



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL COMAHUE
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

De la cultura del hip hop a las competencias de freestyle.

Repercusiones de los procesos de mercantilización y profesionalización del freestyle en el Alto Valle de Río Negro y Neuquén.



Autoría

Ferragut Martín

LEG. FADE 3734 - DNI. 35608376

Dirección

Mg. Riffo Lorena

General Roca, Río Negro, Argentina. 2022

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL COMAHUE
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES



LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

De la cultura del hip hop a las competencias de freestyle.
*Repercusiones de los procesos de mercantilización y profesionalización del
freestyle en el Alto Valle de Río Negro y Neuquén.*

TESIS
**para cubrir parcialmente los requisitos necesarios para obtener el grado de
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

Autoría:

Ferragut, Martin

FADE 3734

Directora:

Riffo, Lorena

General Roca, Río Negro, Argentina, 2022

Dedicatoria

A mí familia que siempre me acompañó y apoyó.

Agradecimientos

A mi compañera de la vida Meli por ir a cada compe conmigo y por las fotos que permitieron hacer mi portada.

A mi hermano Diego que me hizo la portada de esta tesis.

A mamá y papá por darme una mano en todos los inconvenientes que me surgieron para terminar mi carrera.

A Iara por acompañarme en las etapas de escritura de la tesis.

A Jere y Paula por extenderme una mano cada vez que lo necesité.

A mi directora de tesis Lore, por aceptar acompañarme en todo el recorrido de la tesis e involucrarse con mi temática.

A Miguel, Julián y Rodrigo por brindarme sus relatos y hacerme sentir parte del hip hop.

A cada persona que aportó un dato para que esta tesis se formara.

De la cultura del hip hop a las competencias de freestyle. Repercusiones de los procesos de mercantilización y profesionalización del freestyle en el Alto Valle de Río Negro y Neuquén.

TESIS DE GRADO

Ferragut, Fabio Martín

Resumen

En esta investigación analizamos el proceso de mercantilización y profesionalización del freestyle argentino desde la perspectiva de la cultura del hip hop del Alto Valle de Río Negro y Neuquén. Este fenómeno llamado batallas de gallo, no se ancla solamente en el país, sino que se ha desarrollado en toda Latinoamérica y España, produciendo competencias de renombres como Red Bull de los Gallos y Freestyle Master Series, y generando un nuevo espacio de trabajo, donde una forma de expresión de los jóvenes y un hobby se ha convertido en una oportunidad para obtener beneficios económicos.

En nuestro análisis tenemos en cuenta las relaciones que se forman entre las competencias de la región y organizaciones de todo el país en Argentina, además de las perspectivas y opiniones que tienen los sujetos que forman parte de la cultura del hip hop del Alto Valle sobre dichos procesos. Para ello, hemos desarrollado una investigación cualitativa, donde nuestra principal herramienta de recolección de datos fue a través de entrevistas semiestructuradas y la observación participante. Para reconstruir los procesos de mercantilización y profesionalización recurrimos a fuentes documentales.

Palabras clave: cultura del hip hop, mercantilización, profesionalización, competencias de freestyle.

Índice

Glosario	1
Introducción	6
<i>Planteamiento del problema</i>	7
<i>El boom de las competencias de freestyle</i>	10
Decisiones teóricas y metodológicas	13
<i>Proceso de mercantilización</i>	14
<i>Proceso de profesionalización</i>	16
<i>La figura del freestyler y organizadores de competencias</i>	19
<i>Hegemonía, estructuración, identidades y prácticas culturales</i>	20
Diseño de la investigación	22
<i>Recorrido de la tesis</i>	26
Capítulo 1: Red Bull Batalla de los Gallos y Freestyle Master Series: Sentando las bases del proceso de mercantilización y profesionalización de freestyle en Argentina	27
<i>Red Bull Batalla de los Gallos: “Muchos hablan, pocos riman, solo los mejores improvisan”</i> 27	
<i>El freestyle antes de la Red Bull</i>	27
<i>Creando un producto sólido</i>	29
<i>La Red Bull en otros países</i>	31
<i>La Final Internacional en San Juan, Puerto Rico</i>	33
<i>The Urban Rooster: un camino a la profesionalización</i>	36
<i>Un proyecto de amigos a quienes les gustaba el rap</i>	37
<i>Reestructuración de las competencias hispanohablantes</i>	40
<i>Cambios en los formatos para rimar</i>	44
<i>Algunas particularidades de la Freestyle Master Serie Argentina</i>	48
<i>Freestyle Rap Federation: la unión de FMS y RBDG con otras competencias</i>	50
<i>Algunas conclusiones parciales</i>	52
Capítulo 2: Competencias en Fiske Menuco y Neuquén. “Hacia una valorización del arte valletano”	56
<i>Competencias de freestyle y pandemia</i>	56
<i>La Jungla Freestyle</i>	58
<i>La Jungla, un proyecto de amigos</i>	58
<i>Objetivo de La Jungla: “valorizar el arte del freestyle valletano”</i>	59

<i>Del underground al circuito profesional</i>	64
<i>Un panorama de La Jungla frente a las demás competencias federadas en Argentina, temporada 2021/2022</i>	68
Round One	71
<i>NDK crew, una breve presentación</i>	71
<i>Round One: de las experiencias a la competencia</i>	72
<i>Round One y la posibilidad de federarse en FRF: debates abiertos</i>	76
Desarrollo de las competencias a nivel nacional: flujo de competidores	78
<i>En cuanto al freestyler regional</i>	81
Diferencias entre competencias de plaza y bar	84
<i>La Jungla y Round One: Una comparación de competencias</i>	86
Capítulo 3: "Yo ahora soy como soy gracias al rap y al hip hop"	90
<i>Resignificaciones de la cultura del hip hop del Alto Valle a partir de la popularización de las competencias de freestyle</i>	90
<i>Un recambio generacional neuquino</i>	91
<i>De las juntadas en la estación del tren a las plazas en Fiske Menuco</i>	94
<i>El auge en las batallas de freestyle</i>	97
<i>Kool Herc: "El hip hop es una familia, así que todos debemos hacer nuestro aporte"</i>	98
<i>La movida de Fiske está "A pleno, amigo, esta 're' piola"</i>	105
<i>De talleres de rimas y otros eventos</i>	105
<i>Colectiva Artemisa</i>	108
<i>Otros aportes y proyectos de La Jungla como organización en Neuquén</i>	109
<i>Debates derivados del proceso de mercantilización y profesionalización del freestyle</i>	110
<i>Dos posturas frente al freestyle: cultura o deporte</i>	110
<i>Freestyler o competidor</i>	113
<i>La división del público</i>	117
<i>El hip hop es como el fútbol, no requerís de plata para hacerlo</i>	119
Reflexiones finales	122
Bibliografía	131
Fuentes	134
<i>Primarias</i>	134
Entrevistado: Miguel Nieva aka Maquinero	134

Entrevistado: Julián Acosta aka Purry NDK.....	134
Entrevistado: Rodrigo Quintreman aka Criminal.....	135
<i>Secundarias</i>	136

Glosario

Las palabras desarrolladas en este apartado son de elaboración propia a partir del trabajo de Muñoz Tapia (2020).

Acote: es un punchline, aunque muchas veces también se tienen en cuenta factores como el flow, los berretines (chistes), las métricas, las frases o refranes.

Aka: son las iniciales de la expresión anglosajona Also Known As, cuya traducción en español significa “también conocido como”. El aka, en el caso del hip hop, es utilizado para los nombres artísticos de los raperos y competidores.

Barras: su significado proviene del rap americano y español para referirse a frases que encajan en un compás. En batallas de freestyle este concepto se ha modificado y se lo utiliza para hacer referencia a los dobles/triples/múltiples sentidos, a aquellas rimas donde se mezclan más de un concepto utilizando distintos significados. Ejemplo: Papo vs Trueno, jornada 9 de FMS Argentina 2019. Entre los dos freestylers definían el campeonato. Papo llegó con 17 puntos a la última jornada de FMS. Trueno tenía 12 puntos, pero debía recuperar la jornada 6 vs Klan. Ya que por problemas personales de Trueno no se pudo disputar. Esta batalla se llevó a cabo el día antes a la jornada 9. Trueno ganó sin réplica su batalla y consiguió 15 puntos. Papo al saber esto rapea lo siguiente: “Ayer no le ganaste a Klan, peligro. Protagonizaste el nuevo robo del siglo. Por eso my friend, por eso my friend después a Trueno lo tenemos que entender. Esta noche te cambio tu aka. Más que Trueno te digo Santander”. Papo en esta barra tira dos sentidos. Por un lado, hace mención al robo del 13 de enero de 2006 al banco Santander en Argentina. Por otro lado, hace alusión a que Trueno está siendo acomodado en la FMS Argentina para que se dispute una final en la Jornada 9, es decir robando para campeonar.

B-boy/B-girl: nombre con el que se conoce a la persona que baila breaking.

Beat: parte instrumental de una canción de rap o batalla de freestyle, realizada generalmente por computadoras y softwares o máquinas de ritmos y samplers. También llamados “instrumentales”, “pistas” o “bases”.

Beatbox: producción de sonidos, especialmente de batería, a través de boca, nariz, labios, lengua y voz.

Beatmaker: artista que crea los beats.

Breaker: nombre genérico para un grupo de b-boys y b-girls.

Breaking: es el nombre con el que se conoce a los bailes realizado por los b-boys y las b-girls. El nombre proviene del hecho de que estos bailan al son de un break (ritmo) de una determinada canción.

Calambur: es una técnica para rapear, que consiste en reagrupar sílabas de una o más palabras, dando así aparición a palabras nuevas. Un ejemplo de esto, se ve en la rima del Menor: no veo **telenovela** porque **tele no ve la** gente inteligente.

Cypher: es el nombre que reciben los grupos de raperos, b-boys o artistas de hip-hop que se reúnen con el fin de competir entre ellos, generalmente formando un círculo y turnándose para exhibir sus habilidades

Crew: del inglés tripulación. En el hip hop refiere a un grupo de personas, que pueden ser amigos, quienes se identifican mutuamente por algún tipo de proyecto común.

Deluxe: es el nombre del quinto round de FMS, el cual consiste en un “a capella” con tres entradas para cada competidor más 160 segundos de 4x4 libre.

Easy mode: nombre que tiene la ida del round 1 en FMS. En el easy mode cada competidor debe rimar con las palabras que aparezcan en una pantalla cada 10 segundos durante un minuto. Cada palabra vale 105 puntos, las cuales serán sumadas al final del enfrentamiento.

Escena: expresión utilizada por los freestylers y gentes afines a las batallas de freestyle para referirse a todo lo que tenga que ver con el freestyle en competición.

Evento: hace referencia a un recital, competencia o encuentro con más actividades. En nuestra investigación lo utilizamos como sinónimo de competencias de freestyle.

Flow: característica del rapeo referida a la fluidez asociada al tono e intención de la voz y cómo se adapta –fluye– en el beat o beatbox.

Graffiti: arte visual callejero de estilo libre realizado generalmente en espacios urbanos.

Hard mode: nombre que recibe la vuelta del round 1 en FMS. El hard mode es similar al easy mode, pero las palabras aparecen cada 5 segundos. Su valor también se modifica pasando a ser de 55 puntos por palabras, que serán computados al final de la batalla.

Hype: emocionarse por algo

Host: es la persona encargada de administrar los tiempos dentro de las batallas de freestyle. Ellos se encargan de presentar a los competidores, pedir silencio al público, explicar los formatos, entre otras tantas tareas arriba del escenario.

Mainstream: es un anglicismo que significa tendencia o moda dominante.

MC: del inglés Master of Ceremony, o maestro de ceremonias, es el nombre que se le da a quienes rapean. También llamados raperos.

Métrica: se trata de la manera de estructurar los versos, tanto en sus cimientos al definir una estructura de determinada cantidad de patrones, como la influencia interna del flow, es decir

la manera en la que esos versos encajan sobre el beat y marcan sus propios altos y bajos, cortes y continuidades.

Minuto a sangre: cuarto round de FMS. En él los competidores tendrán un minuto libre de ataque y respuesta cada uno. El minuto a sangre es un round clásico en las competencias de freestyle.

MVP: proviene de las siglas en inglés “most valuable player”, que hacen referencia al jugador más destacado de la jornada. Esta expresión suele usarse en deportes como la NBA.

One two: también llamado multisilábicas, es una técnica para rapear que consiste en rimar no solo la terminación, sino también las sílabas. Cuantas más sílabas se rimen mejor quedará. Se utilizan mínimo 2 palabras unidas por eso el apodo de one two. Un ejemplo, es la rima de Ricto: hoy vas mal, si eres otro **pimpin**, **sin fin**. Eres como **Britney**, sólo quieres **bling-bling**. ¿De qué sirve el **bling-bling**? Si reciclas tantas rimas que creo que te auspicia **GreenPeace**.

Patrón: es una rima compuesta por cuatro líneas. También se lo llama compás.

Pegado/ Pegarse: proviene de la expresión “pegarla” y hace referencia a “estar en la movida”, es decir ser famoso.

Picado: viene de la expresión “se picó”. En batallas de freestyle es utilizada para indicar que los enfrentamientos adquieren cierta intensidad y las rimas son más agresivas de lo normal, causando hype en el público.

Punchline: es el remate de la rima. En competencias de freestyle se utiliza comúnmente cuando se trata de culminar una frase de tal forma que el oponente quede totalmente ridiculizado o avergonzado. Si un punchline se hace bien el público reaccionará con gritos de asombro y festejo.

Random: este anglicismo se utiliza como sinónimo de aleatorio, al azar o cualquiera. Ejemplo: “vos acá no sos un random” quiere decir vos no sos cualquier persona para nosotros.

Random mode¹: tercer round de FMS. En él los competidores deben rapear durante 120 segundos ida y vuelta. Es decir que, un freestyler rapea dos *patrones*, el otro responde con dos *patrones* y así sucesivamente durante dos minutos. Además, este round contiene cinco modalidades distintas: Imágenes, los raperos deben rimar con las imágenes que aparezcan en la pantalla, por lo general son dos; Personajes contrapuestos, a cada competidor se le asigna un personaje y deberán rapear en base a ello; Caja de objetos, los competidores deben sacar

¹ Cuando inició FMS este round se llamaba personajes contrapuestos. En la temporada 2021 lo sustituyeron por el random mode, y personajes contrapuestos pasó a ser una modalidad de este round junto a imágenes, caja de objetos, actualidad y terminaciones. Estas dos últimas modalidades fueron reemplazadas en la temporada 2022 por kick back y beat mode. Este round en sus inicios duraba 160 segundos, en la temporada 2022 fue cambiado a 120 segundos. Dato tomado de la nota “¡ASÍ VA A SER EL NUEVO FORMATO FMS!” de la página de Urban Rooster. Recuperado en: <https://urbanroosters.news/asi-va-a-ser-el-nuevo-formato-fms/>

objetos de una caja y rimar con ellos; Kick Back, cada competidor hará seis preguntas pensadas en el momento, una a la vez, a su oponente quién deberá responderlas; Beat mode, se elige un beat entre un conjunto de beats, con estilos musicales diferentes, para rapear en un 8x8 libre. Las modalidades son elegidas al azar en la primera batalla, si por ejemplo saliera Kick Back, está será utilizada en todas las batallas. Las modalidades cambian en la siguiente fecha.

Rapear: acción de cantar rítmicamente sobre una base instrumental o beat. Es utilizado como sinónimo de freestylear en el ambiente de las competencias de freestyle.

Rapearlo: acción de rapear.

Réplica: acción que surge cuando el veredicto de los jurados es un empate, es decir, se disputará un round más para definir quién es el ganador de la batalla.

Round de temáticas: nombre del segundo round de FMS. En él los competidores tendrán cuatro compases, es decir, cuatro entradas cada uno para rimar, con una temática específica. El freestyler que terminó rapeando en la ida comienza rapeando en la vuelta, pero con otra temática.

Sangre sucia: en batallas de freestyle se refiere cuando un competidor inventa o saca a la luz asuntos personales de su contrincante para ganar a su rival.

Scratch: movimientos adelante y hacia atrás con un disco de vinilo en una tornamesa, en que existe un mixer o mezcladora que corta los sonidos. El sonido emitido es silenciado—a veces en milisegundos— por la otra mano que tiene contacto con los “faders” de un mixer o mezclador. A esto último se le denomina “cortes”. El movimiento de la mano que va al vinilo permite cambiar las tonalidades: si se mueve más rápido el sonido será más agudo, si se mueve más despacio será más grave. Los “cortes” de la mano que van al mixer dividen el audio, pudiendo realizar una serie de patrones rítmicos. Las diversas combinaciones de ambas manos sobre tales objetos se denominan “trucos”, cada uno con distintos nombres (baby, chirp, transformer, flare, orbit, boomerang, etc). Junto con el pass-pass y el beat-jungling es parte de una disciplina particular denominada “tornamesismo” en que se suele decir que las tornamesas se transforman en “verdaderos instrumentos musicales”.

Tiradera: en Latinoamérica se le denomina a la creación de una canción para agredir verbalmente a otro artista.

Tongo: en batallas de freestyle se refiere al resultado de una competencia alterado o amañado a cambio de dinero. Esta definición con el tiempo ha mutado, y hoy en día, el público de las competencias de freestyle, lo utiliza para referirse a situaciones donde interpretan que la decisión de los jueces está viciada por ciertas características como: ser amigo del rapero, tener preferencias por ciertos estilos, o influencias como la presión del público para que gane el favorito.

Trap: estilo de rap iniciado en la zona sur de Estados Unidos, identificado principalmente con la ciudad de Atlanta a fines de los '90. Sus temáticas remitían a la crónica de los barrios bajos, la vida delictiva y alardes sobre dinero, droga y sexo. La palabra trap, significa trampa y se asociaba a las trap house o lugar de venta de drogas. Musicalmente se caracteriza por instrumentales de un promedio de 70 BPMs, en que juega un bombo y redoblante más lento con el cambio de velocidad de los hi-hats. Se utilizan bajos y bombos con fuertes sub-graves, cercanos a la sonoridad de la máquina de ritmos Roland 808. Ya entrada la década de 2010, alcanza mayor popularidad en Estados Unidos, se expande al resto del mundo. En la actualidad es uno de los sonidos dominantes de la música mainstream con artistas como T.I., Yo Gotti, Young.

Underground: que no tiene calidad de comercial. Es por lo general el arte que viene de las plazas y de la calle.

Introducción

El hip hop encontró sus inicios en Nueva York (Estados Unidos), al sur del barrio Bronx, aproximadamente en 1970. Clive Campbell *aka*². DJ Kool Herc, fue uno de los principales promotores de esta cultura a través de sus fiestas organizadas en el barrio. A partir de ese entonces, y con fiestas cada vez más multitudinarias, el hip hop empezó a influir en películas, artistas, en estilos de vidas haciendo que esta cultura vaya enraizando en cualquier parte del mundo.

El hip hop integra cuatro elementos: DJ's, graffiteros, breakdance y *MC's*. Dentro de esas cuatro ramas, el rap compuesto por los *MC's* comenzó a tener gran notoriedad dentro de la música internacional. “Con el éxito del rap, el hip hop comercial se alejaba de la esencia callejera. La *escena underground* se rebeló y un grupo de *MC's* empezaron a juntarse en Washington Square para improvisar y competir en lo que llamaron *cyphers* (The Urban Rooster, 2021a: pág. 15). Hoy en día, los *cyphers* se transformaron en batallas de freestyle, un evento que es popular entre los jóvenes de Latinoamérica. Tal es su magnitud que empresas multinacionales como Red Bull, marca de bebidas energéticas, organizó su propio evento llamado Red Bull Batalla de los Gallos (RBDG). Esta competencia se realizó un total de 14 veces entre 2005 y 2021, excepto los años 2009, 2010 y 2011 que Red Bull decidió no organizarla para recién volver en 2012³.

Debido a su perdurabilidad en el tiempo, la RBDG nos permite advertir un aumento en la cantidad de público. Un ejemplo de ello lo podemos apreciar en los números de la RBDG Argentina entre la edición de 2015 y la de 2019⁴. Mientras que la primera fue organizada en el Anfiteatro del Parque Centenario con una capacidad para 1620 personas sentadas; la segunda se realizó en el estadio Luna Park con capacidad para 11000 personas. Este último evento agotó entradas y fue visto por medio millón de personas aproximadamente, vía streaming⁵. El aumento en los consumidores de competencias de freestyle llevó consigo un

² El significado de los términos en cursivas se podrá revisar en el glosario

³ Dato obtenido del video de Red Bull Batalla “Cronología de las Batallas en Argentina | Red Bull Batalla de los Gallos”, publicado en YouTube. Recuperado en: https://www.youtube.com/watch?v=IBmP_xts7xc&ab_channel=RedBullBatalla

⁴ Esta fue la última edición con público. Debido a la pandemia provocada por el Covid-19, la edición de 2020 se realizó en un estudio de televisión.

⁵ Diario Clarín, “Red Bull Batalla de los Gallos Argentina 2019: Trueno, el nuevo campeón”, 20/10/2019 https://www.clarin.com/espectaculos/musica/red-bull-batalla-gallos-argentina-2019-trueno-paso-octavos-perfila-candidato_0_9DFnlGjm.html

incremento en las organizaciones de batallas, tanto en plazas como en escenarios, alcanzando una gran popularidad en el país.

En el año 2018, llegó a Argentina la primera liga hispanohablante de freestyle importada desde España, llamada Freestyle Master Series (FMS). La liga trajo consigo una serie de innovaciones con respecto a cómo se venían desarrollando las competencias de freestyle, entre ellas un sistema de ascensos, descensos, play-offs y una duración de nueve meses haciendo una propuesta diferente a como se desarrollaban las competencias de freestyle. Además, la liga ofreció una remuneración fija, a través de contratos previamente firmados, para los freestylers que participan en ella. Esta acción no era habitué en la *escena* de las batallas de freestyle, debido a que en la mayoría de las competencias los eventos duran un día y por lo general, se organizan una vez al año. A su vez, en el caso específico de RBDG, no remuneran económicamente a los freestyler por participar en la competencia.

El primer año, la FMS no tuvo tanta repercusión en Argentina, por lo que casi todas las fechas se realizaron en recintos pequeños, excepto el cierre de temporada que se organizó en el Teatro Opera⁶, ubicado en la Av. Corrientes de Buenos Aires, agotando entradas. Asier Fernández, CEO de Urban Rooster (UR), organización que creó la FMS, comentó que “FMS Argentina es la que mayor cantidad de público tiene, sin embargo, la composición porcentual de la audiencia es similar a la de otros países (25% del país de origen y el resto de otros lados)” (citado en Conde, 11 de abril 2021). Estos datos, nos permiten observar que FMS Argentina no solo tiene gran repercusión en el país, sino que además hace mella en otros territorios. Fernández, no tiene una explicación sobre este éxito de la liga argentina, pero aseguró que es el gran caballito de batalla de las FMS.

Planteamiento del problema

En el entramado cultural del hip hop podemos hallar expresiones artísticas de diferentes índoles. Algunas de ellas son el rap, el cual tiene figuras a nivel mundial como 50 cent, Snoop Dog, Eminem, entre tantos otros raperos; el *breaking*, que son bailes realizados por los b-

⁶ El Teatro Opera tiene una capacidad para 2.500 personas. Dato obtenido de la página oficial del Teatro Opera. Recuperado en: <https://www.operaorbiseguros.com/teatro>

boys o *b-girls*, muchos de los cuales tuvieron repercusión en las películas de Hollywood; y el freestyle de rap⁷, dentro del cual, se han vuelto masivos los eventos conocidos como batallas⁸.

Para enriquecer la lectura y comprensión de la temática, caracterizaremos el hip hop, el freestyle y las competencias, ya que si bien, estas dos últimas se desprenden de la primera, cada una tiene su particularidad. Primero tomamos la noción de hip hop, del sujeto que, con sus fiestas populares en el barrio de Bronx, abonó a la formación de esta cultura, luego nos posicionamos en las ideas de algunos integrantes de la cultura del hip hop argentino para definir qué es el freestyle y las competencias.

Kool Herc definió al hip hop como “una familia” (Chang, 2010: pág. 10) y agregó: “lo importante es la relación entre nosotros, conectarse el uno con el otro. Por eso tiene un atractivo universal. Ha dado a los jóvenes una manera de entender su propio mundo, vivan en los suburbios, en la ciudad o donde sea” (Chang, 2010: pág. 8). Esta definición nos da pista del por qué el hip hop caló hondo en cualquier parte del mundo. La idea de familia en esta cultura es fuerte y los lleva a conectarse el uno con el otro. Por ello, Kool Herc aseguró, que gracias al hip hop se ha cerrado una brecha cultural “gracias a él, los blancos se juntan con los negros, los morenos con los asiáticos. Todos tienen algo en común que les encanta.” (Chang, 2010: pág. 8). También estas definiciones, nos acercan a una idea general, del por qué gran parte de los jóvenes se empaparon de esta cultura. Y es que, hip hop se presentó como un lugar de unión entre las personas. Les concedió maneras de expresarse, de realizar su vida y de entender que tienen algo en común con las otras personas.

En Argentina, el hip hop llegó a mediados de la década de 1980, ya que “la finalización de la dictadura militar (1976- 1983) liberó la prohibición de emitir música en inglés en los medios de comunicación locales, y el mercado de música estadounidense comenzó a copar las radios, los canales de televisión y las productoras fonográficas” (Biaggini, 2020: pág. 52). Esta apertura permitió que la cultura del hip hop se esparciera y enraizara en el país. Por su parte, los sujetos de distintas regiones de Argentina que conformaron esta cultura, fueron resignificando el hip hop de diferentes maneras, según sus contextos socioculturales,

⁷ También existe el freestyle de *scratch*, *breaking*, etc. En esta tesis, cuando hablemos de freestyle o free nos referiremos al freestyle de rap.

⁸ También conocidas como competencias o su abreviación “compe”.

forjando así distintas identidades culturales (Zallo, 2011) dentro del país. Lo que nos habilita a poder hablar de una *escena* del hip hop Alto Valle de Río Negro y Neuquén, por ejemplo. Con respecto al freestyle, encontramos distintas perspectivas de lo qué es, dentro de la *escena* argentina. El freestyler argentino Dtoke, bicampeón nacional y campeón internacional de la RBDG, sostuvo que hacer freestyle es “improvisar, liberarse, decir lo que uno siente” (Muñoz, Bercetche, & Ghogomu, 2014). Sony, MC argentino de gran trayectoria en el mundo de las batallas de freestyle, quien salió campeón de la RBDG nacional en 2014, afirmó que el freestyle “es el conocimiento y el sentimiento de uno, expresado con la rima, la poesía” (Suarez & Garay, 2012). Podemos observar que el freestyle es una vía por la cual los sujetos que pertenecen a la cultura del hip hop, manifiestan sus sentimientos, lo que piensan, viven o sienten. Es decir que el freestyle es una improvisación en el momento, a través de rimas que pueden ser expresadas sobre una base, sea esta un *beat* o un *beatbox*. Estas improvisaciones de rimas, en Argentina, se pueden encontrar en *cyphers* o en batallas.

Las competencias de freestyle, son una parte pequeña de lo que es el hip hop. Sin embargo, estos eventos se han vuelto muy populares dentro de los jóvenes argentinos tanto que se han llenado estadios como, por ejemplo, el Obras Sanitarias, ubicado en Buenos Aires. Sony definió a las batallas de freestyle como “una disputa de conocimientos” en donde se ve “la inteligencia de cada uno, la muestra de ingenio” (Suarez & Garay, 2012). Por su parte, Mustafá Yoda, referente del hip hop en Argentina y creador de la competencia A Cara de Perro Zoo, definió a las batallas como una “pelea de ideas” donde cada freestyler “defiende su idea a través de su arma que es la rima, dictada por la inteligencia” (Suarez & Garay, 2012). En base a lo anterior, podríamos decir que el freestyle en competencia son batallas líricas que “explotan la competitividad por estructurarse a partir de enfrentamientos individuales o grupales” (Rodríguez, 2020; pág. 69). Las competencias están compuestas por formatos, esto le permite distinguirse de otros eventos y generar un atractivo para el público consumidor. Los formatos de competencias refieren a los estímulos colocados en las batallas con el fin de que los participantes elaboren sus rimas a partir de ellos. Un ejemplo de esto es el round con temática: los competidores tendrán un determinado tiempo para rimar con algo referido al tema seleccionado. De lo contrario, las rimas no serán tenidas en cuenta por el jurado. El objetivo de los formatos, es exhibir la destreza de los freestylers y demostrar que sus rimas no fueron pensadas con anterioridad.

El boom de las competencias de freestyle

Para entender, a grandes rasgos, como se fue forjando la popularidad de las competencias de freestyle, nos serviremos de la noción de mercantilización (Mosco, 2011). Este concepto nos permitió abordar los procesos por los cuales las batallas de freestyle comenzaron a tener más relevancia.

En un primer momento, el freestyle era valorado por su uso, es decir que, por ejemplo, freestylers, raperos o *MC's* formaban rondas de *cypfers* para rimar en conjunto con el único fin de satisfacer una necesidad o deseo. Con la llegada de RBDG, el freestyle se transformó, a través de un proceso complejo, en un producto comercializable que es valorado por lo que de ellos se puede obtener a cambio (Mosco, 2011)⁹. Este proceso, en el que se convierten cosas valoradas por su uso en productos para comercializar es denominado por Mosco (2011) como mercantilización. Respecto a esto último Rowan (2010) aseguró que:

Durante las dos últimas décadas la esfera de la producción cultural ha sido testigo de una serie de cambios que han tenido un profundo impacto no sólo en las formas de producir la cultura, sino también en las identidades de las y los productores culturales. El impacto del neoliberalismo en todos los ámbitos sociales no ha dejado espacio ni objeto del que no se pueda extraer valor económico. El ámbito de la producción cultural no ha sido inmune a este proceso. (pág. 15)

Garnham (1983), por su parte, definió a ese avance del neoliberalismo sobre la producción cultural como una industrialización de la superestructura, en donde las empresas del sector cultural son absorbidas por consorcios industriales impulsándolas a someterse a las lógicas del mercado. Hoy en día esos procesos de industrialización y mercantilización se han profundizado en todos los ámbitos de la vida, un ejemplo de ello, son las políticas de emprendizaje estatales que desarrollan algunos gobiernos de turno (Rowan, 2010). Estas políticas de emprendizaje son desarrolladas, según Rowan (2010), con el objetivo de “hacer de la esfera cultural un espacio económico que pudiera no sólo sustentar a sus propios trabajadores sino además tener el potencial de generar crecimiento económico” (pág. 40). Su puesta en práctica crea la posibilidad de que agentes culturales, como los freestylers puedan

⁹ Vale aclarar que cuando estas batallas de freestyle son consumidas por el público dejan de ser mercancías para tornarse en puro valor de uso, ya que le ofrece al consumidor emociones, diversión, relax, entre otras cosas (Bolaño, 2006).

ser emprendedores, es decir que “empezaron a pensar la práctica y el trabajo cultural desde una óptica más económica” (Rowan; pág. 40)

En el caso argentino, y debido a esta mercantilización, algunas batallas de freestyle, comenzaron a disputarse en escenarios como el Luna Park, Tecnópolis o en el Club Hípico Argentino convirtiéndolos en espectáculos masivos. Debemos aclarar que las competencias del *underground* no han desaparecido. Por el contrario, siguen existiendo y cada vez hay más competencias en las plazas que pueden ser tomadas como lugares donde los freestylers forjan sus estilos para un día llegar a competir en eventos masivos.

Es conveniente decir, que esta masificación que lograron las batallas de freestyle, va acompañada por el trabajo que realizaron distintos freestylers y raperos de la cultura argentina que, por sus características, podríamos definirlos como emprendedores (Rowan, 2010). Un ejemplo de esto, son Dtoke y Papo MC, organizadores de eventos autogestivos como la Ego Fest (desde fines de 2014 hasta finales de 2017), que incluían fechas en distintos lugares del país. Otro ejemplo es el Quinto Escalón, una competencia de plaza ubicada en Parque Rivadavia del barrio de Caballito, Ciudad de Buenos Aires. Fue organizada por los que en su momento fueron freestylers: Alejo y Muphasa¹⁰. Esta competencia albergó gran cantidad de público, por lo que con el paso del tiempo tuvieron que contratar equipos de sonido y escenarios para que el evento sea más organizado. Además, se convirtió en el semillero de freestylers y artistas argentinos. Su batalla más vista registró 41 millones de visitas en YouTube¹¹.

El proceso de mercantilización se empezó a gestar con el surgimiento de la RBDG. Con la aparición posterior de la FMS, en conjunto con la Freestyle Rap Federation (FRF), un ente que reúne a las principales organizaciones de freestyle hispanohablantes, se comenzó a desarrollar lo que denominaremos como proceso de profesionalización del freestyle. El cual, tiene como objetivo hacer más “deportivas” y competitivas las batallas de freestyle y a la vez remunerar a los freestylers que participen. Aunque es conveniente recalcar, que existen eventos que no remunera económicamente a sus competidores, y otras competencias que se

¹⁰ Alejo *aka* Ysy A, al finalizar con el Quinto Escalón formo su carrera musical como traperero. Por su parte, Muphasa realizó varias actividades dentro de la *escena* del hip hop entre ellas: jurado de RBDG, programas de radios, etc.

¹¹ Dato obtenido del canal de YouTube del Quinto Escalón. Recuperado en: https://www.youtube.com/watch?v=NZ0I2GHgavU&t=3s&ab_channel=ElQuintoEscal%C3%B3n

llevan a cabo, tanto en plaza como escenarios, que abona un premio económico a quienes hayan campeonado.

