

El rap como economía en la frontera noreste de México

Rap as Economy on the Northeast Border of Mexico

*José Juan OLVERA GUDIÑO**

RESUMEN

Este artículo aborda la diversidad de prácticas económicas alrededor de la música de rap por parte de jóvenes de tres ciudades de la frontera noreste de México. Los enfoques con los que se trabaja son los de identidades juveniles, por un lado, y los de economías creativas, alternativas y solidarias, por el otro. Se discuten los aportes y las limitaciones de estos conceptos frente a la evidencia empírica y se propone el de economías de resistencia. La evidencia se presenta a través de siete casos recogidos durante el verano de 2014 mediante métodos etnográficos.

Palabras clave: 1. rap, 2. frontera noreste, 3. economías creativas, 4. juventud, 5. violencia.

ABSTRACT

This paper addresses the diversity of economic practices around rap music by young people from three cities in the northeast border of Mexico. The approaches employed are those of youth identities, on the one hand, and creative, alternative and solidarity economies on the other. The contributions and limitations of these concepts against empirical evidence are discussed and proposed the economies of resistance. Evidence is presented through seven cases collected during the summer of 2014, through ethnographic methods.

Keywords: 1. rap, 2. northeastern border, 3. creative economies, 4. youth, 5. violence.

Fecha de recepción: 1 de septiembre de 2015.

Fecha de aceptación: 13 de enero de 2016.

* Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social-Noreste, México, jjolvera@ciesas.edu.mx.

INTRODUCCIÓN¹

Puede decirse que el rap como música y el *hip hop* como cultura juvenil se han construido, en buena medida, en medio de ambientes de violencia (Chang, 2007:1528). Ante la crisis social generada por la destrucción de zonas enteras del Bronx en Nueva York, a mediados de la década de 1970 aparecen propuestas culturales de sobrevivencia y convivencia vinculadas al baile (*breakdance*), la manipulación de tornamesas (*DJing*), el canto (MC) y el grafiti, donde los intercambios simbólicos buscan reorientar la violencia y reparar sus daños a través de la construcción de nuevas estéticas. Los *b-boys*, DJ, MC y graffiteros construyen con nuevas prácticas estéticas lo que después será llamada *cultura hip hop*.

De un modo similar, en varios lugares de México y su frontera norte, el rap está cumpliendo diversas funciones entre grupos juveniles pertenecientes a sectores populares y de clases medias. Exalta su lado misógino y alimenta simbólicamente la violencia criminal y la violencia entre grupos, pero también desempeña un rol importante como espacio de desarrollo de los derechos humanos y de activismo político (De la Peza, 2013; Salazar, 2014). Al final, refleja la realidad de diversos grupos juveniles que construyen, alrededor del rap, nuevas estéticas del cuerpo y la música, nuevas masculinidades y femineidades.

Sin embargo, ¿qué pasa con quienes desean no sólo vivir con el rap, sino vivir de él? ¿Qué alternativas reales se están llevando a cabo en estos momentos para vivir de la música y cómo se combinan con otras actividades económicas y otros roles familiares o grupales? ¿Cómo pueden combinarse la promotoría cultural y la adscripción al *hip hop*?² ¿Cómo se hace frente a la violencia en el contexto de una cultura musical que se caracteriza, precisamente, por su vocación narrativa de la realidad del barrio y la ciudad? ¿Cómo, finalmente, se pueden abordar estos fenómenos desde las ciencias sociales y sus categorías?

Este artículo aborda la diversidad de prácticas económicas alrededor del rap por parte de jóvenes en tres ciudades de la frontera noreste de México: Nuevo Laredo, Reynosa y Matamoros. Víctimas y victimarios de una dinámica que no parece tener fin, los jóvenes de estas ciudades constituyen uno de los grupos sociales más

¹ Este trabajo se realiza en el marco del proyecto SEP-Conacyt, núm. 243073: “Muerte y resurrección en la frontera. Procesos regionales de construcción de la cultura en el noreste de México y sur de Texas: Los casos del *hip hop* y la música norteaña”.

² El rap se define como la principal expresión musical de la cultura *hip hop*, incluyendo en él el trabajo de los DJ y MC –ya explicado– y el de quienes hacen la música –*beatmakers*–, que no siempre son DJ.

vulnerables. Por ello, importa conocer las condiciones específicas en las que, pese al contexto de violencia, buscan dar salida a su proyecto de vida, tejiendo economía, arte y entretenimiento.

La evidencia empírica de este trabajo es de carácter cualitativo y está basada en entrevistas focalizadas –realizadas entre julio y agosto de 2014– a músicos raperos y/o promotores culturales en edades que oscilan entre 18 y 30 años, de las tres ciudades mencionadas. Los acercamientos se dieron a partir de contactos ofrecidos por sus pares en Monterrey y que, a su vez, permitieron llegar a otros a través de las redes sociales. Las entrevistas se desarrollaron en lugares públicos y estudios de grabación. Como complemento, se efectuaron entrevistas informales con directivos o encargados de algunas áreas en los departamentos municipales de cultura de los tres municipios.

El trabajo desarrolla primero el giro, dentro de los estudios de juventud, hacia el rol económico de los jóvenes *trendsetters* y sus colectivos en el contexto de las llamadas economías creativas (Florida, 2002) y lo pone a discusión con otros conceptos, como economías alternativas (Reygadas *et al.*, 2014) y economías solidarias (Singer, 2011). Después, el artículo describe los contextos sociodemográficos en los que se desenvuelve la juventud en estas tres ciudades fronterizas y presenta la evidencia empírica. Ésta describirá, por un lado, cómo se vive del rap, cuáles son las maneras específicas para producir, componer y distribuir los bienes simbólicos en contextos de precariedad, violencia y exclusión. Por otro lado, mostrará la insuficiencia de algunos conceptos para captar estas realidades particulares y argumentará en favor del concepto *economías de resistencia*. Se intentará demostrar que, en las condiciones descritas, las estrategias de los jóvenes son reafirmación ante sus mayores y ante las instituciones; pero también, y sobre todo, son estrategias de sobrevivencia (Encinas, 2011).

GIRO EN LOS ESTUDIOS DE JUVENTUD

Hasta finales del siglo pasado, los jóvenes de clases subalternas y sus espacios de socialización han tenido preeminencia como tema de análisis en los llamados estudios de juventud de México y otros países de América Latina. La esquina, el barrio, la plaza, entre otros, han sido lugares privilegiados para la observación de sus expresiones culturales que los hacen visibles como actores sociales (Reguillo, 2000) y les permiten desarrollar identidades y grupalidades específicas. Tales estudios sobre juventudes obedecían a las interrogantes generadas por las consecuencias, en

ambientes urbanos, de las políticas neoliberales iniciadas en América Latina a partir de la década de 1980. De ahí que estas miradas se combinaran con el análisis de los contextos de precariedad y marginación.

Durante el paso hacia el nuevo siglo, los estudios de juventud en México incorporan a nuevos actores: jóvenes punks, activistas *ceuístas*³ y una variedad de imágenes juveniles de principios de siglo, a la que hacen alusión Urteaga y Pérez-Islas (2013:184). En la frontera norte de México, estos estudios pasaron del *choloismo* —como expresión de las formas de agregación juvenil de influencia chicana— o de los punks (Valenzuela, 1997) a los raperos, *narcobaladistas* y otra serie de culturas juveniles transfronterizas que desarrollan prácticas alrededor de la música, la sexualidad y otras actividades estéticas y lúdicas en los contextos recientes de violencia (Valenzuela, 2014), que están cumpliendo un rol importante en la redefinición de prácticas y construcción de grupalidades de los jóvenes.

En tal sentido, Urteaga y Pérez-Islas (2013:185) han destacado algunos elementos que deben ser incorporados en el análisis de las nuevas realidades generadas por la modernidad tardía: “El debilitamiento o fractura de los sentidos institucionales de pertenencia, la incorporación del consumo, y el ingreso del crimen organizado y el narco como referentes materiales y simbólicos en la constitución de las pertenencias y formas de conocimiento de los jóvenes de inicios de siglo”.

El giro, que exige la expansión de la mirada desde lo simbólico hacia el plano estructural —dicen los autores—, obliga también a trabajar las estrategias y la capacidad de agencia que implementa una diversidad de conglomerados juveniles ante la profundización de la desigualdad, la exclusión, la informalidad, la desinstitucionalización y, finalmente, la revolución digital que atraviesa todos los campos sociales de manera diferenciada.

