una declaración sobre la industria y denunciar la forma tradicional de navegar el negocio musical. A continuación, para la canción “No está en venta”, se analizan ocho versos de la primera estrofa interpretada por Gambeta y doce versos de la segunda que interpreta Kaztro:

Pagan payola pa' insultar mujeres
Houston (Houston)
Tenemos problemas radiales

[...]
Todos son iguales, no puedo diferenciarlos
Tu música la puta de la fiesta
Cualquiera se la baila, pero nadie la respeta
Hijos de Yatra
Su mayor talento es malgastar la fortuna de papá
[...]
Quieren chantajearme a mí
Diciendo que si sigo así
Nunca voy a ganar un Grammy
Por baratijas yo no vine aquí
Juegan de güeveros y no saben definir
Disqueras que solo saben comprar
Han ofrecido plata por mi música
Pa' que la haga mal
Una industria dirigida por sordos sin alma
Que te dicen qué escuchar
Te contratan por la metadata
Te dan un adelanto de dinero por tu retraso mental (*Alcolirykoz – No Está en Venta Lyrics* | *Genius Lyrics*, 2019)

En los versos expuestos se hace evidente nuevamente una oposición como recurso semántico en aras de contrastar un actor, representado tanto por artistas como por la industria de la grabación en sí, inmerso en dinámicas mercantilistas contra un otro implícito del que se infiere que alude a grupos como Alcolirykoz, artistas que hacen música por su valor artístico sin dejarse prostituir. Acá se construye a ese otro (industria y otros artistas) en función del valor mercantil y del capital económico en oposición con aquellos otros (Alcolirykoz) que valoran el capital simbólico o artístico y que funciona como un acto de autoafirmación.

Para reforzar este contraste se usan varias metáforas. Primero, se menciona la ciudad de Houston en el sentido de “*Houston, we have a problem*”, frase popularizada por la película *Apollo 13* que trataba acerca del fallo de dicha misión espacial. Con ello, se refiere a los problemas con la radio que decide tocar música comercial, en la cual se

degrada la mujer como ocurre con el reguetón. También se alude a prácticas mercantilistas como el uso de *payola* (práctica ilegal de pagarle a DJ's y emisoras para que promocionen ciertas canciones y/o artistas) y que configura un fenómeno particular del campo para quienes quieren ubicarse en la gran producción. Segundo, se usa una metáfora de prostitución al comparar el trabajo artístico de ese otro con una “puta de la fiesta” y aludir a un cantante pop(ular)-urbano como Sebastián Yatra, cuyo abuelo fue el fundador de una importante empresa de transporte de carga en Colombia, lo que le permitió establecerse en la industria de la grabación y ocupar una posición de poder en el campo (Las Dos Orillas, 2022). Tercero, se alude al fútbol como metáfora para el funcionamiento del mundo del arte en “güeveros y no saben definir”, con esto se quiere decir que los artistas buscan tomar posiciones aventajadas para copiar o apropiarse de fórmulas que son exitosas en el mercado, pero sin contenido artístico valioso.

En los versos de Gambeta y Kastro, se hace evidente el desprecio por ese enfoque mercantilista que tiene la industria, donde el reconocimiento y el éxito se homologan a premios (Grammy's) y dinero. El yo poético hace una denuncia acerca de la degradación de la música, particularmente asociada a géneros populares como el reguetón. Indica cómo estos artistas se prostituyen para apoderarse de la radio y se degrada por usar estrategias inorgánicas para tener éxito (*payola*). De igual forma, esta degradación se deriva también del contenido misógino e indecente con la mujer, lleno de mensajes vergonzosos y canciones despreciables que suenan todas iguales.

Igualmente, el rechazo va dirigido a la desidia de la industria por el arte en sí, un arte digitalizado cuyo principal objetivo es su distribución. La referencia a la metadata hace alusión a la nueva forma de operar y distribuir la música dentro de una industria basada en algoritmos, en la cual cobran mayor relevancia estos procesos comerciales que la sustancia artística y donde los números son más importantes que los sonidos.

Esto se ve acentuado al usar un oxímoron particular: dirigentes de industria de la grabación sordos sin alma. Acá se juzgan las relaciones de intercambio en el que la lírica pone en escena una inversión de valores además de una oposición entre lo espiritual y lo material, por lo que los premios más importantes de la industria, los Grammy's, se asocian a algo sin valor (baratijas) además con un tinte criminal al ser “chantajeados” para hacer una música que si sea reconocida por estas instituciones. Mientras que usualmente este tipo de premios o reconocimientos se perciben como legitimadores acá se cuestionan.

En el cierre de la segunda estrofa, se mencionan también las practicas generalizadas de la industria en las cuales los artistas terminan por hipotecarse al recibir “un adelanto de dinero” para firmar un contrato discográfico. Para los Alcolirykoz, visual y líricamente, está claro que no solo su arte no está en venta sino sus principios, puesto que se prioriza la exaltación del arte sin entrar en las dinámicas mercantilistas de su industria. Están enfocados en el valor estético del arte y no tanto en el “arte” de los negocios.

Alkolyrikoz hace uso del sarcasmo (“tu música la puta de la fiesta”, “hijos de Yatra”, “baratijas”, “adelanto de dinero por tu retraso mental”) para enfatizar su crítica mordaz a la industria además de complementarla con la paradoja (dirigentes musicales sordos) al atribuirles incapacidad auditiva a los dirigentes del negocio. Se utiliza la jerga coloquial paisa en la palabra “para” al usar el “pa” y al referirse al dinero como “plata” y le da un tono más sucio al dinero que se recibe al vender la música por el negocio. Asimismo, presentan la contradicción entre el recibir dinero de forma anticipada contrastada con una discapacidad intelectual en forma de retraso que exhiben quienes se dejan comprar por estas dinámicas.

A diferencia de los casos anteriormente estudiados, en los versos se presentan rimas principalmente asonantes (fiesta-respeta / comprar-mal-escuchar-mental / sin alma-metadata). De igual forma hay presencia de rimas consonantes internas (radiales e iguales) y rimas consonantes (a mí, así y aquí), que además presentan un paralelismo al contar con estructuras gramaticales similares. Por otro lado, se usa el encabalgamiento entre el 4° y el 8° verso, al igual que en el 17° verso, además de emplearlo también en los últimos tres versos de la estrofa (te dicen, te contratan y te dan).

Desde el punto de vista pragmático, este poema se puede entender como uno de tipo egótico ya que es narrado en primera persona, en el cual se hace explícito el yo poético cuyo acto de habla representa una intención de recriminación y de expresión de sus sentimientos frente al estado actual de la industria de la grabación. De igual forma, se dirigen a ese otro desde el pronombre de la segunda persona (tu música, te dicen, te contratan, te dan, tu retraso). El interlocutor en este tema termina por ser un otro generalizado, una comunidad imaginada que representa a los artistas que se ubican en el campo de la producción masiva o la industria como el campo en general, un opuesto a lo que representa el grupo.

Se presentan algunos casos de intertextualidad para construir significado al mencionar una frase popularizada por una película de Hollywood que sirve para reforzar su mensaje “Houston / tenemos problemas radiales”, y que asociar la industria cinematográfica a la radial permite equiparar las funciones productivas y de consumo de las industrias culturales enfocadas en el rendimiento financiero. De igual forma, se alude a un cantante popular del “género urbano” como lo es Sebastián Yatra para ejemplificar el estilo de artistas que optan por el campo de producción masiva.

La crítica a la industria de la grabación y radial toma una postura adorniana, en la que el producto artístico exitoso es cosificado, despojado de su poder expresivo y se convierte en una mercancía de cambio porque “todos son iguales”, se ha estandarizado y homogenizado ya que “no puedo diferenciarlos” y se ha trivializado el contenido puesto que “nadie la respeta”. De igual forma, desde el punto de vista de industria cultural de Adorno se identifica la crítica a este sistema de producción y consumo regido por una política del dividendo y mercantilista, en el que la industria a los Alcolirykoz le “han ofrecido plata” y “dan un adelanto de dinero” por integrar el trabajo artístico a los productos convencionales que funcionan comercialmente.

Esta misma postura da cuenta de unas comunidades imaginadas en el sentido de Benedict Anderson, en la que por un lado hay un grupo de artistas, dentro del cual se incluye Alcolirykoz, que se a su vez se conecta con la postura de Bourdieu acerca de campo y que se ubican en el campo de producción restringida, y por el otro lado quienes se ubican en el campo de la gran producción, en el que priman los medios económicos para la producción artística.