El proceso de profesionalización explota una parte técnica, referida a cuestiones organizativas del evento. En él se contempla la contratación de gente ajena al hip hop como camarógrafos, productores, iluminadores, sonidistas. En un principio, cuando las batallas de freestyle recién se comenzaban a explotar económicamente, en el espectáculo predominaban los *punchlines*. Con la llegada del proceso de profesionalización se estimuló una parte artística del freestyler. Esta impulsó aspectos referidos a la puesta en escena, *flows* y formas de estructurar sus rimas. Hoy en día, los freestylers han tenido que entrenar otras facetas del freestyle para lograr ganar batallas, lo que conlleva a una mutación del espectáculo.

Podemos preguntarnos entonces, si esta mercantilización y profesionalización de las batallas de freestyle en Argentina, tiene repercusiones dentro de la cultura de hip hop del Alto Valle de Río Negro y Neuquén. Las investigaciones que se han elaborado sobre freestyle son recientes (Abeillé, 2020; Arango Guzmán, 2020; Biaggini, 2020; Buitrago Alfonso, 2020; Córdova & Lasaigues, 2019; Muñoz Tapia, 2018). Algunos de los estudios realizados son de otros países y los trabajos elaborados en nuestro país se concentran en la provincia de Buenos Aires. Por este motivo, consideramos interesante e importante abonar una lectura regional, sobre un fenómeno que se viene gestando y desarrollando hace varios años y que está en auge en la Argentina. Las batallas de freestyle han forjado grandes eventos y, además, está diseñando una nueva profesión, un nuevo trabajo para jóvenes que inicialmente se dedicaban al freestyle por hobby.

Lo que nos interesa es analizar la cultura de hip hop de Alto Valle, en relación con el proceso gradual de mercantilización y profesionalización del freestyle argentino que se está gestando en el país. Nos motiva observar, desde una perspectiva comunicacional, lo que sucede en la región del Alto Valle rionegrino y neuquino. Esto supone saltar el aspecto técnico –aquel que tiene en cuenta solo los medios de comunicación- y ubicar a la comunicación en el espacio de las relaciones entre sujetos que están insertos en un contexto social y cultural determinado (Uranga, 2007). De este modo, reconocemos a los integrantes de la cultura como sujetos activos, los cuales son atravesados por los procesos de mercantilización y profesionalización del freestyle. Frente a ello, guían y resignifican algunas de sus actividades y prácticas culturales en el marco de estos procesos, como por ejemplo las competencias; además, de

formular determinadas opiniones sobre este fenómeno. Pero también impulsan otras prácticas como la promoción de la cultura por sobre lo económico ya que no en todas las regiones de Argentina la profesionalización está desarrollada de igual manera. En base a esto, es de nuestro interés abonar a una lectura local, sobre una temática que se empezó a discutir dentro de la *escena* del freestyle argentino. Por ejemplo, Papo MC hizo una reflexión en su canal de Twitch¹², subida luego a su canal de YouTube, en donde se preguntó ¿dónde llevan la cultura del freestyle los productores que organizan las competencias?¹³

Decisiones teóricas y metodológicas

Para analizar las repercusiones de la profesionalización y mercantilización del freestyle en Argentina en la región del Alto Valle, articulamos la Economía Política de la Comunicación (EPC) y los Estudios Culturales (EC). Esta decisión se basa en la necesidad de utilizar las herramientas que ofrece cada perspectiva para investigar la temática y de esta manera enriquecer nuestro análisis. Por un lado, la EPC nos permite comprender el rol de las industrias culturales en las sociedades capitalistas modernas, las cuales representan la expansión del capital al campo de la cultura (Bolaño, 2006). También nos otorga herramientas para aproximarnos a algunos de los motivos y mecanismos por los cuales el freestyle se mercantilizó y profesionalizó.

Por otro lado, los Estudios Culturales nos permiten abordar la compleja relación de las industrias culturales con la sociedad, en nuestro caso con la cultura del hip hop. Esta perspectiva, además, nos habilita a indagar sobre las identidades culturales (Hall, 2017) que se moldean en el interior de la cultura del hip hop. Es decir que los sujetos que habitan en diferentes regiones del mundo resignifican el entramado cultural forjado en el barrio de Bronx, siendo por ello que podemos hablar de la cultura de hip hop del Alto Valle. De esta forma, entendemos lo cultural como una producción simbólica que siempre está en proceso y se forja en conjunto, entre sujetos.

¹² plataforma que permite realizar transmisiones en vivo

¹³ Datos obtenidos en “¿Hora de hacer un cambio? Un mensaje para el freestyle”. Recuperado en <https://www.youtube.com/watch?v=fcDUo3fanso&t=902s>

En pocas palabras, la articulación la EPC y los EC, nos posibilitan el análisis de cómo esas identidades culturales se relacionan con el proceso de profesionalización del freestyle que se viene desarrollando a nivel internacional y nacional.

Proceso de mercantilización

A mediados del siglo XX Adorno y Horkheimer formulaban el concepto de industria cultural publicado en su libro “Dialéctica del Iluminismo”. Este concepto fue creado por los autores alemanes para referirse a la industrialización de la cultura. En otras palabras, cómo la lógica capitalista penetra en la cultura, haciendo que cualquier práctica pueda ser susceptible de mercantilizarse y obtener algo a cambio de ella. Este proceso es denominado por Mosco (2006) como mercantilización y lo definió como la transformación de “cosas valoradas por su uso en productos comercializables que son valorados por lo que de ellos se puede obtener en un intercambio” (p. 58). Esta industrialización se hace factible debido a las aptitudes que ha tenido el sistema económico de poder adaptarse a los diferentes contextos históricos. En palabras de Zallo (2011):

El sistema capitalista actual muestra una gran capacidad de autotransformación y sigue basándose en la mercancía, la explotación del trabajo y la acumulación privada del capital, y en la actualidad, pone como capital tractor de todo el sistema al capital cognitivo, y el acento en la apropiación y gestión del conocimiento y todas sus derivas: innovación, creación, educación, aprendizaje o talento, que son formas del trabajo complejo que decía Marx, y que en la actualidad se expresa como un trabajo cultural e intelectual que ya es factor productivo directo en el sistema. (pág. 153)

De lo anterior podemos observar el impacto que tiene el capitalismo en los diferentes ámbitos sociales. Este avance permite al capitalismo que cualquier espacio y/o actividad puedan y sean objeto de una extracción de valor económico. Esto hace posible que, la cultura se conciba “como un nicho de producción de valor similar a cualquier otro ámbito mercantil, por ende, susceptible de ser introducida en el mercado” (Rowan, 2010: pág. 32). Y efectivamente es introducida y además crea nuevos mercados, entre ellos el de las competencias de freestyle. Para crear este mercado, las batallas de freestyle fueron atravesando diferentes procesos. Uno de esos procesos es la profesionalización. A través de él se crean normas para organizar y llevar a cabo competencias, se forja la profesión del

freestyler, se introducen formatos de competencias, se crea toda una estructura que permiten hacer de las competencias una mercancía redituable para el mercado. Es por ello que creemos conveniente analizar el proceso de profesionalización de las competencias de freestyle, en relación con lo que Mosco (2011) denomina como mercantilización.

Cabe señalar que el motor de las industrias culturales es la rentabilidad (Zallo, 2011). Miége (1982) agregó que las mercancías creadas por estas industrias “no son mercancías diferentes a otras, ya que constituyen en lo esencial un nuevo campo de extensión de valores de cambio” (pág. 22). Si bien esto es cierto, Zallo (2011) enuncia algunas características diferenciales entre este tipo de mercancías y las producidas por otro tipo de industrias. Como, por ejemplo, el valor simbólico, el cual es expresado por su unicidad “en ser un objeto o servicio distinto a cualquier otro tipo, y en contener un valor tenido por cultural o simbólico” (pág. 162). Esta unicidad es lo que lo diferencia de otras creaciones culturales y son identificables por la firma (Zallo, 2011). Además, por su forma de producción y como parte de la cultura, las industrias culturales tienen una doble naturaleza. En palabras de Zallo (2011):

Para ser cultura debe ser mayoritariamente industria, de calidad, eficiente, sostenible, con futuro, y que produce contenidos en forma de imágenes y mensajes; y para ser industria específica debe barajar contenidos del orden cultural, en forma de entretenimiento, información y educación, independientemente de que sea cultura genuina o solo lo parezcan (pág. 159).

Por su parte, Bolaño (2006) agregó que esa doble naturaleza es intrínseca a todas las industrias culturales, y que “solo pueden ser correctamente apreciada si entendemos que esos sectores son doblemente productivos justamente porque producen siempre no una sino dos mercancías” (pág. 50). En otras palabras, las industrias culturales no solo producen una mercancía concreta (el evento de freestyle), sino que además producen una segunda mercancía, que es la audiencia. Esta segunda mercancía, como cualquier otra, es susceptible de ser comprada, además, es adquirida por sectores económicos que necesiten comunicarse con esa audiencia, ya sea para venderles un producto, para campañas políticas, etc.

Proceso de profesionalización

Lo mencionado anteriormente nos permite concebir a la profesionalización del freestyle como un proceso que se va desarrollando a partir de la mercantilización, y luego en conjunto con ella.

Para formular el concepto del proceso de profesionalización, nos acercamos a investigaciones de distintos géneros musicales, entre ellos: el rap (Lee, 2015), el rock (Boix, 2016) y la murga (Balduvino, 2013). Todos estos estudios coinciden, por un lado, en el desarrollo de una profesionalización alternativa. Este tipo de profesionalización no es abordada desde una concepción tradicional burguesa, como, por ejemplo, el hecho de que una institución concreta reconozca a determinado sujeto, con un diploma, su idoneidad o su saber en determinado trabajo; sino que, por el contrario, analizan la idea de ser profesional desde los sujetos, en las decisiones y acciones que realizan estos, para que los productos que trabajan estén dentro de los estándares que exigen los mercados capitalistas. Por otro lado, estos estudios observan cómo cada una de las ramas musicales que ellos investigan, transitan y se desenvuelven por aquel proceso de profesionalización alternativo.

Balduvino (2013) en su investigación, entiende a la profesionalización como “el conjunto de acciones que llevan adelante las murgas con el objetivo de mejorar el espectáculo brindado, percibiendo además un ingreso por formar parte de la fiesta” (pág. 19). La autora agregó, que el concepto de profesionalización está compuesto por dos elementos diferenciados: uno artístico y el otro económico. Sostiene que el elemento artístico, toma en cuenta a la murga y a las personas calificadas que los murgueros contratan, por ejemplo, iluminadores, vestuaristas, etc., para dar un espectáculo de calidad. El segundo elemento, refiere a la retribución económica que se recibe por “ser parte de la fiesta” (pág. 19).

A nuestro entender, el aspecto técnico y el artístico, aun cuando los dos están presentes en el proceso de profesionalización, se encuentran disociados ya que responden a cuestiones de diferentes índoles. Por este motivo agregamos un tercer elemento que se desprende del artístico: el técnico.

El aspecto técnico, responde a decisiones organizativas que toman los sujetos que llevan adelante este tipo de eventos. Es decir, aquellas decisiones que abonan a una mejora en la

calidad de los espectáculos. Entre ellas, la contratación de gente ajena a la cultura del hip hop, como técnicos, productores, iluminadores, sonidistas, bares, entre otros.

El aspecto artístico, hace referencia al trabajo que desarrollan los freestylers dentro del espectáculo. De este aspecto se desprenden algunas cuestiones. Una de ellas es lo que Lee (2015), al estudiar el rap, definió como “ser profesional”. Con esto se refirió a las decisiones y acciones que llevan a la construcción, que realizan los artistas, de sus carreras profesionales. Abordar profesionalmente una carrera conlleva a romper una lógica que Becher (14 de mayo de 2021) denominó como “por amor al arte”. Esta lógica, en resumidas palabras, alude a la realización de un trabajo, el cual no será retribuido económicamente, por el hecho de pensar que el artista lo hace por hobby. Un ejemplo de esto es cuando invitan a artistas a realizar un espectáculo gratis con el pretexto de darse a conocer al público.

El proceso de profesionalización, produce una ruptura de esa lógica. Al provocarse ese quiebre, los freestylers abordan la actividad de forma profesional, ya que comprenden que la actividad que realizan es susceptible de ser explotada económicamente. Siguiendo con la idea de Lee (2015) abordar la actividad de forma profesional, llevó a los freestylers a realizar actuaciones en diferentes lugares junto a otros artistas que están *pegados*, contratar managers, asistir a distintas competencias o formar redes de contactos con personas que estén relacionadas a la industria, entrenar, entre otras cosas.

El aspecto artístico, por un lado, nos permite comprender que los freestylers gastan fuerza de trabajo al estar batallando en una competencia de freestyle. Es decir, gastan energías, creatividad, músculos, en una palabra, están gastando trabajo humano abstracto (Bolaño, 2006) y, por lo tanto, se los debe considerar como sujetos trabajadores. Esa fuerza de trabajo es vendida a los organizadores de competencia, quienes pagaran por ella como cualquier otra mercancía. Por otro lado, el aspecto artístico de la profesionalización, considera todo un trabajo previo, que contiene una carga estética y que es un tipo de trabajo artístico, intelectual, creativo, “que conlleva una formación especializada (en general extensa, atravesada por innumerables evaluaciones, disposiciones que prefiguran el cuerpo, aprendizajes estrictos y técnicas repetitivas que acentúan la práctica sin errores) con una carga económica e históricamente construida en trayectorias personales” (Becher, 2021: s/d). Por ello, la

actividad que realizan los freestylers es un trabajo creativo, que además de ser diferente, culto u original, responde a técnicas profesionales (Zallo, 2011).

De estos dos aspectos, a saber: el técnico, que conlleva contratación de profesionales para mejorar la calidad de un espectáculo, y el artístico, que supone la construcción de un freestyler como sujeto trabajador y profesional, surge el tercer aspecto que llamamos económico. Este aspecto refiere a las ganancias percibidas por explotar económicamente dicha actividad. Estos tres aspectos en conjunto, conforman lo que nosotros denominamos el proceso de profesionalización, que desde nuestra perspectiva se centra en la profesionalización en tanto mercantilización, más que en la profesionalización como trabajo cultural. Por este motivo, la definimos como una red, una unión con otras personas con miras a mejorar la calidad de determinado producto, con el objetivo de percibir una retribución económica a cambio de ello y que permita al sujeto trabajador poder subsistir.

Por último, debemos señalar que el proceso de profesionalización en el freestyle, trae consigo un conjunto de competencias que, por la cantidad de años que llevan organizándose y la proporción del público que las consume, lo denominaremos como “circuito profesional del freestyle” o “competencias de élite”. Este tipo de eventos son a los que aspiran a llegar la mayoría de los freestylers ya que los retribuyen económicamente. Además, participar en este circuito otorga cierto prestigio al freestyler. Esto conlleva que el artista comience a *pegarse*, obteniendo cierto reconocimiento en el ambiente, lo que acarrea la llegada de sponsors, contratos con marcas de ropas de vestir, zapatillas, entre otras cosas.

También existe un circuito *underground*. Por lo general sus competencias son organizadas en las plazas de las ciudades. En este circuito es donde se inician la mayoría de los freestylers. En él forjan sus estilos, obtienen experiencia en batallas, y van conformando su trayectoria como freestylers. Si bien en este conjunto de competencias no se remunera económicamente a los competidores, a veces consiguen dinero ganando competencias. Es decir, obtienen un premio económico que por lo general es la plata de la inscripción para participar en la competencia. De todos modos, no es la misma cantidad de dinero que obtienen si participan en competencias de élite. Otros premios que se consiguen dentro del circuito *underground* son cortes de pelo, turnos para tatuajes, vales de compra, etc.

La figura del freestyler y organizadores de competencias

Para caracterizar tanto, la figura del freestyler como de los organizadores de competencias de freestyle, recurrimos al concepto trabajado por Rowan (2010) de emprendedor cultural. El autor desarrolló sus estudios en España y toma políticas de países europeos para ir tejiendo los inicios de este concepto y su forma de incorporación al ámbito cultural.

En su investigación, elaboró una genealogía sobre la teorización que hay de los emprendedores, a partir del impulso de políticas públicas estatales europeas y organismos privados que se encargaron de dar forma y sentido al emprendizaje en la cultura, para apoyar y fomentar este tipo de prácticas.

Rowan (2010) sostiene que la figura del emprendedor es incluida a partir de los cambios que introdujo el capitalismo en todos los espacios sociales. En el ámbito cultural, la figura del emprendedor encuentra sus inicios a mediados de la década de 1990, cuando aparecen las industrias creativas y una serie de prácticas y actividades que por el momento no aparecían como productivas. Este sector económico es integrado por las industrias culturales tradicionales. Es así que, artistas diseñadores, artesanos o actores son tenidos en cuenta como esenciales dentro de este tipo de economía. En la actualidad este concepto es utilizado para denominar agentes económicos.

Según ciertas perspectivas económicas, los emprendedores tienen “un papel crucial en la economía: son los encargados de llevar al mercado la innovación, elemento indispensable para el desarrollo del capitalismo” (Rowan, 2010: pág. 24). Estas perspectivas, además, sostienen que los emprendedores al promover tanto estas innovaciones y desarrollos, colocan sus emprendimientos en el centro de la actividad económica. Se introdujo “la idea de que la cultura puede ser un elemento de crecimiento económico capaz de reemplazar a la «decadente industria pesada» que no pudo hacer frente a las continuas demandas de productividad, abaratamiento y agilidad que le imponían los elementos neoliberales” (Rowan 2010: pág. 33).

Como mencionamos anteriormente, a finales de la década del 1990, algunos think tanks, políticos y pensadores, barajaron la idea de pensar las prácticas y el trabajo cultural desde una óptica económica. De esta manera, desde la figura del emprendedor cultural, se planteó “hacer de la esfera cultural un espacio económico que pudiera no sólo sustentar a sus propios

trabajadores sino además tener el potencial de generar crecimiento económico” (Rowan, 2010: pág. 40). Es por ello, que a través de políticas de emprendizaje comenzaron a surgir “productores independientes, microempresas y trabajadores autónomos. Estos tuvieron que aprender a identificar las estructuras y los mecanismos del mercado y a operar dentro de este nuevo marco económico-ideológico con el fin de convertirse en proveedores de creatividad y valor añadido” (Rowan, 2010: pág. 39).

En nuestra investigación, las características y apreciaciones que se realizan del emprendedor cultural nos permitieron, por un lado, caracterizar la figura del freestyler y los organizadores de competencias y, por otro lado, nos ayudó a enmarcar la actividad económica que realizan.

Hegemonía, estructuración, identidades y prácticas culturales

Predominan dos categorías teóricas en nuestra tesis: los procesos de mercantilización y profesionalización. Para articular estos dos conceptos con la cultura del hip hop y las prácticas culturales que llevan a cabo los freestylers del Alto Valle, aprovecharemos un tercer proceso que Mosco (2011) denominó como estructuración, el cual “equivale a una interpretación contemporánea de Marx, de que los individuos hacen la historia, pero no bajo condiciones que ellos mismos producen” (pág. 71). Esto, nos permite abordar los conceptos de forma relacional, lo que nos habilita a poner en un primer plano las conexiones entre profesionalización, mercantilización y freestyler, y cómo se constituyen los freestylers de la región dentro de esa relación y con respecto a ella.

Además, el proceso de estructuración conlleva una actividad importante que es la de construcción de hegemonía. Respecto a hegemonía, Williams (2009) la definió como “un vívido sistema de significados y valores – fundamentales y constitutivos – que en la medida en que son experimentados como prácticas parecen confirmarse recíprocamente” (pág. 131) y agregó que “en el sentido más firme, es una ‘cultura’, pero una cultura que debe ser considerada asimismo como la vívida dominación y subordinación de clases particulares” (pág. 131). Esa hegemonía es considerada por la mayoría de la gente de una cultura como un sentido de la realidad.

Williams (2009) sostuvo que dentro de la cultura hay “una hegemonía dada que siempre es un proceso”, al ser un proceso, entendemos que no es estática, sino que está en constante

movimiento por lo que requiere de ser modificada y renovada. Es por eso que podemos hablar de formatos y maneras hegemónicas de organizar competencias, pero no por ello, el liderazgo hegemónico disolverá todo lo que no va con él, al contrario, puede permitir que los subalternos incorporen sus propias formaciones (Hall, 2017).

Además, este concepto de hegemonía desarrollado por Williams (2009), nos ayudó a comprender de un modo diferente la actividad cultural como tradición y como práctica.

El trabajo y la actividad cultural no constituyen ahora, de ningún modo habitual, una superestructura: no solamente debido a la profundidad y minuciosidad con que se vive cualquier tipo de hegemonía cultural, sino porque la tradición y la práctica cultural son comprendidas como algo más que expresiones superestructurales -reflejos, mediaciones o tipificaciones- de una estructura social y económica configurada. (pág. 133)

El autor, en este primer recorte está discutiendo la metáfora base/superestructura con el marxismo. Los EC sostienen que los vínculos que se forman entre las actividades y prácticas culturales y lo económico son algo más complejos que expresiones superestructurales. Williams (2009) continúa diciendo: “Por el contrario, se hallan entre los procesos básicos de la propia formación y, más aún, asociados a un área de realidad mucho mayor que las abstracciones de experiencia ‘social’ y ‘económica’” (pág. 133).

Es decir que, por ejemplo, las prácticas culturales de la cultura del hip hop, van más allá de las representaciones que pueda hacer la RBDG de lo que es una competencia. Esto es solo una abstracción de algo más complejo que es la cultura del hip hop. Ya que lo económico va cristalizando experiencias.

Las gentes se ven a sí mismas, y los unos a los otros, en relaciones personales directas; las gentes comprende el mundo natural y se ven dentro de él; las gentes utiliza sus recursos físicos y materiales en relación con lo que un tipo de sociedad explicita como “ocio”, “entretenimiento” y “arte”: todas estas experiencias y prácticas, que integran una gran parte de la realidad de una cultura y de su producción cultural, pueden ser comprendidas tal como son sin ser reducidas a otras categorías de contenido (pág. 133).

Las prácticas culturales al ser entendidas sin necesidad de representarlas con otros conceptos, podemos observarlas en la vida cotidiana y, por tanto, podemos abordarlas desde una charla. Entendemos que las prácticas culturales son la exteriorización de acciones referidas a la cultura, un ejemplo de ellas en el marco de la cultura del hip hop son los conciertos de rap,

talleres para rimar, los cuales tienen diferentes objetivos, pero siempre enmarcándose en los valores y tradiciones que tienen esa cultura. Estas prácticas culturales, pueden estar motivadas por diversos fines tales como: ganar dinero, promoción de la cultura a través de eventos que incluyan shows, batallas de freestyle, competencia de bailes, etc.

Los conceptos desarrollados anteriormente, nos ayudan a detectar posibles “resignificaciones” que se hayan generado dentro de la cultura de hip hop del Alto Valle, con respecto a la cultura del hip hop en Argentina, las cuales producen elementos de identificación internas y externas que van a conformar una identidad (Zallo, 2011). Esas identidades que se conforman al interior de la cultura son lo que Zallo (2011) denomina como identidades culturales. En palabras del autor:

La identidad cultural no es la repetición de unos mismos rasgos a lo largo de la historia, sino un resultado histórico que da sentido de continuidad a las generaciones en torno a una población base, a un núcleo de rasgos culturales más o menos preservados y a una memoria histórica. Esta aproximación pone el acento en la cultura como producto de la historia y del presente. (Zallo, 2011; p.26)

Esto nos permitió abordar los elementos que identifican a la cultura del hip hop en el Alto Valle y a su vez, poner en tensión esos elementos con el proceso de profesionalización del freestyle en Argentina.

Diseño de la investigación

Para analizar la cultura del hip hop en el Alto Valle, en relación con el proceso de mercantilización y profesionalización del freestyle en Argentina, realizamos una investigación cualitativa. Esta elección nos permite abordar “el universo de significados, motivos, aspiraciones, creencias, valores y actitudes, lo que corresponde a un espacio más profundo de las relaciones, de los procesos y de los fenómenos que no pueden ser reducidos a una operacionalización de variables” (De Souza Minayo, 2003; pág. 18). Por este motivo adoptamos un diseño flexible de la investigación, ya que entendemos que al trabajar con sujetos que creen, sienten, piensan y toman postura en la sociedad en la que están insertos, aportarán nuevas situaciones, conceptos y perspectivas con respecto al objeto que estamos estudiando (Mendizábal, 2006).

Nuestra investigación consta de dos momentos. En el primero, se lleva a cabo la caracterización del proceso de mercantilización y profesionalización del freestyle. Pese al gran abanico de batallas de freestyle que hay, realizamos esta caracterización a partir de dos competencias: RBDG y FMS. El enfoque en estos dos eventos se debe a que, a nuestro criterio, son dos competencias que han logrado perdurar con el paso del tiempo: la RBDG en Argentina va por su decimocuarta edición, desde que se inició en 2005 hasta el 2021 (exceptuando los años que no se organizó). Por su parte, la FMS en 2021 inició su cuarta temporada. Estas competencias han desarrollado gran repercusión en el mundo de las batallas de freestyle: la batalla más vista de la RBDG es *Wos vs Aczino 2019* con más de 49 millones de visitas¹⁴ en YouTube, ubicándose en el tercer puesto del ranking de batallas más vista a nivel mundial¹⁵. Mientras que la batalla más vista de FMS es *Wos vs Trueno* superando los 18 millones de visitas¹⁶. Para analizar estas dos competencias, utilizamos un corpus integrado por las páginas de las respectivas organizaciones, blogs, revistas y videos subidos a la plataforma YouTube.

En el segundo momento estudiamos las competencias de freestyle del Alto Valle y su relación con las organizaciones de freestyle a nivel nacional, en donde nuevamente nos centramos en dos: *La Jungla* y *Round One*. Y también, analizamos las opiniones y perspectivas de los freestylers de la región con respecto al desarrollo actual del freestyle en Argentina. Debido a lo extenso de este segundo momento, decidimos dividirlo en dos instancias.

Así pues, en la primera instancia para estudiar las competencias de freestyle del Alto Valle, realizamos un relevamiento sobre competencias y posibles freestylers a entrevistar. Por aquel entonces, un primer criterio de acercamiento era indagar en perfiles de los contactos que tuviéramos en redes sociales. Esto nos permitió saber si alguien en nuestros contactos tenía alguna incumbencia con el freestyle o hip hop. Encontramos varias personas que respondían a nuestros criterios, por lo que decidimos preguntarles ¿qué competencias se desarrollaban en el Alto Valle de Río Negro y Neuquén? Y ¿con cuánta frecuencia?

¹⁴ Datos recuperados del diario Olé en https://www.ole.com.ar/freestyle/wos-aczino-red-bull-batalla-vista_0_NFMJGvpdF.html

¹⁵ Datos recuperados de Torrethdatafree en <https://www.instagram.com/p/CO30dY2D6CI/>

¹⁶ Datos recuperados del diario Olé en https://www.ole.com.ar/freestyle/fms-argentina_0_8hdD9jBRI.html

Este primer acercamiento fue fructífero ya que nos dio la posibilidad de esbozar un croquis de las competencias que había en la región y, además, comprender cómo se organizan los eventos. Mientras que la mayoría se hacían ocasionalmente, hay otros que se realizaban domingo por medio. Otras veces se desarrollaban “compes manijas”, es decir que, al terminar un evento, los freestylers se quedaban con ganas de batallar por lo que conseguían parlante, pagaban inscripción nuevamente, la cual después serviría de premio, y se volvía a competir. Las “compes manijas” se llevaban a cabo alrededor de las inmediaciones del evento anterior, o se iban a alguna plaza.

Los sujetos consultados, además nos comentaron que, debido a las restricciones que hubo por la pandemia de Covid-19, no había muchas competencias en el año 2021, y las que se llevaban a cabo era difícil de enterarse si no estabas activamente en el círculo del freestyle, ya que agregaban a cada uno de los competidores a un grupo de WhatsApp, para invitarlos personalmente.

Al responder por las competencias que se desarrollaban en la región, nos nombraron a Big Free, organizada en Neuquén capital, Valcheta Free, organizada en Valcheta, The South Side Tournament, y Round One, las dos organizadas en Fiske Menuco. Al tener un panorama general de esto, utilizamos un segundo criterio referido a la profesionalización. La pregunta que nos guiaba era: ¿hay competencias del ranking de ascenso a FMS en Neuquén o Río Negro? Para responderla indagamos en la página de FRF esto nos dio una dimensión de cuántas competencias había federadas en Argentina y cuántas se encontraban en Río Negro y Neuquén. Hallamos que solo una competencia estaba federada en todo el Alto Valle, y era La Jungla.

Con todo este abanico de competencias, elegimos en primer lugar a La Jungla debido a que está dentro del circuito profesional del freestyle. Luego, seleccionamos a Round One ya que observamos una conexión con La Jungla y, además, estaba próxima a desarrollar un encuentro en el período de nuestro trabajo de campo. Posteriormente, nos acercamos a los lugares donde se llevaron a cabo las competencias, y allí utilizamos la técnica de observación participante, la cual nos permitió presenciar (a través de la percepción y de la experiencia directa) los hechos de la vida cotidiana de la población en estudio y aprender los sentidos que emanan de dichas actividades (Guber, 2001). Nuestro objetivo era “detectar las situaciones

en que se expresan y generan los universos culturales y sociales en su compleja articulación y variedad” (Guber, 2001; pág. 56).

A partir de lo registrado en la observación participante y del relevamiento que hicimos en internet, decidimos realizar un muestreo por conveniencia (Martín-Crespo Blanco y Salamanca Castro; 2007; s/p). Elegimos a tres sujetos para entrevistar, que según nuestro criterio y en base a los datos recolectados, poseen gran peso dentro de la *escena* del hip hop del Alto Valle, además de una trayectoria en el freestyle: Miguel *aka* Maquinero uno de los organizadores de La Jungla y participante de la RBDG regional Patagonia Norte 2021. Julián *aka* Purry, un freestyler residente de Fiske Menuco, quien tiene varias participaciones en competencias del ascenso a FMS, salió campeón de La Jungla 2021 y, además, es uno de los organizadores de Round One; y, Rodrigo Quintremán, un viejo rapero de Fiske Menuco, nacido y criado en Barrio Tiro, que había sido host de la fecha 6 de La Jungla y también participante de la RBDG regional Patagonia Norte 2021. Rodrigo, además, fue recomendado por habitantes de Fiske Menuco por impulsar distintos eventos de hip hop en la ciudad.

En función de esta selección, y ya dentro de la segunda instancia, realizamos entrevistas semiestructuradas. Cabe aclarar que seguimos los criterios de Linda Shopes (2001: 135-136), quien “recomienda realizar una lista de temas y subtemas a tratar, pero no en formas de preguntas que coarten la ‘flexibilidad necesaria’” (citado en Jociles Rubio, 2005-2006). Esta lista fue efectuada teniendo en cuenta los datos obtenidos del relevamiento en internet, de la observación participante y de nuestro marco conceptual, tales como: acercamiento al freestyle y hip hop; inicio de sus competencias y cómo las llevan a cabo; diferencias entre competencias de plazas y de escenarios; desarrollo del freestyle argentino.

Finalizadas las entrevistas, utilizamos codificación cualitativa para analizar los datos recopilados por relevamiento de fuentes documentales, de la observación participante y de las entrevistas. La elección de esta técnica, por un lado, nos permitió explorar los datos de manera sistemática para generar el significado (Coffey y Atkinson, 2003), y partir de eso, tratar de dar cuenta de las valoraciones y concepciones que tienen los integrantes de la cultura del hip hop en el Alto Valle, frente a la profesionalización y mercantilización del freestyle argentino. Por otro lado, nos ayudó condensar el grueso de nuestros datos en unidades que fueran susceptibles de ser analizadas. De esta forma creamos categorías con ellos y a partir

de ellos (Coffey y Atkinson, 2003). Los criterios de codificación los centramos en ejes, tales como: “freestyle”, “hip hop”, “competencia”, “prácticas culturales” “mercantilización” y “profesionalización”. Dentro de esta última categoría, creamos subcategorías centradas en los dos aspectos “el técnico” y “el artístico”, y otra llamada “debates”. Además, habilitamos la posibilidad de que surjan otros criterios de codificación. Con ello buscamos, en un primer momento, no sesgar el análisis con nuestros criterios y, en un segundo momento, indagar si la codificación que estábamos desarrollando era correcta hasta llegar a la adecuada.

Recorrido de la tesis

En el primer capítulo, caracterizamos el proceso de mercantilización y profesionalización del freestyle en Argentina en base a dos competencias: la RBDG y la FMS. Para ello indagamos en la historia del hip hop y de las competencias para dar cuenta del surgimiento de estos eventos y luego trazar su popularidad en la *escena* del hip hop. En el segundo capítulo, estudiamos las dos competencias organizadas en el Alto Valle. Desarrollamos sus historias, sus objetivos y visiones, y a partir de ello, interpretamos qué relación tienen con las competencias del circuito profesional. En el último capítulo, analizamos las concepciones, opiniones y perspectiva que tienen los integrantes de la cultura de hip hop del Alto Valle, frente al proceso anteriormente mencionado y caracterizado. Para ello, tuvimos en cuenta las actividades y proyectos que realizan, cómo conciben el hip hop, y su forma de desenvolverse dentro de la cultura.

Capítulo 1: Red Bull Batalla de los Gallos y Freestyle Master Series: Sentando las bases del proceso de mercantilización y profesionalización de freestyle en Argentina

En este primer capítulo, caracterizaremos el proceso de mercantilización y profesionalización del freestyle a partir de la RBDG y la FMS. Esta selección se debió al gran peso que tuvieron en la historia de las competencias de freestyle de habla hispana.