Entonces, se parte de un panorama paradójico de exclusión entre la juventud latinoamericana, que resume Martin Hopenhayn (2008:3) desde la perspectiva intergeneracional pues, según el autor, tienen más años de educación formal pero menos acceso al empleo; mayor manejo de las nuevas tecnologías pero menos espacio en donde se toman las decisiones políticas; y mayor consumo simbólico pero menor consumo material. Para el caso mexicano, Fernández-Vega (citado en Ortega, 2013:160) indica que si los jóvenes con estudios de secundaria repre-

³ Jóvenes activistas participantes en el movimiento estudiantil constituido entre 1986 y 1990 por el Consejo Estudiantil Universitario de la UNAM para detener las reformas impuestas desde la rectoría.

sentaban 5.5 por ciento de la población desempleada, los de mayores estudios alcanzaban 74.5 por ciento.

En tal contexto, Reguillo (2006) identifica dos grupos de juventud dentro de la realidad mexicana: una minoría de conectados, con educación y bien relacionados, cuya capacidad de hacer frente a la precariedad general proviene de la interrelación de estos capitales; por otro lado, una mayoría descapitalizada en términos educativos, sanitarios, de relaciones sociales y conexión digital. También es necesario considerar que dentro de cada grupo hay variaciones.

En la última década ha ganado terreno el estudio de las *economías e industrias creativas*, como una de las dimensiones de análisis respecto de la capacidad de agencia de los jóvenes (García-Canclini, Urteaga y Cruces, 2012), en particular, de aquel reducido grupo que ha sido empoderado por su alta escolaridad, relaciones sociales y acceso a satisfactores diversos. A lo anterior, este sector juvenil suma desarrolladas competencias digitales para hacer frente al panorama de incertidumbre laboral y cambio tecnológico. Antes de continuar, se realizará una breve incursión conceptual sobre las economías creativas.

En décadas posteriores a la Segunda Guerra Mundial, el desarrollo tecnológico generó nuevas realidades frente a las cuales el concepto de *industria cultural* ya no encajaba por completo, pues éste se refería al conjunto de técnicas para convertir en mercancías las formas simbólicas bajo la lógica del sistema capitalista, a través de la producción y distribución masivas, lógica de ganancia y condicionamiento tecnológico (Adorno y Horkheimer, 1988). La nueva convergencia entre informática y telecomunicaciones hizo que se comenzara a hablar entonces de *industria del conocimiento*, *industria de la conciencia* e *industria de la información*.

Paralelamente, en la década de 1970 se desarrolló el enfoque denominado *economía de la cultura*, que tenía como objeto de estudio los aspectos económicos del arte y, posteriormente, de las industrias culturales en relación con temas económicos fundamentales: papel del mercado, teoría del valor y elecciones racionales de los sujetos en el desarrollo del arte; papel del Estado y de las políticas públicas, etcétera (Palma y Aguado, 2010:132). Según estos autores, los conceptos de *economía e industrias creativas* constituyen un desarrollo dentro de este campo de la economía de la cultura.

Para la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, la definición de *economía creativa* considera “la ampliación del concepto de creatividad (basada en actividades con un fuerte componente artístico), a cualquier actividad económica que genere productos simbólicos, con una gran dependencia en la

propiedad intelectual, ampliando el mercado a su máxima expresión” (UNCTAD, 2010:34). Dentro de la economía creativa, las industrias creativas constituyen ciclos de producción y distribución de bienes y servicios (tangibles e intangibles) con base en la creatividad y el capital intelectual, que no se limitan al arte, para generar ingresos en relación con el comercio y el derecho de propiedad intelectual.

Al respecto, hay importantes contradicciones y desacuerdos en las publicaciones académicas y en los grupos donde se crean las políticas públicas alrededor de ello. En ocasiones, la distinción se realiza entre industrias creativas y culturales y, en otras, ambos términos se utilizan de manera intercambiable (UNCTAD, 2010:34). Por otra parte, si el concepto de industria de la cultura tenía cierta carga pesimista o apocalíptica (Eco, 1968), existen también críticas al de economía creativa por su implícito y exagerado optimismo respecto de las posibilidades que permite una supuesta nueva era de democratización de los medios de información y comunicación.

En México, investigadores como Néstor García Canclini y Martiza Urteaga, o economistas como Ernesto Piedras, se han acercado a estudiar de qué manera funcionan las economías creativas y los fenómenos de industrialización de la cultura y expansión del mercado, impulsados por las políticas neoliberales, que acotan la presencia del Estado y las formas tradicionales de hacer y distribuir bienes culturales (García-Canclini, 2012).

Las preguntas que animan a estos estudios giran alrededor de las diversas maneras como los jóvenes *trendsetters*, emprendedores o empresarios culturales están respondiendo al escenario de incertidumbre, precariedad laboral y cambio a la sociedad digital, para llevar a cabo sus propios proyectos artísticos y cómo articulan estas respuestas a otros ámbitos en función de establecer sus propios proyectos de vida.

Destaca el trabajo sobre prácticas y estrategias de jóvenes creadores alrededor de las nuevas tecnologías, las letras, la música y las artes figurativas, coordinado por García-Canclini, Urteaga y Cruces (2012). Atendiendo a dos realidades (España y México) y con un enfoque transdisciplinario, cerca de 20 investigadores se acercan a las prácticas emergentes que son respuesta a las nuevas realidades. Para el caso de México, Urteaga establece que los sujetos de estudio son jóvenes

Muy (o medianamente) capitalizados que, al contrario de lo que está pasándole a la gran mayoría, están aprovechando las posibilidades laborales, tecnológicas, culturales y económicas que estas transformaciones –lideradas por los programas

económicos neoliberales y el cambio tecnológico—, les están abriendo para posicionarse de otra manera en sus medios sociales (Urteaga, 2012:26).

En 2013, García-Canclini y Piedras coordinaron un acercamiento al fenómeno desde la antropología y la economía de la cultura, aplicando una encuesta y técnicas etnográficas y generando un reporte cuantitativo y varios análisis mixtos. Uno de ellos reveló que los jóvenes del estudio no están realizando actividades que coinciden por completo con las economías creativas. En particular, destacan el desencuentro entre “la lógica industrial que intenta pensar los sectores creativos siempre en función de productos cuantificables y estandarizables y las lógicas grupales e individuales de los actores”, que encuentran su sentido en aspectos diferentes como el gozo y la solidaridad, surgidos de la colaboración y las prácticas no retribuidas (Gerber y Pinochet, 2013:151).

Además de la falta de conexión entre las lógicas grupales y las industriales, señaladas arriba, otros contextos están dificultando el desarrollo de estas economías y dando pie a distintas alternativas. Para explicarlas, se aludirá a los escenarios donde se desarrolla la gestión cultural en México, el cambio tecnológico y, finalmente, el contexto de inseguridad y violencia, que marcó la vida de varias regiones del país desde 2006. Para atrapar tales realidades, aparecerán conceptos como economías alternativas, economías solidarias y economías de resistencia, siendo este último el que se propone aquí para mostrar la evidencia empírica.

Paredes (2008:1-4) plantea que la gestión y promoción culturales en México se desenvuelven en cuatro escenarios, que el autor considera entrelazados y no por separado; 1) espacios oficiales, de gestión vertical y atados a los ciclos políticos y tiempos electorales; 2) industria cultural, sujeta a la lógica de la máxima ganancia en un contexto de operación vertical; no se espera que su actividad beneficie a las expresiones emergentes o heterodoxas; 3) subterránea, asociada a heterodoxias, subculturas y contraculturas; se ejerce dentro de las dinámicas de la economía informal, es de gestión directa y pequeña economía, sin planeación a largo plazo y muchas veces pragmática; lo natural es que estos proyectos subterráneos crezcan hasta dejar atrás la economía informal para insertarse en circuitos alternativos y, finalmente, 4) alternativa heterodoxa, comprende actividades y espacios gestionados directamente por las comunidades de artistas o pequeños empresarios.