Una lectura complementaria de un crítico a los versos de Alcolirykoz, que es interesante traer al presente trabajo debido a que los trata como poema, la hace Alejandro Silva en su artículo “Una poética del barrio: Aranjuez, de Alcolirykoz”, quien por medio de un análisis trata el trabajo musical del grupo como poemas y analiza su obra desde las visiones mencionadas: la tensión con la industria cultural, su reinterpretación del espacio barrial y el sentido de comunidad. Con respecto al primer elemento, Silva pone de manifiesto cómo se reivindican las identidades y raíces de este género en oposición a las dinámicas capitalistas de esta industria como “arma de seducción” y frente al arte como “objeto de cambio”. Se hace referencia a la industria cultural y, específicamente, a la industria de la grabación sobre cómo operan influencias

en la producción de obras, particularmente en este género catalogado como “género urbano” (Silva Sánchez, 2023, pp. 42-44).

El autor plantea una lectura de “No está en venta”, en la que se identifica un distanciamiento frente a las “directrices planteadas por el mercado musical” (Silva Sánchez, 2023, p. 44). Se entiende la estética y la postura política del grupo como una que esquiva las prácticas comerciales hegemónicas y prioriza el escenario y condiciones socioculturales que rodean el espacio de creación. Su “retórica confrontativa” como postura creativa les permite proponer “una forma cultural alternativa ante la industria cultural, la cual es una manifestación de resistencia, una posición política y una apuesta estética” (Silva Sánchez, 2023, p. 49).

Para finalizar, los poemas analizados presentan un carácter dialogal muy marcado con un “otro”, ya sea generalizado o específico, lo que se conecta con las raíces históricas basadas en tradiciones orales del hip-hop, cuyas posturas pragmáticas resaltan al interpelar constantemente a su audiencia. No obstante, también adoptan una pronunciada postura autorreferencial, en la que hacer alusión a sí mismo y exaltar las cualidades propias está presente y se conecta con el *ethos* y los valores tradicionales de su cultura. Así mismo, se evidencia cómo existe una riqueza literaria y una manifestación de un amplio uso del lenguaje y sus figuras que se descubren al hacer un análisis detenido que vaya más allá de los ritmos “pegajosos” o frases con lenguaje vulgar.

En suma, luego de completar el análisis hermenéutico-lírico e iconográfico-visual, se vuelve explícito cómo las tensiones que surgen del trabajo artístico y su comercialización se manifiestan en algunos productos culturales. A su vez, muestran la conexión con conceptos teóricos que problematizan y teorizan esta cuestión y que sirven como un marco de análisis para dar cuenta de estos fenómenos. Este análisis de

las obras y productos culturales explica por qué puede ser útil como un tipo de representación social, que no se agota en la música misma, sino que de manera latente sirve para entender la relación entre arte y sociedad. Esta interacción dinámica entre mercado y arte aparenta ser irreconciliable y que en su esencia se manifiesta con una naturaleza contradictoria, toda vez que para que estas denuncias puedan tener algún efecto deben entrar a hacer parte del mismo proceso comercial que termina por convertir los poemas en mercancías y las mercancías en posturas críticas sobre sí mismas y la cultura de la que hacen parte.

Conclusiones

Como se ha planteado hasta ahora, existe una problemática a nivel general del arte entre su comercialización y la producción del trabajo artístico. A nivel musical, las transformaciones tecnológicas y económicas que han permeado esta industria suscitan aún más tensiones y contradicciones para los artistas en la búsqueda del balance entre la venta de su trabajo y el significado estético que buscan. La situación se complejiza en el caso del hip-hop, debido a que es un género tan altamente popular y por las condiciones de su génesis en sectores marginalizados, su *ethos* y los movimientos discursivos que lo rodean. Esta forma de arte permite dismantelar algunos imperativos sociales al simbolizar tensiones de los campos de producción cultural y plantea cuestionamientos acerca del éxito, el fracaso, el arte, el poder, la movilidad social y el funcionamiento de la sociedad.

Aunque las resistencias, quejas o denuncias acerca de esta cuestión no son exclusivas ni de este género ni únicamente de este arte, lo que sí es único son las particularidades que se generan por ser contestatario en su esencia pero al mismo tiempo supremamente popular y exitoso comercialmente. Dicho de otra manera, las condiciones artísticas y de mercado plantean tensiones que terminan por ser causa y consecuencia al mismo tiempo. Estas tensiones se reflejan en contrastes, de cierta forma polares, pero con vasos comunicantes que matizan la cuestión: las tensiones entre lo local versus lo global, lo emergente contra lo canónico, y que finalmente dan por enfrentar al arte (consagración del arte/arte con fines económicos) con el mercado (explotación del artista/consagración del artista).

Otro aspecto llamativo es cómo los artistas musicales –raperos en este caso– tienen la capacidad e intencionalidad de expresar elementos inherentes al contexto que

son planteadas teóricamente por profesionales y académicos. Lo anterior dice mucho de la música y su capacidad de interpelación, un arte imbuido por una especie de poder intuitivo que permite dar cuenta de reflexiones no solo estéticas, poéticas y literarias, sino también culturales, sociales y económicas. Lo anterior podría interpretarse como una oportunidad de reivindicación de la poesía/música popular en la academia gracias a su capacidad de dialogar con el funcionamiento de las dinámicas sociales.

En esta misma línea, cabe decir acerca del hip-hop como cultura y, específicamente, del rap como música popular, tanto en su sentido estadístico como de clase, la claridad con la que permite evidenciar aspectos del funcionamiento de la sociedad, no solo en términos culturales sino también económicos por medio de las dinámicas de las industrias de las que hace parte. El análisis de las canciones permite ampliar la recepción y usos del hip-hop, adoptado a nivel mundial, y del cual se enriquece su experiencia debido a la profundidad intertextual con componentes raciales, religiosos, económicos, políticos y culturales, que dan cuenta de la cultura más allá de un tipo específico de industria.

En lo relativo a la comercialización del hip-hop, es crucial mencionar cómo el negocio le ha robado centralidad a la música. El rap, en sus inicios, era el enfoque de los raperos para superar las barreras y limitaciones socioeconómicas de su entorno con su música. Al ganar dinero su arte parece perder relevancia; esto se debe a dos razones: una relacionada al mercado y la otra a su origen. La primera refleja los cambios que ha generado el espíritu capitalista y neoliberal en la industria de la grabación, puesto que la globalización y la digitalización de la industria solo ha precarizado el reconocimiento económico de su arte. Por tanto, vivir de la música solamente estaría reservado para unos cuantos extremadamente populares. La segunda, al ser personas que crecieron en entornos de pobreza, es muy probable que al tener éxito y dinero hayan confundido el

fin (el trabajo artístico) con el medio (la comercialización), lo que conlleva una reconceptualización de su arte más como un medio para tener dinero y salir de la pobreza y entornos violentos, en vez de fabricar un arte que inspire como un fin y que en el proceso generará dinero.

No obstante, estas contradicciones también se presentan en el lado artístico, probablemente una de las razones que le han dado vida al hip-hop como cultura y género musical. Siempre enfrentados alrededor del debate sobre lo real, lo auténtico y lo esencial del hip-hop están presentes ambas polaridades: una corriente *mainstream* de rap que habla sobre lujos, dinero, fiesta, drogas versus la tendencia a producir arte con tono político, que incluye crítica social y que alza la voz sobre injusticias. Empero, el presente trabajo evidencia la riqueza estética y el nivel estilístico al analizar las canciones como poemas, probablemente algo que es más un reflejo del artista que del mismo producto. Esto soporta que la estética de alguna música popular se vuelva a dignificar por su contenido y la intención artística de sus intérpretes y que lleva a plantearnos que más que una mercantilización del arte sea una mercantilización del artista lo que verdaderamente ocurre en la industria de la grabación.

Lo paradójico de esto es que las canciones analizadas hacen parte de artistas que se podrían considerar ocupantes de posiciones en el campo de la producción masiva dada su popularidad y éxito comercial, pero que al hacer un producto artístico crítico del mismo sistema podría plantear un movimiento hacia el campo restringido de la producción cultural. Este movimiento, que a simple vista parece incongruente e incompatible, se conecta con la misma naturaleza contradictoria del hip-hop. Esta tensión podría tener una explicación en lo dicho unas líneas atrás y en la cultura del rebusque, parte integral del hip-hop, en la que algunos artistas usan esa construcción de capital económico para solucionar sus condiciones de marginalidad, violencia y pobreza,

y posteriormente poder dedicarse a hacer un arte con el capital simbólico y estético que les apetece, explicado también en la esencia de que el hip-hop, abiertamente capitalista en su enfoque, es al mismo tiempo la voz de oprimidos y clases sociales marginalizadas. Esto se conecta con el alto sentido comunitario del hip-hop, que apela constantemente a un nosotros y se tematizan los lazos sociales y se habla en nombre de su comunidad.