En primer lugar, describiremos el interés de Red Bull por las competencias de freestyle, cómo fue creando su producto llamado RBDG, su puesta a punto en otros países y analizaremos la primera final internacional realizada en Puerto Rico. En segundo lugar, abordaremos la liga de FMS, para ello, describiremos cómo nace UR, organización encargada de FMS, las innovaciones que plantean, la introducción de una perspectiva deportiva dentro de las competencias de freestyle y algunas particularidades que presenta la FMS en Argentina. En tercer lugar, observaremos cómo a partir de la creación de FRF, se sientan las bases y difunde la idea de profesionalización. Por último, adelantamos algunas conclusiones parciales.

Red Bull Batalla de los Gallos: “Muchos hablan, pocos riman, solo los mejores improvisan”¹⁷

En este apartado daremos cuenta de cómo RBDG fue diseñando el producto de las competencias de freestyle. En primer lugar, sintetizaremos el panorama del freestyle antes de la aparición de la RBDG. En segundo lugar, describiremos el modo en el que se fue creando una imagen de la competencia RBDG. Luego, observaremos dos de los distintos eventos que Red Bull organizó en otros países, antes de inaugurar su competencia final. Y, por último, examinaremos el producto terminado: la RBDG internacional.

El freestyle antes de la Red Bull

Hasta el año 2004, el freestyle era solo un mero entretenimiento entre los integrantes de la cultura hip hop. The Urban Rooster (2021^a) sostiene que entre los viejos raperos el freestyle

¹⁷ Slogan de la RBDG.

no estaba asentado. Aunque había personas que lo practicaban, esta no era una actividad central en los eventos de hip hop. Fue a mediados de los 2000, con la nueva generación de raperos, como el venezolano Canserbero y el español Piezas, que tomó más peso el freestyle dentro de la cultura del hip hop.

Dante Conti (2 de abril 2019), periodista argentino, escribió una nota sobre el surgimiento de la RBDG para el medio Vice, una empresa de comunicación y creadora de contenidos para jóvenes. En esa nota, reconstruyó los pasos de cómo se fue gestando la primera RBDG, a través de entrevistas a los principales promotores del proyecto y a *MC's* españoles, ya que en este país se hizo una especie de prueba piloto de lo que sería el producto final. Uno de estos entrevistados, es el rapero español *MC Bha*, quien aseguró que antes de RBDG no hubo competencias o por lo menos él no supo de alguna. Y agregó que antes era todo freestyles en *cyphers*, en donde no había enfrentamientos entre los *MC* ni tampoco insultos, infiriendo que con la llegada de RBDG se introdujeron muchos cambios en el freestyle.

MC Bha, además comentó que adaptar su freestyle a lo que pedían las competencias no fue difícil, aunque aseguró que cuanto más seriedad tomaron las batallas, más se alejaron de lo que es el hip hop (Conti, 2019). Esta idea de seriedad está asociada a las modificaciones en el aspecto técnico de las competencias, es decir que hubo contratación de camarógrafos, productores, sondistas, etc. Esto excedió el círculo de la cultura del hip hop ya que ingresó gente ajena para transformar las competencias en una espectacularización. Con ello queremos decir que Red Bull invirtió dinero en una actividad como el freestyle, para transformarlo en competencias de freestyle, un producto del que obtiene ganancias. Por este motivo, hablamos de un proceso de mercantilización ya que, gracias a esto, los eventos de freestyle empezaron a ser consumidos por otras personas que no pertenecían al hip hop, por lo que el público se modificó y con ello otros sujetos quisieron competir.

El freestyle ya no era una ronda de *cyphers* donde cada uno expresaba lo que sentía, ahora quienes se enfrentaban en contexto de batallas debían demostrar cuál era el mejor freestyler. Por aquel entonces las batallas se definían por el mejor *punchline*, donde muchas veces, los competidores recurrían a la humillación, los insultos, el golpe bajo o a la *sangre sucia* dejando de ser el freestyle solo una forma de expresión. Es por ello, que *MC Bha* observó que las batallas de freestyle se fueron alejando de lo que es el hip hop, ya que los freestylers,

en varias ocasiones, al concentrarse en ganar la competencia dejaban de lado algunos de los valores que predica el hip hop, como el respeto y la hermandad.

En este apartado, examinamos que algunos de los sujetos que conforman la cultura del hip hop, observaron que la aparición de la RBDG introdujo algunas modificaciones que cambiaron el panorama del freestyle. Por un lado, antes de Red Bull el freestyle no estaba tan presente en eventos de hip hop, a partir de RBDG se transformó en el atractivo principal del evento. Por otro lado, RBDG creó un aura de competitividad al freestyle, donde ya no era solo un método de expresión entre los integrantes de la cultura del hip hop. Podemos hablar de un proceso de mercantilización, ya que con Red Bull se comenzó a moldear el producto de las competencias de freestyle, a través de un proceso, transforma al freestyle, una actividad realizada por sujetos de la cultura del hip hop, en un producto comercializable: las competencias de freestyle.

Creando un producto sólido

La RBDG no sólo fue el puntapié inicial para transformar las competencias de freestyle en un producto redituable para el mercado, sino también se convirtió en un modelo a seguir para organizar competencias. A continuación, describiremos cuáles fueron las decisiones y acciones que tomó Red Bull para organizar la RBDG.

En su texto, Conti (2019) apuntó a Dana Montenegro como uno de los responsables en dar inicio al proyecto de la batalla de los gallos. Este diseñador procedente de San Juan, Puerto Rico, en ese entonces, era gerente de Cultura de Red Bull Caribe y Centroamérica. Montenegro asistió a un evento y escuchó *rapear* a Tek-One, un *MC* puertorriqueño, y se preguntó cómo se desenvolvería aquel rapero contra *MC's* de otros países. Cabe destacar que, por aquellos años, los raperos no batallaban entre sí y por ende no viajaban a otros países para competir. Es así, que Montenegro comenzó a diseñar el proyecto de las batallas que iba a patrocinar Red Bull.

Idear la primera RBDG constó de una exhaustiva planificación. Según Conti (2019), Montenegro no solo presentó el proyecto a las oficinas de Red Bull, sino que también buscó personas instruidas en el hip hop que lo ayudaran a encontrar *MC's* que participaran en la competencia. Cabe aclarar que, en las primeras RBDG solían competir *MC's* y raperos.

Cuando las competencias de freestyle se popularizaron surgieron los freestylers o competidores, que se dedicaron a hacer freestyle y a batallar. Se produjo un quiebre dentro de la cultura del hip hop, similar al que mencionamos con los raperos, *b-boys* o *b-bgirls*, Y es que, como dijo el periodista argentino Juan Ortelli¹⁸ (12 de abril 2016) la marca de energizantes le dio un lugar al freestyle que antes no tenía. Los sujetos pertenecientes a la cultura del hip hop tenían un motivo para entrenar más su faceta del freestyle.

Ahora bien, Montenegro en la búsqueda de gente instruida en el hip hop se encontró con Omar Romero, quién le dio el nombre a la competencia, “batalla de los gallos”. Conti (2019) sostiene que la idea de Romero era entrelazar sus conocimientos de hip hop con el deporte folclórico de varios países latinoamericanos, las peleas de gallos, reconocido oficialmente en 1770¹⁹, en Puerto Rico. A partir de ello, Romero buscó realizar un paralelismo entre las dos actividades. Uno de ellos fue la prueba de cobardía. En las peleas de gallos, esto refería a si un gallo era castado, es decir si tenía ganas de pelear. En la RBDG esta idea se trasladó al uso de formatos para rimar. Un ejemplo de esto son las palabras u objetos que definen los organizadores para que los competidores rimen y demuestren que sus rimas no fueron pensadas con anterioridad, demostrando así que quieren competir.

RBDG no crea uno, sino dos formatos, uno para rimar y el otro de competencia, que luego se verían replicados en cada competencia de freestyle en cualquier parte de Latinoamérica, tanto en plazas como en escenarios. El primero, por lo general, consistía en dos rounds: uno de 60 segundos libre, es decir el freestyler puede rimar con cualquier idea. El segundo round, suele ser un 4x4 de seis entradas para cada competidor. Con el pasar de los años al formato para rimar se le fueron agregando otros condimentos tales como temáticas o imágenes. Mientras que, el formato de competencia consiste en cómo se va a disputar el evento, es decir, enfrentamientos entre dos competidores a eliminación directa, quien gana pasa de ronda y el otro ya no podrá participar.

¹⁸ Ortelli ejerció como director de la revista entre el 2013, época donde observamos un auge en las competencias de freestyle en Argentina, y 2018. Dato tomado de la nota “Juan Ortelli: el cumpleaños de un profesional”, del blog de The Urban Rooster. Recuperado en: <https://urbanroosters.news/juan-ortelli-el-cumpleanos-de-un-profesional/>

¹⁹ Hoy en días las peleas de gallos están prohibidas en varios países latinoamericanos, entre ellos Argentina. Su prohibición data desde 1954. Dato obtenido de Infobae <https://www.infobae.com/sociedad/2020/07/05/cuando-las-rinas-de-gallos-eran-legales-en-la-argentina-que-disponia-el-reglamento-de-la-actividad-en-1861/>

La elección de qué participante pasa a la siguiente ronda estaría a cargo de un jurado compuesto por personas del ambiente del hip hop. Cuántas personas conforman el jurado ira cambiando conforme pase el tiempo, como veremos en el siguiente apartado. Red Bul cambió la antigua forma de elección que tenían los *cyphers* estadounidenses a través de aplausos, por un jurado que seleccionaba a los ganadores según sus propios criterios. Podemos observar que con este elemento el rol del público pasó a ser solo de espectador.

Por último, conviene destacar que, para reforzar aún más el paralelismo, entre las competencias de freestyle y las batallas de gallos, los organizadores decidieron llevar a cabo la primera final de RBDG, en el Club Gallístico de San Juan, Puerto Rico, un lugar dedicado para las peleas de gallos. El mote de batallas de gallos, le dio mucho peso a la competencia patrocinada por Red Bull, tanto que se lo utilizó para denominar a todas las competencias de freestyles como “batallas” y a los freestylers se los reconocería como “gallos”.

Hemos observado que Red Bull, en su exhaustiva planificación por diseñar un producto, tuvo en cuenta distintos factores. Lo primero tuvo que ver a quién iba dirigido, para ello tomaron a integrantes de la cultura del hip hop para instruirse en el tema. Lo segundo, tuvo que ver con cuestiones identitarias. Para moldear este producto tomaron como las peleas de gallos que, a su parecer, es una actividad con la que varios latinoamericanos se identificarían. A partir de ello, fueron trazando paralelismo para forjar una imagen sólida, es así que fueron introduciendo elementos en el freestyle tales como: formatos para rimar, formatos de competición y el jurado. Estos cambios con respecto a los *cyphers* estadounidenses, se mantienen hasta la actualidad.

La Red Bull en otros países

Como el evento proyectaba ser de alcance internacional se contactaron con otros gerentes de cultura de Red Bull ubicados en otros países. Esto sirvió para dos cuestiones. La primera, tenía que ver con la selección de *MC's* internacionales. La segunda, es que los eventos organizados antes de la gran final funcionaron como prueba piloto para pulir el producto final. Cabe destacar que solo en Argentina, España y Estados Unidos se desarrollaron RBDG nacionales para seleccionar a sus representantes.

En el caso puntual de la RBDG en España, los gerentes de cultura de la empresa en este país también buscaron asesorarse con gente instruida en el hip hop. Se encontraron con Dobleache, un *MC* español de descendencia africana, que en ese momento era director de la revista Hip Hop Nation²⁰, y que hoy en día es jurado de RBDG; y con Jaime Baró Val, un diseñador gráfico que tenía su propia página web, 4x4hiphop. Ellos fueron los encargados de convocar a los 32 *MC*'s que participaron del evento. Primero seleccionaron a *MC*'s conocidos y que resultaran atractivos para la competencia. Luego recibieron aproximadamente 200 llamadas para seleccionar a los competidores restantes. El método consistía en preguntar a quiénes llamaban, de qué ciudad eran y hacerlos *rapear* (Conti, 2019). En la actualidad, los métodos de selección para ingresar a la edición nacional de RBDG han cambiado. Hoy en día a los métodos de selección se los denomina como filtros debido a la gran cantidad de aspirantes. Estos filtros, pese a que se van modificando año tras año, se realizan a través de un video. Para enviar el video se debe descargar en el celular, una aplicación gratuita llamada Red Bull Batalla. Y luego, los aspirantes deben subir un video improvisando, donde cada competidor solo tendrá un intento para realizarlo. Una vez hecho esto, el video será analizado por jurados seleccionados por la organización²¹.

En el caso argentino, aunque no encontramos muchos datos de cómo se organizó la primera RBDG, sabemos que se disputó en el club Bahrein ubicado en la ciudad autónoma de Buenos Aires²², en el año 2005. En dicha final se votó una *réplica* en la primera vuelta, luego de la cual el jurado coincidió nuevamente con sus votos no logrando determinar al campeón. Se volvió al antiguo método del aplauso del público quienes tampoco lograron dar un veredicto. Por lo que, la primer RBDG en Argentina terminó en un empate entre PMO y Frescolate²³, un caso excepcional en las competencias de freestyles, ya que no ocurrió de nuevo en ninguna competencia posterior. El jurado en ese momento estaba compuesto por cuatro personas. Al ser un número par se corrió el riesgo de que no hubiera alguien que pudiera desempatar, en

²⁰ Es la primera revista en español de la cultura del hip hop. Esta revista tiene una versión digital y su última publicación data del 10 de enero de 2015. Encontrado en: <http://hiphophomationmagazine.blogspot.com/p/anunciate.html>

²¹ Datos tomados del video “Red Bull Batalla 2021 ¿querés participar?” del canal de YouTube de Red Bull Batalla. Recuperado en: https://www.youtube.com/watch?v=5hLRRTKTHEs&ab_channel=RedBullBatalla

²² Dato obtenido de la noticia “Todos los campeones de la Final Nacional Argentina Red Bull Batalla de los Gallos” publicado en El Destape. Recuperado en <https://www.eldestapeweb.com/atr/final-argentina-red-bull/todos-los-campeones-de-la-final-nacional-argentina-red-bull-batalla-de-los-gallos-202110281710>

²³ Ídem 25.

el caso de que dos jurados votaran a un competidor y los otros dos votaran al competidor restante. Ahora, los jurados están compuestos por números impares para que no surjan estos inconvenientes y el público solo oficia de espectador en el evento, aunque a veces puedan ejercer influencia indirecta sobre el jurado, gritando o *parando una batalla*.

Por otra parte, no encontramos registro de si la RBDG Argentina²⁴ cobró entradas en aquella primera competencia, aunque si sabemos que, en la RBDG de España, organizada en la Sala Caracol, con capacidad para 500 personas, la entrada fue libre y gratuita. Al evento de España concurren más personas de lo previsto quedando gente fuera del establecimiento.

En este subapartado, pudimos describir y examinar cómo Red Bull antes de lanzar su producto final en Puerto Rico, organizó una serie de competencias en Argentina, España y Estados Unidos, que funcionaron como prueba piloto. A partir de ellos, los organizadores de RBDG pudieron encontrar algunas falencias tales como: la elección de participantes, la cantidad de personas que deben officiar de jurado y el cobro de entradas.

La Final Internacional en San Juan, Puerto Rico

Los eventos de RBDG organizados en otros países durante 2005, además de pulir lo que iba a ser la primera RBDG internacional, ayudaron a seleccionar a los 8 participantes que disputarían el 2 de octubre aquel evento en Puerto Rico. La lista estuvo compuesta por Ehler Danloss de España, Tito Yang y Tek One de Puerto Rico, El Niño de México, AlStylo de Estados Unidos, Nice and Smooth de Colombia, Crooklyn de República Dominicana y el argentino Frescolate²⁵, quien sería campeón aquella noche.

Como mencionamos en el subapartado anterior, Argentina, Estados Unidos y España tuvieron su RBDG nacional para elegir a quién los representaría en la internacional, mientras que México, Colombia y República Dominicana eligieron a sus representantes sin realizar competencias. Por su parte, Puerto Rico eligió a su representante en el festival anual “Express

²⁴ En 2019 una entrada de campo para Red Bull valía \$700 más un recargo de \$85 por costos de servicios. Recuperado en: <https://lunapark.ticketportal.com.ar/event?p=E9897F32E1F799307529DDFDDAD726A767B86BDFD1504539>

²⁵ Recordemos que la RBDG nacional terminó en empate entre PMO y Frescolate. Por motivos que desconocemos la organización decidió que Frescolate vaya a disputar la RBDG Internacional.

Your Skills”, organizado por el colectivo de Hip-Hop isleño Time Machine Squad. Cabe aclarar que Puerto Rico tuvo dos representantes porque Zatu, rapero español no pudo asistir al evento²⁶.

La primera RBDG internacional tuvo formato de competencia de eliminación directa, arrancando desde cuartos de final, semifinal y final. Al año siguiente el evento pasó de 8 a 16 participantes lo que se mantiene hasta la actualidad. Como sabemos, RBDG introdujo formatos para rimar que consisten en dos rounds por batalla, más otro round en caso de *réplica*. Pese a que se van modificando con los años, por lo general, este tipo de formatos para rimar permiten que las batallas no se excedieran de los diez minutos de duración y se pueda conocer el campeón del evento ese mismo día (Conde, 2021). Los dos formatos, de competencia y para rimar, son tomados por la mayoría de los eventos de freestyle. Red Bull creó un prototipo único que posee un valor simbólico que lo diferencia de los demás productos, formando su unicidad (Zallo, 2011).

Al año siguiente se volvió a disputar una final de RBDG internacional, esta vez su sede fue en el Coliseo Gallístico San Miguel, en la ciudad de Bogotá, Colombia. Si bien no sabemos cómo fue la elección de esta sede, con el paso de los años, Red Bull comenzó a realizar un sorteo en el lugar donde se está llevando a cabo el evento, en una pantalla que está a la vista de todo el público. La RBDG 2021 que se disputó en Chile, eligió a México para la RBDG 2022. En las pantallas comenzaron a pasar distintas banderas y se frenó en la del país mexicano. Argentina fue sede de este evento internacional dos veces, en 2013 y otra en 2018, teniendo como campeones a sus representantes argentinos, Dtoke y Wos. Desde el 2005 en adelante, RBDG se organizó una vez al año, salvo 2010 y 2011 que el evento no se llevó a cabo por decisión de Red Bull. Los motivos de esta no realización no son claros. Red Bull, por su parte, aseguró que “en 2010 y 2011, la Red Bull Batalla se dio un respiro para coger mayor impulso, y en la edición internacional de 2012, los participantes grabaron un disco en lugar de competir” (Silva, 22 de marzo 2021). Esos dos años de ausencia provocaron el surgimiento de otras competencias de freestyles, tanto en Latinoamérica como en Argentina.

²⁶ Datos obtenidos de WikiRap. recuperado en: https://rap.fandom.com/es/wiki/Red_Bull_Batalla_de_los_Gallos_Internacional_2005

Luego de este recorrido, pudimos observar cómo Red Bull toma una parte del freestyle, actividad que era utilizada como método de expresión y en *cyphers* por parte de los sujetos de la cultura del hip hop, y les añade una serie de modificaciones tales como: introducción de jurado, formatos de competencia y para rimar, selección de competidores y una identidad propia, transformándola en un producto sólido llamado RBDG. Con el paso de los años las competencias de freestyle se volvieron un evento popular entre los jóvenes latinoamericanos. Y es que, como aseguró Ortelli (2016) “el nuevo evento de Red Bull les daba ahora a *MC's* de Latinoamérica y España la posibilidad, por primera vez en la historia, de medirse en un torneo”. Todas estas razones, nos permiten afirmar que las competencias de freestyle dieron sus primeros pasos por el camino de la mercantilización, con RBDG.

Este interés no pasaba por alto dentro de la cultura del hip hop, quienes se preguntaban por qué una multinacional se fijaba en ellos (Ortelli, 2016). Dana Montenegro ofrece una respuesta: “La naturaleza de Red Bull es hacer cosas innovadoras que demuestren quién es el mejor en su arte. De motocross a hip hop: Red Bull quiere mostrar quién es el que se destaca más” (Conti, 2019) Nosotros hallamos otra respuesta más concreta, si bien es cierto que Red Bull se interesa mucho en distintos tipos de actividades, esto se debe a que hacen uso de políticas de emprendizaje. Estas políticas, son aplicadas por varios sectores de producción que ven en las industrias culturales un sector rentable para el sistema económico (Rowan, 2010). Con esto no queremos decir que Red Bull es un emprendedor ya que es una empresa multinacional consagrada, sino que se valió de este tipo de políticas para expandir sus ganancias.

RBDG no solo creó un producto, que fue perfeccionando con los años, también logró la apertura de un nuevo mercado dentro de las industrias del entretenimiento. Además, consiguió estandarizar un sistema de competencias (Conde, 2021), que serán replicados por batallas tanto de plazas como de escenarios. Por ello decimos que las competencias de freestyle iniciaron su proceso de mercantilización a través de RBDG. Con él, el freestyle pasó de ser una actividad valorada por su uso a ser valorada por lo que se puede obtener a cambio de él en una competencia (Mosco, 2006). Es decir que, las competencias son transformadas en una mercancía cultural.

Esta mercantilización se fue complejizando con el paso del tiempo, debido a la doble naturaleza que tienen las mercancías de la Industria Cultural (Bolaño, 2006). En nuestro caso, Red Bull no solo creó una mercancía, las competencias, sino que produjo dos, la audiencia. Esta última mercancía, es comprada por sectores económicos tales como marcas de ropas, zapatillas, entre otras, con el objetivo de venderles un producto o servicio. Por ejemplo, la marca de bebidas alcohólicas fernet Branca es el principal sponsor de FMS temporada 2022. A partir de la mercantilización, se creó todo un mundo laboral en el cual entraron freestylers, managers, sponsors, periodistas, etc. Y con él, se empezó a confeccionar el proceso de profesionalización del freestyle, proceso que comienza a sentar bases con la llegada de FMS.

The Urban Rooster: un camino a la profesionalización

Con RBDG observamos el inicio de las batallas de freestyle, la creación de un sistema de competencias y un lugar en el cual los freestylers pudieron mostrar sus habilidades artísticas. UR continuó con este legado, pero con algunas novedades. Algunas de ellas tienen que ver con: la duración del evento se extendió de un día a nueve meses; los freestylers comenzaron a ser contratados por el tiempo de duración de la temporada; la creación de un sistema de ascensos y descensos, en el cual participan alrededor de 70 competencias que otorgan puntos a los freestylers para participar en la FMS, entre otras.

Con todo esto UR buscó instalar una perspectiva deportiva en las competencias de freestyle, es decir que, tuvieron en cuenta los criterios de aquellas actividades llamadas deportes, las cuales tienen como finalidad vencer a un adversario en competencia y están sujetas a determinadas reglas establecidas. En el caso del fútbol, por ejemplo, estas normas son fijadas por la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA), mientras que, en el freestyle, lo hace FRF creado por UR en conjunto con otras organizaciones. Este órgano fundó criterios para regularizar las competencias que estaban en el ascenso y estableció de qué manera organizar un evento, un sistema de puntuación y otras normativas más, que permitieron forjar un orden dentro de cualquier organización que estuviese federada y forme parte del ascenso y descenso de FMS. Además, esta perspectiva deportiva trajo consigo conferencias de prensa, entrevistas, periodistas especializados, etc.

Por todo lo expuesto, podemos decir que gracias a UR y FMS, las batallas de freestyle comenzaron a transitar por el proceso de la profesionalización. Es por ello que, en las páginas siguientes, abordaremos con más profundidad la trayectoria de UR en la *escena* del freestyle y su impacto en la organización de competencias. Para ello, en primer lugar, recuperamos de forma breve la historia de UR como organización. En segundo lugar, examinaremos las modificaciones que tuvieron en los formatos de competencia. En tercer lugar, describiremos las innovaciones en los formatos para rimar. Y, por último, observaremos cuestiones más específicas de FMS Argentina.

Un proyecto de amigos a quienes les gustaba el rap

Alrededor del año 2010, en España, dos amigos publicistas, Asier Fernández y Pedro Henrique de Oliveira Gomes, idearon un proyecto llamado Red Bull Urban Rooster. Su objetivo era “crear una plataforma para la comunidad del freestyle en la que el usuario pudiera practicar y competir digitalmente” (The Urban Rooster, 2021^a: pág. 19) y presentarlo en las oficinas de Red Bull. Por aquel entonces, la marca de bebidas energéticas estaba en “stand by” con respecto a las batallas de gallos, por lo que rechazaron el proyecto. Sin embargo, Fernández y de Oliveira Gomes no abandonaron la idea y continuaron buscando otros caminos. Uno de ellos fue presentarlo en la agencia para la cual trabajaban, quienes tampoco aceptaron. A pesar de varias negativas (también se lo ofrecieron a otras marcas obteniendo el mismo resultado) decidieron impulsar ellos mismos el proyecto. Crearon un grupo de trabajo con amigos y compañeros de la agencia donde trabajaban, quienes colaboraron en sus ratos libres (The Urban Rooster, 30 de marzo 2021b). En junio de 2012, se llevó a cabo la primera reunión para continuar con la idea de la plataforma Red Bull Urban Rooster, que ahora pasó a llamarse The Urban Rooster (The Urban Rooster, 15 de abril de 2016).

En UR sostuvieron que desde el inicio del proyecto hasta llegar a ser “una empresa especializada en realizar competiciones de freestyle” (The Urban Rooster, 11 de enero de 2020), tuvieron que dedicarle muchas horas de trabajo, tanto en días festivos como en fines de semana, dejar de ver amistades y parejas (The Urban Rooster, 2016). Estas acciones que llevaron a cabo, son características que se esperan de los emprendedores: “que sea ‘lanzado’,

‘valiente’, ‘independiente’, que asuma riesgos y, en definitiva, sea capaz de acometer con éxito las hazañas —económicas— que se haya propuesto acometer” (Schumpeter en Rowan, 2010: pág. 23).

Rowan (2010) agrega que:

La gran mayoría de los ‘emprendedores culturales’ no lo son ni por razones ideológicas, ni por vocación empresarial. En su mayoría, se embarcan en este tipo de aventura básicamente por tres razones: a) la búsqueda de salidas a una situación económico-laboral muy precaria; b) debido a los contratos con las administraciones públicas o por una facturación de cierta envergadura; y c) en razón de algún plan local o autonómico de incentivo al emprendizaje. (pág. 51)

Observamos que UR, tiene como motivación inicial crear una plataforma donde los freestylers, de cualquier parte del mundo, puedan conectarse y practicar freestyle entre ellos. En una primera instancia, buscaron ser financiados por Red Bull, por aquel entonces la única competencia de renombre. Al no prosperar esta opción, buscaron otros inversores, pero sin éxito. Entendemos, que las anteriores razones que nos brindó Rowan, no son suficientes para caracterizar a UR, ya que cada integrante poseía un trabajo y su proyecto se guiaba por la pasión a las competencias. Por lo que podemos agregar, una cuarta razón que es potenciada por la tercera.

Los integrantes de UR comenzaron a dedicarle más horas de trabajo a la plataforma y aprovecharon varios incentivos para el emprendizaje que ofrecía el estado español. Por eso, cuando sintieron que el proyecto estaba listo, comenzaron a participar en concursos de emprendedores, con el objetivo de encontrar un apoyo económico que los ayude impulsar su plataforma. Uno de ellos fue Zinc Shower, un evento internacional de economía creativa y colaborativa, que se organizó en España. En él, se reunieron emprendedores, profesionales, estudiantes, inversores, instituciones, empresas, patrocinadores y medios de comunicación, para apoyar la innovación, la colaboración, la formación, la financiación y el emprendimiento creativo y colaborativo²⁷.

En el año 2014, el equipo de UR se hizo presente en el evento consiguieron el primer puesto. Gracias a ello, obtuvieron distintas recompensas. Por un lado, lograron tener llegada mediática y el arribo del primer inversor que aportó “el capital inicial para que el proyecto

²⁷ Datos obtenidos de su perfil de Facebook. Recuperado en: <https://www.facebook.com/zincshower/>

se convirtiese en lo que hoy en día es Urban Rooster” (The Urban Rooster, 2021^a: pág. 20). Por otro lado, el Ministerio de Educación Cultura y Deporte de España, los eligió como la industria cultural más creativa de su país y a su vez, como representante para el Creative Worlds Business Cup, “considerado como el campeonato mundial de emprendedores creativos” (The Urban Rooster, 8 de junio 2014). Este tipo de políticas fueron impulsadas desde la década del 90 por perspectivas económicas que veían a la cultura como un recurso, centrándose en la figura del emprendedor cultural (Rowan, 2010). El estado español adoptó dicha perspectiva en sus políticas culturales y las introdujo “a través de una compleja amalgama de instituciones, entidades, empresas, programas y agentes que, pese a no trabajar de una forma articulada o con la intención de generar un discurso único, comparten muchas características” (Rowan, 2010: pág. 83), economizando la cultura.

En 2015, fueron seleccionados para Start Up Chile, una aceleradora de startups²⁸ públicas creada por el Gobierno de Chile para que emprendedores de alto potencial iniciaran sus startups y utilizaran al país como base²⁹. Los emprendedores seleccionados debían mudarse a Chile y permanecer el tiempo que durara el programa. El equipo de UR se mudó a Chile y ocurrieron dos sucesos importantes. Por un lado, UR logró estrechar lazos con competencias de freestyles latinoamericanas. Por otra parte, y en conjunto con estos lazos, se ideó la FRF, el primer ente organizador del freestyle que tenía como objetivo profesionalizar la disciplina (The Urban Rooster, 2021b). Esta organización, que implica la unión de FMS y RBDG con otras competencias, será abordada con más profundidad en el subapartado Freestyle Rap Federation.

Por último, debemos señalar que gracias a los diversos recorridos que hicieron en distintos concursos de emprendedores consiguieron obtener una cierta proyección mediática y un capital inversor (2021^a). Cuando lograron lanzar la plataforma The Urban Rooster, el siguiente paso fue generar un impacto dentro del círculo del freestyle. Fernández y de Oliveira Gomes, dos profesionales de la publicidad, buscaron atraer al público, a través de secciones como 100% freestyle que “consistía grabar one shot a la cámara con los principales

²⁸ Los startups son empresas emergentes con gran potencial que ofrecen productos o servicios a través del uso de tecnologías de la información y la comunicación, como por ejemplo Mercado Libre. Dato obtenido de “¿Qué es una startup?” en el blog de la Cámara de Comercio de España. Recuperado en: <https://www.camara.es/blog/creacion-de-empresas/que-es-una-startup>

²⁹ Datos obtenidos de la página de StartUp Chile. Recuperado en <https://www.startupchile.org/about-us/>

freestylers del mundo hispanohablantes” (The Urban Rooster, 2021b). También organizaron competencias como Cervantes Rap y Batallas de Maestros (BDM) en España. Además, utilizaron su canal de YouTube para crear contenidos como trivias y entrevistas. La plataforma generó tanta repercusión que, en el año 2017, decidieron materializar en España, la primera liga de freestyle. En palabras de The Urban Rooster (2021^a), “nacía así el proyecto más ambicioso de las batallas de freestyle en español. La Freestyle Master series quería aportar criterios profesionales propios de otros deportes e intentar solucionar algunos de los males que aquejaban al mundo de las batallas.” (pág. 22)

Observamos los inicios de UR como un proyecto de amigos a quienes les gustaba el rap. Su idea era crear una plataforma llamada Urban Rooster en donde los freestyler aprendieran, practicasen y compitieran para llegar a los grandes eventos de freestyle. Para ello necesitaban de inversores, después de que varias empresas rechazaran el proyecto decidieron inclinarse por incentivos estatales, lo que les permitió ir creciendo cada vez más y conseguir un capital inversor privado. Conforme pasó el tiempo, los integrantes de UR decidieron abandonar sus respectivos trabajos para dedicarse más de lleno en el proyecto, lo que ayudó a pensar en otras alternativas para la plataforma, tales como: organizar competencias, agregar otras secciones a la plataforma y crear una liga profesional guiada por criterios propios.

Reestructuración de las competencias hispanohablantes

En este apartado caracterizaremos aspectos generales del conjunto de innovaciones que introdujo FMS a las competencias. Debido a esto, la liga logró expandirse a otros 5 países por fuera de España, entre ellos Argentina.

Pese a los años de ausencia de la RBDG, el fervor por las batallas de freestyle no frenó. En Argentina surgieron competencias de plazas como el Halabalusa, nacida en 2010 en el Municipio de Almirante Brown, provincia de Buenos Aires³⁰; y el Quinto Escalón, organizado por primera vez en 2012, en Parque Rivadavia ubicado en el barrio de Caballito,

³⁰ El Halabalusa sienta gran parte de las bases de las competencias en plazas. Tal fue su magnitud, que el municipio de Almirante Brown decide cambiar el nombre de la plaza donde se organizaba la competencia y llamarla “Plaza Halabalusa Underground”. Esta competencia era organizada por Dtoke con su *Crew* PMC. Dato tomado de la nota “¿Qué es el Halabalusa y por qué tiene su propia plaza?” del Diario Olé versión digital. Recuperado en: https://www.ole.com.ar/freestyle/dtoke-halabalusa-plaza-freestyle_0_FSrsyPd3M.html

de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires³¹. Estas competencias subían los enfrentamientos de las fechas a sus respectivos canales de YouTube, habilitando la posibilidad de que los eventos sean visto en distintos países. En 2013, RBDG volvió a la actividad organizando la internacional en Argentina. En otros países también emergieron variedades de competencias, como por ejemplo BMD, la cual fue fundada en 2009 en Chile. Con el paso del tiempo fue tomando cada vez más popularidad y en 2016 se organizó en España, a cargo de UR.