En México, la escena alternativa heterodoxa abarca una franja demasiado estrecha porque carece de condiciones para su desarrollo. El tamaño pequeño de estos emprendimientos —algunos pueden ser ubicados muy bien como economías

creativas— se explica por las endebles condiciones de legalidad, orden y transparencia económica que existen en México, a diferencia de las que se desarrollan en países como España, Canadá o Estados Unidos. También puede tratarse de una actividad empresarial diferente, vinculada a una distinta visión del sistema social, en particular, del sistema económico. De esta manera, existen economías alternativas definidas como “formas de organizar el trabajo, la producción, la distribución y el consumo de bienes y servicios sobre bases distintas a la competencia, la dominación, la explotación y la depredación que han caracterizado a la economía capitalista” (Reygadas *et al.*, 2014:14). En la obra *Economías alternativas. Utopías, desencantos y procesos emergentes*, coordinada por Reygadas *et al.*, se aclara que no todas las experiencias que la obra recoge son anticapitalistas, pues algunas pretenden conservar ciertas características. Un buen ejemplo es el de una compañía de productos audiovisuales de Tijuana, cuyo grupo dirigente de empresarios, trabajadores, artistas y amigos tiene como meta, más que la acumulación de capital económico, la adquisición de conocimientos y experiencias. Aún así, la acumulación de capital está presente y hay trabajadores que no son propietarios (Mata, 2014).

Una propuesta más radical es la de economía solidaria (Singer, 2011), forma de producción donde no existe separación entre fuerza laboral y medios de producción, ni distinción entre trabajadores y propietarios; donde los excedentes toman otros destinos y la cooperativa de producción es, por lo general, su modalidad básica (un país con importante desarrollo en ese sentido es Brasil). En el ámbito cultural, sus iniciativas de *puntos de cultura* y de producciones culturales autosustentables trabajan “desde abajo para arriba” (Turino, 2010) y “aunque no se reconozca, hacen economía solidaria en el sentido de práctica colaborativa” (Saraiva, 2011:14), además de estar impregnadas de una ideología crítica al sistema de libre mercado. De hecho, un debate reciente se refiere a si el gobierno debe o no invertir en las economías creativas —es decir, en estas minorías empoderadas con recursos y oportunidades— o en miles de pequeñas asociaciones culturales locales repartidas por su territorio (puntos de cultura), que llevan a cabo pequeños emprendimientos culturales, más ligados a la economía solidaria y a la producción cultural colaborativa (Saraiva, 2011).

El cambio tecnológico como proceso también ha impactado de modo importante a las actividades artísticas, particularmente a la música popular. Cuando fenómenos como éste interaccionan con la gran desigualdad que existe en México, se generan paradojas para quienes decidieron tomar el camino de las economías

creativas, tales como la de facilitar la producción, la distribución y el acceso de los productos musicales y, al mismo tiempo, debilitar el desarrollo del derecho de autor y su usufructo debido a la piratería. Ante ello, los músicos generan alternativas para la obtención de ingresos, organizando conciertos en vivo y venta de discos compactos en esos eventos, música por Internet, etcétera.

Finalmente, también hay que tomar en cuenta las escenas *underground* y alternativa-heterodoxa, no sólo en este contexto de corrupción, precariedad y ausencia de reglas claras, cambio tecnológico y piratería. También es necesario agregar al contexto la violencia e inseguridad ocasionadas por la guerra declarada por el gobierno contra los cárteles y por la disputa militar de espacios entre ellos. El resultado de esta combinación de factores son esfuerzos en el límite por generar bienes simbólicos, y ese es el contexto en el cual los jóvenes estudiados en el presente trabajo desarrollan su labor artística.

CONTEXTO DE LOS SUJETOS DE ESTUDIO

Antes de mostrar la evidencia empírica, es prudente repasar el contexto sociodemográfico y de seguridad y violencia para Nuevo Laredo, Reynosa y Matamoros, que constituyen el marco donde los jóvenes estudiados desarrollan sus actividades. Se propone que buena parte de los jóvenes de estas ciudades, entre ellos los sujetos del estudio, atraviesan por las siguientes condiciones: su ciclo de vida como adolescentes y jóvenes, precariedad laboral y educativa, contexto de inseguridad y violencia, transición a la sociedad digital y su existencia en el complejo cultural transfronterizo. Algunas de estas condiciones se indican en el cuadro 1.

Datos del *Censo de población y vivienda 2010* indican que 45.3 por ciento de la población tamaulipeca vive en Nuevo Laredo, Reynosa y Matamoros, y una cuarta parte son jóvenes de entre 15 y 30 años de edad (Inegi, 2010). Puede observarse que los niveles de pobreza están por debajo de la media nacional y estatal, mientras que el promedio de escolaridad está ligeramente por arriba de la media y alcanza el nivel mínimo en el cual se considera que una persona tiene capacidad de vincularse con el mundo productivamente (Hopenhayn, 2008). Desde la perspectiva económica, los porcentajes de población en situación de pobreza (moderada y extrema) son menores que la media nacional y estatal. Lo mismo se puede decir del producto interno bruto per cápita, medido en dólares.

Lamentablemente, estos indicadores se acompañan de otros que están relacionados con el impacto de la guerra del gobierno contra las agrupaciones del crimen

organizado y de la que libran éstas entre entre sí, que tienen en Tamaulipas uno de sus espacios principales de confrontación. Uno de los indicadores señala que en el período de enero a abril de 2014, un tercio de los homicidios dolosos del estado, así como 37 por ciento de los secuestros, se cometieron en Nuevo Laredo, Reynosa y Matamoros (SNSP, 2014).

CUADRO 1. Indicadores sociodemográficos y de seguridad de Reynosa, Matamoros y Laredo

<i>Ciudad</i>	<i>Habitantes en 2010¹</i>	<i>Población entre 15 y 30 años en 2010²</i>	<i>Promedio de escolaridad³</i>	<i>Población en situación de pobreza en 2010 (%)</i>	<i>PIB por habitante en dólares ajustados⁴</i>	<i>Homicidios dolosos en 2014⁵</i>	<i>Secuestros en 2014⁵</i>
Nuevo Laredo	384 033	94 495	9.1	37.6	8 986	27	26
Matamoros	489 193	126 475	9	37	9 429	16	1
Reynosa	608 891	158 867	9.2	33.7	9 174	17	8
<i>Total de las ciudades</i>	<i>1 482 117</i>	<i>379 837</i>	<i>9.1</i>	<i>36.1</i>	<i>9 196</i>	<i>60 (28 %)</i>	<i>35 (37 %)</i>
<i>Total de Tamaulipas</i>	<i>3 268 554</i>	<i>825 251</i>	<i>9.1</i>	<i>38.4</i>	<i>7 757</i>	<i>217 (100 %)</i>	<i>95 (100 %)</i>
<i>Total nacional</i>	<i>112 336 538</i>	<i>29 696 560</i>	<i>8.6</i>	<i>46.3</i>	<i>7 495</i>	<i>-</i>	<i>-</i>

Fuente: Elaboración propia con datos de: ^{1,2} Inegi (2010), ³ Sedesol (2015), ⁴ Comisión de Salud Fronteriza (2000) y ⁵ SNSP (2014).

En 2015, Matamoros tuvo uno de los mayores índices de homicidios dolosos en el país: 15.9 homicidios por cada 100 000 habitantes; más arriba en la lista están municipios altamente sonados por su violencia, como Ciudad Juárez, Chihuahua (29.2); Lázaro Cárdenas (28.5) y Apatzingán (35.5), Michoacán; y Ecatepec, Morelos (35.9) (Gandaría, 2015).

Por su lado, de acuerdo con la Secretaría de Gobernación (2014), por segundo año consecutivo, Reynosa lidera el rubro del secuestro a nivel nacional. Dentro de la situación de violencia en el país, que empeoró a finales de la década de 2000 y principios de la de 2010, Tamaulipas sobresale con una caída de 11 posiciones entre 2010 y 2012, según el índice delictivo del CIDAC (2013:18-26), y termina en penúltimo lugar de todos los estados, en particular en relación con los homicidios.

CUATRO VÍAS PRINCIPALES PARA DESARROLLAR LA ECONOMÍA

Alrededor del rap como economía, se pueden encontrar cuatro vías principales en la zona de estudio: 1) buscar el éxito económico a través de las fórmulas comerciales tradicionales, incluyendo la economía digital; 2) desarrollar la promotoría cultural del rap como modo de vida, sea gubernamental o independiente; 3) buscar la sobrevivencia a través de fórmulas críticas usando el transporte público como escenario y 4) hacer *narcorrap*. A continuación se reseñan casos específicos de cada una de las vías principales de vivir del rap. Los tres primeros se refieren a la búsqueda de fórmulas comerciales y al final se discute su relación con las economías creativas.