Estas contradicciones del hip-hop se pueden evidenciar también en cómo los procesos de reterritorialización, por ejemplo en países como Colombia, en donde sus orígenes se remontan a una clase social alta, hacen emerger una escena en contextos radicalmente opuestos a los de su origen estadounidense. Más allá de esto, el otro factor de popularización en el que se contó con el apoyo de la institucionalidad estatal y privada, también alejado de las condiciones en las que germinó, evidencia las dinámicas de consolidación, ya sean institucionales o industriales, y los juegos entre los diferentes campos de producción cultural y del poder dentro del espacio social. No obstante las representaciones de la tensión entre la producción del arte y su comercialización se presentan en ambas industrias a pesar de sus diferencias.

El análisis visual constituye un elemento importante para complementar la exégesis de las obras puesto que aclara aspectos de relevancia para los artistas. Parece que las decisiones relacionadas con estos elementos reflejaron sus disposiciones estéticas y artísticas, que provienen de un repertorio amplio de posturas expresivas: planos cercanos o lejanos, patrones minimalistas o repetitivos, color o ausencia del mismo, retratos individuales o grupales, hacen parte todos y sus matices intermedios de un abanico de opciones expresivas usadas para comunicar intencionalmente un mensaje por parte de los raperos, unos “actos de imagen” que también configuran recepciones particulares de las obras y que son parte fundamental en su interpretación.

Aunque este trabajo cuenta con un abordaje interdisciplinario se podría entender como una oportunidad el profundizar en cada uno de los elementos representados de forma individual. Algunas alternativas investigativas podrían incluir un abordaje exclusivamente sociológico de la música rap bajo el concepto de escena, una perspectiva histórica más amplia o mejor situada del hip-hop, una exploración de la narrativa transmedia empleada por sus artistas o un análisis literario exhaustivo de canciones o raperos. De este mismo modo, podría ser más selectivo en analizar un tipo de rap o de artistas en específico. No obstante, la cabida de diferentes geografías, tipos de artistas y aproximaciones fue intencional para ahondar en este tipo de estudios y plantear una interdisciplinariedad que permita ayudar a comprender las contradicciones del hip-hop.

Con esto en mente, a futuro valdría la pena desarrollar trabajos de investigación alrededor de elementos problemáticos con un enfoque especializado en alguno de sus vectores: análisis literario y/o visual, historia del hip-hop en la ciudad o sociología musical alrededor de la producción del género y/o consumo de música en la era digitalizada. Igualmente, sería valioso hacer énfasis en algo que ha tomado relevancia en los estudios del hip-hop: el rol y representatividad de la mujer, además de otros enfoques de género, al igual que temáticas como el rol del hip-hop en el activismo político y movimientos sociales del país, rutas valiosas para ahondar en el diálogo académico. Un último aspecto interesante estaría relacionado con el uso de esta música, sus transformaciones, elementos y letras, como parte de un instrumento pedagógico en la enseñanza dentro de la academia.

Referencias

- Alcolirykoz. (2019). *No está en venta: Vol. Aranjuez* [Canción].
- AlcolirykoZ (Director). (2019, diciembre 17). *Alcolirykoz—No Está En Venta—(Video Oficial)—(Prod. El Arkeólogo)* [Video recording].
<https://www.youtube.com/watch?v=Se6Cd4sW3ks>
- Alcolirykoz – No Está en Venta Lyrics | Genius Lyrics.* (2019). Genius.
<https://genius.com/Alcolirykoz-no-esta-en-venta-lyrics>
- Alcolirykoz—Spotify Top Albums.* (s. f.). Recuperado 15 de abril de 2024, de
https://kwordb.net/spotify/artist/3ygJTpJJK7eEeC2EFR19D_albums.html
- Alright by Kendrick Lamar on WhoSampled.* (s. f.). WhoSampled. Recuperado 22 de abril de 2024, de <https://www.whosampled.com/Kendrick-Lamar/Alright/>
- Anderson, B. (1993). *Comunidades Imaginadas: Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo* (E. L. Suárez, Trad.). Fondo de Cultura Económica.
- Arenal, A., Armuña, C., Ramos, S., Feijoo, C., & Aguado, J.-M. (2022). Giants with feet of clay: The sustainability of the business models in music streaming services. *Profesional de la información, 31*(5), e310509. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.09>
- Arteaga, H. (2008). *Somos Hip Hop. Una experiencia de resistencia cultural en Medellín.* UT cuatro elementos.
- Avella, D. (2021). La Etnnia: El legendario himno del hip hop latino. *Nómadas, 54*, 225-235.
<https://doi.org/10.30578/nomadas.n54a13>
- Benvenga, L. (2022). Hip-hop, identity, and conflict: Practices and transformations of a metropolitan culture. *Frontiers in Sociology, 7*, 993574.
<https://doi.org/10.3389/fsoc.2022.993574>

- Bossi, A. (2024). *The 50 Top Rappers Of All Time*. Forbes.
<https://www.forbes.com/sites/entertainment/article/best-rappers-of-all-time/>
- Bourdieu, P. (1997). *Las reglas del arte: Génesis y estructura del campo literario* (T. Kauf, Trad.; 2da ed.). Editorial Anagrama.
- Bradley, A. (2009). *Book of Rhymes: The Poetics of Hip Hop* (2nd ed.). Basic Civitas.
- Cabison, R. (2013, enero 2). Billboard 200™. *Billboard*.
<https://www.billboard.com/charts/billboard-200/>
- Capello, J. (2022, julio 13). *HIP HOP AL PARQUE: 25 AÑOS HACIENDO HISTORIA*. El Estilo Libre. <https://elestilolibre.com/hip-hop-al-parque-25-anos/>
- Caulfield, K. (2018, junio 10). *Beatles to Kanye West & Beyond: Artists With the Most No. 1 Albums on the Billboard 200 Chart* | *Billboard*.
<https://web.archive.org/web/20190610231834/https://www.billboard.com/articles/columns/chart-beat/7873993/beatles-jay-z-artists-most-number-1s-billboard-200>
- Cembrano, S. (2019). *La época del rap de acá*. Editorial Delfin S.A.S.
- Cembrano, S. (2023a). No es una prueba: La primera canción de rap en Colombia. *El Malpensante*, 255, 8-17.
- Cembrano, S. (2023b, enero 17). *La guerra espiritual de Crudo Means Raw en «War Dog» (world)* [Text]. Shock; Shock Música. <https://www.shock.co/discos-colombianos/resena-crudo-means-raw-war-dog-2023-ex40>
- Cembrano, S. & Gavilán. (2020). *Normas Rappa*. Quimbombó.
- Chang, J. (2005). *Can't Stop Won't Stop: A History of the Hip-Hop Generation*. St. Martin's Press.

- Charnas, D. (2010). *The big payback: The history of the business of hip-hop*. New American Library.
- Charnas, D. (2015, febrero 3). *A history of hustling gives hip hop its entrepreneurial edge*. Financial Times. <https://www.ft.com/content/4282afc8-ab9f-11e4-b05a-00144feab7de>
- CNN Español. (2013, octubre 19). *Medellín se reivindica como la ciudad más innovadora del mundo*. CNN. <https://cnnespanol.cnn.com/2013/10/18/medellin-se-reivindica-como-la-ciudad-mas-innovadora-del-mundo/>
- Cuchna, C. (2016a, agosto 23). *Dissect—S1E1—Compton, K Dot, and Kendrick Lamar [Episodio de Podcast]* (1) [Broadcast]. Apple Podcast. <https://podcasts.apple.com/co/podcast/dissect/id1143845868?i=1000377510220>
- Cuchna, C. (2016b, agosto 30). *Dissect—S1E3—Wesley’s Theory by Kendrick Lamar [Episodio de Podcast]* (3) [Broadcast]. Apple Podcast. <https://podcasts.apple.com/co/podcast/dissect/id1143845868?i=1000374732562>
- Cuchna, C. (2016c, septiembre 6). *Dissect—S1E4—For Free? By Kendrick Lamar [Episodio de Podcast]* (4) [Broadcast]. Apple Podcast. <https://podcasts.apple.com/co/podcast/dissect/id1143845868?i=1000374999067>
- Cuchna, C. (2016d, octubre 11). *Dissect—S1E9—Alright by Kendrick Lamar [Episodio de Podcast]* (9) [Broadcast]. Apple Podcast. <https://podcasts.apple.com/co/podcast/dissect/id1143845868?i=1000376535308>
- Cuchna, C. (2016e, noviembre 1). *Dissect—S1E10—For Sale? By Kendrick Lamar [Episodio de Podcast]* (10) [Broadcast]. Apple Podcast. <https://podcasts.apple.com/co/podcast/dissect/id1143845868?i=1000377377200>