Como mencionamos, en Argentina y otros países hispanohablantes las batallas de freestyle estaban en auge. Así como aumentaba el número de competencias, también aumentaba el público que las consumía. UR con su plataforma ya consolidada, y con algunos eventos organizados, buscó sumarse a esta movida creciente en el freestyle y decidió impulsar la primera liga de freestyle. Dando un paso más allá de lo que eran las competencias, querían sentar las bases para desarrollar una disciplina deportiva. Fernández argumentó que, siendo el freestyle una “disciplina deportiva” sería menos dependientes de las modas: “las modas mueren después de determinado momento, pero los deportes perduran. Aprovechamos entonces el momento de crecimiento del freestyle para trabajar en llevarlo hacia ese punto” (citado en Conde, 2021). Y agregó que, logrando sentar las bases deportivas podrían “crear una industria que sea rentable desde el freestyle, una industria que de oportunidades de trabajo para miles de personas” (citado en Conde, 2021).

Es así que, en 2017, se organizó la primera FMS en España, y al año siguiente en Argentina. A partir de acá, UR se expandió y hoy en día, en total son seis países que cuentan con una liga: México, Chile, Perú y Colombia, además de las ya mencionadas en España y Argentina. Esto se debe a que FMS presentó una serie de rasgos que la volvieron distinta al resto de las competencias que había en la *escena* del freestyle.

Una de las innovaciones más relevantes refiere al formato de competencias. Esta a su vez desprendió otras particularidades. Recordemos que RBDG había estandarizado un formato de competencia que respondía a un sistema de llaves y eliminación directa; UR por su parte, propuso una liga con nueve fechas sin eliminación directa. Para lograr ganar la competencia, el freestyler debía sumar más puntos que los otros competidores. Para realizar esto, la liga

³¹ El Quinto Escalón es considerado por los integrantes de la cultura del hip hop como la competencia *underground* semillero que albergó a grandes freestylers y artistas de música urbana.

contrató 10 freestylers³² quienes se enfrentaron todos contra todos, una vez al mes, durante nueve meses. Este formato de nueve fechas extendió la duración del evento. Mientras que competencias como RBDG se organizaban una vez al año, FMS propuso una duración de un año completo con enfrentamientos en distintos puntos del país.

Para seleccionar a los participantes de esta primera FMS, UR buscó a freestylers de renombre que tuvieran una trayectoria en el circuito e hicieran más atractiva la competencia. Al año siguiente, FMS formuló un sistema de ascensos, descensos y play-offs. Los participantes que descienden de la liga son los dos últimos de la tabla de FMS. Para saber quiénes participan en la próxima temporada, UR formuló una tabla de ascenso. Los dos participantes de esta tabla que sumen más puntos al final de la temporada ascienden directamente. El tercero de la tabla de ascenso y el antepenúltimo de la tabla de FMS disputan una batalla de play-off para saber quién participa de la próxima competencia. Para sumar puntos en la tabla de ascenso, los freestylers deben participar de distintas competiciones, tanto nacionales como regionales, que estén federadas en la FRF (The Urban Rooster, 2021b). Este punto será explicado con más profundidad en las siguientes páginas, pero aquí es importante destacar que el sistema de ascensos y descensos está inspirado en disciplinas artísticas y deportivas como el ranking ATP de tenis³³ (Conde, 2021). Este sistema permitió a la FMS renovar cada año a sus competidores, haciendo que, por un lado, no sea una competencia monótona y, por otro lado, asciendan a la liga a freestylers que se encuentren en cualquier punto del país.

Las grandes competencias como RBDG, por lo general, en Argentina, organizan sus eventos en Buenos Aires. FMS Argentina, en cambio, organiza cada fecha en una región distinta del país. Debemos aclarar dos cosas: por un lado, Neuquén y Río Negro no han sido sede de una fecha en las tres temporadas de FMS que se disputaron en Argentina. Por su parte, las provincias de Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe fueron sede más de una vez por temporada. De igual manera, FMS otorga la posibilidad de que el público de otra provincia pueda acceder a un evento de grandes dimensiones, como por ejemplo Salta, Tucumán, Mendoza y

³² La temporada 2022 agregó dos participantes, uno invitado y otro que asciende a través de un campeonato especial llamado “torneo clasificatorio 2022”. Es decir, actualmente la liga cuenta con 12 freestylers en competencia.

³³ En pocas palabras, este ranking se basa en la suma de puntos obtenidos en los torneos dentro del calendario anual. El ranking se actualiza los lunes de cada semana. Dato obtenido de del blog Entrenarme. Recuperado en: <https://entrenar.me/blog/deporte-2/como-funciona-el-sistema-de-ranking-por-puntos-en-el-tenis/>

Corrientes; distanciándose de otros grandes eventos que solo se llevan a cabo en Buenos Aires.

Con respecto a las entradas, UR ofrece distintas opciones al público. Detallaremos esto tomando como ejemplo la segunda jornada de FMS Argentina 2022³⁴. Esta fecha se organizó en el Estadio Obras Sanitarias, con capacidad para 4.700 personas³⁵, ubicado en Buenos Aires. La opción más económica fue campo general con un valor de \$2200 más \$352 de comisión³⁶. Luego la ubicación del campo preferente, era la misma que la anterior, pero con más proximidad al escenario y tuvo un valor de \$2800 más \$336 de comisión. Las gradas preferentes, es decir que el público pudo estar sentado, costó \$3200 más \$384 de comisión. Y, por último, campo preferente y grada preferente, tuvieron un combo que incluía meet & greet. Esta opción permitió al público ingresar antes del inicio general del evento, conocer de cerca a los freestylers y elegir mejor ubicación para observar las batallas. El precio del campo preferente más meet & greet fue de \$5000 más \$600 de comisión, mientras que para el segundo combo fue de \$5500 más comisión³⁷. Para quienes no podían concurrir a los eventos, la competencia fue transmitida de forma gratuita por el canal de YouTube de UR. Esta segunda jornada de FMS Argentina 2022 registró un millón y medio de visitas.

Uno de los objetivos de FMS era solventar los ingresos económicos irregulares que tenían los freestylers. “La FMS fue la primera solución a esta problemática, dotando de un sueldo, de un ingreso fijo, a los competidores.” (The Urban Rooster, 2021^a: pág. 22). Este ingreso fijo se negocia a través de un contrato, el cual se renueva todos los años, al comienzo de la temporada, por si algún participante descendió, ascendió o abandonó la liga. Esto, sumado a los sponsors de cada competidor, y a la participación en otras competencias, permiten al

³⁴ Debido a la pandemia por Covid 19, la temporada 2021 de FMS Argentina llegó a su fin el 17 de abril de 2021. Tras 8 meses de ausencia, UR decide organizar la primera fecha de FMS 2022 el 29 de diciembre de 2021 con la vuelta del público a los eventos.

³⁵ Dato obtenido de la nota “Obras resurge como escenario para shows y en la Ciudad aún falta un estadio más grande” de diario Clarín versión digital. Recuperado en: https://www.clarin.com/ciudades/obras-sanitarias-templo-resurge_0_HydNBk4p-.html

³⁶ Los datos descriptos a continuación fueron obtenidos de la nota “FMS Argentina 2022: Entradas a la venta para la jornada 2 que se realizará en la Ciudad de Buenos Aires; Dónde y cómo comprar los tickets para la fecha que se disputará en el Estadio Obras” del medio digital Prensar. Recuperado en: <https://www.prensar.net/freestyle/fms-argentina-2022-entradas-a-la-venta-para-la-jornada-2-que-se-realizara-en-la-ciudad-de-buenos-aires-donde-y-como-comprar-los-tickets-para-la-fecha-que-se-disputara-en-el-estadio-obras/>

³⁷ La nota no explicitó el precio de esta comisión.

freestyler poder vivir del freestyle. FMS marca una gran distinción respecto a RBDG, ya que la marca de bebidas energizantes solo sponsorea a los campeones de su competencia, mientras que los freestylers restantes que participan de RBDG no son remunerados económicamente ya que, según Red Bull, los “gallos” solo compiten en su evento por el prestigio.

En síntesis, FMS presentó una serie de innovaciones dentro del sistema de competencias que había propuesto RBDG y que las demás organizaciones habían replicado. Algunos de estos cambios son: la extensión en la duración de los eventos, mantener un número de participantes fijos que permanezcan toda la temporada a través de contratos, consiguiendo así poder ofrecerle a los freestylers una remuneración fija por competir, hacer los eventos en distintos puntos del país y acceder a la competencia por un sistema de ascenso y descenso. El formato de competencia que propone FMS la orienta hacia tintes deportivos. Al durar más de un día, exige a los competidores que desarrollen una constancia, para lo cual deben entrenar si quieren mantenerse en la competencia.

Cambios en los formatos para rimar

Los cambios que introdujo UR con FMS, no solo produjeron una reestructuración en el sistema de competencias que había delineado RBDG, sino que también generaron innovaciones dentro de los formatos para rimar.

FMS no solo aumentó la duración de su competencia, sino que además extendió el tiempo de una batalla. En otras palabras, mientras que con RBDG las batallas no sobrepasaban los 10 minutos; con el formato de FMS una batalla dura aproximadamente 30 minutos. Con esta modificación, UR buscó que los competidores de FMS mantengan un nivel constante en toda la batalla, eliminando la posibilidad de que un freestyler gane con un *punchline* como suele suceder la mayoría de las veces en RBDG. Por ello, UR no solo exige a sus competidores mantener una constancia durante nueve fechas, sino también durante toda una batalla, haciendo explotar aún más el aspecto artístico del freestyler, ya que deberá entrenar este nuevo formato para sostenerse en la liga.

Conde (2021) sostiene que antes de que apareciera la FMS, gran parte de las competencias replicaban el formato de Red Bull. Es decir, un formato flexible que, por lo general, son dos

o tres rounds de un minuto por competidor, a veces incluyendo temáticas o imágenes con que *rapear*, y otros dejando minutos libres. En caso de que el veredicto de los jueces diera *réplica*, se disputaba un round más con un 4x4 de minutos libres. Decimos que es flexible porque el formato no es constante en toda la competencia ya que a medida que se pasa de ronda este va cambiando. Por ejemplo, en la RBDG Argentina 2021 las primeras tres rondas contaron de dos rounds: octavos de final comenzó con dos rounds igual de un minuto libre para cada competidor; los cuartos de final también tuvieron dos rounds donde el primero fue de 4x4 con temática y el segundo fue similar, pero con temática libre de 5 entradas para cada freestyler; las semifinales arrancaron con un minuto con palabras para cada uno y finalizó con un 4x4 libre con 6 entradas para cada competidor. La final se compuso de tres rounds, el primero de 8x8 con temática y tres entradas para cada uno, el segundo 4x4 libre con 6 entradas para los dos y el último round fue de un minuto libre.

Con FMS, el formato se rigidizó, ya que todos los enfrentamientos contienen la misma cantidad de rondas y no se modifican a lo largo de las nueve fechas, lo que permite evaluar situaciones similares en todas las batallas. En base a esto UR, creó un criterio de análisis para observar el desempeño de los freestylers en las batallas y reducir la posibilidad de *tongo*, generando más transparencia en las competencias. Y de esta manera, buscan aumentar la calidad del espectáculo.

Las batallas de FMS contienen cinco rounds: el primero se conforma con un *easy mode* y un *hard mode*; el segundo es un *round de temáticas*; el tercero es un *random mode*; el cuarto es un *minuto a sangre*; y el quinto es un *deluxe*, cada uno con sus características particulares. En caso de que el jurado dictamine *réplica*, se disputará un round más de 120 segundos con un 4x4 libre. Cabe señalar que todos los rounds son de ida y vuelta, es decir que, comienza rimando un competidor y responde el otro, al finalizar, comienza la vuelta donde empieza rapeando quien terminó en la ida. El vencedor de la batalla obtiene tres puntos para la tabla, en caso de ganar con *réplica* consigue dos puntos y un punto para el participante que perdió. Para saber quién fue el ganador de la batalla, el jurado suma los puntos obtenidos en cada round, a través de una aplicación. Al total de esos puntos se los denomina puntos por batalla (PTB). Los PTB además de definir la batalla, ayudan a elegir al campeón de la liga en caso de que haya un empate en puntos generales. Por ejemplo, en la temporada 2021 de FMS Argentina, Stuart se consagró campeón gracias a los PTB. Papo *MC* y Stuart habían

conseguido 20 puntos cada uno en la última jornada, pero Stuart había obtenido 2980,5 PTB contra los 2969,5 de Papo MC.

A estos cinco rounds, les debemos sumar el minuto de presentación, en donde cada competidor tiene un minuto libre para rimar. Todas las presentaciones se hacen cuando inicia el evento. FMS elige el mejor minuto de presentación y el MVP de cada jornada. Este último también es seleccionado a través de los PTB.

Con respecto a los criterios de votación, antes de FMS, se elegían a los ganadores de cada batalla según la impresión y criterio de cada jurado. Esto a veces generaba disgustos en los participantes y el público consumidor de estos eventos. Un ejemplo de esto, sucedió en los octavos de final de RBDG internacional 2017, en la batalla entre el español Chuty y el dominicano Yenki One, quien ganó este enfrentamiento. El jurado estaba compuesto por cinco personas, quienes habían participado alguna vez en la RBDG, excepto el rapero puertorriqueño René, vocalista de Calle 13³⁸ y un exponente en el rap. René, aunque no es un seguidor de batallas, accedió a ser jurado de Red Bull. Esto influyó en los veredictos de las batallas, ya que el rapero votó cada batalla según su parecer dejando de lado criterios que suelen tener los jurados de competencias de freestyle. En relación con los criterios de votación anterior a FMS, Fernández comentó lo siguiente:

Identificamos que en las competiciones al no haber un sistema de calificación preciso, había mucho de lo que se dice “*tongo*”, lo que era una consecuencia más que de la pericia o no del juez, del modo en que estaba votando cada uno, donde ponderaban cosas diferentes: había jurados juzgando peras y otros juzgando manzanas, eso ya no va dentro del criterio subjetivo de quien puedas considerar mejor o peor, sino que están evaluando cosas diferentes dentro de una misma competición (citado en Conde, 2021)

UR frente a esto, implementó un sistema de votación donde los jurados deben puntuar de 0 a 4 cada uno de los *patrones* que dicen los competidores. La selección del puntaje debe tener en cuenta aspectos técnicos como la *métrica*, la puesta en escena, la consistencia, entre otras cosas. El resultado es un veredicto más ecuánime de cada batalla, aunque sigue habiendo polémicas. Este sistema de votación permitió analizar una batalla por rounds o incluso por *barras* de cada competidor (Conde, 2021).

³⁸ La banda en 2015 anunció un periodo de inactividad para que los músicos integrantes puedan realizar proyectos personales.

UR analizó competencias anteriores y estudió algunos deportes profesionales para conformar su visión deportiva de las batallas de freestyle. Con esto, buscó atar cabos sueltos y dotar de más transparencias las batallas. En palabras de Fernández:

Al no tener anotaciones, muchos jueces no recuerdan lo que sucedió a lo largo de toda la competición. Buscamos entonces, que el juez se abstraiera de pensar quien va ganando y desarrollamos un sistema donde no tienen que ir contando quien va ganando minuto a minuto, sino valorando *patrón a patrón*. (citado en Conde, 2021)

El jurado está compuesto por cinco integrantes. Al ser batallas que duran aproximadamente 30 minutos, los jurados realizan anotaciones en una aplicación para tablets³⁹ que contiene las planillas para cada batalla y al final de cada enfrentamiento hace el recuento de puntos para obtener un veredicto. Estas planillas tienen la cantidad exacta de casilleros para cada round. Por ejemplo, para el *round de temáticas* habrá 8 casilleros para cada competidor, 4 para la ida y 4 para la vuelta. Que las casillas sean exactas, obliga a cada jurado a votar con criterios similares a los dos competidores en el caso de que uno de los freestylers haya rapeado más que el otro. Es por estos motivos que entendemos que UR estableció criterios uniformes propios para la votación de los jurados.

Cuando inició FMS el jurado estaba compuesto por tres personas, dos fijos y un tercero que rotaba. Para la temporada 2018 decidieron tener tres jueces fijos y en la temporada 2019, se extendió a cinco. Antes de que se incluyera la tecnología, los jurados puntuaban de forma manual en una hoja que contenía la planilla. El recuento de votos también era manual y estaba a cargo de otras personas. UR no solo introdujo modificaciones dentro de los formatos para rimar, sino que también los fue rectificando.

En este subapartado analizamos una serie de innovaciones que UR, a través de FMS, aportó a las competencias de freestyles. Con ello, no solo buscó una mejora en el aspecto técnico de las competencias y volverlas más competitivas, sino que además intentaron generar una mayor transparencia en estos tipos de eventos. Para ello establecieron criterios de votación, transformaron el formato para rimar en uno más rígido e incorporaron tecnología para que el jurado obtuviese un panorama general de la batalla, votando distintos recursos del freestyler. UR quiso que el ganador de las batallas sea el competidor más completo, es decir, el que tenga mejor puesta en escena, mejor *punchline*, mejores técnicas y más fluidez. Esto conllevó

³⁹ Dispositivo electrónico similar a un celular smartphone, pero de mayor tamaño.

a un aumento de exigencia con respecto al desempeño del freestyler (Conde, 2021). Es por ello que en UR no solo apuntaron a modificar el aspecto técnico de las competencias, sino que además se centraron en el aspecto artístico de los freestylers, ya que, si un competidor quería permanecer en la liga o ascender a ella, debía entrenar distintos recursos del freestyle, entrenar un formato específico y que su desempeño no tenga altibajos durante la batalla y en la competencia en general, en otras palabras, debían encontrar una consistencia.

Algunas particularidades de la Freestyle Master Serie Argentina

En los subapartados anteriores, observamos los aspectos generales y las innovaciones que realizó UR en las competencias de freestyle tomando como ejemplo la FMS Argentina. Ahora, describiremos algunas cuestiones específicas de la FMS Argentina, comparándola con las FMS de los otros países.

La primera temporada de FMS Argentina se llevó a cabo en 2018. Papo *MC* fue el responsable de que la FMS llegara al país. Además, fue el encargado de organizar el evento, aunque a poco tiempo de que iniciara la competencia, decidió abandonar la organización para convertirse en participante. Con Papo *MC* como primer freestyler, faltaban encontrar los otros nueve participantes que lo acompañarían. El criterio que se utilizó para seleccionarlos fue similar al que usó Red Bull en 2005 y FMS España en sus respectivas ocasiones: contratar a los mejores freestylers del momento. La mayoría de ellos provenían del Quinto Escalón.

En 2017, El Quinto Escalón, la competencia de plaza con más repercusión a nivel internacional llegó a su fin. Argentina, a partir de esta competencia, se había convertido en el motor del freestyle (Conde, 2021). Uno de los motivos por los cuales finalizó tiene que ver con aspiraciones personales. Por ejemplo, Alejo Acosta *aka* YSY A, uno de sus organizadores y algunos de los freestylers que participaban de este evento, iniciaron sus carreras musicales abandonando las batallas. Es por ello, que FMS llegó a Argentina en un punto crítico del freestyle ya que, El Quinto Escalón había dejado un vacío. Fernández admitió que “al principio la FMS Argentina no tuvo tanta relevancia, nos costó levantarla en la primera temporada” (citado en Conde, 2021) y agregó que, “con la desaparición de El Quinto, y la fuga de varios freestylers al *Trap*, creo que si no hubiera llegado la FMS en ese momento el freestyle global hubiera sentido el impacto” (citado en Conde, 2021).

Los motivos de la poca relevancia en las primeras fechas de FMS se deben a varias razones. Con el fin de El Quinto Escalón, todo el público de esta competencia se pensó que se reorientaría a FMS, ya que, seis de los diez participantes eran de esta competencia. Esto no sucedió, debido a que, muchos de los seguidores de El Quinto Escalón acompañaron las carreras musicales de sus freestylers favoritos. Además, FMS presentó dos formatos novedosos, que eran totalmente distintos a los que se acostumbraba en esta competencia de plaza, por lo que pensamos que el público tuvo un periodo de adaptación a todos estos cambios. Es decir que, FMS tuvo que conformar su propio público. Incluso los competidores debieron pasar por ese periodo de adaptación ya que al principio tuvieron muchos errores con el formato.

Pero con el pasar de las fechas, esta primera FMS Argentina, empezó a tener mucha más repercusión, llevando su cierre de temporada 2018 al Teatro Ópera, en donde agotó entradas. Además, la FMS Argentina comenzó a resaltar entre las competencias de freestyle, como alguna vez lo había hecho El Quinto Escalón. Y es que, los competidores agregaron condimentos que FMS España no tenía. Por ejemplo, los participantes festejaban con exaltación los *acotes* de sus compañeros. También se crearon rivalidades que generaban mucho *hype* en el público, como Cacha vs Papo. Respecto a eso Fernández explicó que:

Es cierto que el público argentino (y el peruano) son muy fanáticos, lo que evidentemente tuvo que ver en el éxito de la liga.

Otra cuestión clave fue el desarrollo de los personajes de los chicos de la liga. Los tienen muy bien definidos cada uno con personalidades atrayentes. Esto es algo que funciona en otros deportes, en la UFC tenés un McGregor que despierta tanto odio como admiración, tenés otros luchadores de perfil bajo que permiten involucrar otra clase de seguidores. Estos perfiles muy marcados es realmente uno de los motores del éxito de cualquier disciplina. (citado en Conde, 2021)

Este desarrollo de personajes, responde a la puesta en escena que realizan los competidores arriba de un escenario. Cada uno forja un papel dentro de la competencia y son interpretados en cada batalla. Por ejemplo, Cacha era el “odiado” de sus compañeros, los enfrentamientos contra él se esperaban que fueran *picados*, causando mucho *hype* en el público. Esto generaba cierto atractivo para el espectáculo y brindaba seguidores que se identificaban con uno u otro papel de los competidores.

En síntesis, pese a que la FMS Argentina, en sus inicios, no tuvo tanta repercusión, con el pasar del tiempo, esta liga añadió su particularidad logrando adaptarse y diferenciarse de las demás FMS, siendo hoy una de las que más sobresalta en las competencias de freestyle.

Freestyle Rap Federation: la unión de FMS y RBDG con otras competencias

Para que toda la idea de la profesionalización del freestyle que UR propuso con FMS se volviera tangible se necesitó de un órgano que regule la mayoría de las competencias de freestyle, es por este motivo que abordaremos a la FRF.

Las innovaciones y estructuraciones planteadas por UR pudieron llevarse a cabo, sistemáticamente, gracias a la idea que había desarrollado en su estadía en Chile, en 2015. En 2019, la FRF presentó su reglamento oficial que rigió a todas las competencias que estuvieran adheridas a ella. Su objetivo fue “promover la limpieza y la transparencia de las competiciones de freestyle y defender los derechos de los participantes y organizaciones que conforman el circuito oficial” (The Urban Rooster, 15 de marzo de 2019). Cabe aclarar que según lo publicado en el blog de The Urban Rooster (2019) la FRF es:

Un órgano independiente cuyo objetivo es ayudar a las organizaciones para que sus eventos sean lo más profesionales posible, facilitando su trabajo y asesorándolas para que puedan cumplir el Reglamento, y en última instancia actuando como un control de calidad y transparencia para todas las competencias puntuables para el Ránking de Ascenso a FMS 2019.

Acá debemos hacer una aclaración pertinente, es que si bien la creación de este órgano está diseñada por UR; FRF y FMS no son lo mismo, ya que la FMS es una liga que esta adherida a esta federación. Otras competencias que están federadas, por ejemplo, son BDM, Supremacía Mc, Gold Battle. Por lo que, a partir de la FRF, FMS creó para su liga un ranking de ascenso y descenso, que aportó a la constancia que se espera de los competidores para participar en la competencia. Además, FMS con este sistema de ascensos y descensos conforma una red de competencias *underground* para cada país donde se encuentre esta liga⁴⁰, y las convierte en parte de su organización que controlara a través del reglamento de la FRF. El reglamento les manifestará a las competencias qué es lo que tienen que hacer,

⁴⁰ Recordemos que hasta el año 2022 hay un total de seis países que cuentan con una liga FMS: España, Argentina, Chile, México, Perú y Colombia.

cómo deben puntuar, qué deben tener en cuenta en su evento, entre otras cosas. FMS a través de esta red de competencias, seleccionará a distintos freestylers que cumplan con los requisitos de su evento.

Esta red, además facilitó la circulación de freestylers en el ascenso. De este modo, un competidor que campeona en determinado evento, por un lado, gana los puntos para el ascenso y, por otro lado, obtiene un cupo para participar en otra competencia del ascenso, ya que, FRF exige a las organizaciones federadas a entregar cupos y costear el viaje del freestyler. Esto habilita la posibilidad a que distintos competidores puedan participar del ascenso a FMS.

La FRF organizó las competencias en cinco rangos. Cada rango otorgará determinada cantidad de puntos. El rango 1 está compuesto por tres competencias: RBDG Argentina, RBDG Uruguay y la Copa Federación⁴¹. Quien saliera campeón de alguna de estas competencias obtendrá 40.000 puntos, el segundo 30.000, el tercero 24.000 y el cuarto 16.000. Los competidores que hayan sido eliminados en cuartos de final suman 12.800, los que hayan perdido en octavos de final 6.000 puntos para ascender a la FMS. El rango 2 otorgará la mitad de los puntos del rango 1, es decir que, quien saliera primero de una competencia de este rango obtendrá 20.000 puntos, el segundo 15.000, el tercero 12.000 y así sucesivamente hasta dieciseisavos que otorga 1.500 puntos. Este rango estaba compuesto por nueve competencias. El rango 3 disponía de 22 competencias y otorgaría la mitad de los puntos que el rango 2, es decir, el primero 10.000 punto, el segundo 7.500, y así hasta dieciseisavos. El último rango, sería compuesto por 64 competencias que por lo general se organizaban con formato de liga. Los puntos serían otorgados de la siguiente manera, para el ganador 4.000 puntos, el segundo 3.000, el tercero 2.400, el cuarto 1.600, el quinto 1.300, el sexto 1.100, el séptimo 900 y el octavo 700. En caso de que la competencia tuviera formato de eliminación directa, se considerarían a todos los que hayan sido eliminados en cuartos de final como quinto lugar, es decir, reciben 1.500 puntos⁴².

En la temporada 2019, UR sumó a Uruguay al ranking de ascenso argentino, ya que el país vecino no posee una liga propia. Esto permite a UR expandirse y obtener más público. Hasta

⁴¹ Esta competencia es organizada por UR. Clasifican los primeros 16 de la tabla de ascenso de FMS.

⁴² Datos obtenidos de la página de FRF, archivo “Bases Argentina”. Recuperado en: <https://urbanroosters.app.box.com/s/m4y80ja4tlx5galkcx8x06js6nqn7y03>

la temporada 2021/2022 no se registraron participantes uruguayos en la FMS Argentina. Además, el ascenso estuvo compuesto por 98 competencias que otorgaron puntos de las cuales nueve de ellas eran uruguayas. De las 23 provincias de Argentina, 20 de ellas tuvieron, al menos, una competencia que otorgue puntos⁴³.

Algunas conclusiones parciales

A lo largo de este capítulo, pudimos observar, a través de la RBDG y la FMS, cómo se fueron articulando los procesos de mercantilización y profesionalización.

The Urban Rooster (2021^a), en su libro, realizó una breve reseña de la historia del hip hop y el surgimiento de las competencias de freestyle. Evocaron como primer enfrentamiento de rimas improvisadas, la batalla entre dos *crew* famosas de Bronx: Cold Crush Brothers y The Fantastic Romantic 5⁴⁴, en 1981. El ganador, de aquel entonces, obtuvo un premio económico de mil dólares. Aquellos primeros enfrentamientos distaban mucho a cómo son las competencias de freestyle hoy en día. Algunos de estos cambios pueden observarse en la elección de los ganadores. Mientras que en las primeras competencias el público elegía, mediante aplausos al vencedor, con la llegada de RBDG a la *escena*, esta elección paso a estar a cargo de jurados pertenecientes a la cultura del hip hop. También, los podemos observar en la estandarización de formatos para rimar y competir y en la espectacularización de este tipo de actividades referidas al freestyle. Esta mutación se debe, a que Red Bull, marca de bebidas energizantes, buscó expandirse entre un público joven. Para ello creo un producto redituable para el mercado.

Podemos decir entonces que Red Bull sentó las bases para explotar económicamente las competencias de freestyle a través de RBDG y que, además, con el paso de los años, buscó ir mejorando su producto para aumentar la calidad del espectáculo. Para ello Red Bull contrató a cierta cantidad de trabajadores ajenos a la cultura del hip hop tales como iluminadores, sonidistas, camarógrafo, productores; con el objetivo de llegar a más personas y obtener un valor de cambio más elevado. Las competencias, al ser consumidas por el

⁴³ Dato obtenido del blog de Urban Rooster. Recuperado en: <https://urbanroosters.news/las-competencias-que-sumaran-puntos-en-el-ranking/>

⁴⁴Esta batalla está disponible en YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=NiwaLCny00I&ab_channel=KrazeTheKingofContent

público, cumplen una función social, ya que ofrecen emociones, diversión, entretenimiento, generan pasión y fanatismo, dejando de ser una mercancía para transformarse en puro valor de uso (Bolaño, 2006).

Retomando la reseña, The Urban Rooster (2021^a) ubicó los inicios del rap español en Puerto Rico. A partir de allí, el hip hop se extendió a los demás países hispanoamericanos. Por ello, no es casualidad que, en San Juan, la capital de aquel país, se haya organizado en 2005, la primera gran competencia de freestyle, de la mano de Red Bull. Como hemos mencionamos, posteriormente en América Latina surgieron distintas competencias de freestyle que siguieron sus pasos. Luego, en 2017 hizo su aparición la FMS en España, una competencia que pretendía fortalecer los aciertos de RBDG, e innovar en otros aspectos. Para ello UR, estudió el sistema de competencias creado por Red Bull, analizó otras disciplinas tales como el ajedrez, deportes olímpicos, UFC y los combinó, formando su propio sistema de competencia. Con FMS se reestructuró los aspectos técnicos y se estimularon los aspectos artísticos de la profesionalización. El resultado son eventos más competitivos que exigen al freestyler entrenar sus dotes artísticos y lograr una consistencia. Esto para lograr competir en la liga y obtener un contrato que le permita vivir del freestyle.

Estos procesos de mercantilización y profesionalización, generaron una estabilidad en la mayoría de los países hispanohablantes donde hay batallas de freestyles tanto para los organizadores como para los competidores. Aunque este no fue el único efecto que tuvo, sino que también, por ejemplo, abrieron la posibilidad de que los sujetos que competían en las batallas de freestyle, pudieran desarrollar sus carreras en otras ramas musicales. Es así que, de las competencias de freestyles surgieron algunos de los principales exponentes del género urbano en Argentina. Entre ellos podemos nombrar a Wos, Paulo Londra, Duki, Lit Killah, entre otros. Por ejemplo, Wos ganador de RBDG Argentina 2017, RBDG Internacional 2018 y campeón de FMS 2018, tuvo aproximadamente 3.000.000 de oyentes mensuales en abril de 2022 en Spotify⁴⁵, un reproductor de música vía streaming. Además, obtuvo premios como el Martín Fierro Digital a mejor artista musical y el Carlos Gardel como Mejor Artista nuevo y Mejor álbum / canción de música urbana / *trap*⁴⁶.

⁴⁵ Dato obtenido de Spotify. Recuperado en: <https://open.spotify.com/artist/5YCc6xS5Gpj3EkaYGdjyNK>

⁴⁶ Dato obtenido del diario El Litoral https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/259384-premios-gardel-2020-lista-de-los-ganadores-de-la-gala-via-streaming-escenarios-amp-sociedad.html

Otras posibilidades que generó la masificación del freestyle, se da en conjunto a la convergencia tecnológica y responde a la creación de contenidos, tales como: reacción a batallas, seguimiento de una competencia, entre otras cosas, para páginas como YouTube y Twitch, plataforma que se utiliza para realizar streaming en directo. Este rubro comprende tanto a competidores, ejemplo Dtoke y Papo, como a sujetos que le gustan las batallas de freestyles. También involucró a muchos jóvenes periodistas, los cuales han creado sus páginas y canales de YouTube para cubrir tales eventos. Un ejemplo de esto es Info Freestyle fundado por Farid Facundo, quien además escribe en Diario Olé en la sección de freestyle. Y Valen Tripicchio, quien también redacta para otros medios como Infobae Latinpower, sección que se dedica a gamers, freestylers, streaming, etc y trabaja para Urban Rooster TV. Es conveniente decir que, los aportes que realizan RBDG y FMS, a la mercantilización y profesionalización del freestyle, son distintos debido a la perspectiva que tienen del freestyle. Mientras que RBDG ve a las batallas como un lugar donde los freestylers participan buscando prestigio, la segunda lo ve como un deporte. Estas dos visiones, llevan a que cada organización busque distintas cosas dentro del freestyle. En palabras de Fernández:

Todo esto hace a nuestra visión de crear una industria del freestyle, una industria en todo sentido: queremos que haya periodistas y muchísima gente que se dedique a generar contenido y dar seguimiento al freestyle de una manera profesional. Aspiramos a tener ojeadores, psicólogos deportivos y todos los actores que sean necesarios para el crecimiento y profesionalización de la industria. (citado en Conde, 2021)

Esta visión que posee UR, de crear reglas, expandir los formatos para rimar, establecer criterios para valorar un freestyle entró en disputa con otra visión, que entiende que el freestyle no tiene formatos. Con respecto a esto, Fernández sostuvo que “el freestyle como arte jamás va a desaparecer. Como medio de expresión artística el freestyle existe desde los finales de los setenta y es algo que va a persistir porque la gente va a seguir expresándose de esta manera” (citado en Conde, 2021), por lo que imprimirles tintes deportivos a las competencias no cambiaría el verdadero sentido del freestyle como expresión cultural. Este debate será retomado desde la perspectiva de nuestros entrevistados en el capítulo 3, en el subapartado “Dos posturas frente al freestyle: cultura o deporte”.