1) Jorge Tobón: “Si eres fiel al Internet, el Internet te es fiel”

Jorge Tobón, rapero de 21 años nacido en Reynosa. Estudiante de tercer semestre en la Facultad de Odontología de la Universidad Autónoma de Nuevo León en Monterrey. Proviene de una familia de clase media, con la cual aún vive. Inició en el rap a los 17 años. Viendo que este género comenzaba a darle para vivir y ayudar a sus papás, “se dio la oportunidad” y aplazó sus estudios, mientras veía si esa posibilidad era viable a futuro. Entre tanto, aprovechó que Monterrey es un lugar más “culturrizado en cuestión de rap” para desarrollar redes de colaboración en estas y otras ciudades del noreste, donde reconoce la importancia del trabajo en conjunto con otros artistas para la producción, no sólo del aspecto musical, sino también del arte que les envuelve (diseño, impresión, etcétera). Destaca la importancia del Internet como plataforma para la distribución de su música:

¿Para qué quiero ir a la *tele* si tengo un canal de YouTube y tengo todas las posibilidades? Y si eres una persona fiel al Internet, el Internet es fiel a ti, porque si entras ahí con toda tu energía y tienes un chingo de seguidores, esa gente te saca en YouTube, tienes tu *link* de descarga de las rolas y ahí está la raza al pendiente. No están pendientes a ver si te ven en un programa de tele (Jorge Tobón, entrevista, 2014).

Trabaja con *beatmakers* de la región y respecto de las personas que le hacen su música, acepta ser cuidadoso en retribuirles lo que se merecen. En el proceso de lograr tener un público, le funcionó dirigirse al mercado de las quinceañeras y las graduaciones de secundaria, pues en estos eventos puede ganar 800 pesos,⁴ por lo general, además de tener la oportunidad de vender sus discos y obtener 100 pesos

⁴ Al momento de la entrevista, el salario mínimo mensual en la ciudad de Reynosa era de 2013 pesos mensuales (134 dólares, aproximadamente).

por cada uno. La apuesta principal de Jorge está en hacer negocio por medio de su canal de YouTube:

Ya te vas haciendo de más gente. En mi caso ahorita, gracias a Dios, te asocias a YouTube, a un *network* en YouTube, que te paga por reproducciones [...] Más de 100 000 reproducciones al mes y te caen los *networks*:⁵ “Te ofrecemos tanto y tanto, nos das tantos derechos”, y empiezan a comprar. A mí nada más me llegaron dos, de Machinima y Mytube,⁶ que es en el que estoy. Machinima es algo que, lejos de que te paguen, es algo que hace crecer a tu canal para que tenga más reproducciones. Te pagan, pero no tanto [...] Llegué a ganar 2 500 pesos al mes. O sea, no es mucho, pero por estar subiendo mis canciones que como quiera voy a subir, no está mal. Ahorita que no he estado subiendo canciones me llegan 40 dólares, que está bien. Se los doy a mi mamá, se los doy a mi papá, o “vámonos a cenar”. Me siento bien (Jorge Tobón, entrevista, 2014).

Mencionó que ser promovido por un *network* de YouTube le facilita ganar dinero por hacer lo que le gusta y amplía el alcance de su música hacia otros sitios de venta, como iTunes.

2) *Raptor y la composición bajo pedido por vía del Internet*

Jairo (Raptor es su nombre artístico) es un joven productor musical de la ciudad de Matamoros, tiene 23 años y proviene de una familia de clase media baja, en cuya casa vive. Tiene estudios de licenciatura en comunicación social y trabaja ofreciendo servicios de producción musical (dirección, grabación y edición) y composición por encargo.

Desde joven destacó en las habilidades líricas y escuchó rap y otros géneros musicales. Para complementar la economía doméstica grababa discos piratas. A los 17 años, en compañía de un colega, compuso su primera canción de éxito en la ciudad, con temática *narcorrapera* y patrocinio local. Sin embargo, los deseos de terminar sus estudios y el ambiente de intensificación de la violencia, que arreció a partir de 2008, entre otros factores, lo llevaron a salirse de este ambiente y concentrarse en su carrera universitaria, mientras la violencia hizo crisis.

⁵ Un *network* es una plataforma de promoción y administración de la publicidad de ciertas páginas populares en YouTube, actividad por la cual cobran una comisión regularmente.

⁶ Machinima es una plataforma digital para jugadores, creadores y fans, fundada en 2000. Mytube es un reproductor de video gratuito en *streaming*, que puede ser usado en distintas plataformas.

Trabajó en la composición de letras para un estudio de grabación. Después tuvo la oportunidad de ser promotor cultural, contratado por el municipio para fomentar valores de la no violencia en primarias y plazas públicas.

A partir de 2011 trabajó en la composición sobre pedido, especialmente de Estados Unidos, ya que trabajadores legales e ilegales, polleros, etcétera, solicitaban canciones para sus padres difuntos, amores imposibles y vidas de parranda. Su público es diverso, lo que le permite rechazar nuevas ofertas para hacer *narcorrap* que eventualmente recibe, explicando que ya no se dedica a eso. Raptor cobra según el cliente; tiene tarifas diversas para personas que conoce y para empresas o partidos políticos. En promedio obtiene 1 200 pesos por canción. El procedimiento consiste en que él recibe en persona o por vía digital el contenido y datos específicos, que puede convertir en canción en pocos minutos dependiendo de su necesidad y estado de ánimo. Aunque no quiere bajar el precio más de 1 000 pesos para no desvalorizar su trabajo, sus convicciones se ponen a prueba al observar que otros raperos cobran 100 o 200 pesos por composición y construyen canciones que dejan mucho que desear en cuanto a la calidad de sus componentes (letra, rima, ritmo y voz). Raptor no tiene registro formal de sus actividades ante la Secretaría de Hacienda (Raptor, entrevista, 2014).

3) Alex Tuna. *El mejor estudio de rap*

Alex Tuna tiene 23 años, proviene de una familia de clase media, vive con sus padres y, con el apoyo de una beca, estudia Ciencias y Técnicas de la Comunicación en la Universidad Interamericana del Desarrollo. Empezó tatuando en el departamento de un amigo, además de poner ahí su *home studio*, que fue el antecedente del estudio semiprofesional en el que trabaja ahora, el cual contaba con apenas tres meses de uso al momento de la entrevista. Aunque llevaba dos años produciendo rap, se dedicaba a la música con anterioridad, pues desde los siete años ha sido baterista (Alex Tuna, entrevista, 2014).

En el estudio se realiza trabajo para comerciales, del cual se obtienen las principales ganancias, pero también se elaboran videos, así como producción musical de rap y *hip hop*. Alex Tuna vive principalmente de hacer tatuajes, pero también recibe ingresos de la producción musical y además aplica exámenes magisteriales para la Secretaría de Educación Pública. El entrevistado dijo que se ayuda de todo lo que sea bueno y se pueda realizar. Prefiere hacer un rap que, aunque no le dé mucho dinero, al menos no le genere problemas. Sobre la dinámica para mantener el estudio, explicó que no sólo producen rap, sino que se dedican principalmente a

la producción de material audiovisual para publicidad. Los encargados del estudio son su colega Rola Macha y él. También cuentan con un asociado que los financia y además se encarga de los trámites legales y fiscales. Para promocionar el estudio, hacen uso de publicidad por medio de volantes que publican en Facebook y Alex lo reconoció como la principal causa del éxito de su estudio. Utiliza programas como Studio One o Pro Plus 10 para la producción de música y comerciales. Dijo estar casi seguro de que no hay más estudios como el suyo en todo Reynosa; sin embargo existen muchos *home studios*, así como muchas personas que se dedican a hacer *beats* o pistas de rap y reggaetón (Alex Tuna, entrevista, 2014).

Con la información hasta aquí recabada es posible plantear la pregunta de hasta dónde pertenecen estos jóvenes a las llamadas economías creativas. Ciertamente, la creatividad es el centro de sus actividades y está dirigida a generar dinero dentro de un ámbito de la cultura, como es la música. Están relativamente bien capitalizados y el uso de las nuevas tecnologías es clave para su trabajo como artistas. Estos jóvenes conforman el grupo que más coincide con el perfil descrito en los estudios dirigidos por García-Canclini, Urteaga y Cruces (2012), y Piedras *et al.* (2013). Los tres viven en casa de sus padres, lo cual debe considerarse al evaluar el papel que cumple la unidad doméstica, como totalidad, en el desarrollo de la economía del rap de estos jóvenes, como transferencia de valor hacia ellos y como receptora de algunas de sus ganancias. La alta escolaridad es otro dato relevante, aunque también lo es el que ninguno tenga estudios especializados en lo que está desempeñando.