- Cuchna, C. (2016f, noviembre 15). *Dissect—S1E12—Hood Politics by Kendrick Lamar [Episodio de Podcast]* (12) [Broadcast]. Apple Podcast.
<https://podcasts.apple.com/co/podcast/dissect/id1143845868?i=1000377878499>
- Cuchna, C. (2017, febrero 7). *Dissect—S1E22—S1 Finale: To Pimp a Butterfly [Episodio de Podcast]* (22) [Broadcast]. Apple Podcast.
<https://podcasts.apple.com/co/podcast/dissect/id1143845868?i=1000380906789>
- Dávalos, F. (2014, marzo 21). *Apuntes sobre los orígenes del rap en español*.
<https://www.vice.com/es/article/rq8peq/apuntes-sobre-los-orgenes-del-rap-en-espaol>
- Dávalos, F. (2023). Batallas de rap en español: El juego de las docenas para el siglo XXI. *El Malpensante*, 255, 42-51.
- Debanne, L., & Meirovich, V. (2010). El laberinto de la otredad. Sobre la propuesta de Pierre Bourdieu en torno a la cultura popular. *Anagramas*, 8(16), 51-71.
<https://doi.org/10.22395/anqr.v8n16a3>
- del Val Ripollés, F. (2015). Propuesta teórica para una sociología de las músicas populares. *methaodos revista de ciencias sociales*, 3(1), 33-48.
<https://doi.org/10.17502/m.rcs.v3i1.65>
- del Val Ripollés, F. (2022). De la sociología de la música a la sociología musical. Nuevos paradigmas en los estudios sobre música y sociedad. *Revista Internacional de Sociología*, 80(2), 1-13. <https://doi.org/10.3989/RIS.2022.80.2.20.135>
- El mapa del hip hop en Medellín*. (2023, agosto 9). www.elcolombiano.com.
<https://www.elcolombiano.com/cultura/musica/el-mapa-del-hip-hop-en-medellin-EB22109049>

- Espinal Ramírez, L. F., Díaz-Fernández, S., & Orejuela, J. (2024). Tendencias investigativas sobre el reggaetón y horizontes de conocimiento futuro de un fenómeno sociocultural en expansión. *Cuadernos de Música Iberoamericana*, 37, 415-444.
<https://doi.org/10.5209/cmib.99810>
- Farley, C. J. (1999, febrero 8). *Hip-Hop Nation*. Time.
<https://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,19134-2,00.html>
- Feixa, C., Márquez, F., Hansen, N., & Castaño, J. (2022). El hiphop como forma de resistencia frente al juvenicidio: La experiencia de Casa Kolacho. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 20(3), 1-36.
<https://doi.org/10.11600/rlcsnj.20.3.5550>
- Fisher, M. (2016). *Realismo capitalista* (C. Iglesias, Trad.). Caja Negra.
- Flores, I. R., Jessica Roiz, Leila Cobo, Pamela Bustios, Sigal Ratner-Arias, Griselda, Raygoza, I., Roiz, J., Cobo, L., Bustios, P., Ratner-Arias, S., & Flores, G. (2023, agosto 9). The 50 Most Essential Spanish-Language Rappers of Yesterday and Today: Staff Picks. *Billboard*. <https://www.billboard.com/lists/best-spanish-language-rappers-all-time/>
- For Free? (Interlude) by Kendrick Lamar on WhoSampled*. (s. f.). WhoSampled. Recuperado 22 de abril de 2024, de [https://www.whosampled.com/Kendrick-Lamar/For-Free%3F-\(Interlude\)/](https://www.whosampled.com/Kendrick-Lamar/For-Free%3F-(Interlude)/)
- For Sale? By Kendrick Lamar on WhoSampled*. (s. f.). WhoSampled. Recuperado 22 de abril de 2024, de <https://www.whosampled.com/Kendrick-Lamar/For-Sale%3F/>
- Forbes. (s. f.). *Jay-Z*. Forbes. Recuperado 27 de enero de 2024, de <https://www.forbes.com/profile/jay-z/>
- Gioia, T. (2020). *La música: Una historia subversiva* (M. Peyrou, Trad.). Turner Noema.

- Giraldo Ramírez, J. (2008). Conflicto armado urbano y violencia homicida. El caso de Medellín. *URVIO, Revista Latinoamericana de Estudios de Seguridad*, 5, 99-113.
- Godoy Marqués, T. (2023). *Clasificaciones, valores y disputas. Estudio de la cultura Hip Hop en Santiago de Chile a partir de las voces de los y las jóvenes hip-hoperos/as (1984-2022)*. Universidad de Chile.
- Gómez, N. (2015). *Inventiones de la colombianidad: Nueva música Colombiana* [Tesis de maestría, Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional Universidad Javeriana. <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/16770>
- Gottdiener, M. (1985). Hegemony and Mass Culture: A Semiotic Approach. *American Journal of Sociology*, 90(5), 979-1001.
- Granés, C. (2012). *El puño invisible: Arte, revolución y un siglo de cambios culturales*. Taurus.
- Greenburg, Z. O. (2019, junio 3). *Artist, Icon, Billionaire: How Jay-Z Created His \$1 Billion Fortune*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/zackomalleygreenburg/2019/06/03/jay-z-billionaire-worth/>
- Grein, P. (2022, noviembre 15). Beyoncé Ties All-Time Grammy Nominations Record, Plus Other Highlights of 2023 Grammy Nods. *Billboard*. <https://www.billboard.com/music/awards/beyonce-2023-grammy-nominations-analysis-1235171262/>
- Harrison, A., & Arthur, C. (2019). Hip-Hop Ethos. *Humanities*, 8(39), 1-14. <https://doi.org/10.3390/h8010039>
- Herazo Avendaño, C., Valencia Arias, A., & Benjumea Arias, M. (2018). Perspectivas investigativas en el estudio de las industrias culturales y creativas. *Kepes*, 15(17), 27-67. <https://doi.org/10.17151/kepes.2018.15.17.3>

Hermandad y récord de 150 mil asistentes en Hip Hop al Parque | Festival Hip Hop al Parque | 22 y 23 de julio de 2023. (s. f.). Recuperado 10 de abril de 2024, de

<https://hiphopalparque.gov.co/articulos/hermandad-y-record-de-150-mil-asistentes-en-hip-hop-al-parque>

Hesmondhalgh, D. (2008). Cultural and Creative Industries. En *The SAGE Handbook of Cultural Analysis*. SAGE Publications.

Hesmondhalgh, D. (2021). Is music streaming bad for musicians? Problems of evidence and argument. *New Media & Society*, 23(12), 3593-3615.

<https://doi.org/10.1177/1461444820953541>

Hesmondhalgh, D. (2022). Streaming's Effects on Music Culture: Old Anxieties and New Simplifications. *Cultural Sociology*, 16(1), 3-24.

<https://doi.org/10.1177/17499755211019974>

Holt, B. (2023, julio 27). *50 years of business moves that elevated hip-hop*. Quartz.

<https://qz.com/50-years-of-business-moves-that-elevated-hip-hop-1850678745>

Hood Politics by Kendrick Lamar on WhoSampled. (s. f.). WhoSampled. Recuperado 22 de abril de 2024, de <https://www.whosampled.com/Kendrick-Lamar/Hood-Politics/>

Hook, D., & Glaveanu, V. P. (2013). Image Analysis: An Interactive Approach to Compositional Elements. *Qualitative Research in Psychology*, 10(4), 355-368.

<https://doi.org/10.1080/14780887.2012.674175>

Hope by Nas feat. Chrisette Michele—Samples, Covers and Remixes | WhoSampled. (s. f.).