Sin dudas cada competencia tiene su propia visión sobre el tema y acciona en perspectiva con ella. En este capítulo intentamos dar algunas pistas sobre esas visiones y esclarecer las

formas en que cada organización las ejecuta. Si bien hay otras competencias dentro del freestyle, estas dos organizaciones sentaron las bases, junto a freestylers y la convergencia tecnológica⁴⁷, para que hoy en día podamos hablar de freestyle como eventos culturales masivos, y la posibilidad de recibir una remuneración económica, con la que te permita vivir de ello.

⁴⁷ Tema que puede ser abordado en una futura investigación

Capítulo 2: Competencias en Fiske Menuco y Neuquén. “Hacia una valorización del arte valletano”

En este capítulo abordaremos las competencias de freestyle del Alto Valle. De las distintas batallas que se organizan en la región, decidimos centrarnos en dos: La Jungla Freestyle, creada en la ciudad de Neuquén y Round One, organizada en Fiske Menuco.

A partir de las entrevistas realizadas a Miguel, referente de La Jungla, y Julián, referente de Round One, vamos a reconstruir los inicios de sus respectivas competencias, caracterizar la organización de sus eventos y analizar los objetivos y perspectivas que tienen para con el freestyle. En base a esto, interpretamos qué relación hay entre las competencias de la región y el proceso de profesionalización del freestyle que se está gestando en Argentina. Para ello, vamos a retomar cuestiones de la FRF nombradas en el capítulo anterior y a profundizarlas en base a las expresiones que tiene en el Alto Valle. Luego explicaremos cómo las competencias FMS y RBDG tratan de involucrar a la mayor cantidad de freestylers de cualquier región de Argentina y cuáles son algunos de los proyectos de nuestra región para incorporar a los freestylers regionales al circuito profesional. En este punto, para enriquecer nuestro análisis, utilizaremos también pasajes de la entrevista de Rodrigo. Por último, vamos a desarrollar una comparación entre las dos competencias.

Antes de realizar todo este recorrido, y debido a que nuestra investigación se inició en pandemia, vamos a hacer una pequeña salvedad respecto de cómo se desarrollaron las competencias de freestyle en este contexto.

Competencias de freestyle y pandemia

Debido a las restricciones que hubo en Argentina por la pandemia Covid-19, todos los eventos presenciales fueron suspendidos. El circuito profesional del freestyle se las ingenió para seguir su curso, por lo que organizaron eventos de freestyle vía online. Por un lado, las competencias de ascenso federadas a FRF se disputaron a través de Discord, un servicio de

comunicación por voz, video y texto⁴⁸. De esta forma, podían seguir otorgando los puntos a los freestylers para ascender a la FMS 2021. Por otro lado, eventos de gran importancia como RBDG y la misma FMS, se llevaron a cabo dentro de estudios de televisión con estrictos protocolos y en ausencia de público.

El panorama del circuito *underground* fue completamente distinto. A mediados de abril de 2020, en Fiske Menuco, hubo un intento de organizar una competencia en unas de las plazas de la ciudad. Uno de los espectadores, quien era el único mayor de edad, fue multado por la policía y un inspector del municipio de la ciudad por aglomeración y porque el evento no tenía protocolos, con la suma de \$55.000.⁴⁹

En relación a lo anterior, le consultamos a Julián (2021) si se estaba organizando competencias en la región, nos respondió lo siguiente:

Si, dentro de todo, sí se activa, se activa. Ahora no hay tantas, digamos, que estén sólidas en el, o consolidadas en el sentido que, si vengan haciendo unas fechas tras otra ¿viste? Con constancia, pero si, si, em... a principio de año cuando vine, que yo me vine antes de año nuevo, había unas pares de competencias así y, pero ahora desaparecieron todas, por ejemplo. No todas, pero si una gran mayoría.

A principios de 2021, Julián observó que hubo más competencias, esto se debe a que en esas fechas las medidas por Covid-19 en Argentina se habían flexibilizado. Cuando inició la segunda ola de contagios, durante junio de 2021, las restricciones volvieron a ser más severas por lo que se suspendieron distintas actividades nuevamente, entre ellas la realización de eventos culturales, sociales, recreativos y religiosos, tanto en lugares cerrados como al aire libre⁵⁰.

El 20 de agosto de 2021 el gobierno rionegrino, a través de la resolución sanitaria N°5960, amplió a 200 personas el máximo permitido para reuniones sociales al aire libre o en salones de eventos⁵¹. Cuando las medidas se fueron flexibilizando poco a poco volvieron las

⁴⁸ Dato tomado de la página de Discord. Recuperado en: <https://discord.com/company>

⁴⁹ Dato obtenido de la nota “Estaba de espectador en una batalla de rap y le hicieron una multa” del diario La Mañana de Cipolletti versión digital. Recuperado en: <https://www.lmcipolletti.com/estaba-espectador-una-batalla-rap-y-le-hicieron-una-multa-n785716>

⁵⁰ “Río Negro extiende las restricciones hasta el viernes 11” del diario Río Negro versión digital. Recuperado en: <https://www.rionegro.com.ar/rio-negro-extiende-las-restricciones-hasta-el-viernes-11-1841753/>

⁵¹ Dato obtenido de “Resoluciones Covid-19” de la página de Río Negro Salud. Recuperado en: <https://rionegro.gov.ar/?contID=70026>

competencias de freestyle, aunque como sostiene Julián no regresaron la misma cantidad. El 24 de agosto de ese mismo año, Round One anunció en Instagram su primera fecha. En Neuquén, regían medidas similares a las de Río Negro, por lo que las competencias del *underground* de esta ciudad también se vieron afectados, excepto La Jungla, quien se federó en el mes de julio del año 2020, y de esta manera pudo continuar desarrollando su competencia de manera virtual.

La Jungla Freestyle

La Jungla es una organización nucleada en la ciudad de Neuquén Capital. En el año 2020, entró al circuito profesional federándose en la FRF. Esta organización se originó a mediados de 2019, en una plaza de dicha ciudad, cuando dos amigos decidieron realizar una competencia diferente a las que había en ese momento. Esta idea se fundó en las experiencias que tuvieron sus organizadores compitiendo en Neuquén. A continuación, desarrollaremos los inicios de La Jungla, su perspectiva, cómo se involucró con el circuito profesional y, por último, haremos una comparación de esta competencia en relación con la cantidad de competencias que se desenvuelven en otras regiones del país.

La Jungla, un proyecto de amigos

La Jungla encontró sus inicios en las experiencias que tuvieron sus organizadores como freestylers. Miguel empezó a competir en batallas del *underground* neuquino cuando tenía 13 años, aproximadamente en el año 2014⁵². Recordemos que, en esa época, el freestyle argentino se encontraba en una etapa de auge, pero muy pocos lo explotaban económicamente. Si bien Argentina tenía varias competencias de freestyle, y se estaban generando nuevos consumidores, no eran eventos masivos. En 2013, el freestyle en Argentina obtuvo un gran impulso, cuando Dtoke, quien surgió de la competencia de plaza Halabalusa, salió campeón internacional de RBDG, siendo el segundo argentino en conseguir ese logro. Esto fue un gran estímulo para la *escena* argentina del freestyle y sentó las bases para el gran

⁵² Cuando entrevistamos a Miguel nos dijo que tenía 20 años.

desarrollo que tendría posteriormente. Pero, sin embargo, por aquellos años siguió siendo difícil poder vivir del freestyle. Dtoke en una entrevista para Caja Negra, comentó que cuando salió campeón de aquella RBDG, el lunes tuvo que volver a manejar su remis⁵³. Neuquén no era distinto en este sentido. Pese a que lo recaudado iba para los ganadores, las competencias de plazas que se organizaban en la ciudad cobraban \$10 la inscripción para competir. Si bien la plata de la inscripción era para el ganador de la competencia, esta suma de dinero no representaba un gran ingreso.

Con el paso del tiempo empezaron a llegar otros eventos, como FMS, y en muchos lugares de Argentina, las competencias de freestyle comenzaron a explotarse mucho más económicamente debido a las repercusiones que generaban, aunque este no era el caso de Neuquén. Miguel (2021) nos comentó que, cuando dedicaba su tiempo solo a competir, lo llamaban de otras provincias como Buenos Aires, Córdoba, Mendoza para invitarlo a participar. El problema residía en que él se tenía que gestionar los pasajes o solo le pagaban la mitad de los pasajes para ir a competir. Este problema, los freestylers que ya están asentados en el circuito profesional no lo tienen, ya que las organizaciones se encargan de cubrir el viaje y la estadía.

Todo esto, lo lleva a Miguel a preguntarse: “¿por qué se valorizan en menor escala, digamos, el talento que hay acá? ¿me entendés? ¿por qué no llegan las oportunidades acá?” (entrevista personal, 30 de septiembre de 2021). En base a toda esta impronta nace La Jungla, “como un proyecto de amigos” (Miguel, 2021), quienes tratan de dar solución a algunos de los problemas con los que se encontraron sus organizadores a la hora de competir en la región.

Objetivo de La Jungla: “valorizar el arte del freestyle valletano”

La idea de La Jungla era hacer competencias de freestyle distintas a las que se desarrollaban en el Alto Valle.

⁵³ Caja Negra es un contenido de YouTube para Filo News en el cual se realizan entrevistas a personas famosos de la cultura argentina. Recuperado en https://www.youtube.com/watch?v=JkQ67doHBrw&ab_channel=FiloNews

Cuando le preguntamos a Miguel qué los motivó a organizar La Jungla, nos respondió lo siguiente:

Cuando yo competía, [piensa] sin ánimos de juzgar, había muchos organizadores que hacían lo que estaba al alcance, como que era eso y ya está ¿me entendés? Y los pibes hacen arte, o sea literalmente es un arte que no se valoriza, que se tiene por menos ¿me entendés? (Miguel, 2021).

Como dijimos en el subapartado anterior, La Jungla se forjó a través de las experiencias que tuvieron sus organizadores en otras competencias y, además, de lo que observaron que sucedía en el freestyle argentino. A mediados de 2019, cuando La Jungla organizó su primera fecha, FMS Argentina ya había disputado su primera temporada en 2018, siendo un éxito su última fecha. La FMS 2019 inició a principio de año y tenía dos participantes nuevos, frutos del ascenso. Además, los freestylers comenzaron a percibir remuneraciones con más frecuencia por participar en determinados eventos. Esa realidad en el Alto Valle aún estaba lejos. Bajo todo este contexto, Miguel observó la necesidad de “valorizar” el arte valletano.

Podemos agregar que no solo lo observa, sino que es uno de los objetivos que tuvo La Jungla desde el momento de su surgimiento. Para ello, tomaron una serie de decisiones y acciones inspirándose en la variedad de competencias que hay en Argentina, adoptando distintos tópicos e imprimiéndole su identidad. Esto tuvo como fin dotar de otras cualidades a las competencias del Alto Valle, enalteciendo el freestyle de esta región. Estas medidas se encuentran resumidas en el siguiente relato de Miguel (2021):

Siempre lo intentamos hacer de la manera más profesional posible, por decirlo de alguna manera. De empezar a traer cámaras, equipos de audio, llegó un momento que habíamos alquilado drones, habíamos alquilado un montón de cosas para darle un buen salto de imagen, un buen salto de calidad, eh... armamos un equipo de visuales, gente que diseña flyer, videos, que diseñan, eh... (piensa) todo lo que tiene que ver con no sé, con Twitch, empezamos a transmitir en Twitch, empezamos a hacer un montón de cosas que... que bueno nacían de la idea de hacerlo todo lo más profesional posible.

Las decisiones y acciones que tomó La Jungla se orientaron a dar un salto de calidad en la competencia, tanto para la comodidad del freestyler, como para el público. Esta calidad incluye, por ejemplo, que los *beats* que no se corten durante las batallas. También hacemos referencia a la post competencia, es decir, que cada enfrentamiento quede retratado con un buen sonido, buena calidad de imagen y que otra gente lo pueda apreciar si es que se lo

perdió, o quiere recordar aquel espectáculo. Todas estas determinaciones que llevan a generar un salto de calidad en la competencia, nosotros lo denominamos: aspecto técnico de la profesionalización.

Como ya dijimos, La Jungla a través de su competencia, buscó generar oportunidades para los freestylers valletanos, que no lograban tener demasiado impacto en otras provincias. Para las organizaciones de otras provincias, suele ser más rentable contratar a competidores como el cordobés Mecha⁵⁴, que tiene una trayectoria dentro del circuito profesional y por ende es conocido en el ambiente y posee un público que lo sigue. Con esto queremos decir que las competencias que están dentro del circuito profesional se manejan a través de un Star System, generando en estas mercancías culturales una rentabilidad asegurada dentro del mercado (Zallo, 2011).

Pero que algunos freestyler posean más popularidad en el mercado que otros, no dice nada de la calidad artística de cada freestyler. Por ello, La Jungla con su forma de abordar las competencias, buscó generar esa repercusión y de esta forma originar oportunidades para que los freestylers regionales pudieran ingresar a ese circuito profesional. Uno de los pasos para crear esas oportunidades se materializó en los premios otorgados en cada fecha, por ejemplo, en la segunda fecha de su primer torneo, entre todos los premios, había un viaje a Buenos Aires para competir⁵⁵. Con respecto a los premios Miguel (2021) nos dijo:

La idea era poner premios que realmente valgan la pena, o sea, que a los chicos le lleve un incentivo competir y que también le sirvan de rédito, o sea, imagínate que vos vayas a jugar a la pelota, o que vayas a hacer, no sé... a tocar la guitarra, el bajo, cualquier cosa y te vengas con una remera nueva, te vengas con unas zapatillas nuevas, te vengas con un teléfono nuevo, ¿por qué no? Y esa era la idea, de empezar a poner, digamos, el... a valorizar, digamos, el talento que tienen los pibes y también empezar a bajar freestyler de otros lados, de Buenos Aires, para que vean el nivel que hay acá, que hay chicos que realmente le meten en serio y así nació y con esa idea, eh... nació la Jungla.

Esta “valorización” del arte valletano que describimos, posee tintes económicos, ya que La Jungla realizó distintas inversiones para darle un salto de calidad a la competencia. Pero,

⁵⁴ Ascendió a FMS Argentina temporada 2020 y se mantuvo en la liga hasta esta temporada 2022.

⁵⁵ En el flyer no se especificó a qué lugar de Buenos Aires irían a competir, ni a qué evento. Dato obtenido del perfil de La Jungla en Instagram. Publicado el 15 de octubre de 2019. Recuperado en: <https://www.instagram.com/p/B3n5C6hlqWP/>

además, los observamos en los premios como el viaje para que freestylers valletanos participen en otro lado. Esto permitió, que pudieran enfrentarse contra otros competidores que no residían en la región. Por eso, esta “valoración” también trae consigo un reconocimiento artístico, ya que fomentar estos viajes a lugares donde el circuito del freestyle está más desarrollado, es reconocer y dar a conocer la calidad de espectáculo que pueden generar los freestylers locales. Y, asimismo, esto les ayuda a diversificar sus experiencias en batallas colaborando en que no compitan siempre en la misma región.

Miguel nos comentó que este objetivo se les fue dando naturalmente y nos explicó que aquel día, en que nació la idea de organizar una competencia, la única condición fue “organizarlo bien” (Miguel, 2021). Como mencionamos anteriormente, La Jungla surgió como un proyecto de amigos. Para ir dando forma al proyecto, en un primer momento llamaron a amigos y conocidos los cuales cumplieron distintas funciones, entre ellas sacar fotos, filmar, que llevaran un parlante, que aportaran premios, etc. En el transcurso de esta formación, conocieron a quienes serían los jurados, y, por otro lado, convocaron a gente que hiciera *beatbox*. Organizar todo esto le llevó mucho tiempo dijo Miguel (2021), y agregó que

Nosotros no teníamos nada, igual que muchos de los chicos que se animan a emprender, o se animan a entablar una productora o un evento o lo que fuese, no teníamos absolutamente nada, ¿qué hicimos nosotros? Nos movimos hacia lo que nosotros consideramos profesional en cuanto al ambiente, esto quiere decir, una buena calidad de imagen, unos buenos diseños, buenas... buen audio, buena iluminación, buen *beatboxer*, buenas pistas.

Encontramos en estos pasajes de la entrevista con Miguel, algunas características de la figura del emprendedor cultural (Rowan, 2010) en La Jungla, tales como: “«lanzado», «valiente», «independiente», que asuma riesgos y, en definitiva, sea capaz de acometer con éxito las hazañas —económicas— que se haya propuesto acometer” (pág. 23). Si bien, en un principio La Jungla no tuvo como objetivo obtener ganancias económicas lo terminó haciendo. Esto se ve con mayor claridad cuando se adhirieron a FRF ya que la federación los obligó a cumplir una serie de requisitos que abordaremos con más detalles en el siguiente subapartado: “Del underground al circuito profesional”.

Aquellas características enunciadas por Rowan, las observamos en la búsqueda que realizan como organización para mejorar la calidad de las competencias y valorizar el arte valletano,

y en la inversión que hacen, de tiempo y dinero, en una actividad que no es tenida en cuenta económicamente en la región, y que en muchas partes de la Argentina sí. Con respecto a esto Miguel (2021) nos dijo:

Hay personas que eligen, digamos, regalarle a la cultura lo que está a su alcance, que eso lo consideran como lo mejor, como lo que está al alcance como las herramientas que son brindadas. Y bueno, nosotros, en nuestro caso decidimos llevarlo mucho más allá, si las cosas no están dentro de nuestro alcance tratamos de que si estén dentro de nuestro alcance, porque es nuestra manera de ser, nuestra manera de trabajar.

El Alto Valle es un lugar donde se llevan a cabo muchos eventos de hip hop y competencias de freestyle, pero la gran mayoría no son organizadas para obtener beneficios económicos, sino más bien para una promoción cultural. La Jungla decidió buscar este salto de calidad en un sector, que por lo menos en la región, no les aseguraba obtener ganancias. Es decir que, lo que se invirtió en las competencias no siempre trajo réditos económicos. Con respecto a esto Rodrigo, nos comentó su experiencia:

Y ahora, últimamente, estoy tratando de hacer eventos, pero más que nada para que haya [actividades] acá, en la ciudad, que se puedan hacer y que sean costeables, no ganar, no ganar plata, pero si salir hecho ¿entendés? porque cuando hacíamos esos eventos, para difundir la cultura, perdíamos un montón de plata, y terminábamos re mil endeudados ¿viste? Siempre. Y ahora la onda es hacerlo para quedar hecho, pero hacer cosas copadas, así como hacíamos en ese, en esa época, pero sin perder plata porque, ya no da (Rodrigo, entrevista personal, 30 de octubre de 2021).

Como pudimos observar en este apartado, La Jungla se planteó un objetivo claro: valorizar el arte valletano. En esa búsqueda de cumplir con su meta asumieron riesgos e introdujeron una serie de tópicos tomados de las competencias que se encontraban en el circuito del freestyle profesional. Esta manera de realizar las competencias y la dedicación que tenían como organización los llevó a tener contacto con FMS Argentina. Esto, por un lado, permitió que La Jungla siguiera desarrollando su objetivo de valorizar el arte valletano, ya que otorga con más frecuencia cupos para participar en otras competencias, además de recibir freestylers de otras provincias. Y por el otro lado, La Jungla terminó por asentarse en el Alto Valle, un terreno que en lo que refiere a batallas de freestyle, todavía no es explotado económicamente.

Del underground al circuito profesional

Luego de haber descrito cómo trabaja la FRF en el capítulo 1, ahora vamos a desarrollar cómo se desenvuelve particularmente en el Alto Valle, a través de La Jungla, quien se adhirió a este órgano en julio del 2020, obteniendo los rangos 3 y 4. Para ello indagaremos en cómo logró federarse La Jungla, las reglas que deben seguir y qué beneficios tiene estar federado a esta organización.

La Jungla nació como la mayoría de las competencias, en las plazas. El objetivo de valorizar el arte del Alto Valle llevó a la organización a tomar una serie de decisiones y acciones en la forma de abordar las batallas, generándole una gran repercusión en la zona. Todo ese trabajo y dedicación le abrieron las puertas a la organización para federarse en la FRF. Cuando consultamos a Miguel cómo salió la idea, nos comentó que esta posibilidad no surgió de ellos, sino que Daro Calderón, persona que por aquel tiempo trabajaba en FMS y era encargado de la federación, los contactó a través de un mensaje.

Nos manda un mensaje diciéndonos “Hola, chicos ¿cómo están? nosotros somos FRF, somos un derivado de lo que es Urban Rooster en... a lo largo de todos los países, y estamos buscando competencias a lo largo del país para gestionar el ascenso y vemos que ustedes se manejan con unos criterios similares a los nuestros en cuanto a edición, fotografía y todo eso y nos encantaría saber si ustedes están dispuestos a gestionarnos una serie de torneos” y todo eso, y bueno, ese fue, digamos, el mensaje de introducción hacia nosotros (Miguel, 2021).

Como podemos apreciar, en este primer contacto, FRF posee algunos requisitos antes de ofrecer o aceptar la federación de una organización⁵⁶. Algunas de estas exigencias refieren a los aspectos técnicos del evento y la identidad que tenga la organización. La Jungla, tal como se puede ver en su cuenta de Instagram, antes de estar federada, contrataba fotógrafos, editores de videos, alquilaba herramientas de iluminación. Aunque la competencia tenía una identidad visual pre federación, cuando anunció su adhesión⁵⁷ a FRF la homogeneizó, es decir, unificó el formato de los flyers, diferenció cada fecha con un color distinto y posteriormente, el 8 de octubre del año 2020, cambió el logo. Cabe aclarar que, si bien a La

⁵⁶ Para el ranking de ascenso 2021/2022, FRF recibió más de 200 postulaciones de organizaciones argentinas y uruguayas para ser parte del ascenso a FMS Argentina. (The Urban Rooster, 2021)

⁵⁷ En su Instagram lajunglanqn anuncia que están federados desde el primero de julio de 2020.

Jungla el mismo ente le ofreció federarse, cualquier competencia puede federarse también por iniciativa propia.

Miguel (2021) nos comentó que la primera reunión que mantuvieron con la federación y las demás organizaciones del ascenso fue a través de una llamada, y agregó lo siguiente

Y bueno, nos presentaron el contrato, que hay un contrato de por medio que hay ciertas reglas, normativas que tenemos que cumplir. Y nada, gracias a eso nosotros pudimos contactarnos con gente de todo el país, gente que está moviéndose a unos niveles impresionantes de convocatorias, que están haciendo las cosas super bien, super profesionales

El contrato mencionado por Miguel es el reglamento que diseñó FRF en 2019 para quienes estén federados. FMS se sirvió de este reglamento para gestionar el ascenso a su liga, debido a que le brindó una normativa sobre cómo se deben manejar las competencias en cada fecha o torneo. En palabras de The Urban Rooster (2019), esta normativa sirve

Para promover la limpieza y la transparencia de las competencias de freestyle y defender los derechos de los participantes y organizaciones que conforman el circuito oficial. El objetivo, como en cualquier disciplina deportiva, es trabajar para seguir haciendo crecer nuestro deporte desde una perspectiva lo más neutra posible.

Las organizaciones que estén federadas, deben cumplir con esta normativa de lo contrario serán sancionadas⁵⁸. Además, compromete a las organizaciones a otorgar cupos para otros eventos, lo que genera publicidad para las competencias y una movilidad de freestylers dentro del circuito. Esto permitió que La Jungla estrechara lazos con otras organizaciones y se hiciera conocida entre los competidores de todo el país. En palabras de Miguel (2021):

Nosotros estamos super agradecidos con ellos, por el sencillo hecho de haberse fijados en nosotros habiendo tantas organizaciones y que nosotros... nada, supimos aprovechar al 100% todo lo que está pasando. Y gracias a eso conocimos a ya te digo, las organizaciones de todo el país, gracias a eso pudimos unirnos con ella, a tal punto que hoy no sé, el que gana mandan un competidor para acá, nosotros para allá y sabemos que está en buenas manos porque nos conocemos, porque pasamos mucho tiempo y más con el tema de la pandemia, mucho tiempo en llamada en comunicación. Los sponsors también se suman muy fácil, es muy fácil negociar, es muy fácil... gracias a ellos [a UR], pero más que publicidad y otorgarnos torneos no nos ayudan.

Aunque La Jungla ya tenía contactos con organizaciones de otros lugares, esos contactos se expandieron aún más. Por ejemplo, en la fecha 4 de la liga de La Jungla que se llevó a cabo

⁵⁸ Datos obtenidos de la página de FRF. Recuperado en: <https://federacionderapfreestyle.com/reglamento/esnormativa/>

el 18 de agosto del 2021, Julián salió campeón de la jornada y consiguió un cupo para Titanes de la Costa, que se organiza en Azul, ciudad de provincia de Buenos Aires, ubicada en el rango 3 del ranking de ascenso a FMS, otorgando 10.000 puntos al vencedor. La fecha 5 la ganó Exe, un freestyler correntino, y logró conseguir un cupo para Ámsterdam Free, evento realizado en la provincia de Mendoza, también ubicada en el rango 3. Como podemos observar, dentro del ranking de ascenso de FMS se forman redes de contactos, lo que ayuda a aumentar el flujo de competidores que circulan por ellas y una mayor promoción de dichas competencias. Para que esta circulación sea posible, la federación exige como parte del contrato, que las organizaciones se encarguen de los gastos que se generan por mover a un freestyler a otra ciudad. Con respecto a esto Miguel (2021) nos dijo lo siguiente:

Nosotros pagamos los pasajes del competidor, y bueno allá los chicos lo atienden de la mejor manera, hay transporte, viático, traslado. Todo corre por cuenta de las organizaciones, pero nosotros nos encargamos fundamentalmente de los aéreos, y nada todo eso es solventado en parte por nuestros bolsillos, en parte por las negociaciones que nosotros hacemos con los terceros, con los lugares donde nosotros llevamos a cabo el evento, pero gracias a dios nos está yendo súper bien y estamos súper encaminados en ese sentido y nada, se llega a cubrir todo y más, así que eso es índice de que bueno, que está funcionando bien.

Gracias a la promoción que hace FMS en sus redes, La Jungla obtuvo más facilidad para conseguir sponsors, los cuales ayudan a solventar gastos tales como: la organización de un evento y el traslado de un competidor a otra provincia. Esta articulación ayudó también a negociar con lugares físicos para llevar a cabo una fecha. Por ejemplo, la fecha 6 de La Jungla se organizó en el bar Terraza Patagónica de la ciudad de Cipolletti. La entrada fue libre y gratuita. Se cobró \$100 la inscripción a los freestylers. El evento no solo contó con batallas de freestyle, sino que también hubo shows de raperos locales. Miguel (2021) nos comentó que cuando va a negociar con un bar debe “hacerle ver los beneficios” que implica hacer un evento de freestyle ahí.

De este modo, La Jungla, al organizar un evento está creando dos mercancías a la vez, tal como afirma Bolaño (2006). Uno de ellos es la competencia en sí y la otra es la audiencia. Si bien La Jungla no vende entradas para asistir a sus eventos, si obtiene ganancias a través de las inscripciones, que por lo general no exceden los \$100 y su audiencia⁵⁹. Por ejemplo,

⁵⁹ Dato obtenido del perfil de Instagram de la organización. Recuperado en: <https://www.instagram.com/lajunglanqn/>

cuando se lleva a cabo una fecha en un bar entra en las negociaciones el público. Ya que estos, al concurrir al evento se supone que tendrán un consumo tanto de bebidas como de alimentos, por lo que las partes acuerdan la división del porcentaje de las ganancias que se obtengan. Con esto queremos decir que, La Jungla al negociar con terceros para organizar una fecha de su torneo forja también relaciones económicas.

A pesar de que hay un contrato entre la FRF y La Jungla, donde la federación le exige una serie de criterios y le indicó una cantidad de competencias para organizar, no existe una remuneración económica para La Jungla. En palabras de Miguel (2021)

No, ellos no nos ayudan en nada, ellos no nos dan nada, más que torneos y publicidad. Es lo único que ellos aportan, digamos, a nuestra producción, quizás acercamiento a algunos chicos, algunos chicos de FMS, algunos... A ver, no quiero, digamos, que suene desagradecido de nuestra parte porque gracias a ellos se nos...se nos abrieron otras puertas con otras organizaciones, como BDM, como Gold Battle ahora, como, que se yo... Supremacía MC. Nos abrieron un montón de puertas gracias a... a estar con Urban Rooster, pero... obviamente no hay rédito económico, no hay rédito en ninguna parte, eh... solamente es eso, que ellos nos dan torneos a lo largo del año, de la temporada, eh... para otorgar puntos de ascenso hacia lo que es FMS, eh... ese digamos es la función que ellos cumplen con nosotros digamos, lo que hay.

FRF mantiene relaciones con La Jungla, atravesadas por una lógica de trabajo no pago. Esta última cumple el rol de organizador de torneos para FMS, quienes según sus criterios le otorga un determinado rango para el ranking de ascenso; mientras que el coste de producción del evento, la contratación de equipos técnicos y lugares donde realizar la competencia corre por cuenta de La Jungla.

En referencia al reconocimiento que hace Miguel sobre la publicidad, implica la promoción que FMS realiza, a través de sus redes, sobre la fecha que se lleva a cabo. Por ejemplo, FMS en sus redes publica las fechas en las que se efectúan las competencias de La Jungla, cuándo abren los cupos de inscripción, cuándo cierran, cuántos días quedan, etc. Esta promoción ayuda a que freestylers que se encuentran en distintos puntos del país puedan enterarse de la próxima competencia que otorga puntos en el ascenso a FMS. Ahora bien, de la producción de dicho evento, el porcentaje de ganancia que haya acordado con el bar y las inscripciones, se los queda La Jungla. Entonces, La Jungla trabaja para el ascenso de FMS, ellos no serán remunerados por ese trabajo, sino que tendrán un rédito económico por la mercancía que ellos produjeron con su propio capital.

En síntesis, observamos una combinación de intereses entre FMS y La Jungla. En el subapartado anterior dijimos que, La Jungla tiene como objetivo jerarquizar el arte valletano. Cuando Calderón los contactó, entendieron que al estar federados obtendrían beneficios tales como: promoción en redes oficiales de la liga, facilidades de negociación con sponsors y espacios físicos, conexión con otras competencias y una circulación de freestyler del circuito profesional; complementándose todo esto con su objetivo. A cambio, La Jungla debía organizar una serie de torneos para la liga. De esta manera FMS, por un lado, extiende su competencia a otros lugares del país y por ende llega a más personas, y por otro lado, se asegura la realización de su ascenso sin costos económicos.

Un panorama de La Jungla frente a las demás competencias federadas en Argentina, temporada 2021/2022

Como mencionamos en “Algunas conclusiones parciales”, el ranking de ascenso argentino en la temporada 2021/2022, se compuso de 98 competencias que otorgaron puntos para ascender a FMS. De las 23 provincias que conforman Argentina, 20 de ellas, tuvo al menos una, según UR⁶⁰. Al realizar el recuento, observamos que 42 competencias pertenecían a la provincia de Buenos Aires. Debemos aclarar que tuvimos en cuenta a RBDG, Copa Confederación, BDM y Supremacía MC, que por lo general organizan sus eventos en ciudades de Buenos Aires. Las otras provincias con más competencias eran Santa Fe con 6 y Córdoba con 5; mientras que Neuquén y Río Negro cuentan con: La Jungla en Neuquén y Under Lord en Bariloche.

De lo anterior, podemos observar distintas cuestiones. La primera tiene que ver con que, el grueso de las competencias del ascenso se concentra en lugares como Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba. Podemos agregar a San Juan y Mendoza que cuentan con 3 competencias cada una, sumado a una liga cuyana que contempla a La Rioja y San Luis. Por su parte el Alto Valle solo cuenta con una de las 98 competencias que hay en total. Esto quiere decir que, si un freestyler de esta región quisiera ascender a FMS se encontraría con una desventaja

⁶⁰ Catamarca, Jujuy y Santiago del Estero son las únicas provincias sin una organización federada.

económica, ya que debe viajar mucha más distancia que un competidor que reside en grandes urbes o alrededores para poder participar de una mayor cantidad de competencias.

A esto debemos agregarle la circulación de competidores⁶¹ que genera esta concentración de competencias en las grandes urbes. Los freestylers de aquellos lugares pueden batallar con competidores distintos, que participan del circuito profesional, todas las fechas. En las competencias del Alto Valle, esa posibilidad disminuye, ya que se reduce a freestylers de la región, cuya formación en el ejercicio de rimar se restringe a un solo evento. Sobre esto, Julián (entrevista personal, 13 de octubre de 2021) nos comentó lo siguiente:

Con esto del ascenso, sabes que no está, o sea, está toda la papa⁶² en Buenos Aires, pero en el interior, digamos, en el resto, en Mendoza, San Juan, Tucumán, Córdoba, Corrientes, Misiones, es como que están con las compes prendidísimos, hay mucho movimiento. Siempre decimos que acá estamos en desventajas comparado con los competidores de allá, porque acá un evento con ascenso a FMS, y que te dé algo o venga alguien interesante, hay uno cada tanto, ¿viste? Y allá todos los fines de semanas, todos los días, todos los martes y miércoles hay una competencia que da o \$5000, o \$15000, o cupo para tal competencia con pasajes pagos y \$15000, o tal que está invitado el Mecha y viene a competir el Mecha con otros más y tal. Así es todo el tiempo, todo el tiempo y no te miento, todo el tiempo.