Se puede observar cómo es posible combinar esta vía económica con otras actividades, tales como venta de discos; servicios de composición (el caso de Jairo), grabación, edición y promotoría; elaboración de indumentaria (camisetas y gorras a través de la serigrafía) y servicios de diseño gráfico. A su vez, todo lo anterior se puede combinar con empleos más regulares (el caso de Alex Tuna), la mayoría de ellos precarios, que les procuren un ingreso más o menos constante. Esto coincide con lo establecido por los estudios de la agencia juvenil y las economías creativas (Urteaga, 2012).

Resumiendo, la mayoría de las actividades pertenecen a la escena *underground* (informal e ilegal) en la clasificación de Paredes (2008). En los casos de Jorge Tobón y Alex Tuna, la escena alternativa-heterodoxa y las economías creativas se mezclan con la industria cultural, pues uno tiene tratos con Google y otro con radioemisoras y agencias publicitarias. A continuación se analizará la segunda alternativa económica: la promotoría cultural.

4) *Carlos Alanís. Vivir de la promoción de la cultura*

Carlos Alanís es nativo de Nuevo Laredo, Tamaulipas. Tiene 30 años, es casado y padre de una hija. Vive en una unidad doméstica independiente desde hace dos años. Proviene de una familia de clase media baja dividida entre los dos Laredos y estudió hasta la preparatoria. En el momento de la entrevista trabajaba como promotor cultural y participaba en el principal centro comunitario municipal de carácter cultural, llamado Maquila Creativa, así como en un *crew*⁷ de nombre Juventudes Unidas por Nuevo Laredo (JUXNL). Sus orígenes dentro de la cultura *hip hop* se remontan a la época en que tenía 18 años, cuando pintaba grafiti ilegal⁸ como miembro del *crew* Brutal Breaking Painters Krew (Carlos Alanís, entrevista, 2014).

Carlos ha trabajado en proyectos de gobierno desde que tiene 21 años y junto con un grupo de amigos buscó oportunidades para hacer grafiti con permiso y así cambiar la realidad de su barrio. El hecho de pasar de la ilegalidad a la legalidad lo impulsó a continuar con el trabajo dentro de su *crew*. Así, en 2009 dejó su ocupación de vendedor de alimentos en tiendas de conveniencia para colaborar en la apertura de la Maquila Creativa y laborar ahí como promotor, ya que lo que se enseñaba de artes vinculado a la pintura estaba concentrado sólo en un lado de Nuevo Laredo. El centro cultural, construido sobre las instalaciones de una maquiladora abandonada en el centro-oeste de la ciudad, alberga 300 alumnos en cursos de danza, música y otros talleres. Carlos trabaja en conjunto con organizaciones oficiales, como el Instituto Municipal de la Juventud de Nuevo Laredo, pero también con otras organizaciones como el consulado de Estados Unidos, que los busca para gestionar eventos por sus extensos vínculos con los jóvenes de la ciudad (Carlos Alanís, entrevista, 2014).

En cuanto al rap, Carlos comentó que hay mucha actividad en las redes sociales, pero sólo él y otro colega se dedican a organizar estos eventos y por lo regular tienen que rentar lugares –como discotecas– para llevarlos a cabo. Argumentó que la ausencia del apoyo oficial para el rap suele radicar, en parte, en el contenido de sus letras, ya sea porque describe crudamente los ambientes de violencia que se viven o porque se emplean muchas groserías. Por ello, la diversidad de fuentes de

⁷ Un *crew* es una agrupación de jóvenes alrededor de una práctica específica y que, a diferencia de las bandas juveniles o pandillas, no atiende a una espacialidad específica.

⁸ Grafiti ilegal es el que se realiza eligiendo un espacio urbano determinado y pintando o escribiendo sobre él sin pedir permiso.

financiamiento y apoyo provienen de la necesidad de llevar adelante proyectos no avalados por instancias oficiales, donde los jóvenes puedan explayarse. El margen de maniobra, generado por el capital social acumulado, ha permitido también la realización de campañas de su *crew* para la limpia de lotes baldíos y la pintura de bardas. Se convoca a los jóvenes a llegar sin armas o drogas y trabajar en el proyecto particular; sin embargo, algunos de ellos –sostiene Alanís– aún trabajan para el crimen organizado (Carlos Alanís, entrevista, 2014).

El caso expuesto aquí ya no se corresponde con el perfil de jóvenes estudiados en trabajos anteriores acerca de economía creativa para México. Por ejemplo, en la encuesta sobre economías creativas coordinada por Piedras *et al.* (2013), una mayoría tiene estudios de licenciatura o posgrado, mientras que una minoría alcanzó nada más preparatoria o secundaria (16 %). Este caso y todos los que siguen en esta exposición son de ese tipo, es decir, sólo tienen secundaria o preparatoria, trunca o terminada. La aclaración es pertinente en el sentido de que concluir la secundaria representaría el “umbral de la exclusión social por la vía educativa, tanto en adquisición de conocimientos, como en el desarrollo de capacidades y certificación de las mismas frente al mercado laboral” (Hopenhayn, 2008:11). Además, son jóvenes provenientes de familias de clase media baja cuyos ciclos de vida los han convertido en padres y los posicionan cerca de la etapa adulta. Para llevar a cabo su misión autoimpuesta de promover el rap y el grafiti como actividades artísticas y evitar que los chicos ingresen en el ambiente del crimen organizado, Alanís realiza estrategias heterodoxas de acercamiento con jóvenes que son eficaces, pero no siempre cuentan con el apoyo de las autoridades culturales, que prohíben las descripciones de su mundo de violencia, el uso de groserías o el ingreso de halcones⁹ a eventos públicos. Para terminar, se exponen otras dos vías para la economía del rap: los llamados raperos de pesera¹⁰ y el *narcorrap*.

5) *Defender la esperanza: Mentos Verbales y los raperos de pesera*

MC Poncho Flores y MC Rapper Arte de Calle son dos jóvenes que viven del rap cantando sus letras e improvisando (*freestyle*) dentro del transporte público de Matamoros y Reynosa. Forman parte del *crew* Mentos Verbales, conformado por 15 elementos. Utilizan pistas para cantar a través de reproductores de música portátiles

⁹ Vigilantes, por lo general muy jóvenes, que trabajan para el crimen organizado.

¹⁰ Pesera es el nombre del pequeño autobús de transporte público que se usa en Matamoros y otras ciudades del noreste de México.

e inmediatamente después improvisan temas de siete a ocho minutos respecto del público pasajero del camión. Al parecer, son los únicos músicos populares que en sus canciones abordan críticamente la problemática de la violencia —rap consciente—, cuya recepción del público es positiva. Recorren Matamoros pasando de camión en camión. Cada salida toma entre tres y cuatro horas, continuando hasta obtener lo suficiente para completar la jornada del día. Regularmente, jueves, viernes y sábado son los mejores días y, cuando el ingreso baja, cambian de ruta o ciudad.

José Alfonso Flores (MC Poncho Flores) tiene 27 años, estudió hasta secundaria y empezó a trabajar en las peseras en 2011. El barrio que lo vio nacer, y donde escuchó rap desde los seis años, es La Galeana, junto al río Bravo, donde se juntaban todos los *pateros* encargados de llevar a la gente para el *otro lado*. Sus habitantes tenían influencias de Estados Unidos, donde escuchaban a raperos de Texas al lado de Control Machete.¹¹ Vive con su pareja en una casa rentada y tiene dos hijos. Es hojalatero, oficio que aprendió de su padre, quien tiene un taller, pero eso no significa que haya trabajo seguro para todos. En un momento de apremio, con su hijo ya en la primaria, a José Alfonso se le ocurrió subirse a una pesera e interpretar una canción que había compuesto. El resultado positivo lo motivó a meterse de lleno a esta actividad que realiza desde hace tres años, escribiendo rap consciente para el diverso público que utiliza el transporte público (Poncho Flores, entrevista, 2014).

Samuel Isaí Reyna Ruiz (MC Rapper Arte de Calle) tiene 27 años. Inició en 2009 como *b-boy* en la primaria. Se convirtió en padre a los 15 años y vive con su esposa e hija en una casa que renta. Antes de rapear en camiones, trabajaba reciclando materiales. Durante mucho tiempo escribió canciones sin grabarlas; comenzó a hacerlo con celulares y después con la computadora de su padre, quien lo apoyó. Tiene seis años rimando y ochos meses en el transporte, desde que Poncho lo invitó. Al operar en pareja, se empodera la interpretación (se hacen coros, por ejemplo) y se desarrolla el *freestyle* con más facilidad, pues hay tiempo para pensar la próxima rima mientras el otro canta la actual (MC Rapper Arte de Calle, entrevista, 2014).