Recuperado 22 de abril de 2024, de <https://www.whosampled.com/Nas/Hope/>

- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1998). La industria cultural. Ilustración como engaño de masas (J. J. Sánchez, Trad.). En *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Editorial Trotta.
- Hormigos Ruiz, J. (2016). La sociología de la música. Teorías clásicas y puntos de partida en la definición de la disciplina. *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 14, 75-84. <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i14.102>
- IDARTES. (s. f.). *Hip Hop al Parque 25 años | Instituto Distrital de las Artes*. Recuperado 10 de abril de 2024, de <http://www.idartes.gov.co/es/areas-artisticas/musica/hip-hop-25>
- IFPI. (2024). *Global Music Report 2024* (p. 55). IFPI. <https://globalmusicreport.ifpi.org>
- Inductees A to Z | Rock & Roll Hall of Fame*. (s. f.). Recuperado 29 de marzo de 2024, de <https://www.rockhall.com/inductees/a-z>
- Jaramillo Morales, J. D. (2015). Música y su “función social”. Hip-hop de Medellín. *Intervenciones en estudios culturales*, 2, 83-104.
- Jay-Z. (2003). *Moment of Clarity: Vol. The Black Album* [Canción]. Roc-A-Fella Records.
- Jay-Z. (2010). *Decoded*. Spiegel & Grau.
- JAY-Z - Moment of Clarity Lyrics | Genius Lyrics*. (2003). Genius. <https://genius.com/Jay-z-moment-of-clarity-lyrics>
- Jeffries, M. P. (2011). *Thug Life: Race, Gender, and the Meaning of Hip-Hop*. University of Chicago Press.
- Kapkin, S. (2023). Hip-hop, violencia y salvación en Medellín. *El Malpensante*, 255, 54-59.
- Kendrick Lamar. (2015a). *Alright: Vol. To Pimp a Butterfly* [Canción]. TDE; Aftermath Entertainment; Interscope Records.

Kendrick Lamar. (2015b). *For Free? (Interlude): Vol. To Pimp a Butterfly* [Canción]. TDE; Aftermath Entertainment; Interscope Records.

Kendrick Lamar. (2015c). *For Sale? (Interlude): Vol. To Pimp a Butterfly* [Canción]. TDE; Aftermath Entertainment; Interscope Records.

Kendrick Lamar. (2015d). *Hood Politics: Vol. To Pimp a Butterfly* [Canción]. TDE; Aftermath Entertainment; Interscope Records.

Kendrick Lamar. (2015e). *Wesley's Theory: Vol. To Pimp a Butterfly* [Canción]. TDE; Aftermath Entertainment; Interscope Records.

Kendrick Lamar (Director). (2015f, junio 30). *Kendrick Lamar—Alright (Official Music Video)* [Video recording]. https://www.youtube.com/watch?v=Z-48u_uWMHY

Kendrick Lamar (Director). (2015g, julio 31). *Kendrick Lamar—For Free?* [Video recording]. https://www.youtube.com/watch?v=_ZTYgq4EoRo

Kendrick Lamar (Director). (2016, enero 13). *Kendrick Lamar—God Is Gangsta* [Video recording]. <https://www.youtube.com/watch?v=4wZytWFm7x0>

Kendrick Lamar – For Free? (Interlude) Lyrics | Genius Lyrics. (2015). Genius. <https://genius.com/Kendrick-lamar-for-free-interlude-lyrics>

Kendrick Lamar – For Sale? (Interlude) Lyrics | Genius Lyrics. (2015). Genius. <https://genius.com/Kendrick-lamar-for-sale-interlude-lyrics>

Kendrick Lamar – Hood Politics Lyrics | Genius Lyrics. (2015). Genius. <https://genius.com/Kendrick-lamar-hood-politics-lyrics>

KENDRICK LAMAR album sales. (s. f.). BestSellingAlbums.Org. Recuperado 15 de abril de 2024, de <https://bestsellingalbums.org/artist/6902>

- Kendrick Lamar (Ft. George Clinton & Thundercat) – Wesley’s Theory Lyrics | Genius Lyrics.* (2015). Genius. <https://genius.com/Kendrick-lamar-wesleys-theory-lyrics>
- Kendrick Lamar – Alright Lyrics | Genius Lyrics.* (2015). <https://genius.com/Kendrick-lamar-alright-lyrics>
- Krukowski, D. (2017). *The New Analog: Cómo escuchar y reconectarnos en el mundo digital* (N. Molines, Trad.). Ediciones Alpha Decay.
- Lane, B. (2023). *These are the 16 rappers who have sold the most albums of all time.* Business Insider. <https://www.businessinsider.com/highest-selling-rappers-of-all-time>
- Las Dos Orillas. (2022, enero 27). *La inmensa fortuna de la familia de Sebastián Yatra.* <https://www.las2orillas.co/la-inmensa-fortuna-de-la-familia-de-sebastian-yatra/>
- Linares, Y. B. (2010). La Escuela de Frankfurt y el Concepto de Industria Cultural. Herramientas y Claves de Lectura. *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 16(3), 55-71.
- Los MVP del rap colombiano.* (2023, enero 11). Revista El Malpensante. <https://elmalpensante.com/articulo/los-mvp-del-rap-colombiano>
- Luján Atienza, Á. L. (1999). *Cómo se comenta un poema.* Editorial Síntesis.
- Lynch, J. (2018, enero 4). *For the first time in history, hip-hop has surpassed rock to become the most popular music genre, according to Nielsen.* Business Insider. <https://www.businessinsider.com/hip-hop-passes-rock-most-popular-music-genre-nielsen-2018-1>
- Maner, S. (2022). *To pimp a butterfly.* Bloomsbury Academic.
- Metacritic. (s. f.). *Best Music and Albums of All Time.* Metacritic. Recuperado 11 de febrero de 2024, de <https://www.metacritic.com/browse/albums/score/metascore/all/filtered>

- Miller, M., Hodge, D. W., Coleman, J., & Chaney, C. D. (2014). *The Hip in Hip Hop: Toward a Discipline of Hip Hop Studies. 1.*
- Moment of Clarity by Jay-Z on WhoSampled.* (s. f.). WhoSampled. Recuperado 22 de abril de 2024, de <https://www.whosampled.com/Jay-Z/Moment-of-Clarity/>
- Montoya, Á. G., Tamayo, P. A., & Medina Holguín, J. D. (2007). Territorialidad e identidad Hip Hop. Raperos en Medellín. *Anagramas*, 5(10), 125-138.
- Nación Hip Hop: 50 años al ritmo de música urbana | El Nuevo Siglo.* (2023, enero 23). <https://www.elnuevosiglo.com.co/cultura-y-sociedad/nacion-hip-hop-50-anos-al-ritmo-de-musica-urbana>
- Nas. (2006). *Hope—Acappella Version: Vol. Hip Hop is Dead* [Canción]. Def Jam Recordings; The Jones Experience; Columbia Records.
- Nas – Hope—Acapella Version Lyrics | Genius Lyrics.* (2006). Genius. <https://genius.com/Nas-hope-acapella-version-lyrics>
- Neal, M. A., & Forman, M. (Eds.). (2004). *That's the joint!: The hip-hop studies reader.* Routledge.
- “No hay ciudad en el mundo que haya exportado más talento musical que Medellín”. (2023, abril 29). <https://www.larepublica.co/ocio/no-hay-ciudad-que-haya-exportado-mas-talento-musical-que-medellin-3604126>
- Osorio, C. (2022, diciembre 16). *El hip hop colombiano entra a la historia del Museo Nacional.* El País América Colombia. <https://elpais.com/america-colombia/2022-12-16/el-hip-hop-colombiano-entra-a-la-historia-del-museo-nacional.html>

- Páez López, F. (2018, noviembre 9). *La historia no contada del Festival Altavoz (world)* [Text]. Shock; Shock Música. <https://www.shock.co/musica/la-historia-no-contada-del-festival-altavoz>
- Pérez Romero, J. L. (2010). Más allá del ruido: Una historia de hip-hop en Colombia. *Revista PAPELES*, 2(3), 26-44.
- Pérez Romero, J. L. (2021). Memoria y Hip Hop, Una metáfora de origen. *Análisis*, 53(99), 86-116. <https://doi.org/10.15332/21459169.6510>
- Periódico Vivir en El Poblado (Director). (2021, noviembre 3). *AlcolirykoZ - No está en venta— Lanzamiento del album Aranjuez—Vivir En El Poblado* [Video recording]. https://www.youtube.com/watch?v=095JPm285_Y
- Polfuß, J. (2022). Hip-hop: A marketplace icon. *Consumption Markets & Culture*, 25(3), 272-286. <https://doi.org/10.1080/10253866.2021.1990050>
- Proantioquia & Comfama. (2023). *Medellín musical: Industria y ecosistema de la música* (p. 85). Proantioquia & Comfama. <https://www.proantioquia.org.co/system/files/2024-09/docuprivados/REPORTE%20DE%20INDUSTRIA%20MUSICAL.pdf>
- Quiceno Ramírez, J. C. (2023). *La industria creativa florece, factura y le da vida a Medellín*. <https://www.elcolombiano.com/negocios/la-industria-creativa-florece-factura-y-le-da-vida-a-medellin-MD20767209>
- Radiónica. (2023). *El Hip-Hop en Colombia: Un movimiento en crecimiento según Spotify* | Radiónica. <https://www.radionica.rocks/musica/el-hip-hop-en-colombia-sigue-creciendo-de-acuerdo-spotify>
- Recio Barreneche, D. (2023, julio 17). *Alcolirykoz: La noche en que murieron los rumores y nacieron las leyendas* [Text]. ELESPECTADOR.COM.