Las grandes urbes poseen un circuito de competencia más desarrollado ya que en estos lugares, es más frecuente explotar económicamente los eventos de freestyle. Esto habilita que las organizaciones consigan sponsors que faciliten premios económicos y permitan contratar competidores del circuito profesional. Además, estos premios favorecen la circulación de freestylers. A esto debemos agregarle, que la gran mayoría de las competencias están federadas en FRF y que, gracias a esto, se generan conexiones entre ellas, suscitando un velo atractivo y diferente para los participantes.

Como sostuvimos en el capítulo 1, el total de las competencias federadas a FRF, son distribuidas en cinco rangos diferentes, los cuales otorgan una cantidad distinta de puntos. Por ejemplo, RBDG Argentina, ubicada en el rango 1, otorga al campeón 40.000 puntos, el segundo puesto 30.000 y el tercero 24.000 para ascender a la FMS. La Jungla está ubicada en el rango 3 y 4 del ranking. Esto se debe a que posee una liga que cuenta con 8 fechas las

⁶¹ Esto es desarrollado con mayor profundidad en el apartado “Desarrollo de las competencias a nivel nacional: flujo de competidores”.

⁶² Con esta expresión Julián quiere decir que las mejores competencias se encuentran en Buenos Aires.

cuales se disputan a lo largo de todo un año. Quien se corone campeón obtendrá 4.000, el segundo 3.000 puntos y el tercero 2.400 puntos. Además, el primero y segundo de esta liga clasifican directamente a La Jungla Deluxe, un torneo que dura un día y al campeón se le otorga 10.000 puntos, al segundo 7.500, al tercero 6.000 puntos.

Por lo que, si un freestyler del Alto Valle quisiera competir en el ascenso a FMS, campeonando en las dos competencias de La Jungla solo obtendría 14.000 puntos. Zaina, freestyler oriundo de Zarate, provincia de Buenos Aires, disputó los play-offs para participar en la temporada 2022 de FMS Argentina obtuvo 83.000 puntos. Es verdad que, en cada fecha, La Jungla otorga un cupo al vencedor para ir a competir a otro lado. Esto sumaría algunos puntos más. De igual forma debería ganar la mayoría de las fechas para acceder a los cupos y paliar los gastos económicos del ascenso. Quizás un camino más rápido sería acceder a RDBG Argentina, pero al ser una competencia nacional que tiene tantos aspirantes, Red Bull organiza una serie de filtros de los cuales solo quedan 16 postulantes, reduciendo la posibilidad de participar. Un ejemplo claro se da en la RBDG de 2021, en donde de los 60 preclasificados, 31 competidores pertenecían a Buenos Aires (incluyendo Mar del Plata), es decir más del 50%, mientras que del Alto Valle había 4 representantes, 3 de Neuquén (entre ellos Miguel) y 1 de Río Negro, Rodrigo⁶³. De los 4 competidores de la región ninguno quedó seleccionado para el certamen final.

En este apartado caracterizamos el lugar de La Jungla y la región frente a las demás competencias federadas en FRF; así también como las desigualdades que tienen los freestylers del Alto Valle con respecto a competidores que viven en las grandes urbes. Por un lado, dimos cuenta del modo en el que FMS busca expandirse, a través de FRF, hacia otras regiones y atraer más público. A través de su sistema de ascensos, procura que la red de organizaciones que trabajan para ellos realicen una serie de torneos y ligas a cambio de publicidad. Esta red es administrada a través de la normativa de FRF y se rige por una lógica mercantil, que junto a los grandes eventos como RBDG, conforman lo que denominamos como circuito profesional del freestyle. La Jungla, a partir de su incorporación a la FRF, desarrolló aún más los aspectos técnicos de su competencia, pasar de las plazas a un bar, por

⁶³ Datos obtenidos de “¡ACÁ ESTÁN LOS SELECCIONADOS PARA LAS CLASIFICATORIAS!” publicado en la página de RBDG. Recuperado en: <https://www.redbull.com/ar-es/seleccionados-argentina-para-las-clasificatorias>

ejemplo, y con ello, estimular sus relaciones económicas, por lo que podemos decir que entró al circuito profesional, aunque haya algunas fechas que, por distintas índoles, se sigan organizando en plazas.

Por otro lado, observamos la disparidad que se generó en este ámbito, principalmente, por la concentración de organizaciones que hay en esos lugares, ya que son sitios donde la actividad económica de las competencias de freestyles están más desarrolladas. Esto a su vez, los habilita a conseguir grandes sponsors, obtener premios económicos más abultados y batallar contra participantes que estén dentro del circuito profesional. A todo esto, debemos sumarle las grandes distancias y los costos físicos y económicos que afectan a los freestylers del Alto Valle para participar en el ascenso argentino de FMS e incorporarse a dicho circuito profesional.

Por último, debemos agregar que La Jungla no solo forma parte y tiene conexiones con organizaciones del circuito profesional, sino que también estrecha lazos con competencias de la región, expandiendo esta lógica mercantil a competencias *underground* como Round One. Esto permite, en primer lugar, aumentar el flujo de competidores, ya que se entregan como premios cupos para La Jungla y, en segundo lugar, seleccionar de forma más adecuada, freestylers que cumplan con los criterios deportivos de FMS.

Round One

Esta competencia es organizada en la ciudad de Fiske Menuco, por la NDK. Al igual que La Jungla, Round One se forjó al calor de las experiencias de sus integrantes. Si bien no está federada en FRF, existen conexiones con el ranking de ascenso a FMS a través de La Jungla. En este apartado presentamos a la *crew* NDK, describimos cuál es el propósito de la competencia y, por último, examinaremos su proyección en relación con la FRF.

NDK crew, una breve presentación

Reside en Fiske Menuco y se define como “una familia”. Para conformarse como grupo tuvieron que estar de acuerdo en distintos aspectos como, por ejemplo, no querer “participar

o estar con gente escrachada (...) por denuncias. Más que nada porque no nos interesa ¿viste? esos problemas como que tenemos... se tienen que arreglar aparte y separamos siempre al arte del artista” (Julián, 2021). Esta perspectiva de la NDK fue comunicada en cada fecha que se organizó la competencia. Por ejemplo, en el flyer de la competencia del 11 de septiembre de 2021, además de indicar el lugar, horario, los premios y el precio de la inscripción, anunciaban que “toda persona con denuncias y escraches de violencia, abuso y demás, no serán permitidas participar, ni bienvenidas a compartir el ambiente”⁶⁴.

La mayoría de los integrantes de la *crew*, estudian en el Instituto Universitario Patagónico de las Artes (IUPA) ubicado en esta ciudad. Por lo que, además de organizar competencias, también poseen una “pequeña empresa” (Julián, 2021) llamada NDK Films en donde realizan portadas para canciones, videoclips, fotografía entre otras cosas. Si bien algunos de estos trabajos los cobran, muchas otras veces los hacen de forma gratuita para ayudar algún artista que lo necesite ya que, como sostuvo Julián (2021) tratan de “gestionar lo que es la unión”, y agregó lo siguiente

La unión de las diferentes ciudades, sea con eventos, sea con shows, sea con ir a tocar, sea con “hey, necesitamos que, si pueden hacer malabares porque hay un show para unos niños” también, no hay problema se hace para todos, la NDK está para todos.

En este sentido, NDK “no tiene que ver solo con freestyle, aunque sí, como todos. No quiero sonar raro, pero a lo que apuntamos más es hacia el hip hop en general, como movimiento cultural. Tratamos de tomarlo más como de ese lado ¿viste?” (Julián, 2021). A su vez, esta perspectiva de la NDK también la trasladan a Round One.

Round One: de las experiencias a la competencia

La visión de la NDK se conformó a partir de las trayectorias de sus integrantes en distintas competencias. Por ejemplo, Julián ha adquirido cierta experiencia tanto en el circuito profesional, como en el *underground*. Compitió varias veces en el ascenso a FMS 2021, su última participación fue el 17 de octubre de 2021 en Titanes de la Costa, competencia de

⁶⁴ Dato obtenido de la red social Instagram de NDK Crew. Recuperado en: https://www.instagram.com/ndk_crew/

rango 3. Además, fue el campeón de la liga de La Jungla 2021 y compitió en varios eventos regionales.

Todo este cúmulo de experiencias, llevan a Julián a formular una opinión, compartida con su *crew*, sobre las competencias locales de la cuales sostienen que algunas no están a la altura en ciertos aspectos. En palabras de Julián (2021): “siento que no se nos valora, como competidores es como que... nos pasa de ir a competir a otro lado y no son capaz de ni considerar el conseguirnos un lugar donde dormir, ¿me entendés?”. “Cansados de eso, cansado de sufrirlo” la NDK decidió “organizar una competencia que dé todo lo que nosotros necesitamos, para que la gente se acostumbre a que esos premios estén” (Julián, 2021). Esas experiencias, sumadas a la idea de valorar a los competidores regionales, fueron las bases que conformaron Round One.

Con respecto a los premios económicos de otras competencias, Julián (2021) observó que lo otorgado no alcanzaba a cubrir los gastos que tiene un freestyler

Yo gasto plata para viajar ¿viste? Tiempo, todo y las competencias de acá no te dan ni un peso, creo que son una o dos competencias las que mínimo dan \$1000 por ganarla, y nada. A ver, tres competencias que en un fin de semana den \$1000, yo voy y gano las tres son \$3000 pesos, ayuda a apagar el alquiler, ¿me entendés?

Como mencionamos en el apartado de La Jungla, los premios económicos son muy importantes para cualquier freestyler, ya que los utilizan para seguir viajando y compitiendo en otros eventos. Aunque también, como añade Julián son utilizados para comer, pagar alquileres y gastos de la vida cotidiana. Julián (2021) agregó que esa plata lo “ayuda a vivir, literalmente”.

Por esta razón, además de ser una de las bases de Round One, valorar a los competidores de la región se transforma en el objetivo de la NDK

Queremos que, aunque sea acá en Río Negro, o, aunque sea acá en esta, en esta parte, se lo valore mucho más al competidor. Y nosotros tratamos de que eso se note en nuestro evento, es como “loco, vos acá no sos un *random*, vos acá sos la estrella y te queremos tratar como tal. Tú esfuerzo queremos que valga, tú tiempo queremos que valga y no queremos que te vayas de acá enojado porque algo no te gustó” (Julián, 2021)

En comparación con La Jungla, sus perspectivas no son tan distintas e incluso podríamos decir que hasta con complementarias. Mientras La Jungla busca originar oportunidades para los competidores regionales en el circuito profesional, Round One se inclina por generar una comodidad en los freestylers antes, durante y después de la competencia. Para esto, por un lado, la NDK cuando finaliza el evento pregunta a la gente que asistió y a los competidores, qué les pareció la competencia, si le gustó el *host*, el jurado, los *beats*, entre otras cosas. Las respuestas son tenidas en cuenta para la próxima fecha. De esta manera van mejorando los aspectos que no gustaron para alcanzar una comodidad en el ambiente. Además, ofrecen lugares donde dormir en caso de que los competidores no se hayan vuelto a sus casas. Estos lugares, por lo general, son sus departamentos o las casas de otros competidores⁶⁵. Por otro lado, buscan valorar al competidor a través de sus premios, ya sea económico, materiales para su carrera musical u otras cosas. Esto ayuda a motivar a que los freestylers participen y que sus esfuerzos y tiempos no sean en vano.

Para la primera fecha de Round One 2021, que además fue el inicio del torneo, hubo premios para el campeón y el subcampeón. La modalidad era 1vs1, cada freestyler debía pagar \$100 de inscripción. El primer puesto conseguía un cupo para Valcheta Free más viaje incluido y un vale por \$1000 para una producción en NDK Films. Para el segundo puesto, había otro cupo para Valcheta Free más un premio económico que ayudaba a costear el viaje. Cabe aclarar que Valcheta Free ofreció un premio de \$10.000 para quien ganara su competencia. Otra cosa a destacar de esta primera fecha, fue la presencia en el jurado de Bruno Agüero, jurado oficial y organizador de La Jungla.

La segunda fecha se llevó a cabo el 10 de octubre de ese mismo año. Esta vez la modalidad era un 2vs2. Cada pareja debía pagar \$150 de inscripción. Tanto público como competidores tenían la opción de llevar un alimento no perecedero que luego sería donado⁶⁶. Esta vez en el flyer aparecía el logo de La Jungla y contaba con tres sponsors: el bar Espresso, y dos emprendimientos, Saturna y La Casa Vegana. Los premios nuevamente fueron para el campeón y el subcampeón de la fecha. El primer puesto se llevó un cupo para La Jungla

⁶⁵ Por ejemplo, en la segunda fecha de Round One, la NDK publicó a través de Instagram el siguiente mensaje “si no sos de la ciudad y no tenés donde quedarte, te podemos ayudar”. En caso de que haya un competidor que no tenga lugar para quedarse, utilizan sus historias de Instagram para preguntar si entre los freestylers de la ciudad hay espacio para albergar a los competidores.

⁶⁶ No se especifica el lugar destinado para los alimentos.

(fecha a definir) más \$2000. Además, obtuvieron un desayuno para dos personas, empanadas veganas y un *beat* de VK. El segundo puesto ganó dos pares de medias, dos tinturas, sanguches de miga, una portada de NDK Films y un *beat* de Desakarrilate.

De estas dos fechas de Round One podemos resaltar algunas cuestiones. Lo primero es la conexión entre La Jungla y Round One. Lo segundo es la circulación interna de freestylers a otras regiones del valle a través de cupos. Lo tercero son los premios económicos en las dos fechas, que permiten viajar al competidor o por lo menos costear el viaje. Y, por último, podemos observar premios que ayudan a incentivar la carrera musical de los competidores con los *beats* y las producciones de NDK Films.

Round One es organizada en la plaza Patronato, ubicada en las intersecciones de la calle Rohde y Buenos Aires, de la ciudad de Fiske Menuco. Las batallas se llevan a cabo en una plataforma de concreto ubicada en el centro de la plaza. Esta competencia forma un escenario para que solo estén los competidores y el *host* del evento. Esto se hace a través de un cuadrilátero delimitado por cuatro palos, con botellas en el piso que ofician de base y una soga para que el público no ingrese. Los cruces se anotan en un pizarrón, y los *beats* salen a través de un parlante que lleva la organización, no se utilizan micrófonos. Todos los materiales que nombramos son conseguidos por los organizadores, “nosotros organizamos una competencia con plata nuestra, la inscripción ayuda a pagar la plata en efectivo, pero después las cosas que conseguimos son con sponsor todo lo demás viene de nuestro bolsillo, baldes, pinturas, cinta, hojas de papel, birome, todo eso, ¿no?” (Julián, 2021). A diferencia de los grandes eventos, los sponsors de Round One no realizan aportes económicos para desarrollar la competencia, sino que sus aportes sirven para solventar los premios.

Como pudimos observar en este apartado, Round One es una de las tantas competencias que forma el circuito *underground*, de la región del Alto Valle. Surgió al calor de las experiencias de los freestylers, quienes percibieron algunas carencias en la *escena* de las batallas regionales, tales como: los premios y la valoración al freestyler. Esto último se transforma en el objetivo de la organización, quienes a través de la competencia buscan generar algunos beneficios para los competidores regionales. Es por ello que encontramos conexiones con otras organizaciones como Valcheta Free y La Jungla. Retomaremos la relación con esta última en: “La Jungla y Round One: una comparación de competencias”.

Además, percibimos que Round One es un evento autogestivo ya que para desarrollarlo utilizan materiales que encuentran en sus casas, algunos los piden prestados y otros los compran, sin apoyo de organizaciones externas. Esto responde a cuestiones más generales de la región, debido a que no es una actividad de la que se obtengan ganancias como sucede en otros sectores del país, dificultando conseguir sponsors que ayuden con premios económicos o la contratación de competidores del circuito profesional, lo que a su vez afecta a la circulación externa de freestylers en la región.

Podemos decir que hay una relación económica entre sponsors y organizaciones de la región, donde los primeros son emprendimientos personales que aportan premios como, por ejemplo, *beats* y los segundos les hacen publicidad en sus redes.

Round One y la posibilidad de federarse en FRF: debates abiertos

Entendemos que la llegada de la FMS y la FRF a Argentina, le dio un gran impulso al freestyle argentino. Además, les permitió vivir de lo que les gusta, a muchos de los competidores que estaban en el circuito de competencias. Por este motivo, cada año FRF y FMS reciben propuestas de diferentes competencias del *underground* para federarse. Para el ascenso 2021/2022 recibieron alrededor de 200 propuestas.

Round One, si bien no mandaron solicitud para federarse, sí pensaron la posibilidad de hacerlo en un futuro. Julián (2021) nos comentó, que primero debían acordar los pasos a seguir de la *crew*, ya que cada integrante tiene sus propios proyectos personales y artísticos, sumado a que como son estudiantes, algunos no se encuentran en la ciudad. Por estos motivos, Julián (2021) nos dijo que “es circunstancial” que Round One solicite federarse en FRF, es decir, que van a tener en cuenta varios factores antes de abordar este proyecto. Aunque, de igual manera, guardan todo material audiovisual para que, si algún día deciden afiliarse, sea su carta de presentación. Que Round One, considere la posibilidad de federarse está impulsado por el deseo de dejar algo a la cultura.

Lo que nosotros no tenemos, lo que yo no tengo, de tener acá en Fiske una competencia de ascenso a FMS, si quiero que lo tenga otro pibe ¿me entendés? que

diga “no tengo que irme a Mendoza a gastarme \$5000 en ir, \$3000 en dormir y otros \$5000 en volverme” ¿viste? va más que nada por ese lado. (Julián, 2021)

Si bien ascender a FMS no es el objetivo de Julián, conoce de cerca lo que significa competir en el ranking de ascenso. Julián (2021) nos aseguró que “los que están peleando el ascenso se están gastando la plata de su vida”, tanto en referencia a competidores de la región como de otros lados, ya que el freestyler que busca el ascenso debe participar en la mayor cantidad de competencias que pueda para sumar una gran cantidad de puntos. Por último, agregó que ningún competidor de Río Negro está peleando el ascenso: “los 3 primeros creo que son de Uruguay, y el resto son algunos de Buenos Aires, el resto del interior, de Mendoza, de diferentes lados ¿viste? pero de Río Negro no hay nadie peleando el ascenso”.

Como Round One, hay otras organizaciones y personas del hip hop regional que tienen deseos de organizar una competencia que otorgue puntos para la FMS en la ciudad de Fiske Menuco. Por ejemplo, Rodrigo (2021) nos comentó que gracias a su larga trayectoria en el hip hop y en las competencias de freestyle, conoció a mucha gente asegurando que: “los contactos están”. Aunque reconoce que “hace falta gente que también tenga las mismas ganas” de organizar una competencia. Según Rodrigo, tener otra competencia federada a FRF, traería otro tipo de competidores a la ciudad y aumentaría el nivel artístico.

Como mencionamos anteriormente, para competir en el ascenso a FMS, debe contar con una suma de dinero que posibilite viajar a diferentes lugares. Muchos de los competidores, que residen en las grandes ciudades, logran pelear el ascenso gracias a sponsors personales y a los premios obtenidos en las competencias, tanto *underground* como las que están federadas. El Alto Valle, solo posee una organización federada, y las demás competencias otorgan premios económicos que no ayudan a costear esos viajes. Esto se debe a que las competencias no tienen la misma rentabilidad que aquellos lugares dificultando, por ejemplo, la llegada de grandes sponsors que permitan zanjar esas dificultades económicas.

Por lo descrito en este apartado, podemos decir que Round One se plantea la posibilidad de federarse a FRF, aunque de ello depende distintos factores. Esta posibilidad es alimentada por el deseo de aportar a la cultura del hip hop del Alto Valle y que las próximas personas que compitan tengan las posibilidades que ellos no tuvieron. Aunque este, no es solo un deseo

de NDK, otras organizaciones y personas de la escena regional, en Fiske Menuco, planean federar una competencia, debido a las posibilidades que esto otorga.

Desarrollo de las competencias a nivel nacional: flujo de competidores

La llegada de FMS Argentina y la federación comprometió a las organizaciones que están federadas a mejorar el aspecto técnico de sus competencias. Antes de la profesionalización, este desarrollo en el aspecto técnico solo se veía en los grandes eventos como BDM o Supremacía MC. Además, la llegada de FMS y la FRF impulsaron a estrechar aún más, las relaciones entre las organizaciones con el fin de dar más promoción y movilidad al ascenso a la liga. Esta red de competencias generó un flujo de competidores, aunque no solo en el ascenso a FMS se vio esto, sino también en RBDG que con sus filtros para adquirir freestylers, impulsó esta circulación de freestyler. A continuación, desarrollaremos cada caso y analizaremos qué cuestiones aportó este flujo de competidores a la profesionalización del freestyle. Luego observaremos cómo es esa circulación en el caso regional.

Para participar en la RBDG Argentina 2021, se introdujeron algunas novedades. Al método de enviar un video, a través de una aplicación, que luego sería seleccionado por jurados, se le sumó un nuevo segmento llamado clasificatorias. Los competidores que hayan sido seleccionados, competirían en batallas presenciales que serían grabadas para que luego un jurado internacional las analice en vivo en el canal de Twitch de Red Bull. Estas batallas, no tendrían un veredicto, por lo que podrían ir a la final nacional, ambos competidores, uno o ninguno. Cada batalla era de tres rounds, uno vs uno.

Rodrigo (2021) nos comentó que entró a la clasificatoria Patagonia Norte, junto a tres freestylers neuquinos, entre ellos Miguel. Y agregó que, con este nuevo sistema, Red Bull permitió que participarán más freestylers de Argentina que no estaban dentro del circuito profesional.

Red Bull ahora se expandió, porque vos antes mandabas los videos, pero igual, siempre clasificaban a las clasificatorias, los de Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe. Y este año Red Bull se expandió, porque dijo que iba a hacer la clasificatoria si o si, en toda, en toda, tratar de abarcar la mayor parte del territorio del país (Rodrigo, 2021).

La clasificatoria Patagonia Norte se llevó a cabo en Jacc un bar/resto, ubicado en el Paseo de la Costa de la ciudad del Neuquén⁶⁷.

Miguel (2021) por su parte, nos dijo lo siguiente sobre su experiencia en las clasificatorias a RBDG 2021:

Era un poco complicado porque éramos sesenta a largo de todo el país, y este año clasificaban trece nada más. Así que imagínate el filtro que había que pasar. Y había gente como Sony, había gente como... que se yo, Larrix, como Mecha, como Naista, que ya estaban ahí. Chicos que le están metiendo super zarpado, y... nada estaba difícil, pero nada, di lo mejor y fue una experiencia super linda para mí.

Los sujetos nombrados por Miguel son competidores que participan activamente del circuito profesional del freestyle. Naista y Larrix, son dos freestylers cordobeses que ascendieron a la temporada 2022 de FMS Argentina. Como mencionamos anteriormente, los freestylers que residen en lugares como Córdoba, tienen la posibilidad de competir generalmente todos los fines de semanas, tanto en competencias de plazas como en escenarios, como así también en competencias que otorguen puntos para el ascenso de FMS. Esto se debe a que, en esas ciudades, las competencias de freestyles están más desarrolladas, posibilitando que más gente explote económicamente las competencias provocando una concentración de eventos. Debemos aclarar dos cosas con respecto a la concentración: la primera es que no solo sucede con el freestyle sino también con otros géneros musicales como por ejemplo bandas de rock; la segunda, que haya una concentración en esos lugares responde a un desarrollo económico general del país.

Entonces, podemos decir que a mayor concentración de competencias mayor circulación de freestylers. Al haber tantos eventos en un mismo lugar, permite que haya un flujo de participantes distintos. Si bien están los freestylers que residen en esas ciudades también se acercan competidores de otras provincias, ya sea por los premios, que son económicamente mayores que en la región del Alto Valle, o para competir contra freestylers que estén en el circuito profesional, a quien muchas veces las organizaciones contratan para impulsar sus eventos. Todo esto, hace que el nivel de competencia no sea siempre el mismo volviéndolo atractivo para los freestylers. Distinto es en esta región, donde muchas veces en las

⁶⁷ Datos obtenidos de la red social Instagram de Jacc.

competencias *underground* participan los mismos freestylers, convirtiéndose en un nivel monótono. Que haya una circulación de freestylers, además del aspecto técnico, estimula el aspecto artístico del freestyler, haciéndolo desarrollar otro nivel de competencia.

En el Alto Valle, el flujo de competidores se comenzó a generar con las fechas de La Jungla.

En la Jungla pasada que diga⁶⁸ vino un pibe de Corrientes⁶⁹, vino otro pibe de Chubut, vinieron pibes de Mendoza, o sea, si bien tiene que ver con el tema de FMS, y los puntos y todo eso, eh... O sea, son chicos que son, eh... que dejan todo digamos por hacer lo que realmente le gusta, ¿me entendés? (Miguel, 2021)

El premio de esa fecha fue un cupo a la Final Nacional Ámsterdam Free, ubicado en el rango 3 del ascenso a FMS. Para esa fecha se hicieron filtros en la plaza de Centenario. Hubo 16 participantes seleccionados, uno de ellos entró a través de un cupo otorgado por 24cente, una competencia de esa ciudad. Podemos observar además de una circulación interna de freestylers, un flujo externo. Uno de los motivos de esa circulación fue el premio: el cupo a una competencia de rango 3, donde el freestyler obtendría 1.500 puntos por participar, mientras que el ganador 10.000.

El ganador de aquella fecha fue Exe, un freestyler correntino. Con respecto a su participación, Miguel (2021) nos dijo lo siguiente.

Se lo toma super enserio, tiene un entrenador, tiene... ya es otro tema, y el chico fue, la ganó estuvo primero que todos. Aun así, se pagó él el avión y pagó inscripción, se tomó un colectivo en una ciudad que no conoce, eh... y estaba primero que nosotros, llegamos a hacer los filtros y el chabón estaba primero que nosotros, y nada, la verdad que la rompió toda, es un caballero el chabón y se lo re merecía.

Observamos que las decisiones que toma el competidor: contratar un entrenador, pagar sus pasajes, esforzarse por conseguir puntos, sumar experiencia en el circuito y formar una trayectoria, tiene que ver con lo que Lee (2015) nombra como ser profesional. Entendemos que Exe abordó de forma profesional su carrera ya que, le dedicó tiempo para desarrollarla y enriquecerla. Es por ello que asimilamos las decisiones y acciones que toma Exe tienen que ver con el aspecto artístico de la profesionalización del freestyle.

⁶⁸ Miguel hace referencia a la fecha 5 que se disputó en Centenario.

⁶⁹ Hace referencia al freestyler Exe.

Podemos decir que existen ciudades dónde hay tantos eventos que se produce una concentración, encontrando tanto competencias *underground*, como competencias del circuito profesional. Los freestylers que compiten en estos lugares desarrollan aún más su aspecto artístico debido a la circulación de freestylers y los premios económicos que hay. Distinto es en el Alto Valle que predomina una circulación de freestyler interna, salvo cuando La Jungla organiza alguna fecha que hay una circulación externa pero mínima. Esto genera, en los freestylers regionales, que siempre mantengan un mismo nivel artístico ya que se enfrentan a los mismos competidores una y otra vez en casi todos sus eventos.

Observamos que las competencias como FMS y RBDG buscan expandirse a otras regiones de Argentina. Con ello, buscan encontrar nuevos talentos en el freestyle que no han tenido la oportunidad de demostrarse en el circuito. Esta circulación de freestyler en el caso de FMS se concentra en grandes urbes, haciendo que haya muchas más competencias en determinados lugares aumentando el flujo de competidores que pasan por allí y elevando el nivel de los competidores de esa región. Por ello, ningún competidor de la región pudo acceder a RBDG a pesar de que el formato de clasificación los tuviese en cuenta.

En cuanto al freestyler regional

La circulación de freestylers que advertimos en el apartado anterior en nuestra región se da de forma diferente. En el Alto Valle solo hay un flujo de competidores internos, es decir entre competencias de la región.

En el capítulo 1, habíamos dicho que la mercantilización del freestyle trajo una mejora en los aspectos técnicos de las competencias, mayor capacidad física para el público, mejor sonido, iluminación, productores, entre otras cosas. Con la mercantilización se empieza a desarrollar la profesionalización del freestyle, es decir que ahora los competidores podían vivir de lo que les apasionaba. Pero, para ello debían desarrollar su faceta artística, es decir, su forma de *rapear*, su trayectoria, obtener más experiencias, etc. Una forma de lograr esto, además de entrenar, es compitiendo en diferentes eventos contra distintos freestylers.

En la región, una de las consecuencias que trajo la pandemia por Covid-19 fue la reducción de competencias, y, por ende, una disminución de circulación interna de freestylers. A lo anterior, podemos agregarle que las organizaciones en esta región no buscan un mismo objetivo. Cuando preguntamos a Julián si existía una liga que uniera todas las competencias del Alto Valle, más allá de algunos cupos que se ofrecen de premio, nos dijo “no hay una liga unificada de todas, pero si hay ligas diferentes, es como, lo único que falta es ese paso de unificar todas las competencias”. La unificación de ligas profundizaría la circulación interna de freestylers, además del acercamiento de freestylers de ciudades y provincias que estén alrededor de esta región. Al haber una mayor cantidad de público y de competidores sería más factible la posibilidad de conseguir sponsors.

Julián (2021) al igual que Rodrigo, coincidieron en que para que haya un flujo de competidores en Río Negro más allá del interno, se debía hacer una liga que esté federada a FRF.

Hay que hacer una liga acá, porque va a generar movimiento, va a generar movimiento, tanto de competidores como de eventos, van a empezar venir personas de otros lados que es lo que interesa. Porque competir siempre con los mismos no te hace *rappear* mejor, te acostumbra, te deja en tu zona de confort, ¿viste? así que, es como muy necesario que vengan todo el tiempo personas nuevas, todo el tiempo personas nuevas.

Tanto Julián como Rodrigo, hacen referencia a Río Negro porque Neuquén cuenta con La Jungla. La existencia de una competencia en Río Negro ampliaría un poco más la circulación de freestylers que no sean solo de la región, posibilitando la mejora del aspecto artístico de los competidores regionales y aumentando los cupos para otras competencias que sumen puntos a la FMS. Además, todo esto permitiría a los competidores regionales expandir un poco más sus oportunidades dentro del circuito profesional.

Julián (2021) observó que, con la llegada de la liga profesional, la forma de *rappear* ha cambiado, incitando al competidor a entrenar un formato y desarrollar otras facetas artísticas de su freestyle. En las competencias *underground*, por lo general, los ganadores son elegidos por los mejores *punchlines*. Esto es el legado del formato de competencia de la RBDG. Pero en el circuito profesional del freestyle se evalúan otras herramientas además del *punchline*. Esto permite a la liga seleccionar con mayor precisión qué es lo que esperan de un freestyler.

Pero para poder evaluar estos nuevos aspectos, el formato para rimar tuvo que ser modificado. Es por esta razón que Julián (2021) sostiene que el freestyle ya no es tan libre, ya que te dice cómo *rapear*.

De todo lo expuesto, queremos resaltar, por un lado, un tema que se viene discutiendo, dentro de la *escena* del freestyle, desde que aparecieron formatos más rígidos como el de FMS. Y es que, algunos competidores sostienen que el formato FMS⁷⁰ no permite la libre asociación de ideas, ya que te dicen, por ejemplo, cómo *rapear*. Estas modificaciones conducen al debate sobre la posible desaparición del freestyle, en tanto estilo libre de *rapeo*. Esta discusión se abordará con más profundidad en el siguiente capítulo.

Por otro lado, Julián nombró la necesidad de entrenar para entrar en el circuito profesional. Al haber más competencias que otorguen puntos a FMS, aumentaría la circulación de freestylers y por ende el nivel de competencia en la región. Ya que, habiendo más oportunidades, podría estimular a más competidores regionales intentar entrar al circuito profesional del freestyle. Por ello la aparición de otra liga federada a FRF, podría influir en un mayor desarrollo del freestyler regional.

El proceso de profesionalización y mercantilización del freestyle, permite a algunos de los sujetos que rapean vivir de lo que les gusta. Las competencias y los freestylers regionales buscan adaptarse a esto, ya que una vez que una actividad se mercantiliza, en el marco del capitalismo, es difícil quedar fuera de ello. Sentar las bases de la mercantilización, permitiría a eventos como Round One, amortizar económicamente gran parte de sus competencias. Estimular el proceso de la profesionalización permitiría a más freestylers regionales poder tener la oportunidad de vivir de lo que les gusta. Es por ello, que los integrantes de la cultura del hip hop regional buscan sentar estas bases dentro del Alto Valle, siguiendo los pasos de otras competencias que están dentro del circuito profesional.

De todo lo visto en este apartado, podemos decir que, los freestylers que viven en lugares donde las competencias del freestyle están más desarrolladas abordan esta actividad de un modo más profesional. Esto se debe a que, al tener eventos todos los fines de semanas, con grandes premios y freestylers de renombres los competidores mantienen una constancia y

⁷⁰ Ver capítulo 1.

pueden desarrollar de otra forma sus carreras. En el Alto Valle, La Jungla en sus eventos suele traer freestylers que se desenvuelven en el ascenso, pero sus fechas son organizadas sólo una vez al mes, por lo que además de federar una organización piensan en otras posibilidades para estimular el aspecto artístico, como por ejemplo una liga que uniera a los demás torneos que ya hay en la región.

Diferencias entre competencias de plaza y bar

En este apartado realizaremos una comparación en la organización, en el nivel de competencia y el nivel técnico (sonido, iluminación, etc) entre el circuito *underground* y el circuito profesional, que a su vez influye en cómo se forma un competidor. Luego, abordaremos un subapartado que compara a Round One y La Jungla, en relación a este tema.