Como desventajas de su oficio, José y Samuel mencionan que no todos los días son buenos para trabajar, debido a factores como el clima, la violencia o la dinámica

¹¹ Grupo musical regiomontano que alcanzó fama a finales de la década de 1990 con dos discos de *hip hop*, posicionándolo a nivel mundial en el plano de la música popular, así como ubicando al *hip hop* regiomontano en los escenarios nacional e internacional.

del pago a los asalariados. Otros inconvenientes son que hay que dividir el dinero y no cuentan con prestaciones ni seguro médico. Entre las ventajas señalan que es posible faltar al trabajo sin sufrir consecuencias, así como visitar a los amigos mientras viajan por Matamoros y, finalmente, viven haciendo lo que les gusta. Ambos evitan crear *narcorrap*, pero pueden dirigir, a quien esté interesado en un tema de este tipo, con alguien que sí lo hace y, por el contrario, redactan dedicatorias para padres que han fallecido o familiares en vida. Poncho cobra aproximadamente 1 300 pesos, incluyendo el trabajo de estudio; le entrega al cliente un disco compacto con la canción grabada junto con otras de su autoría. La tarifa de Samuel, por su parte, es de 1 500. Poncho ha subido unas 30 canciones a YouTube, pero tiene muchas más escritas. Samuel acaba de cargar su disco *2 h* en el sitio, pues carece de medios para imprimir los ejemplares físicos (Poncho Flores, entrevista, 2014; MC Rapper Arte de Calle, entrevista, 2014).

6) Roberto y el *narcorrap*¹²

Roberto Espinosa tiene 21 años, es casado y padre de un niño. Atiende una pequeña empresa de su propiedad en una de las tres ciudades mencionadas. De niño vivió con sus abuelos, luego de la separación de sus padres, y dejó la preparatoria trunca. Se involucró en la cultura del rap a los siete años escuchando a grupos como Control Machete y Cartel de Santa. Grabó su primera canción a los 12 años con los mejores exponentes locales del rap en aquel momento (Roberto Espinosa, entrevista, 2014).

A los 13 años instaló un estudio casero y comenzó a recibir a jóvenes para grabar y producir. En la época cuando el gobierno del presidente Felipe Calderón declaró la guerra al crimen organizado, Roberto se unió a una banda juvenil para hacer grafiti y rap: “Se vino la violencia y muchos nos inclinamos a hacer canciones de *narcorrap*. A esa gente les comenzó a gustar el *hip hop*”. Asegura que les pagaban en efectivo o les daban drogas a cambio. Así comenzó a vivir el rap (Roberto Espinosa, entrevista, 2014).

Antes de los 17 años había sufrido dos sobredosis y un paro cardiaco. Dejó las drogas a los 18 años y pasó un año de abstinencia en cama, sin escribir ni grabar; salió de las drogas con ayuda de quien hoy es su esposa y debe mantenerse medicado para enfrentar sus problemas de presión y taquicardia. Además de las drogas, abandonó el tabaco y el alcohol, y ahora practica el deporte. Desde hace cuatro

¹² Todos los datos personales son ficticios.

años dejó de ir a eventos y salir en general, pues asegura que no tiene tiempo ni disponibilidad y no quiere afectar a nadie, pero sigue grabando y escribiendo sus temas. Le gusta el rap como tipo de vida y una manera de expresar sentimientos y problemas. En 2014, cuando fue entrevistado, trabajaba todo el día en su empresa, mientras su esposa estudiaba una licenciatura. Él, en tanto, intenta terminar su preparatoria a distancia. Aunque las expectativas sociales para este período de edad están centradas en actividades como el estudio, noviazgo y acaso un trabajo temporal o permanente, Roberto, en su breve pero intensa vida, ha sido miembro de una banda juvenil, rapero, grafitero, artista de *narcorrap*, consumidor de droga, esposo, padre y empresario.

Para este apartado también se consultaron otras cuatro fuentes: A, B, C y D, provenientes de las tres ciudades mencionadas. A, ubicó tres tipos de rap en su ciudad: romántico, de conciencia y *narcorrap*. De este último calculó que lo interpretan 50 por ciento de los jóvenes. Halló una relación entre el nivel de escolaridad del rapero y el tipo de rap que produce, siendo los que hacen rap malandro o de *maleanteo* los de menor trayectoria académica, seguidos de los que componen el romántico y, finalmente, los que crean el de conciencia (A, entrevista, 2014).

B reconoció que, así como antes la cultura del narco se basaba en corridos, ahora también hay muchos jóvenes a quienes les gusta el *narcorrap*. Sus letras son de dos tipos: descripción de personajes y arenga a los miembros para estar listos de cara a las acciones militares. Estima que por escribir canciones de dicho género puede ganar entre 1 000 y 1 500 pesos por canción. Calcula que en la ciudad, 30 por ciento de los raperos son de este tipo (B, entrevista, 2014).

C mencionó que al menos 40 por ciento de los raperos se dedican a hacer *narcorrap*, mientras que D señaló que hay 60 raperos en su ciudad y considera que entre 40 y 50 por ciento se ocupa en el *narcorrap*, esto debido a la falta de empleo y a su facilidad de palabra. *Narcorraperos* y raperos se conocen entre sí en las tres ciudades, crecieron juntos y fueron a las mismas escuelas (C, entrevista, 2014; D, entrevista, 2014).

Por lo general hay respeto entre los raperos, pero también prudente distancia. Los *narcorraperos* son discretos, por lo regular no asisten a eventos públicos y su dedicación a ese oficio es exclusiva. Los raperos comunes evitan hablar mal o bien de sus colegas, pero varios hacen labor de promotoría cultural para ofrecer a los más jóvenes otras alternativas, en particular se preocupan por los adolescentes del grupo de entre 13 y 15 años ya con habilidad de composición, pues una vez detectados y contactados por el crimen organizado, difícilmente rechazan trabajar para ellos.

ECONOMÍAS CREATIVAS, ALTERNATIVAS, SOLIDARIAS O DE RESISTENCIA

¿Qué es lo que hacen estos jóvenes? Primero, generan bienes simbólicos (*beats*, canciones, discos) que intercambian por dinero en mercados diversos. No se ciñen a un solo mecanismo de distribución. Si los mercados tradicionales y la escena independiente no son opción, el intercambio mano a mano o por Internet serán alternativas. De modo que hay discos maquilados por ellos mismos y venta personal, uso de Internet para ofrecer, distribuir y vender música y, finalmente, videos y música en YouTube (algunos monetizan con ella). Segundo, no generan derechos de autor porque en general no registran sus letras, músicas o canciones, salvo el caso ya mencionado de Jorge Tobón. Tercero, el conjunto de sus actividades es básicamente informal, es decir, no están registradas en alguna instancia hacendaria o económica de los gobiernos federal, estatal o local. Algunas de estas prácticas informales, como el *narcorrap*, tienen alto riesgo aunque a veces son bien pagadas. Pero también hay algunas formales, como el caso del estudio de grabación de Alex Tuna, y otras ilegales, como la venta de discos piratas. En resumen, las prácticas analizadas se sitúan en múltiples realidades económicas –informal, ilegal y formal– y en una situación estructural de ausencia de información, oportunidades y estrategias para desarrollar sus proyectos o su industria, en caso de que así la conciban.

Finalmente, la mayoría de estos jóvenes no mantienen el perfil de los *trendsetters*, quienes usan importantes capitales familiares para salir adelante y posponen, para una edad más adulta, el matrimonio y la paternidad. Aquí se observó que la mayor parte de los jóvenes –a diferencia de los estudiados por Canclini, Urteaga y otros académicos– ya son padres de familia y que buena parte viven solos, aunque cuentan con el apoyo de sus familias extensas; sin embargo, éstas poseen poco capital económico, social y cultural, así que tienen que hacer frente al empalme de actividades propias del ciclo de vida juvenil y de vida adulta: hacer rap y trabajar para mantener un hogar con hijos.