- <https://www.elespectador.com/entretenimiento/musica/alcolirykoz-en-el-movistar-arena-de-bogota-la-noche-en-que-murieron-los-rumores-y-nacieron-las-leyendas/>
- Recording Academy. (s. f.-a). *Jay-Z* | *Artist* | *GRAMMY.com*. GRAMMY. Recuperado 28 de enero de 2024, de <https://www.grammy.com/artists/jay-z/9815>
- Recording Academy. (s. f.-b). *Kendrick Lamar* | *Artist* | *GRAMMY.com*. GRAMMY. Recuperado 3 de febrero de 2024, de <https://grammy.com/artists/kendrick-lamar/17949>
- Recording Academy. (s. f.-c). *Nas* | *Artist* | *GRAMMY.com*. GRAMMY. Recuperado 15 de abril de 2024, de <https://www.grammy.com/artists/nas/5218>
- Recording Academy / GRAMMYs (Director). (2024, enero 11). *Watch Kendrick Lamar's Powerful 2016 GRAMMYs Performance | GRAMMY Great Performances* [Video recording]. <https://www.youtube.com/watch?v=yhspYF8WRVA>
- Recording Industry Association of America. (s. f.). *U.S. Music Revenue Database*. RIAA. Recuperado 31 de enero de 2024, de <https://www.riaa.com/u-s-sales-database/>
- Rodas, S. (2023). Esporas de plomo suspendidas en la superficie. *El Malpensante*, 255, 62-66.
- Rodríguez Morató, A. (2017). Introducción: Algunas claves para entender la nueva sociología de las artes. En *La nueva sociología de las artes: Una perspectiva hispanohablante y global*. Editorial Gedisa.
- Rolling Stone. (2023, diciembre 31). The 500 Greatest Albums of All Time. *Rolling Stone*. <https://www.rollingstone.com/music/music-lists/best-albums-of-all-time-1062063/>
- Rolling Stone. (2024, julio 18). The 100 Best Album Covers of All Time. *Rolling Stone*. <https://www.rollingstone.com/music/music-lists/best-album-covers-1235035232/>
- Rouhani, C. L., Gail Mitchell, Keith Murphy, Michael Saponara, Datwon Thomas, Mark Elibert, Eric Diep, William E. Ketchum III, Heran Mamo, Neena, Lamarre, C., Mitchell,

- G., Murphy, K., Saponara, M., Thomas, D., Elibert, M., Diep, E., III, W. E. K., Mamo, H., & Rouhani, N. (2023, febrero 8). 50 Greatest Rappers of All Time. *Billboard*.
<https://www.billboard.com/lists/best-rappers-all-time/>
- Santamaría-Delgado, C. (2017). Establecimiento y consolidación de la industria del disco en Colombia entre las décadas del cincuenta y el sesenta: Economía, industria cultural y creatividad musical. *Artes La Revista*, 16(23), 138-156.
- Screen Genius (Ft. Kendrick Lamar) – God Is Gangsta—Short Film*. (s. f.). Genius. Recuperado 25 de marzo de 2024, de <https://genius.com/Screen-genius-god-is-gangsta-short-film-annotated>
- Silva Rodríguez, M. (2013). Relectura de la noción de industria cultural de Theodor Adorno. *Anagramas - Rumbos y sentidos de la comunicación*, 12(23), 175-198.
<https://doi.org/10.22395/angr.v12n23a9>
- Silva Sánchez, A. (2023). Una poética del barrio: Aranjuez, de Alcolirykoz. *Revista de Estudios Colombianos*, 61, 41-51. <https://doi.org/10.53556/rec.v61i.251>
- Silver, D., & Nichols Clark, T. (2015). The Power of Scenes: Quantities of amenities and qualities of places. *Cultural Studies*, 29(3), 425-449.
<https://doi.org/10.1080/09502386.2014.937946>
- Taylor, T. D. (2016). *Music and Capitalism*. The University of Chicago Press.
 10.7208/chicago/9780226312026.001.0001
- Tickner, A. B. (2008). *Aquí en el Ghetto: Hip-hop in Colombia, Cuba, and Mexico*. *Latin American Politics and Society*, 50(3), 121-146. <https://doi.org/10.1111/j.1548-2456.2008.00024.x>

Uribe Sarmiento, J. J., & Rodríguez Cortés, A. B. (2017). Poder y resistencia: Problematicación desde el Hip-Hop Bogotano. *Reflexión Política*, 19(38), 132-142.

<https://doi.org/10.29375/01240781.2844>

Vad, M. (2021). The Album Cover. *Journal of Popular Music Studies*, 33(3), 11-15.

<https://doi.org/10.1525/jpms.2021.33.3.11>

Viva, F. (2023). Raíces en un sitio, semillas en otros. *El Malpensante*, 255, 18-21.

Weingarten, C. A., Mankaprr Conteh, Jon Dolan, Will Dukes, Dewayne Gage, Joe Gross, Kory Grow, Christian Hoard, Jeff Ihaza, Julyssa Lopez, Mosi Reeves, Yoh Phillips, Noah Shachtman, Rob Sheffield, Simon Vozick-Levinson, Christopher R., Aaron, C., Conteh, M., Dolan, J., Dukes, W., Gage, D., Gross, J., Grow, K., Hoard, C., Ihaza, J., Lopez, J., Reeves, M., Phillips, Y., Shachtman, N., Sheffield, R., Vozick-Levinson, S., & Weingarten, C. R. (2022, junio 7). The 200 Greatest Hip-Hop Albums of All Time. *Rolling Stone*. <https://www.rollingstone.com/music/music-lists/best-hip-hop-albums-1323916/>

Wesley's Theory by Kendrick Lamar feat. George Clinton and Thundercat on WhoSampled.

(s. f.). WhoSampled. Recuperado 22 de abril de 2024, de

<https://www.whosampled.com/Kendrick-Lamar/Wesley%27s-Theory/>

XXL Staff. (2024, febrero 4). *Rappers With the Most Grammy Awards*. XXL Mag.

<https://www.xxlmag.com/rappers-with-the-most-grammy-awards/>

Yoo, N. (2018). *Kendrick Lamar Wins Pulitzer Prize* | Pitchfork.

<https://pitchfork.com/news/kendrick-lamar-wins-pulitzer-prize/>

Anexo A – Listado de canciones

A continuación, se presenta el listado con las canciones incluidas en la *playlist* que acompaña el presente trabajo. Se señala el año de publicación, el nombre del (los) artista (s), título de la canción, el álbum y algunos comentarios que permitan entender la relación que tienen con la temática de la investigación. El listado contiene primero las canciones del corpus analizado, los temas mencionados dentro del trabajo, además de otras canciones que funcionan como una especie de historia musical que acompaña los 51 años del hip-hop. Hay algunas canciones que están ausentes por no estar disponibles en las plataformas de *streaming* (como la primera canción de rap colombiana) y otros que se han decidido dejar por fuera (como los *samples*). Para la última década se eligió incluir solo canciones de rap colombiano y principalmente de artistas de la ciudad de Medellín.