Estos procesos de mercantilización y profesionalización, que se dan dentro de las competencias de freestyles, traen aparejadas también distinciones entre una competencia que se organiza en una plaza, y otra que se hace por ejemplo en un bar. Cuando consultamos a Julián (2021) sobre esto, nos dijo que: “como se organizan son muy diferentes, normalmente una compe de plaza no tiene el interés económico que tiene una compe de escenario atrás, porque hay plata de por medio y las personas que las organizan no quieren perder plata”. Esto nos llevó a pensar que hay diferentes niveles de organización para cada competencia. Mientras para los eventos que se realizan en un bar, el interés se centra en el público, en las competencias de plaza el interés se centra en los competidores.

Decimos que las competencias en bares o escenarios se centra en el público porque hay gente que va a pagar por ir al espectáculo. Por ello, el organizador debe tener en cuenta ciertos aspectos para brindarle todas las comodidades que necesita el público que adquirió la entrada para el evento. Estos aspectos son los que denominamos como técnicos. En tanto que las competencias de plazas son organizadas, muchas veces, con lo que está al alcance de su mano, ya que acá no media una lógica mercantil, es decir, no organizan una competencia para obtener plata, sino como promoción de la cultura. Por eso decimos que se centra en los competidores, ya que muchas veces es para ellos que se organizan las competencias. Todo esto en cuanto a nivel organización.

Teniendo en cuenta una perspectiva competitiva, Julián (2021) nos dijo que “se siente totalmente diferente, la energía es otra”. Y agregó que esto se debe a que en las competencias en escenarios el competidor tiene luces en la cara, un micrófono y mucha cantidad de público. Mientras que las competencias de plaza la mayoría de las veces el público son amigos que acompañaron a los que van a competir. Por su parte, Miguel (2021) nos comentó que “técnicamente hay una diferencia acústica impresionante. En la plaza yo puedo gritar todo lo que quiera que voy a pasar hasta un poco desapercibido por el ambiente, por el espacio” y añadió que el buen uso del micrófono en el escenario es fundamental.

Hay muchos chicos que no lo saben manejar. Por eso nosotros también aparte de... cuando vamos al evento le decimos a nuestro sonidista, al chico que trabaja con nosotros, “amigo explícale por favor cómo agarrar el micrófono, cómo manejar los volúmenes de voz”, porque justamente la función del micrófono es amplificar y si vos estás gritando a full o no manejás los tonos, la gente se va a aterrar y no te va a escuchar, o sea, no te va a gritar la rima por más buena que sea, por el sencillo hecho que no supiste manejar, digamos, cuestiones técnicas que son fundamentales, eso por el lado técnico.

Continuando con la perspectiva competitiva, también entra en juego el aspecto artístico en esta distinción entre competencias de bar y plaza. Con respecto a ello Miguel (2021) nos explicó

Entra en juego mucho la puesta en escena. Entra mucho en juego cómo te paras, la actitud que vos tenés. Entra mucho en juego, digamos, cómo decís las cosas, en qué tono decís las cosas, no es lo mismo que yo te diga “te voy a matar” a [poniendo más énfasis] “te voy a matar”, ¿me entendés? Eso es todo lo que es la puesta en escena, cómo te paras, cómo intentas distraer a tu rival, qué espectáculo hacés. Hay muchos chicos que se quedan quietos por el sencillo hecho de que no saben cómo moverse en el escenario, por ejemplo, vino este chico de Corrientes [Exe] o Purry, por ejemplo, que manejan muy bien la puesta en escena y saltan, se mueven, se agachan. Los tipos saben manejarse muy bien en un escenario, desenvolverse muy bien, entonces en un escenario entran en juego mucho de esas cosas

La puesta en escena, es lo que Rodrigo (2021) nombró como saber dar un espectáculo. Esto tiene que ver con dejar una buena imagen frente al público y no tanto en quien sea el vencedor de la batalla. Esto hace referencia a la creación de personajes que nombramos en el capítulo 1, lo que permite darse a conocer entre la gente y que además se identifiquen con tu estilo. Dar un buen espectáculo se desarrolla a través de la práctica, participando en distintos eventos, de ahí la importancia para el freestyler que haya un flujo de competidores y que,

además, pueda participar en otros eventos, para enriquecer su faceta artística que luego le servirá en circuitos profesionales. A la puesta en escena, Miguel (2021) le sumó la forma de *rapear* que tienen los freestylers en distintas competencias.

La construcción del *punchline*, o sea la forma en la que vos construís la rima para que llegue a su final. Porque no es lo mismo que yo diga “vengo con la rima y tengo la Pepsi en la mano, porque vengo con la rima y estoy hablando con un hermano” y vengo con la rima 30 veces, ¿me entendés? A realmente construirlo y tener una coherencia de principio a fin, con una buena terminación. Eso es super fundamental porque si vos tenés *flows* se va a notar, pero no se va a notar tanto. En cambio, la consistencia, ir directo es lo que más predomina en un escenario, yo esas son las diferencias que yo encuentro mucho, que los chicos de plaza por ahí en las cuestiones técnicas se les va un poco de las manos y ahí gana: una, el que mejor día tiene y el que mejor maneja esas cosas.

Podemos observar una serie de distinciones que surgen entre las competencias de escenarios y las competencias de plazas. Las cómo las formas en que se organizan y sus centros de intereses distan unas de otras. Es por ello que en nuestra tesis distinguimos un circuito *underground* de uno profesional. En el primero, abundan las competencias de plazas y son una especie de “semillero”, es decir, de este circuito, saldrán los próximos freestylers que asciendan a las competencias técnicamente profesionales. Mientras en el circuito *underground* los competidores forjan sus estilos y se arman de una trayectoria; en el circuito profesional, pulen sus estilos según lo que requieran las grandes competencias, y convierten su arte en un trabajo remunerado.

Debemos aclarar que lo dicho anteriormente, no se da en forma tan lineal, hay casos en que los freestylers ya tienen perfeccionado sus estilos, pero no llegan a circuitos profesionales o no logran asentarse. Un ejemplo de esto, es Julián, quién compite en algunas competencias del circuito profesional porque le gusta enfrentarse a los mejores y no por deseos de llegar a FMS.

La Jungla y Round One: Una comparación de competencias

A lo largo de este capítulo, hemos caracterizado dos competencias de la región del Alto Valle que a nuestro entender son de gran relevancia. En ese desarrollo, hemos encontrado varias conexiones que se dan de distintas formas entre La Jungla y Round One. Una de ellas, se

originó a través de los integrantes de la NDK, ya que participan activamente en las competencias que organiza La Jungla. Hasta la fecha 6 de la temporada 2021, Julián lideraba la tabla con 13 puntos y lo seguía Eme Deskarrilado, otro integrante de NDK, con 10 puntos. Además, Bruno Agüero, uno de los organizadores de La Jungla, estuvo de jurado en la primera fecha de Round One.

Otra conexión que observamos fue en la fecha 2 de Round One, en la cual uno de los premios era un cupo para competir en La Jungla. Más allá de la relación entre las dos competencias, debemos decir que no por ello, Round One pertenezca al circuito profesional de competencias, pero si permite una circulación de freestylers, donde Round One ayuda a seleccionar competidores a La Jungla para el ascenso a FMS.

Advertimos grandes diferencias en el aspecto técnico entre La Jungla y Round One. Esto se da debido a las formas de organizar las competencias. La Jungla al estar federada a la liga profesional, debe cumplir una serie de normativas y requisitos para llevar a cabo sus eventos, que están dados por la normativa de FRF. Cumplir aquella normativa le otorga transparencia a la competencia y el espectáculo se desarrolla similar a la FMS. Round One, por su parte, es organizado según los criterios y pareceres de su *crew*, por lo que no se adhiere a reglamentos exteriores.

Round One, al ser una competencia autogestiva, tiene dificultades con algunas cuestiones técnicas. Por ejemplo, la NDK lleva sus parlantes o consigue uno para poder utilizar *beats* en su competencia. Estos parlantes, a veces fallan en medio de las batallas por lo que una persona que está en el público o los mismos competidores, realizan *beatbox* para que no se corte el clima del enfrentamiento. La Jungla, por su parte, contrata un sonidista para que esto no suceda. Además, las formas de dirigirse al público y a los competidores, en sus redes, son distintas. Percibimos un tono más informal en Round One.

Cuando preguntamos a Julián (2021) los motivos por los cuales NDK había decidido organizar una competencia, nos enumeró una serie de problemas que encontraban dentro del circuito *underground* del Alto Valle y agregó que el competidor debe ser el foco de los eventos: “si vos no tratás al foco de tu evento como debe ser tratado, tu evento es una mierda, y en el sentido no de que sea malo, sino de que eso no es hip hop”. Esto que mencionó Julián

es una similitud entre las dos competencias, ya que cada una se inició con el objetivo de valorar a los competidores regionales en sus eventos. Cada una lo hace desde perspectivas similares. Mientras La Jungla buscó generar oportunidades para que los freestylers regionales puedan competir en otras provincias y eventos que están dentro del circuito profesional; Round One trabajó la valoración desde el respeto al competidor, desde su comodidad, pero también contemplando la parte económica dentro del circuito *underground*.

Como mencionamos anteriormente, la perspectiva de valorar a los competidores regionales, de Round One, se forjó a través de las experiencias que han tenido sus integrantes dentro de otras competencias. Julián (2021) observó que

Muchos competidores son maltratados por las organizaciones, esto va más en eventos grandes ¿no? porque, qué sé yo, nosotros hacemos un evento en una plaza con cosas que llevamos nosotros, no tenemos sonidos, no tenemos nada, no hay nadie que nos tire una mano ¿viste? Pero los eventos grandes, es como, si hay plata, si hay banca política, ahí se cobra entrada y un montón de cosas más, y lamentablemente a los competidores los maltratan mucho o no nos tratan cómo se tienen que merecer ser tratado, qué sé yo, vieja.

Julián hizo alusión, por ejemplo, a los gastos que tiene un freestyler para competir, los premios que obtienen y los lugares donde tienen que dormir. Sin ir más lejos, el 13 de febrero ¿de 2021? se disputó la BDM regional en Villa la Angostura. Julián no tenía lugar donde quedarse por lo que utilizó su Instagram para encontrar alguien que lo alojara por una noche. Además, viajó a dedo. Con respecto a lo anterior, Julián (2021) dijo lo siguiente:

Nosotros no hacemos una competencia con 600 espectadores, nosotros hacemos una competencia que 30 se anotan a competir y otros 20 son amigos o cercanos de esos 30 que van a competir y se quedan viendo. Y no, nuestra competencia no es la mejor, pero sí nos hace sentir la mejor porque la gente nos dice como “hey, loco su organización está muy buena, muchas gracias, se necesita esto” ¿viste?

Es por estos motivos, que sostenemos que Round One es un evento autogestivo desarrollado con otras perspectivas que no se centran en lo económico, aunque puede estar presente en menor escala. Por ejemplo, existe intercambio económico en las relaciones que desarrolla con los emprendimientos que ofician de sponsor, al utilizar sus productos como premio a cambio de publicidad en sus redes.

En La Jungla, estas lógicas mercantiles se encuentran mucho más marcadas. Gracias a la publicidad que obtiene de FMS, La Jungla puede conseguir otro tipo de sponsors, además de obtener mayor facilidad para negociar con los bares donde quieran llevar a cabo las fechas. Gracias a esto, las fechas de La Jungla son desarrolladas en distintas ciudades del Alto Valle. Si bien observamos en La Jungla mayor grado de mercantilización que Round One, sus organizadores no viven solamente de las competencias, recordemos que Miguel tiene otros dos trabajos.

Capítulo 3: "Yo ahora soy como soy gracias al rap y al hip hop"

En este capítulo analizaremos las perspectivas que forman los sujetos de la cultura de hip hop del Alto Valle con respecto al desarrollo actual del freestyle argentino. Para ello, tomaremos las concepciones de nuestros entrevistados centrándonos en tres puntos. Vale aclarar que, entendemos que cada persona concibe y lleva adelante el hip hop de formas diferentes, pero entre ellos, encontramos distintos aspectos que les son comunes.

Así pues, en el primer punto describiremos rasgos generales de la cultura del hip hop en el Alto Valle antes de que surgiera la popularidad y profesionalización del freestyle en Argentina. En base a esto, examinaremos cómo se fue reconfigurando la cultura del hip hop del Alto Valle a partir del auge de las competencias de freestyle, para luego abordar qué percepción del hip hop tienen nuestros entrevistados.

En el segundo punto, mencionaremos y detallaremos las distintas actividades y proyectos que se desenvuelven actualmente en la cultura del hip hop del Alto Valle. Debemos decir que la mayoría de ellas son mencionadas en las entrevistas y otras tantas surgen de nuestra observación en el campo y fuentes documentales.

Por último, examinaremos las perspectivas y opiniones que tienen nuestros entrevistados con respecto a los procesos de mercantilización y profesionalización por los que está atravesado el freestyle argentino.

Resignificaciones de la cultura del hip hop del Alto Valle a partir de la popularización de las competencias de freestyle

Como advertimos en el capítulo 1, hubo una mercantilización de las competencias de freestyle. Luego, con el paso del tiempo, estos eventos fueron adquiriendo más consumidores incluso fuera de la cultura del hip hop. Fue tal la popularidad que consiguieron las batallas, que algunos organizadores con UR a la cabeza, se plantearon una profesionalización de la actividad.

Esta ola de popularidad que abrazó a las competencias de freestyle del habla hispana también se observó en la Argentina, sobre todo en ciudades como Buenos Aires, Rosario y Córdoba, de las cuales surgen grandes eventos de freestyle como así también competidores. Pero nada sabemos de cómo repercutieron esos procesos de mercantilización y profesionalización en el freestyle, en regiones como el Alto Valle. A continuación, realizaremos una breve reconstrucción, a partir de los relatos de nuestro entrevistados, de la cultura del hip hop en la región, dividida en dos partes: Neuquén y Fiske Menuco. Luego, observaremos el modo en que se da una reconfiguración de la cultura a partir de las competencias de freestyle. Por último, tomando como base lo anterior, indagaremos en las percepciones sobre el hip hop de nuestros entrevistados.

Un recambio generacional neuquino

Para realizar una descripción de la cultura del hip hop en la ciudad de Neuquén, utilizaremos la experiencia de Miguel. A través de su entrevista, conocimos las situaciones generales que sucedieron en aquella ciudad.

Antes de dedicarse a organizar La Jungla, Miguel competía en distintos eventos de freestyle. Al momento de realizar la entrevista nos comentó que tenía 20 años. Él empezó a sumirse en el mundo del hip hop a mediados de 2011, a través de un disco de reggaetón hecho por el cantante puertorriqueño Don Omar:

Para mí es un discazo, había reggaetón, había perreo, había todo lo que ya sabemos que tiene el reggaetón, pero tenía unas pistas de rap que a mí me marcaron en ese momento. Entonces, estaba el rapeo, estaba el fraseo, estaba la construcción, digamos, de la idea y todo eso y nada, ese fue mi primer acercamiento (Miguel, 2021).

Otro acercamiento, esta vez más directo con el hip hop, fue mediante la película de Eminem, 8 Miles, con la cual también conoció lo que eran las batallas de freestyle. El filme retrató momentos de la vida de Eminem mezclado con ficción. El protagonista fue B-Rabbit, un muchacho de tez blanca que buscaba ganarse el respeto de la *escena* del hip hop de Detroit y conformar una carrera como rapero. Para ello, compitió en los *cyphers* que se organizaban en la ciudad. Tal fue la importancia que generó esta película, que según Ortelli (2016) parte

del interés de Red Bull por las competencias y el posterior éxito, también se debió a “8 miles” que fue estrenada en 2002.

Miguel, por su parte, también sintió aquel interés, por lo que decidió buscar competencias de freestyle de habla hispana en internet. En esta búsqueda, se encontró con RBDG internacional y se enteró que Argentina tenía un campeón internacional llamado Frescolate. Esto lo motivó más aun, por lo que además de continuar con la búsqueda de competencias, empezó a practicar freestyle.

Cuando tenía 13 años, decidió acercarse a las plazas para competir: “Para mí fue un choque totalmente, qué sé yo, era otro planeta, era otro mundo, era como ver lo que vos veías en un video en otra gente” (Miguel, 2021). Miguel recordó que en ese tiempo no había mucha gente que hiciera freestyle, por ejemplo, en su escuela él era el único. Además, agregó que “era otro ambiente al que es hoy, había chicos que bueno, que hoy por hoy ya no están más, que son padres muchos, que están trabajando muchos. Estaba la generación, la primera generación, digamos, de raperos acá en Neuquén, que bueno, nada, ya esos tampoco quedan ninguno, quedan muy pocos” (Miguel, 2021). Podemos decir, a partir de lo descrito por Miguel, que en Neuquén hubo cambio generacional, es decir, otras personas pasaron a ocupar los espacios de reunión y los lugares donde se organizaron competencias, aunque ello no implicó necesariamente alejarse de la cultura del hip hop.

Entendemos que este cambio generacional se generó por diversos motivos, uno de ellos se ve reflejado en la experiencia personal de Miguel, quien nos dijo que deseaba otras cosas para su vida y que ya no se hallaba en el ambiente como competidor. En palabras de Miguel (2021): “lo hice mucho tiempo y ya está, como que cumplió una etapa muy linda y nada, siento que, que no, no ya no, no es mi prioridad y tengo otras prioridades”. Según él, algunas de ellas son: buscar trabajo, entrar a una carrera universitaria, iniciar otros emprendimientos, etc. Y agrega que, si bien no es una prioridad, nunca dejó de hacer freestyle porque es una pasión “como jugar a la pelota”. Como podemos observar, Miguel dejó de ocupar un espacio en las competencias como competidor pero no abandonó otro tipo de actividades dentro del hip hop como la organización de eventos o de vez en cuando oficiar de jurado en batallas de freestyle.

Pero como mencionamos este acontecimiento no se dio solamente por la partida de algunas personas, sino que también llegaron nuevos sujetos a la cultura. Cuando Miguel (2021) vio la película de Eminem y empezó a buscar batallas de freestyle en internet, encontró que “España estaba mucho más desarrollado, que había muchos eventos, muchas batallas, que se hacían, y que acá no, por ejemplo”. Miguel (2021) sostuvo que eso se debió a que Argentina llegó tarde al mundo del freestyle: “Calculé que Red Bull campeones españoles tiene muchísimos más que argentinos, por el simple hecho de que el acercamiento y la llegada del freestyle a esos países fue mucho más influyente”. Hasta el 2021, se organizaron 14 temporadas de RBDG internacionales de las cuales seis campeónó un español.

El recambio generacional del que habla Miguel se dio aproximadamente en el año 2013. En aquel tiempo, la RBDG, el mayor evento de freestyle de esa época, iba a organizarse nuevamente luego de un receso de dos años. En ese mismo evento, Dtoke salió campeón siendo el segundo argentino en conseguir ese logro. Esto, además de ser un gran estímulo para la *escena* argentina del freestyle, sentó las bases para el gran desarrollo que tendría posteriormente. Las competencias de freestyle a partir de este suceso, entre otros, comenzaron a tener un auge en las plazas haciendo que en esos lugares llegaran caras nuevas.

Si bien las plazas abrazaron un auge de competencias, por lo menos en Argentina no había un circuito profesional desarrollado. Los grandes eventos de freestyle eran escasos y quienes competían lo hacían por amor a la cultura, ya que rara vez eran remunerados. Por ejemplo, Dtoke en una entrevista para Caja Negra, comentó que al salir campeón de aquella RBDG internacional, la organización le permitió quedarse todo el fin de semana en el hotel⁷¹ y cuando llegó el día lunes tuvo que volver a trabajar en su remise⁷². Dtoke se preguntó qué había hecho mal ya que pasó de estar en un evento con todas las comodidades a volver a trabajar en una ocupación que no le gustaba.

⁷¹ La final Internacional de RBDG Argentina se disputó el jueves 5 de diciembre de 2013. Dato obtenido de “Red Bull Batalla de los Gallos transmisión en vivo” de la página de Red Bull. Recuperado en: <https://www.redbull.com/ar-es/red-bull-batalla-de-los-gallos-transmisi%C3%B3n-en-vivo>

⁷² Caja Negra es un contenido de YouTube para Filo News en el cual se realizan entrevistas a representantes del ámbito cultural en Argentina. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=JkQ67doHBrw&ab_channel=FiloNews

En síntesis, en Neuquén, antes de que las competencias de freestyle fueran masivas, hubo gente que practicaba freestyle y competía, aunque eran pocos. El grupo que Miguel nombró como la primera generación, con el paso del tiempo se vio disminuido. Esto se debió a que hubo un cambio generacional debido a distintas razones, entre ellas el cambio de prioridades, la toma de otras responsabilidades, la llegada de otras personas y la nula remuneración por competir y organizar competencias.

De las juntadas en la estación del tren a las plazas en Fiske Menuco

Para bosquejar cómo se desenvolvía la cultura del hip hop en Fiske Menuco años anteriores a la popularización de las competencias de freestyle, vamos a tomar el relato y la trayectoria de Rodrigo.

En el diálogo que mantuvimos con Rodrigo, nos realizó un paneo general de cómo era la cultura del hip hop cuando él empezó a dar sus primeros pasos por ella: “cuando yo empecé, que tendría 13, 14 años, 14, 15 años, estaban estos chicos que hacían reggaetón, el Facu y el Rafa. Acá en Roca había un grupo que se llama la ETC, que venían de tiempo y de data, y de rap, rap puro, rap real de rap de hip hop” (Rodrigo, 2021). Agregó que en Barrio Nuevo estaban el rapero MG y el *beatmaker* y MC, VK y en Villa Obrera, el rapero Splash.

Había como una movidita de un grupo de 15 personas que estaban metidas en la movida ¿viste? Y que hacíamos canciones, y por allá había hasta bronca entre nosotros y nos hacíamos canciones entre nosotros⁷³, y después nos cruzábamos en la calle y estaba todo bien, pero nos hacíamos canciones y la subíamos a internet ¿viste? En ese tiempo, me acuerdo, que había una página que ¿Cómo era? tumusica.com, o algo así, vos ... era una página donde vos podías subir tus canciones y no la podía descargar la gente, pero podías entrar ahí y escucharla ¿viste? Era como un SoundCloud de ahora (Rodrigo, 2021).

Rodrigo ubicó su relato a mediados del 2010. En aquella época era común que surgieran *tiraderas* entre raperos. También era muy común que haya pocos sujetos que estuvieran dentro de la cultura del hip hop, o que al menos lo mencionaran debido a que la cultura era

⁷³ A esta acción se la conoce como *tiraderas*.

un tanto estigmatizada⁷⁴. Uno de los motivos, por el cual, esta cultura no estaba expandida, puede ser la escasa infraestructura de internet de la época. Por ejemplo, cuando consultamos a Rodrigo (2021) cómo se había interesado por el hip hop, nos respondió lo siguiente:

Crecimos acá en barrio Tiro con lo que teníamos. Y tenía un vecino, mi vecino de en frente, el “Gato”, que el chabón, la madre tenía, se había comprado un DVD me acuerdo. Y la madre le regaló un DVD donde traían videos de música urbana, de principalmente reggaetón y de rap. Estaban las canciones de Snoop Dog, 50 cent, había algunos. Y fue como que, un día el chabón me invitó a su casa y me dice “mirá lo que tengo”, tuc, pone el DVD así y fue como que flasheé mal así, porque no podía parar de mirarlo.

Percibimos una fractura digital, originadas por las diferentes capacidades adquisitivas de algunos sectores y en la estructura organizativa para el acceso selectivo, de tal manera que internet sea para quienes puedan pagarlo (Zallo, 2011). Este beneficio de unos pocos, dejó marginado a algunos sectores del Alto Valle, como el barrio Tiro Federal, dificultándose el acceso a las nuevas tecnologías de la comunicación, como así también a nuevos contenidos culturales.

Continuando con el panorama general de la cultura de hip hop de Fiske Menuco, Rodrigo (2021) nos comentó que aproximadamente en 2013, empezaron a organizar juntadas en la estación de ferrocarril llamada Fuerte General Roca.

Era una juntada de todos los raperos para juntarnos a rapear ahí, a disfrutar de hacer *cypher*, nada de batallas. Era juntarnos, y hacíamos una ronda y rapeábamos y tirábamos freestyle. Entonces eso me hizo como enganchar como en la onda de hacer freestyle, de tirar freestyle. Entonces era como religiosamente, como ir a la iglesia todos los domingos, íbamos a la estación a las siete de la tarde, rapeábamos como hasta las diez de la noche, y éramos una banda, una banda de chabones, éramos como cuarenta, cincuenta, me acuerdo. Iban chabones que hacían *beatbox* y nosotros rapeábamos e iban *b-boys* y tiraban un vinílico y bailaban también, y era todo muy rapero. Fue en esa época que recontra re mil pintaron también ahí la estación y después un quilombo, que el municipio tapó todo.

Como podemos observar, luego de pasar algunos años, la cultura fue difundiéndose un poco más entre los habitantes de Fiske Menuco. Los que eran unos aproximadamente 15 sujetos haciendo hip hop, pasaron a ser alrededor de 50 personas, que además tenían un lugar en

⁷⁴ En el apartado “De talleres de rimas y otros eventos”, analizamos cuáles son las actividades que se organizan en pos de que la cultura del hip hop no sea estigmatizada en la ciudad, según el relato de Rodrigo.

común de reunión. No solo se expandió entre los sujetos, sino que también tomó otras formas, como el *beatbox*, el *breaking* y el *graffiti*.

Pese a que observamos que el freestyle en la región se hacía en *cyphers*, no es conveniente afirmar que no existían las competencias de freestyle en la región, aunque podemos advertir que no eran muy populares en ese momento. Rodrigo nos contó que, a partir de las reuniones que tuvieron en la estación de tren, él empezó a interesarse más en el freestyle. Comenzó a practicarlo con más vehemencia. Gracias a eso, lo contactaron vía Facebook, una competencia de plaza llamada “Gigantes de Acero”. Consiguió plata para viajar a Neuquén e ir a competir. Esto lo motivó mucho más con respecto al freestyle. Por lo que viajó a batallar entre cuatro a cinco veces más a Neuquén, hasta que decidió realizar su propia competencia en Fiske Menuco: “se llenó de gente, o sea, banda de pibes que salieron de acá, que yo no sabía que rapeaban ¿por qué? porque no eran raperos, porque eran freestylers solamente. Se ve que hacían freestyle, entonces aparecieron ahí y la ‘re’ rompieron también” (Rodrigo, 2021). Entendemos que con el avance de las nuevas tecnologías de la comunicación se expandieron nuevas formas de consumos en Argentina, y por ende otras formas de consumir el hip hop, abriendo una nueva puerta de acceso a esta cultura. Antes era común acceder a través del rap o el *breaking*, ahora se sumaban las competencias⁷⁵.

También hallamos cierta reticencia para con los freestylers, ya que no eran tenidos en cuenta por algunos sujetos de la cultura del hip hop hasta la popularización de las batallas de freestyle. Y es que como observamos, el hip hop de Fiske Menuco a mediados del 2010 era representado por raperos, graffiteros y *breakers*, y no fue hasta después de la expansión de las nuevas formas de consumos y el auge de las competencias, que los freestylers tuvieron un reconocimiento dentro de la cultura del hip hop.

Rodrigo (2021) afirmó, que luego de hacer la competencia, además de conocer nueva gente, también “se motivó un poco más la movida”. Es por ello, que luego se organizó la mítica competencia argentina A Cara de Perro, la A Cara de Perro Kids y después, la Matemática Zoo. Estos eventos se llevaron a cabo alrededor del año 2014.

⁷⁵ Estas nuevas formas de consumir hip hop será abordado con más profundidad en el apartado “La división del público”

En este apartado pudimos examinar, de manera general, cómo se desarrollaba la cultura del hip hop en Fiske Menuco. Mientras que entre 2010 y 2013 aproximadamente, los sujetos que estaban en la cultura del hip hop eran grupos pequeños; conforme pasó el tiempo y la aparición de algunas competencias de freestyle se fue expandiendo, no solo en mayor cantidad de personas sino en formas de consumir el hip hop. Antes el hip hop era mayormente reconocido por sus artistas de rap, luego, por distintas razones esto fue cambiando y se habilitaron otras maneras de reconocimiento, por ejemplo, a través de las batallas de freestyle.

El auge en las batallas de freestyle

Como describimos en el apartado anterior, las batallas comenzaron a tener un auge en el año 2013, gracias a una amalgama de sucesos, entre los cuales se encuentran: el surgimiento de nuevas competencias a partir de los años de ausencia de RBDG, la vuelta de RBDG internacional en Argentina que vio campeón a su representante y la llegada de las nuevas tecnologías y las nuevas formas de consumo.

Algunas de las competencias memorables que aparecieron en Argentina en el periodo de inactividad de la RBDG, además del Halabalusa y el Quinto Escalón fue A Cara de Perro Zoo que, en su canal de YouTube, subió su primer video el 19 de octubre de 2011⁷⁶. La organización de A Cara de Perro se destacó por movilizar su competencia a cualquier parte de Argentina, Fiske Menuco no fue la excepción. A principio del año 2014, se disputó este evento en la ciudad, gracias al trabajo de una organización en la que se encontraba Rodrigo.

Estaba en una organización que se llamaba la Buena Shit⁷⁷, que estaba Juanro⁷⁸, estaba Javar Muñoz⁷⁹, estaba Justin Maldonado⁸⁰ que era de la ETC. Yo me había empezado a juntar con ellos, y un día dijimos “¿qué podemos hacer?” ¿viste?, y estaba en auge la batallas de freestyle que hacíamos en la plaza, y entonces dijeron “podemos traer la A Cara de Perro”, no sé qué. Se contactaron desde Casa de la Cultura y con

⁷⁶ Dato obtenido de su canal de YouTube acaradeperrozoo. Recuperado en: <https://www.youtube.com/user/acaradeperrozoo>

⁷⁷ Era un grupo de personas pertenecientes a la cultura del hip hop del Alto Valle que organizaba eventos como competencias de freestyle, especialmente en Fiske Menuco.

⁷⁸ Es un rapero de Fiske Menuco.

⁷⁹ Es un *beatmaker* de Fiske Menuco.

⁸⁰ Es un rapero de Fiske Menuco.

Desarrollo Social del gobierno de la provincia, y lo pudieron traer. Vino Mustafá Yoda, el Kodi y el Tata y el STB me acuerdo, en esa época. (Rodrigo, 2021)

Mustafá Yoda es un rapero de gran trayectoria creador de una de las *crew* más famosas en Argentina, llamada Sudamétrica. Tata es actual competidor en FMS y bicampeón nacional de RBDG año 2012. STB es un viejo rapero integrante de Sudamétrica. Y Kodigo era considerado en el ambiente de las competencias de freestyle, como el mejor freestyler de Argentina por aquellos años, luego se retiró de las competencias para dedicarse a su carrera musical.

Con la popularidad de las batallas de freestyle, algunos raperos aprovechaban a estimular la *escena* del hip hop de los lugares a los que iban. Por ejemplo, Rodrigo (2021), con respecto a la organización de la A Cara de Perro, nos comentaba: “vino el Musta y dio un taller de rimas y ahí quedé flasheando con los talleres también, fue como que esa vez dije ‘no, cuando pueda voy a dar talleres de rap, cuando sepa más’ porque tampoco era que sabía mucho”. Los talleres eran abiertos para cualquier tipo de persona que quisiera asistir. En ellos se enseñaban sobre la historia del hip hop, técnicas para *rapear*, cómo competir, entre otras cosas.

Con el auge de las competencias de freestyle en Argentina, no solo se consumió más estos tipos de eventos, sino que también se empezaron a organizar con mayor frecuencia. Es por ello que los integrantes de la cultura del hip hop del Alto Valle comenzaron a formar sus organizaciones como La Buena Shit para realizar y/o traer competencias a la región. Con esto, no solo se sumaban a una movida creciente de las competencias que se daba a nivel nacional, sino que también cambiaban sus formas de practicar el hip hop.

Kool Herc: “El hip hop es una familia, así que todos debemos hacer nuestro aporte”

Luego de haber realizado una reconstrucción de cómo se desenvolvía la cultura del hip hop en el Alto Valle antes del auge de las competencias de freestyle y su resignificación a partir de ellas, ahora abordaremos cuáles son las concepciones que tienen nuestros entrevistados del hip hop, ya que a partir de este auge también se resignificaron.

Como dijimos anteriormente, Miguel comenzó a experimentar en el hip hop aproximadamente en el 2011 y alrededor del 2013 decidió ir a su primera competencia. Cinco

años después y luego de haber participado en varias batallas de freestyle se lanzó a organizar, junto a otro compañero, La Jungla. Esta competencia, que al año siguiente se federó en FRF, lleva un poco más de dos años de actividad y es uno de los eventos de freestyle, a nivel profesional, más importante de la región. Cuando le preguntamos a Miguel los motivos por el cual decidió organizar una competencia, nos respondió a través de una analogía entre el hip hop y la familia.

A ver, la cultura⁸¹ a veces, según la interpretación de la persona es, llega a ser como una especie de madre o como una especie de padre, como la que está cuando el resto del mundo te da la espalda o el único que está en esos momentos que vos decís “bueno” (Miguel, 2021)

Y agregó que la cultura “te da a conocer a nuevas personas, te da oportunidades de viajes, te da oportunidades de vivir de lo que te gusta, te da la chance de desarrollarte vos como persona” (Miguel, 2021). Concebir al hip hop como familia, conlleva a entender a otros sujetos que pertenecen a la cultura como tus pares, unidos por el mismo sentimiento al hip hop y relacionándose entre ellos. Esta concepción es la que recuperamos de Kool Herc en la introducción de esta tesis.