En tal sentido, es evidente que los conceptos de *economías creativas* o *industrias creativas* no son adecuados para describir las realidades que evocan estos siete casos, las cuales –hay que reconocer– no son homogéneas y quizá merezcan estudiarse por separado. Entonces, ¿estos esfuerzos se pueden clasificar como *economías alternativas*, como las conciben Reygadas *et al.* (2014)? Sí, pero sólo hasta cierto punto, porque la mayoría de las ocho dimensiones que proponen estos autores para identificar tales economías no aplican para el presente caso. Sí lo hacen, en cambio: 1) la horizontalidad y autogestión, 2) la reciprocidad y economía solidaria y 3) la

autogestión y el trabajo creativo. Las prácticas podrían ser identificadas también como economías solidarias en el sentido de trabajo colaborativo (Saraiva, 2011; Turino, 2009). Hay, sin embargo, varias diferencias: 1) las prácticas presentadas buscan primero la sobrevivencia económica personal, aunque se apoye un proyecto cultural; 2) no poseen la carga ideológica ni el coherente discurso antisistémico; 3) no son tan elaboradas organizacionalmente y 4) no tienen detrás una tradición de lucha.

En este artículo se propone el concepto de *economías de resistencia* para referirse a los esfuerzos de jóvenes con menores recursos y oportunidades que están intentando vivir de su trabajo artístico, lo mismo que sus coetáneos más capitalizados, pero en condiciones mucho más adversas. El concepto de resistencia se ubica desde el ámbito de los grupos subalternos y frente a los grupos estatales y paraestatales de poder; la resistencia aquí es multidimensional y se refiere a una reacción juvenil para acomodarse, negociar o hacer frente a las fuerzas que constriñen sus prácticas y expectativas. Unos resisten los poderes paralelos, evitan el *narcorrap* –actividad fugaz y peligrosa, una manera fácil de ganar dinero– y eligen otra, aunque les obligue a trabajar más; otros resisten manteniendo espacios oficiales, aunque en ellos les prohíban hablar de la realidad o utilizar palabras altisonantes. Destaca su condición de sujetos asediados económica, política y militarmente, sin hablar ya del estigma particular por el tipo de bien que buscan comercializar. Sobre tal asedio construyen su economía en el contexto de precariedades laborales y educativas. Por ello resulta pertinente el concepto de resistencia. No se incluye aquí el caso del *narcorrap*; más adelante se explicará por qué.

Estos jóvenes generan ingresos de su actividad como raperos, pero la combinan con intercambios de favores, asesorías gratuitas y precios por debajo del costo. En estas últimas actividades, más que en la primera (la propia del rap), es prioritaria la generación de valores tales como solidaridad, desarrollo de la conciencia crítica, importancia de la comunidad y el trabajo colectivo, elementos coincidentes con otras economías de tipo alternativo, como ya se expuso. No se revisó a fondo ningún proyecto oficial para apoyarlos como músicos emprendedores. Si existiera alguno, habría que revisar si se sabe cómo brindarles este apoyo, debido a las condiciones de corrupción ya mencionadas para México.

Por otro lado, es de esperarse que en un contexto de desempleo y falta de oportunidades –combinado con la poca utilidad de la escolaridad, un horizonte de futuro escaso y la inseguridad creciente–, la orientación hacia la práctica del *narcorrap* tenga un poderoso impulso. Por más que se desee implicar una orientación ética, este género es una alternativa económica que produce legitimidad y poder

para quienes fueron entrevistados. Así mismo, permite a los jóvenes construir sus propias biografías (Reguillo, 2010) y, como señalan Urteaga y Pérez (2013:188), realizar la triada *bienestar-sentido-pertenencia*. También puede entenderse como parte de una economía de guerra que tiene fines instrumentales específicos, y un insumo para la arenga y distinción entre combatientes pertenecientes a los poderes alternos al Estado.

CONCLUSIONES

Se ha intentado responder a las preguntas que establece Urteaga (2012:29) en relación con lo que sucede con los jóvenes cuando se bloquean sus caminos a la adultez en un contexto de nuevos marcos de referencia y de sus intentos por diseñar su experiencia y expresarla en sus propios términos en un contexto de la cultura musical del rap. A diferencia de Urteaga, en el presente estudio esto se hizo con los jóvenes pobremente –y algunos, medianamente– capitalizados.

Los hallazgos, sin embargo, son provisionales y deben esperar su confirmación mediante la obtención de una evidencia empírica más robusta y diversa, que rebase el ámbito fronterizo e involucre a la región noreste de México y el sur de Texas, profundizando en dos aspectos esbozados en esta propuesta: el rol específico que juega la unidad doméstica en el sostenimiento material del proyecto artístico/musical/cultural del sujeto y la diferencia entre emprendedores (impulsores de proyectos en el ámbito de la cultura), *trendsetters* (quienes establecen tendencias de mercado) y aquellos promotores individuales y colectivos que ponen el acento en el desarrollo de valores comunitarios, pues tal diferencia no siempre está clara en la literatura académica. En este sentido, la pertinencia de un diagnóstico cultural radica en que tal conocimiento se puede volcar inmediatamente en políticas públicas que busquen capitalizar a los jóvenes, no sólo en lo general sino en las áreas específicas que los artistas reconocen como carencias.

En las vidas de los entrevistados, cortas pero intensas, se pueden observar diversas etapas dentro de los diferentes mundos del arte y de vida, las distintas grupalidades y adscripciones identitarias. Los raperos narran el nacimiento y muerte de amistades, proyectos artísticos, etapas como músicos, su evolución como adolescentes, jóvenes, esposos y padres de familia o sus trayectorias como jóvenes infractores, consumidores de drogas, *narcorraperos*, empresarios y estudiantes. Han aprendido a desplazarse por la ciudad con seguridad, identificar el peligro para evitarse problemas, desarrollar nuevas formas de socialidad en las casas de los amigos y ser felices

con lo que se tiene, aun cuando el contexto no permita prácticas públicas. Como se indicó al inicio de este texto, resaltan diferentes precariedades educativas, laborales y de seguridad física, emocional y social del marco estructural de estas trayectorias que condicionan –aunque no determinan– parte de su futuro. Como han señalado otros autores (García-Canclini, 2012; Reguillo, 2006; Urteaga, 2012), los jóvenes responden a estas vicisitudes con diversas reacciones y estrategias.

Para terminar, se pueden entender todas las formas de la economía del rap aquí expuestas, incluyendo al *narcorrap*, como estrategias de sobrevivencia ante la debacle social (Valenzuela, citado en Encinas, 2011:13). Sin embargo, hay diferencia entre el *narcorrap* y el resto de las prácticas en cuanto a formas de socialidad, sentidos de pertenencia y proyectos de futuro. Las características de las otras formas alternas al mencionado género buscan, incluso de manera intuitiva –*a tientas*, podría decirse–, desarrollar conciencia sobre un conflicto social y reflexionar sobre las alternativas posibles ante la postración ciudadana. Pueden entenderse estas formas del rap no sólo como alternativa económica, sino como una alternativa de vida, de autoconstitución del individuo mediante el discurso y las diversas prácticas de sociabilidad. Finalmente, representan un proceso de autoprotección individual y, sobre todo, grupal o comunitaria. Por ello, el rap puede verse, más allá de la economía de resistencia, como otra opción de sobrevivencia.

REFERENCIAS

- ADORNO, Theodore y Max HORKEIMER, 1988, “La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas”, *Dialéctica del iluminismo*, Sudamericana, Buenos Aires.
- CHANG, Jeff, 2007, *Can't Stop Won't Stop: A History of the Hip-Hop Generation*, Nueva York, St. Martin Press.
- CENTRO DE INVESTIGACIÓN PARA EL DESARROLLO, A. C. (CIDAC), 2013, *8 delitos primero. Índice delictivo*, México, D. F., CIDAC.
- COMISIÓN DE SALUD FRONTERIZA MÉXICO-ESTADOS UNIDOS (CSFMEU), 2000, *Programa de salud de la frontera norte de México*, sin lugar de publicación, CSFMEU.
- CONFERENCIA DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE COMERCIO Y DESARROLLO (UNCTAD), 2010, *Informe de la economía creativa*, Ginebra, Naciones Unidas.
- DE LA PEZA, Carmen, 2013, *El rock mexicano. Un espacio en disputa*, México, Tintable.
- ECO, Humberto, 1968, *Apocalípticos e integrados*, México, Lumen.