AÑO	ARTISTA	CANCIÓN	ÁLBUM	COMENTARIOS
2003	Jay-Z	Moment Of Clarity	The Black Album	Corpus de análisis en el segundo verso
2006	Nas	Hope - Acappella Version	Hip-Hop is Dead	Corpus de análisis en el outro de la canción
2015	Kendrick Lamar, George Clinton & Thundercat	Wesley's Theory	To Pimp a Butterfly	Corpus de análisis en el segundo verso
2015	Kendrick Lamar	For Free? (Interlude)	To Pimp a Butterfly	Corpus de análisis en el único verso
2015	Kendrick Lamar	Alright	To Pimp a Butterfly	Corpus de análisis en el segundo verso
2015	Kendrick Lamar	For Sale? (Interlude)	To Pimp a Butterfly	Corpus de análisis en el <i>intro</i> y el segundo verso
2015	Kendrick Lamar	Hood Politics	To Pimp a Butterfly	Corpus de análisis en el tercer verso
2021	Alcolirykoz	No Está En Venta	Aranjuez	Corpus de análisis en el primer y segundo verso

AÑO	ARTISTA	CANCIÓN	ÁLBUM	COMENTARIOS
1972	Boris Gardiner	Every Nigger Is A Star	Every Nigger Is A Star	<i>Sample</i> usado por Kendrick Lamar en “Wesley’s Theory”
1975	Aerosmith	Walk This Way	Toys In The Attic	Canción que serviría como base para popularizar el rap en la radio
1979	Chic	Good Times	Risqué	Instrumental usado como base para “Rapper’s Delight”
1979	The Sugar Hill Gang	Rapper’s Delight	Sugar Hill Gang	La primer canción exitosa de rap. Se convirtió en el sencillo mejor vendido de 12 pulgadas. Vendió 2 millones de copias en Estados Unidos y 8 millones a nivel mundial
1979	Fatback Band	King Tim III (Personality Jock)	Fatback XII	Es reconocida como una de las primeras canciones de rap
1979	Kurtis Blow	Christmas Rappin’	Kurtis Blow	Canción de uno de los primeros raperos exitosos comercialmente
1980	Kurtis Blow	The Breaks	Kurtis Blow	Primera canción en alcanzar disco de oro por sus ventas
1980	Perucho Conde	La Cotorra Criolla	N/A	Primera canción de rap en español
1981	Blondie	Rapture	Autoamerican	Primera canción con un verso rapeado que llegaba al #1 del listado de canciones populares en Estados Unidos
1981	Rick James	Super Freak	Street Songs	<i>Sample</i> usado para “U Can’t Touch This” y que más tarde haría parte de uno de los sencillos más exitosos del rap
1982	Afrika Bambaataa	Planet Rock	N/A	Canción por parte de quien se conoce como uno de los “padres del hip-hop”
1982	Grandmaster Flash And The Furious Five	The Message	The Message	De las primeras canciones de rap con un mensaje de crítica social por parte de otro de los “padres del hip-hop”

AÑO	ARTISTA	CANCIÓN	ÁLBUM	COMENTARIOS
1983	Grandmaster Caz	South Bronx Subway Rap	Wild Style Original Soundtrack	Banda sonora de la primer película sobre hip-hop y que fue clave en el inicio de la escena en Colombia
1984	Run-DMC	Rock Box	Run-D.M.C.	Primer video de rap que transmiten en MTV y primer álbum de rap en alcanzar la certificación de oro por sus ventas
1985	Schoolly D	P.S.K. 'What Does It Mean'?	Schoolly D	Se le atribuye ser el primer <i>gangster rap</i> o rap de pandillero
1986	Run-DMC & Aerosmith	Walk This Way	Raising Hell	<i>Cover</i> de la canción de Aerosmith. Muestra ese primer enfoque de mezclar el rap con el <i>rock</i> . De las primeras canciones de rap con difusión masiva en radio
1986	Beastie Boys	Fight For Your Right	Licensed To Ill	Primer álbum de rap en llegar a la posición #1 de los álbumes más populares en Estados Unidos
1986	ICE-T	6 'N The Mornin'	Rhyme Pays	Es de los primeros “rap de pandillero” exitosos
1987	LL Cool J	I Need Love	Bigger And Deffer	Mezcla de rap tipo balada exitosa comercialmente
1988	DJ Jazzy Jeff & The Fresh Prince	Parents Just Don't Understand	He's The DJ, I'm The Rapper	Primer Grammy en la historia del rap
1988	N.W.A.	Fuck Tha Police	Straight Outta Compton	Este grupo marcaría la historia del <i>gangster rap</i> con este álbum debut
1989	Public Enemy	Fight The Power	Fear Of A Black Planet	Grupo reconocido por el contenido social y contestatario de sus canciones
1990	MC Hammer	U Can't Touch This	Please Hammer Don't Hurt 'Em	Este éxito llevó a que fuera el álbum de rap con mayores ventas para su época

AÑO	ARTISTA	CANCIÓN	ÁLBUM	COMENTARIOS
1990	Vanilla Ice	Ice Ice Baby	To The Extreme	Primera canción de rap en alcanzar el #1 del listado de canciones populares en Estados Unidos
1991	Cypress Hill	How Could I Just Kill A Man	Cypress Hill	Influencia latina en el rap norteamericano
1992	Wu-Tang Clan	Protect Ya Neck	Enter The Wu-Tang (36 Chambers)	Grupo que renovarían el hip-hop de la costa este y marcaría hitos a nivel comercial
1993	Naughty by Nature	Hip Hop Hooray	19 Naughty III	Canción de un grupo exitoso acerca del hip-hop considerado un himno
1994	The Notorious B.I.G.	Juicy	Ready To Die	Uno de los raperos mejor valorados, envuelto en la disputa más grande del hip-hop (Este vs Oeste) y que terminó con su muerte
1994	Craig Mack	Flava In Ya Ear	Project: Funk Da World	Es reconocido como uno de los mejores ritmos en la historia del rap
1994	La Etnia	Noicanicula	El Ataque Del Metano	De las primeras canciones y trabajos exitosos de rap colombiano
1994	Common	I Used To Love H.E.R.	Resurrection	Rapero mencionado por Jay-Z en “Moment Of Clarity”. Es también una crítica acerca de cómo el hip-hop ha cambiado comercialmente de su forma original
1995	Coolio	Gangsta's Paradise	Dangerous Minds: Music from the Motion Picture	Influencia del rap en bandas sonoras de películas taquilleras
1996	2Pac	Hit 'Em Up	N/A	Uno de los raperos mejor valorados, envuelto en la disputa más grande del hip-hop (Este vs Oeste) y que terminó con su muerte. Una de las “tiraderas” mejor valoradas de la historia
1996	E-40, Too \$hort & K-Ci	Rapper's Ball	The Hall Of Game	Canción de raperos independientes exitosos

AÑO	ARTISTA	CANCIÓN	ÁLBUM	COMENTARIOS
1996	Rage Against The Machine	Bulls On Parade	Evil Empire	Muestra la influencia del rap en bandas o solistas de <i>rock</i>
1997	Control Machete	Comprendes, Mendes?	Mucho Barato	De los primeros grupos latinos de rap en conquistar otros mercados con éxito
1997	Gotas de Rap	Militares	Revolución	De los primeros grupos de rap con éxito en Colombia con cuyas letras hacen denuncias sociales
1998	Master P, Silkk The Shocker, Mia X & Fiend	Make 'Em Say Ugh	Ghetto D	Canción de raperos independientes exitosos
1998	Everlast	What It's Like	Whitey Ford Sings The Blues	Muestra la influencia del rap en bandas o solistas de <i>rock</i>
1998	Ms. Lauryn Hill	Doo Wop (That Thing)	The Miseducation Of Lauryn Hill	Primera mujer y artista del rap en ganar un Grammy a Mejor Álbum del Año
1999	Juvenile, Lil Wayne & Mannie Fresh	Back That Azz Up	400 Degreez	Raperos de Cash Money Records que tuvieron un contrato multimillonario
1999	Eminem	My Name Is	The Slim Shady LP	Primer sencillo de Eminem luego de batallar en los Rap Olympics
1999	Kid Rock	Cowboy	Devil Without A Cause	Muestra la influencia del rap en bandas o solistas de <i>rock</i>
1999	50 Cent	How To Rob	Power Of The Dollar	Canción clásica de la escena de <i>mixtapes</i>
2000	Limp Bizkit	Rollin' (Air Raid Vehicle)	Chocolate Starfish And The Hot Dog Flavored Water	Muestra la influencia del rap en bandas o solistas de <i>rock</i>
2000	Orishas	Represent	A Lo Cubano	De los primeros grupos latinos de rap en conquistar otros mercados con éxito

AÑO	ARTISTA	CANCIÓN	ÁLBUM	COMENTARIOS
2001	Missy Elliott	Get Ur Freak On	Miss E... So Addictive	Canción listada como una de las mejores canciones de la artista y de todos los tiempos, además de incorporar diálogos en japonés
2002	Eminem	Lose Yourself	8 Mile: Music from and Inspired by the Motion Picture	Primer canción de rap en ganar un Premio Oscar
2003	Talib Kweli, Common & Anthony Hamilton	Ghetto Show	The Beautiful Struggle	Los raperos mencionados responden a la canción de Jay-Z “Moment Of Clarity”
2004	Nelly & Tim McGraw	Over And Over	Suit	Incorporación de otros géneros dentro de canciones exitosas comercialmente
2005	Ja Rule, Fat Joe & Jadakiss	New York	R.U.L.E.	Otra canción referente en “tiraderas” del rap, presente en todas las décadas
2007	50 Cent	I Get Money	Curtis	Hace referencia a uno de los negocios más cuantiosos de un rapero con Coca Cola
2008	Kanye West	Love Lockdown	808s & Heartbreak	Kanye West influenciará la evolución del género con este álbum de una estética acústica diferente
2009	Jay-Z & Alicia Keys	Empire State of Mind	The Blueprint 3	Canción de Jay-Z que llegaba al #1 del listado de canciones populares en Estados Unidos y se convertiría en un himno
2010	Kanye West & Pusha T	Runaway	My Beautiful Dark Twisted Fantasy	Fue un regreso a la escena musical de Kanye West después de muchas controversias y aparece en listados de las mejores canciones de los tiempos
2011	Drake & Nicki Minaj	Make Me Proud	Take Care	Dos de los artistas más exitosos de las décadas recientes
2012	Killer Mike	Reagan	R.A.P. Music	Rapero mencionado y valorado por su habilidad en “Hood Politics” de Kendrick Lamar con una canción de crítica social y política

AÑO	ARTISTA	CANCIÓN	ÁLBUM	COMENTARIOS
2013	Big Sean, Kendrick Lamar & Jay Electronica	Control	N/A	Se incluye la porción del verso de Kendrick Lamar debido a que no está disponible en plataformas. Aunque no es una “tiradera” en específico, el verso de Kendrick Lamar paralizó el género y demuestra el espíritu competitivo del hip-hop
2014	Anyone/Cualquiera, El Arkeologo & Rapihero	Centro de Acopio	Tiempo Libre	Integrante de No Rules Clan, un grupo paisa muy valorado por sus contribuciones al hip-hop colombiano
2015	Luis7Lunes	Ni Uno Ni Dos Ni Tres	Ruidos En Hamelin	Habla sobre la cultura en Medellín
2016	Crudo Means Raw	Sangre En El Pool Party	Todos Tienen Que Comer	Hace una crítica a lo comercial y habla sobre la cultura en Medellín
2017	Granuja	Círculo Vicioso	Círculo Vicioso	Habla acerca de Medellín, la cultura y la violencia
2018	La Gra\$a, Granuja, Crudo Means Raw, Zof Ziro & Doble Porción	Valijas De Oro	La Gra\$a	Habla acerca de Medellín, la cultura narco y la violencia
2019	Alcolirykoz	Sancocho En Leña	N/A	Habla acerca de Medellín y las tradiciones culturales
2020	ZetaZeta (Zof Ziro)	Medallo Con Mar	Sinfonía Para Cuerda Floja	Habla sobre la violencia en Medellín y muestra influencias del trap
2022	Mabiland	Quema	TORQUE: Vol. 1	Rapera colombiana que usa infusiones de géneros musicales
2023	Alcolirykoz & Jerónimo	Medellificación	N/A	Tema que trata sobre la gentrificación de la ciudad de Medellín
2024	Penyair & Gabylonia	No Somos Iguales	N/A	Colaboración entre raperos importantes de Colombia y Venezuela

Nota. Elaboración propia con información de las plataformas de *streaming* e información disponible en la web.

Anexo B – Poema de *To Pimp a Butterfly*, por Kendrick Lamar

El poema recitado a lo largo del álbum, cuya narrativa se descubre con el pasar de las canciones, se presenta a continuación y sirve para contextualizar el análisis:

*I remember you was conflicted, misusing your influence
Sometimes I did the same, abusing my power, full of resentment
Resentment that turned into a deep depression, found myself screaming
in the hotel room
I didn't wanna self destruct
The evils of Lucy was all around me, so I went running for answers
Until I came home
But that didn't stop survivor's guilt, going back and forth trying to
convince myself the stripes I earned or maybe how A-1 my foundation
was
But while my loved ones was fighting a continuous war back in the city,
I was entering a new one³⁶
A war that was based on apartheid and discrimination, made me wanna go back to the city
and tell the homies what I learned, the word was respect
Just because you wore a different gang color than mine's, doesn't mean I can't respect you as a
black man
Forgetting all the pain and hurt we caused each other in these streets
If I respect you, we unify and stop the enemy from killing us
But I don't know, I'm no mortal man, maybe I'm just another nigga³⁷*

³⁶ El resaltado corresponde a las líneas del poema que hacen parte de las canciones del álbum escogidas para el análisis.

³⁷ “Recuerdo que estabas en conflicto, utilizando mal tu influencia / A veces hice lo mismo, abusando de mi poder, lleno de resentimiento / Resentimiento que se convirtió en una depresión profunda, me encontré gritando en la habitación del hotel / No quería autodestruirme / Los males de Lucy estaban a mi alrededor, así que fui corriendo por respuestas / Hasta que llegué a casa / Pero eso no detuvo la culpa del sobreviviente, yendo y viniendo tratando de convencerme de las rayas que gané o tal vez cuán A-1 era mi base / Pero mientras mis seres queridos estaban luchando una guerra continua en la ciudad, estaba entrando en una nueva / Una guerra que se basó en el apartheid y la discriminación, me hizo querer volver a la ciudad y decirle a los amigos lo que aprendí, la palabra era respeto / Solo porque vistas un color de pandilla diferente a la mía, no significa que no pueda respetarte como un hombre negro / Olvidando todo el dolor y el daño que nos causamos en estas calles / Si te respeto, nos unimos y evitamos que el enemigo nos mate / Pero no sé, no soy un hombre mortal, tal vez soy solo otro negro”. Traducción personal.

Anexo C – Estructura de canciones analizadas

La siguiente tabla presenta la estructura y otros elementos de las canciones del corpus seleccionado:

ARTISTA	CANCIÓN	ÁLBUM	DURACIÓN	COROS	VERSOS	OTRAS SECCIONES	SAMPLES	BPM ³⁸	COMPÁS	CLAVE/ ESCALA
Jay-Z	Moment Of Clarity	The Black Album	4:24	4	3	<i>Intro</i>	2	82	4/4	Do# Mayor
Nas	Hope - Acappella Version	Hip-Hop is Dead	3:06	-	1	<i>Intro</i> <i>Outro</i>	2	77	4/4	Si menor
Kendrick Lamar, George Clinton & Thundercat	Wesley's Theory	To Pimp a Butterfly	4:47	2	2	<i>Intro</i> Refrán Corte Puente <i>Outro</i>	2	114	4/4	Sol Mayor
Kendrick Lamar	For Free? (Interlude)	To Pimp a Butterfly	2:11	-	1	<i>Intro</i> <i>Outro</i>	-	129	1/4	Sol# Mayor
Kendrick Lamar	Alright	To Pimp a Butterfly	3:39	3	2	<i>Intro</i> Pre-Coro Poema <i>Outro</i>	4	110	4/4	Sol Mayor
Kendrick Lamar	For Sale? (Interlude)	To Pimp a Butterfly	4:52	3	2	<i>Intro</i> Refrán Poema	1	79	3/4	Re Mayor

³⁸ BPM representa los *Beats Per Minute*, que suelen indicar el tempo de la canción.

ARTISTA	CANCIÓN	ÁLBUM	DURACIÓN	COROS	VERSOS	OTRAS SECCIONES	SAMPLES	BPM ³⁸	COMPÁS	CLAVE/ ESCALA
Kendrick Lamar	Hood Politics	To Pimp a Butterfly	4:53	3	2	<i>Intro</i> Interludio Poema	3	88	4/4	Fa# menor
Alcolirykoz	No Está En Venta	Aranjuez	4:01	2	2	<i>Intro</i> Puente <i>Outro</i>	-	74	4/4	Mi menor

Nota. Elaboración propia con información de las plataformas de *streaming* e información disponible en <https://pulsemusic.app>