- ENCINAS, Lorenzo [publicación digital], 2011, “De Pandilleros, halcones, sicarios y matarifes. El relevo generacional y continuidad de los grupos criminales en México”, México, en <<http://es.scribd.com/doc/72344136/De-Pandilleros-Halcones-icarios-y-Matarifes>>, consultado el 12 de julio de 2015.
- FLORIDA, Richard, 2002, *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*, Nueva York, Basic Books.
- GANDARÍA, Manrique, 2015, “Alcanza Matamoros mayor índice de homicidios en el país, revelan cifras del SNSP”, *El Sol de México*, en sección “México”, México, D. F., 20 de marzo, en <<http://www.oem.com.mx/elmexicano/notas/n3756048.htm>>, consultado el 31 de mayo de 2015.
- GARCÍA-CANCLINI, Néstor, 2012, “Introducción. De la cultura postindustrial a las estrategias de los jóvenes”, en Néstor García-Canclini, Maritza Urteaga y Francisco Cruces, coords., *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*, Madrid, Ariel/FT/UAM.
- GARCÍA-CANCLINI, Néstor; Maritza URTEAGA y Francisco CRUCES, coords., 2012, *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*, Madrid, Ariel/FT/UAM.
- GERBER, Verónica y Carla PINOCHET, 2013, “Economías creativas y economías domésticas en el trabajo artístico joven”, en Néstor García-Canclini y Ernesto Piedras, coords., *Jóvenes creativos. Estrategias y redes culturales*, México, Juan Pablos Editor/UAM.
- HOPENHAYN, Martín, 2008, *Inclusión y exclusión social en la juventud latinoamericana*, Chile, CEPAL.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA (Inegi), 2010, *Censo de población y vivienda 2010*, Aguascalientes, México, Inegi, en <<http://www.censo2010.org.mx/>>, consultado el 31 de mayo de 2015.
- MATA, Rosario, 2014, “¿Empresarios o artistas? Del zen al Inc. La experiencia de Galatea audio/visual | bulbo”, en Luis Reygadas, María Pozzio, María Amalia Gracia, Ángeles López Santillán y Teresa Ramos Maza, coords., *Economías alternativas. Utopías, desencantos y procesos emergentes*, México, UAM/Juan Pablos Editor.
- ORTEGA, Enedina, 2013, “Jóvenes *techsetters* y emprendizaje en el contexto de la economía creativa”, en Néstor García-Canclini y Ernesto Piedras, coords., *Jóvenes creativos. Estrategias y redes culturales*, México, Juan Pablos Editor/UAM.
- PALMA, Luis y Luis AGUADO, 2010, “Economía de la cultura. Una nueva área de especialización de la economía”, *Revista de Economía Institucional*, vol. 12, núm, 22.

- PAREDES, José Luis, 2008, “Un país invisible. Autogestión, colectivos, cooperativas, microempresas y cultura alternativa”, *Revista Nexos*, México, núm. 374, febrero, en <<http://www.nexos.com.mx/?p=12488>>, consultado el 1 de julio de 2015.
- PIEDRAS, Ernesto; Gonzalo ROJÓN, Alejandro ARRIAGA y Adriadne RIVERA, 2013, “Estrategias creativas y redes culturales para el desarrollo”, en Néstor García-Canclini y Ernesto Piedras, coords., *Jóvenes creativos y estrategias culturales*, México, UAM/Juan Pablos Editor, pp. 23-127.
- REGUILLO, Rossana, 2000, *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*, Buenos Aires, Norma.
- REGUILLO, Rossana, 2006, “Legitimidad(es) divergentes”, en Instituto Mexicano de la Juventud, *Jóvenes mexicanos. Encuesta nacional de juventud 2005* (tomo I), México, IMJ, pp. 77-133.
- REGUILLO, Rossana, 2010, “La condición juvenil en el México contemporáneo”, en Rossana Reguillo, coord., *Los jóvenes en México*, México, FCE/CNCA, pp. 395-429.
- REYGADAS, Luis; María POZZIO, María Amalia GRACIA, Ángeles López SANTILLÁN y Teresa RAMOS MAZA, coords., 2014, *Economías alternativas. Utopías, desencantos y procesos emergentes*, México, Juan Pablos Editor/UAM.
- SALAZAR, Salvador, 2014, “Estéticas disidentes en Ciudad Juárez: Activismo político y biorresistencias más allá del Estado y del convencionalismo institucional”, *Cuadernos Interculturales*, vol. 1, núm. 22, Viña del Mar, Chile, Universidad de Playa Ancha.
- SARAIVA, Andrea, 2011, “Economía da cultura sustentável”, en Paulo Edison de Oliveira, Leonardo Barbosa y Luana Vilutis, edits., *Grupo de trabalho do fórum paulista de economia solidária*, São Paulo, Universidad Federal de São Carlos.
- SINGER, Paul, 2011, “La reciente resurrección de la economía solidaria en Brasil”, en Boaventura de Sousa Santos, edit., *Producir para vivir. Los caminos de la producción no capitalista*, México, Fondo de Cultura Económica.
- SECRETARÍA DE DESARROLLO SOCIAL (Sedesol), 2015, *Informe anual sobre la situación de pobreza y rezago social 2014. Tamaulipas*, México, Sedesol/Coneval.
- SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN (SEGOB), 2014, *Informe de víctimas de homicidio, secuestro y extorsión, 2014*, México, Segob.
- SISTEMA NACIONAL DE SEGURIDAD PÚBLICA (SNSP), 2014, *Informe de víctimas de homicidio, secuestro y extorsión*, México, SNSP, en <<http://www.secretariadoejecutivosnsp.gob.mx/work/models/SecretariadoEjecutivo/>

Resource/1406/1/images/VICTIMASjunio%281%29.pdf >, consultado el 13 de julio de 2015.

TURINO, Celio, 2010, *Ponto de cultura. O Brasil de baixo para cima*, São Paulo, Editora e Livraria Anita Ltda.

URTEAGA, Maritza, 2012, “De jóvenes contemporáneos: *Trendys*, emprendedores y empresarios culturales”, en Néstor García-Canclini, Maritza Urteaga y Francisco Cruces, coords., *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*, Madrid, Ariel/Fundación Telefónica/UAM.

URTEAGA, Maritza y José PÉREZ-ISLAS, 2013, “La construcción de lo juvenil en la modernidad y contemporaneidad mexicanas”, en Yanko González y Carles Feixa, *La construcción histórica de la juventud en América Latina. Bohemios, rocanroleros y revolucionarios*, Santiago, Chile, Cuarto Propio.

VALENZUELA, José, 1997, *¡A la brava ése! Identidades juveniles en México: Cholos, punks y chavos banda*, Tijuana, México, El Colef/UNAM.

VALENZUELA, José, 2014, *Tropeles juveniles. Culturas e identidades transfronterizas*, Tijuana, México, El Colef/UANL.

Entrevistas

A, 2014, rapero, por José Juan Olvera [trabajo de campo], “Economía del rap en la frontera”, Reynosa, México, CIESAS.

ALEX TUNA, 2014, rapero, por José Juan Olvera [trabajo de campo], “Economía del rap en la frontera”, Reynosa, México, CIESAS.

B, 2014, rapero, por José Juan Olvera [trabajo de campo], “Economía del rap en la frontera”, Nuevo Laredo, México, CIESAS.

C, 2014, rapero, por José Juan Olvera [trabajo de campo], “Economía del rap en la frontera”, Matamoros, México, CIESAS.

CARLOS ALANÍS, 2014, graffitero y promotor cultural, por José Juan Olvera [trabajo de campo], “Economía del rap en la frontera”, Nuevo Laredo, México, CIESAS.

D, 2014, rapero, por José Juan Olvera [trabajo de campo], “Economía del rap en la frontera”, Reynosa, México, CIESAS.

JORGE TOBÓN, rapero, 2014, por José Juan Olvera [trabajo de campo], “Economía del rap en la frontera”, Reynosa, México, CIESAS.

MC RAPPER ARTE DE CALLE, 2014, rapero, por José Juan Olvera [trabajo de campo], “Economía del rap en la frontera”, Matamoros, México, CIESAS.

PONCHO FLORES, 2014, rapero, por José Juan Olvera [trabajo de campo], “Economía del rap en la frontera”, Matamoros, México, CIESAS.

RAPTOR, 2014, rapero, por José Juan Olvera [trabajo de campo], “Economía del rap en la frontera”, Matamoros, México, CIESAS.

ROBERTO ESPINOSA, 2014, rapero, por José Juan Olvera [trabajo de campo], “Economía del rap en la frontera”, Nuevo Laredo, México, CIESAS.