Por su parte, Rodrigo posee una trayectoria de aproximadamente 15 años en el hip hop, donde se desempeña como rapero, organizador de eventos, competidor de freestyle y *host*. Dentro de este ambiente es conocido por distintos *aka* como Crooking Soul, Criminal o Porta. En el año 2020, se recibió de docente de escuela primaria y, además, da talleres de rap, en la Casa de la Cultura de Fiske Menuco. “Esa es mi profesión”, afirmó.

Su primer acercamiento al hip hop lo tuvo en su barrio, a través de un DVD de música urbana donde se encontraban canciones de Snoop Dogg y 50 cent. Rodrigo nos explicó que aquellos videoclips hicieron mella en él, produciendo varios sentimientos que los resumió con un “flasheé mal” y agregó “después era ir a la casa de mi vecino todos los días y decirle ‘poné, poné el DVD, poné el DVD’, y mirar ¿viste?, y escuchar canciones y mirar y repetir viendo los videos como treinta mil veces” (Rodrigo, 2021). Algunos de estos sentires que se despertaron dentro de él, se los produjo la actitud que demostraban los raperos dentro de las canciones. Si bien Rodrigo no entendía qué decían los raperos, debido a que rapeaban en

⁸¹ Cuando habla de cultura, Miguel hace referencia exclusivamente a la cultura del hip hop.

inglés, el lenguaje corporal de estos llamó su atención. Le transmitieron muchos sentimientos que se ven reflejados en una anécdota sobre la canción “Window Shopper” de 50 cent:

Empezaba con 50 cent chiquito, así mirando una zapatilla, el chaboncito, así en una vidriera y miraba la suya que estaban hechas mierdas y el amigo le decía “tranquilo Marcus, algún día podrás comparte esas zapatillas”, no sé qué. Y después empieza el video y el chabón empieza a cantar mostrando que se compra altas llantas ¿entendés? que tiene toda su movida, que puede comer piola, va a comprar comida el chabón ¿entendés? es como que, flasheé todo eso, y dije “no, yo quiero ser como ese negro porque yo estoy acá en este lugar, en el mismo, en la misma posición que estaba el pibito, que está el pibito de la primera escena a donde...que estaba mirando las zapatillas y quiero ser como ese negro, llegar a grande y poder tener mi posibilidad de tener mis cosas” ¿entendés? (Rodrigo, 2021).

Rodrigo sintió una conexión con el otro, aquél que pertenece a su misma condición socioeconómica. A través del hip hop, experimentó una sensación de unión con sujetos que se encuentran en otras partes del mundo, en este caso, uno en Barrio Tiro y el otro en South Jamaica, un barrio de Nueva York. Siente una semejanza más allá de las distancias y contextos. Y que cada uno, en sus situaciones, pueden lograr los objetivos que se hayan propuesto, en este caso el de progresar en sus vidas cotidianas, o como dice Rodrigo, tener la posibilidad de tener sus cosas. Es por estos motivos que los integrantes de la cultura del hip hop se consideran pares, debido a la conexión que se forma entre ellos, lo que los lleva a considerarse una familia.

Estos sentires que observamos del relato de Rodrigo es lo que Kool Herc, citado en la introducción de esta tesis, mencionó como “lo importante” para la cultura del hip hop, ya que eso genera una relación entre los sujetos y es lo que permite conectarse unos con otros. Esto en definitiva es “el atractivo universal” del hip hop en términos de Kool Herc, aquel que otorga a los jóvenes una manera de entender su propio mundo, sea en el lugar que sea.

Esta forma de abordar su día a día, originado por el hip hop, se vio reflejado en las siguientes palabras de Rodrigo (2021):

Porque yo ahora soy como soy, pero cuando... y es gracia al rap y al hip hop, porque yo cuando era más chico, en esa época en que iba a séptimo grado, en la primaria, era un pibe re tímido y el primer año de la secundaria también, hasta que [chasquea la lengua] todo esto de meterme en el rap de aprender, conocer, me creó como cierta actitud y cierta forma de desenvolverme también en un ámbito de la sociedad ¿no?

El hip hop no solo le ofreció herramientas para transitar el mundo, sino que, además, le ayudó a forjar cierta personalidad con la que afrontó la cotidianidad de su vida:

No tengo vergüenza, no tengo pudor ni timidez por, para hacer algo o para expresar algo que yo quiera decir, y eso antes no me pasaba, o sea, era re difícil que yo me sentara a, ponele, a hablar así con una persona que no conozco y sentir como te tengo una confianza y decir todo lo que se me salga ¿entendés? (Rodrigo, 2021).

Es decir que el hip hop, le ayudó a manifestar y materializar ciertos sentimientos que antes no encontraba la forma de expresarlos. Rodrigo nos comentó una anécdota de sus vacaciones, que reflejó con mayor profundidad esto que decimos. Él, cuando era un niño, se iba de vacaciones a una localidad de Río Negro llamada El Cuy, donde su abuelo poseía un campo: “todos los veranos yo me iba al campo con mi abuelo, desde muy chiquito, desde que tengo 5 años”. En uno de los tantos veranos en que se fue a vacacionar a El Cuy, la pareja de su tío llevó a su sobrino, a quien también le gustaba el hip hop y esto los ayudó a relacionarse.

Hicimos rap en el medio del campo, ¿entendés? en el medio de la nada, o sea, y ahí fue cuando dije “listo, esto lo quiero hacer”, o sea, quiero, quiero poder hacer y estar todo el tiempo haciendo letras y canciones, si puedo, y grabarlas porque está re piola, me encanta, o sea es, fue como que pude sacar algo, una parte de mi cuerpo, de mi alma, de algo y ponerlo en un papel y después compartirlo para todo el mundo, que tal vez hablándolo, a veces, no me salía, porque yo en ese tiempo no tenía la misma actitud que tengo ahora. (Rodrigo, 2021)

Rodrigo con el hip hop encontró una forma de expresarse, pudo forjar una personalidad y relacionarse con distintas personas ya sea en el ámbito del hip hop o en otros ámbitos de la vida, por ello afirmó lo siguiente: “el rap, el hip hop es mi forma de vivir, mi vida”.

En cuanto a Julián (2021), nos dijo que nació en la localidad rionegrina de Jacobacci, pero nos aclaró: “viví en Maquinchao casi toda mi vida. Creo que hasta los 17 años viví ahí”. Con respecto a su acercamiento al hip hop, Julián nos comentó que vino mucho después de conocer lo que es el rap y el freestyle. Es decir, en un principio, le gustaba *rapear*, cantar, escribir: “era un adolescente que no sabía qué hacer, que buscaba su forma de expresarse, ¿no?” (Julián, 2021); aunque no tiene certezas de cuando empezó a integrarse en la cultura del hip hop.

Lo que si te puedo decir es que en el hip hop, hip hop como movimiento cultural, como valores de forma de vivir, de tomarlo en serio y que no solo sea como “hey yo soy rapero me gusta *rapear* y hago señas con las manos”, en el 2015, dieciséis, un

año, dos años después de que terminé la secundaria. Donde, nada, me di cuenta por suerte de que el hip hop no era lo que yo había entendido que era y pude, no sé si es crear o hacer, pero si pude generar mi hip hop, digamos. Mi forma de verlo, mi forma de hacerlo y mi forma de llevarlo adelante. (Julián, 2021)

Observamos, en lo dicho por Julián, las perspectivas que los sujetos adoptan de la cultura de hip hop, como forma de desarrollar prácticas y posicionarse frente a las cuestiones sociales. Abeillé (2020) trabajó esta temática desde la cultura de hip hop de Rafaela. En su investigación, describió dos formas de hacer o entender el hip hop en la actualidad. Una de ellas es el hip hop social, que refiere a “aquellos que producen y consumen otro estilo de rap, un estilo contracultural, de contenido político-social y de protesta” (Abeillé, 2020: s/d); y un hip hop comercial que “glorifica la abundancia de lo material y pregona la violencia y el consumo de drogas” (Abeillé, 2020: s/d). La autora entiende que esta última forma es la que más influyó y se ha popularizado frente a los jóvenes, y agregó que el hip hop comercial empezó de manera autogestiva y luego fue colonizado por la industria. Es decir, es una actividad que se ha mercantilizado.

Julián, en un principio, se aproximó al hip hop comercial. Luego de transitar unos años por la cultura, se dio cuenta que el “hip hop no era lo él había entendido que era” (Julián, 2021). Recuerda que cuando tenía aproximadamente 15 años escuchó hablar a una persona de hip hop, y aclaró:

No de hip hop como “hey, esto es una competencia de freestyle y te voy a decir que tu mamá es una gorda”, sino como “hey, mirá loco, sabés que en el lugar que yo vivo estamos organizando comedores, estamos organizado tales cosas, estamos organizado esto”. Y era como “ah, con que esto era lo que decía 2Pac⁸² de tales cosas”, ¿viste? Y era como “ah”, bajaba data, bajaba data sin querer, ¿viste? Nada, y ahí fue como que decidí darle bola de manera personal, de decir “bueno, va a ser por este lado y de esta manera” (Julián, 2021).

Julián cambió su forma de experimentar el hip hop, pasando de una perspectiva comercial a una más social, a partir de aquella vez que le aportaron una visión distinta del hip hop. Incluso aquel suceso lo llevó a interpretar desde una visión diferente a sus raperos preferidos, como

⁸² Tupac Shakur fue uno de los raperos más influyente del S. XX. Sus letras hablaban de racismo, pandillas y de su vida cotidiana. Tupac nació el 16 de junio de 1971, en la ciudad de Nueva York, y murió a los 25 años de edad luego de ser asesinado por un pandillero el 7 de septiembre 1996 en su auto desde otro auto, en un semáforo de Las Vegas. Datos tomados de la nota “¡Larga vida al rey del rap! Estas son las 15 mejores canciones de 2Pac” en la página de Red Bull. Recuperado en: <https://www.redbull.com/ar-es/las-20-mejores-canciones-de-2pac>

por ejemplo a Tupac. Esta forma de vivir el hip hop es la que predicen los viejos integrantes de la cultura del hip hop del barrio de Bronx, el cual pregona valores como la paz, el amor, la unión y el respeto. También es utilizado como grito de lucha contra el racismo y las desigualdades sociales. Julián compartió esta perspectiva del hip hop con su *crew* NDK. Podemos observarlo, por ejemplo, en la forma en que desarrollan sus competencias, pidiendo alimentos no perecederos que luego serán entregados a comedores, ofreciendo sus casas para que algún competidor pueda dormir de ser necesario cuando vienen a competir en eventos, etc.

Julián (2021) nos comentó que esta forma de abordar el hip hop lleva mucho tiempo: “hay un momento en el que esto te ocupa toda la vida, tu vida empieza a girar en torno al hip hop”. Y agregó: “es un trabajo porque ocupa tu esfuerzo, tu tiempo, todo. Nada más que no está remunerado, digamos”. Con esto se refirió, a las distintas actividades que realiza en torno al hip hop como batallar, *rapear* y organizar eventos para que otros raperos puedan brindar shows y los freestylers puedan competir, estas son acciones que requieren mucho tiempo de logística, el pensar cómo va a ser el evento, dónde va a ser, conseguir el lugar, etc. Todo este esfuerzo y tiempo en realizar actividades y organizar eventos son realizados por los integrantes de la cultura del hip hop para difundirla entre los habitantes de la región, con el objetivo de que más personas puedan disfrutarla y dar a conocer a los artistas del Alto Valle.

Julián dado que ha competido en circuitos *underground* y profesionales de freestyle, posee una larga trayectoria dentro del hip hop. Para describirlo, afirmó lo siguiente

Para mí, el hip hop es mi abuela cocinándome al mediodía, diciéndome que me quiere mucho, que me extraña. También es regalarle una campera a alguien que tiene frío a la noche. Preguntarle a alguien cómo esta, cómo se siente. Está en tantas cosas el hip hop que no es ya algo simple algo que se pueda tomar por encima, creo que nunca lo fue ¿no? (Julián, 2021)

Y continúa diciendo que tiene cosas hermosas como “el ir a la casa de otro rapero y que te dé lugar en su casa solo porque vos también rapeas y que te trate como parte de su familia, son cosas que no tiene precio para nada, es muy bonito lo que se genera, muy bonito” (Julián, 2021). Otra vez hallamos las huellas del hip hop forjado en el Bronx, aquél que Kool Herc definió como una familia y en la cual destacó la conexión que se genera entre las personas por el solo hecho de *rapear*.

En este apartado observamos que las percepciones que tienen los sujetos sobre la cultura del hip hop no son estáticas y va mutando con el paso del tiempo según sus experiencias y lo que ellos interpretan de lo qué es el hip hop. Advertimos que esta cultura, está presente en la vida de los sujetos que la conforman como un estilo de vida. Con la llegada de las competencias de freestyle, aparecieron otras formas de consumir hip hop lo que introdujo a la cultura nuevos sujetos. Debemos mencionar que si bien las competencias han tenido un gran peso en el hip hop muchas veces es una actividad que suelen estar presente en una determinada etapa de la vida de estas personas. Es decir, llega un momento en que la competitividad los abruma. De acuerdo a lo que venimos desarrollando, las batallas de freestyle son eventos que están insertos dentro de la cultura del hip hop. Respecto a ello Julián (2021) nos dijo

Igual son dos cosas diferentes ¿viste?, como que están en el mismo círculo, pero son dos cosas diferentes, porque el hip hop predica la unión y un montón de valores hermosos, y la competencia es meterte ahí en frente y decir “he loco cállate la boca” [se ríe].

Examinamos distintas connotaciones del hip hop según la piel de quien lo viva y lo sienta A pesar de que ellos describieran el hip hop de formas diferentes, pudimos detectar en varios pasajes la conexión que tienen con la definición otorgada por Kool Herc, como por ejemplo la de familia. Respecto a esto Rodrigo (2021) nos dijo lo siguiente:

Es como dice la canción del Zatu “tenemos la mejor cultura del mundo, no es guasa, solo por ser rapero otro rapero te ofrece su casa”, porque esa es la onda, nosotros somos personas del mismo ámbito, somos como una familia que capaz que no nos vemos nunca, pero cuando nos vemos podemos compartir, y compartir y disfrutar de una manera sana entre todos.

Si bien se comparten muchos valores del hip hop de Bronx, en la región del Alto Valle no se lo utiliza tanto como método de expresión contra cuestiones como el racismo, sino más como una promoción cultural para que sus integrantes tengan lugares para expresarse en distintos eventos, forjando de esta manera una identidad cultural distinta. Por último, podríamos suponer que muchos integrantes de la cultura del hip hop coinciden con la siguiente frase de Julián (2021) “Uf, esto va a sonar como una respuesta cliché se puede decir, pero para mí es mi vida”.

La movida de Fiske está “A pleno, amigo, esta ‘re’ piola”

Habiendo bosquejado un panorama general de lo que era la cultura del hip hop en el Alto Valle y sus resignificaciones, ahora pasaremos a nombrar y describir algunas de las prácticas culturales que se realizan en la actualidad en la región. Para ello nos centraremos en tres puntos, que surgieron desde nuestra experiencia personal en el campo, las fuentes documentales y desde los relatos de nuestros entrevistados, a saber: talleres de rap y otros eventos para que raperos y competidores puedan demostrar su arte, un colectivo disidente que organiza eventos en clave feminista y otros aportes que realiza La Jungla como organización, además de su competencia homónima.

De talleres de rimas y otros eventos

Debemos recordar que, al momento de realizar el relevamiento empírico de esta tesis, en Argentina y por lo tanto en nuestra región, comenzaban a flexibilizarse algunas restricciones de la pandemia por Covid-19. Por ello, cuando preguntamos a Julián cómo estaba la *escena* del hip hop en Fiske Menuco nos respondió lo siguiente:

Uf pasa que no puedo, como decirte muy específico porque con esto de la pandemia es como que, sí se está activando o sea hay talleres, por ejemplo, el Criminal está dando talleres de rimas ¿viste? Como que hay cosas, pero sí son poquitas, como que son determinadas, son como 3 o 4 personas que cultivan ese hip hop de tal manera y, nada, que lo dicen. Ponele el Criminal publica, que dice “che, yo estoy dando un taller de rimas el que quiere ir puede”, pero hay personas que dan taller de rimas y no publican en ningún lado, “che, voy a dar taller de rimas” y solo es como, bueno los que vengan compartimos hablamos de hip hop, lo que sea y ya está. (Julián, 2021)

Estos talleres dictados por Rodrigo están inspirados en los que realizó Mustafá Yoda cuando fue a Fiske Menuco y se realizan en el Centro de Prevención Local de las Adicciones (CEPLA) y en la Casa de la Cultura de Fiske Menuco. Cuando preguntamos sobre cómo surgió la idea de dar talleres nos dijo que “el municipio me vino a buscar a mí, y la Casa de la Cultura vino a buscarme a mí para que yo vaya a dar talleres de rap ahí, a esos lugares” (Rodrigo, 2021).

En estos talleres aborda distintos contenidos del hip hop y cuestiones específicas del freestyle.

Trabajamos primero que nada, la historia del hip hop y saber por qué mierda, qué es el rap y todas diferencias que existen y por qué existen esas diferencias y cómo es, cómo se formó, y más que nada, para poder tener nosotros conocimientos de qué estamos haciendo, y cuando alguien quiera criticarnos lo que nosotros estamos haciendo, tener las herramientas y el conocimiento necesario, para poder defendernos con argumentos, y respetuosamente porque eso también, el respeto es muy importante en la cultura del hip hop, eh y también lo trabajamos. (Rodrigo, 2021)

Como podemos observar, Rodrigo sumerge a sus estudiantes hasta las raíces del hip hop. Enseña las distintas expresiones artísticas que hay en esta cultura y sus ramificaciones. En síntesis, destina sus talleres para promover la cultura del hip hop dentro de la región. Además, agregó lo siguiente:

Bueno, después trabajamos la rima, la rima asonante, consonante y lo trabajamos también desde la poesía, con técnicas de poesías, o sea recursos literarios, poéticos y también técnicas de freestyle, que se trabajan en el freestyle, como son el *calambur*, el *one two*, y, por ejemplo, no sé, las *métricas* que se utilizan, las distintas formas de *métricas* que se pueden utilizar y que se pueden componer dentro de un *patrón*. Cómo se forman los patrones, cuántas sílabas pueden entrar en las *barras* para que queden las canciones a ritmo, las rimas que uno haga, todo eso. Todo lo que tiene que ver con el tecnicismo y escritura, escritura a full o sea, no es una clase donde nosotros vamos así y estamos charlando un montón, sino que hablo yo, porque encima soy re hablador, y después o sea explico “tuc”, ¿viste? Pasamos algunos ejemplos y después escribir, escribir, qué sé yo, treinta minutos, tiempo para escribir después a *rapearlo* sobre una base y después, siempre todas las clases, quince minutos antes de que termine, diez, freestyle, como le salga, como le salga, freestyle así en *cypher* para entrenar eso, para entrenar como fluir, solamente sin haber escrito nada solamente pensando lo que salga en el momento. (Rodrigo, 2021)

No solo se promueve la historia y los valores del hip hop, también se estimula la parte artística de los estudiantes brindándole herramientas para que puedan pulir o mejorar sus formas de *rapear*. Esto favorece el desempeño de los estudiantes al momento de presentarse en un show o de competir.

La perspectiva que confiere Rodrigo a sus talleres está marcada por su trayectoria en el hip hop. Y es que ya en sus inicios, sus acciones y prácticas se orientaban hacia una promoción de la cultura de hip hop.

Cuando hicimos todo eso de la Buena Shit, era hacer eventos para difundir la cultura, era eso, para que la cultura se difunda, para que conozcan cómo es la movida, para que la gente sepa que es un ámbito donde la gente va a divertirse, como en todos lados, que no es un ámbito que a veces, que la gente cree que está lleno de transa y de ahí, de ratas, de delincuentes ¿viste? (Rodrigo, 2021).

Dicho en otros términos, la promoción cultural del hip hop está destinada a contrarrestar la estigmatización que tienen de los sujetos que la practican. En este sentido, Julián (2021) observó: “siempre fue maltratado el ambiente del hip hop”. Por este motivo, y con efectos de borrar ciertos estigmas de la cultura del hip hop, algunos de los eventos que incluían shows de raperos y batallas de freestyle y de *breaking*, eran organizados en la costanera del río Negro, lugar donde concurren las familias de Fiske Menuco a pasar al día y mostrar, como dice Rodrigo (2021) que “nosotros vamos ahí a disfrutar de la música y a divertirnos, que esa es una de la premisa principal del hip hop, ir a divertirse”.

Este tipo de actividades que se desarrollan en pos de la promoción cultural, también se organizan en ferias de comidas como Gula o Semilla, y también en otros lugares de acceso público como por ejemplo el anfiteatro de Fiske Menuco ubicado en el paseo del canalito, en las intersecciones entre Isidro Lobo, Gral. Manuel Belgrano, Hipólito Yrigoyen e Italia. En este lugar, el 3 de diciembre de 2021 se llevó a cabo un evento de hip hop llamado Polo Sur. Hubo batallas de freestyle en la modalidad 2vs2 y shows de nueve raperos regionales de 20 minutos aproximadamente. La entrada y la inscripción era gratuita. Hubo premios del primer al cuarto puesto. También sortearon premios entre el público.

Continuando con Rodrigo (2021), nos comentó algunos de sus proyectos personales:

Y el año que viene, si voy a preparar un E.P. seguramente, y voy a meterle más musiquita porque además el año que viene se va a abrir más⁸³, si yo más, lo que más me gusta es dar shows ¿viste? Dar shows en vivo, mi, bah creo que ese es mi fuerte, vos me vas a ver en vivo y no es lo mismo que escuchar mis canciones.

Una de las posibilidades consiste en brindar un show en el escenario urbano de la Fiesta Nacional de la Manzana, que se organizó en la ciudad de Fiske Menuco. Además, nos comentó que ya estuvo en el escenario urbano de la Fiesta de la Confluencia, de Neuquén y en el de la Vendimia, que se llevó a cabo en Villa Regina.

Por último, es conveniente agregar que, varios de los shows y eventos que describió Rodrigo son organizados en conjunto con otros referentes de la cultura del hip hop regional.

⁸³ Se refiere a que se van a flexibilizar más las medidas por la pandemia de Covid-19 .

Colectiva Artemisa

En las competencias de freestyle profesional, son pocas las freestylers que se encuentran compitiendo, aunque en el circuito *underground* hay muchas. Recién en el año 2021 una competidora ganó una RBDG nacional en Colombia. Por este motivo, Marithea se convirtió en la primera competidora en participar de una RBDG Internacional. En España, Sara Socas se transformó en la primera freestyler en competir en una FMS, en la temporada 2022. Después de haber recibido la invitación por parte de UR para participar en FMS España, Sara Socas decidió que era mejor competir en el ascenso y ganarse su lugar quedando primera en la tabla de posición de aquel país.

Mientras que en Argentina desde que inició la FMS en 2018 hasta la temporada 2022 no se registraron actuaciones femeninas, ni como participantes ni con batallas de exhibición; en la RBDG nacional, sí hay participaciones de mujeres como La Joaqui, Brasita y Roma. Esta última quedó en cuarto puesto en la edición 2019 de RBDG, transformándose en la freestyler de Argentina que más lejos llegó en esta competencia. En la edición 2021 de RBDG Argentina, de los 16 competidores tres fueron freestylers mujeres: Brasita, Saga y VID. Ninguna de ellas logró superar los octavos de final.

En tanto en nuestra región, Julián (2021) comentó que las mujeres están influyendo mucho en la cultura del hip hop.

Sí, se activa, se activa bastante. Ahora más que nada lo hacen las pibas ¿viste? están activando un montón las pibas, se están poniendo las pilas, porque han notado que hay un montón de machismo y un montón de cosas en el hip hop, de que no está bueno ¿viste? Así que, ahora ellas están como participando un montón, y cuando digo las pibas hablo de todas.

Las mujeres están “activando” tanto individualmente como a través de la colectiva Artemisa. Esta colectiva, en su Instagram se presenta del siguiente modo: “un grupo de mujeres y disidencias de la cultura Hip Hop del Altovalle. Estamos uniendo fuerzas para cuidarnos entre todxs, generando espacios escénicos y *underground* seguros para nosotras y nosotrxs, libres de violencia, abusos y acosos”⁸⁴. Utilizan su red social como un espacio de información

⁸⁴ Su primera publicación en Instagram data del 15 de julio de 2021. Dato obtenido de la red social Instagram de la Colectiva Artemisa. Recuperado en: https://www.instagram.com/colectivaa_artemisa/

y contención, además de buscar artistas mujeres y disidencias del hip hop para llevar a cabo un ciclo de eventos.

Este ciclo se realizó tanto en Neuquén como en Fiske Menuco y contó con dos “Session”. La primera se desarrolló en Neuquén Capital, en el barrio Melipal. Aquella Session 1 estuvo armada con talleres de colaboración de freestyle, teatro y *breaking*. Hubo shows de bailes, de rap y *beatmakers*. La Session 2 se realizó en la Casa de la Cultura de Fiske Menuco. Tuvo el mismo contenido que la primera con el agregado de las batallas de freestyle.

Otros aportes y proyectos de La Jungla como organización en Neuquén

La Jungla realizó una gran contribución a las batallas de freestyle de la región, aunque este no es el único aporte que planean hacer para la cultura del hip hop. Según Miguel, además de organizar competencias, planifican expandirse hacia otros aspectos artísticos como “la producción de shows, de eventos. Extendernos hacia otras ramas, eventos de baile, academias, workshops, clínicas de sonidos, clínicas de composición, con algunos productores serios” (Miguel, 2021). Afirmó que “ese es nuestro objetivo como productora, establecernos mucho más al trabajar con artistas con shows, con todas esas cosas”, y agregó “queremos extendernos mucho más de lo que ya estamos y abarcar la cultura lo más posible, ese es fundamentalmente el objetivo, a futuro y bueno que ya está pasando”. Como observamos, los proyectos de La Jungla se centraron en la búsqueda de abarcar los aspectos artísticos que más puedan de la cultura del hip hop.

Lo anterior permitiría, por un lado, ofrecerle un abanico de posibilidades a los sujetos que están en la región y, por otro lado, acompañar a los chicos que se inician en el camino del freestyle, del rap o del hip hop en general. Miguel (2021) nos dijo que otro de sus proyectos “es hacerles llegar las oportunidades a la gente que, por ahí las desconoce o no las tiene en cuenta, entonces nosotros decidimos movernos a todas las ciudades que estén relativamente cerca de nosotros”. Desde la Jungla parten de una teoría que considera que detrás “de cada colegio, detrás de cada plaza, detrás de cada juntada hay mínimo una persona que haga rap. ¿Cuál es el problema? Que esas oportunidades no llegan hasta la puerta de ellos” (Miguel, 2021).

En este apartado nombramos y describimos algunas de los tantos proyectos y actividades que se desarrollan en la cultura del hip hop del Alto Valle, que podríamos llamarlas como prácticas culturales. Con esto, pudimos observar, tanto en las palabras de Miguel como en las de Rodrigo, que estas prácticas culturales son atravesadas por la identidad cultural construida en torno al hip hop y, por ende, todas ellas se orientan a una promoción cultural. Ya sea para ayudar a los chicos que se inician en el camino y que les gusta la movida del hip hop a ofrecerles otras perspectivas que ellos, cuando iniciaron, no tuvieron o ya sea para competir, para poder dar conciertos o simplemente para desarrollar y expresar el arte que llevan dentro.

Debates derivados del proceso de mercantilización y profesionalización del freestyle

En este apartado, examinaremos las perspectivas y opiniones que tienen nuestros entrevistados sobre los procesos de profesionalización y mercantilización del freestyle. En nuestro análisis encontramos que los sujetos que construyen la cultura del hip hop del Alto Valle identifican pros y contras de dichos procesos.

Como hemos mencionado, con la llegada de las nuevas tecnologías, también aparecen nuevas formas de apropiarse y consumir la cultura. Es decir, que antes de la popularización de las competencias de freestyle, generalmente las personas se hacían eco del hip hop por viejos raperos como 2pac, 50 cent o Eminem, por ejemplo. Ahora, una gran mayoría del público se interioriza con el hip hop gracias a las competencias de freestyle. Esto generó distintas perspectivas y opiniones en la cultura del hip hop, las cuales agrupamos en cuatro debates: el primero enfrenta dos posturas sobre el freestyle; el segundo, refiere a la figura del freestyler; el tercero, alude al público; y el último, trata de la futbolización del freestyle.

Dos posturas frente al freestyle: cultura o deporte

Miguel (2021) con respecto a la profesionalización que se está gestando en el freestyle sostuvo que “hay dos opciones: o quedás como estás o te adaptás, o mínimamente tratás de entender el proceso que se está pasando”. Y en base a esto, observó que “hay grupos que

quieren llevar las cosas a otro nivel y hacerlo lo más profesional posible, hay otro grupo que es más vanguardista y quizás un poquitito conservador en cuanto a las ideas y cerrados en cuanto a ciertas cuestiones”. Estos dos grupos poseen dos posturas diferentes, según lo que interpretamos de este relato, en donde el primero piensa al freestyle como deporte (deportistas) y el segundo como cultura (culturales).

A continuación, vamos a ampliar lo que interpreta Miguel (2021) con respecto a estos dos grupos, para ello vamos a tomar recortes de su entrevista. Los grupos que ven al freestyle como cultura, los caracteriza del siguiente modo: “más conservador en cuanto a la idea del freestyle *underground* y todo lo que es el movimiento de las plazas”. Y agregó que este grupo sostiene la idea de que “el freestyle de verdad es el que se hace en las plazas, el que se hizo toda la vida, que no tiene formato, que no tiene estructura, que no tiene forma”. Mientras que, a los otros, Miguel los define como “un grupo que sí está super enfocado en eso” en “la evolución y la profesionalización” del freestyle. Y cerró diciendo que este grupo entendió que el freestyle y las batallas han cambiado alegando que “ahora es todo conceptos (...) son todas ideas plasmadas, ahora se juega mucho por el ingenio por la coherencia por la construcción del freestyle”.

Estos dos grupos que nombra Miguel, se forman a partir de la mercantilización y la profesionalización del freestyle. Comprendemos que los culturales no están en contra de las competencias de freestyle, según lo que expresa Miguel, pero sí se resisten a las innovaciones que llegaron con FMS, por ello sostienen que el freestyle de verdad es el que no tiene forma, sino que son enfrentamientos de dos rounds con minutos libres. Lo anterior se puede observar en el siguiente relato de Julián (2021):

Con que apareció FMS y esas cosas, con la liga profesional de freestyle, ahora hay que entrenar o para competir en esas ligas hay que practicar un formato ¿viste? Y ya no es tan libre el freestyle porque te dicen cómo *rapear*, con qué palabras, con qué temática, todo eso, pero para mí sigue siendo freestyle, un poco cambiado quizás, muy quisquilloso para mí.

Como mencionó anteriormente Miguel, los culturales ven al freestyle como un movimiento cultural y de expresión, es por ello que se encuentran en discordancia con respecto a los formatos para rimar que son rígidos como los de FMS. Además, sostienen que estos tipos de

formatos no permiten la libre expresión del competidor haciendo que el freestyle pierda cierta esencia. En contraposición a esta postura, los deportistas “consideran que la evolución del freestyle es buena, o mínimamente encuentran, digamos, el beneficio” (Miguel, 2021). Este grupo se posiciona bajo la línea de FMS en desarrollar el freestyle como un deporte, es decir, explotar al máximo su competitividad con formatos rígidos y obtener máximos beneficios en ganancias. Abordar de esta manera las competencias de freestyle les permitiría continuar en el mercado cuando su ola de popularidad no esté más, tal como mencionamos en el capítulo 1.

Estas dos posturas que observó Miguel, también se han manifestado en múltiples ocasiones dentro de las competencias. Por ejemplo, Papo *MC*, en la fecha 2 de la temporada 2022 de FMS Argentina, dijo lo siguiente “¿Qué viene, Ale⁸⁵? Porque yo no entreno formatos, si me decís por favor lo que viene porque si no, no me entero. No estoy todo el día rimando fruta, tomate en 60 segundos. Decime” y agregó “perdón por no entrenar con contadores, parece que el hip hop es eso, un deporte. No es una cultura, ni freestyle ni compartir en las plazas” y cerró con “poco deportista de mi parte”⁸⁶. Como indicamos en el apartado Freestyle Master Serie Argentina del capítulo 1, Papo *MC* está desde el inicio de FMS e incluso fue una de las personas que posibilitó su llegada al país. Entendemos que al ser su cuarta temporada en la liga es difícil que no sepa el formato de la competencia. Además, salió en segundo lugar en sus tres participaciones, por lo que comprendemos que sus dichos son una clara expresión en contra del freestyle como deporte.

Otra manifestación de descontento, se dio en la última fecha de la FMS Argentina temporada 2019. En aquella fecha se encontraban cuatro competidores con posibilidades de descender: Klan, Nacho, Sub y Replik. Klan en aquellos tiempos tenía como único medio de subsistencia el contrato que poseía con FMS y en la última jornada debía enfrentarse a su amigo Dtoke. La batalla comenzó con el round *easy mode*⁸⁷. Dtoke decidió no hacer uso de las palabras que se mostraron en la pantalla y dejó un primer mensaje rapeando: “el Dto está de testigo,

⁸⁵ Ale Pluz *aka* Pluzito es el *host* de FMS Argentina 2022, un sujeto con largo recorrido en el hip hop argentino.

⁸⁶ Dato tomado del minuto 11:35 del video “PAPO VS MECHA | #FMSARGENTINA 2022 - Jornada 2 | Urban Roosters” del canal de YouTube de Urban Roosters. Recuperado en: https://www.youtube.com/watch?v=J5glxYqYiKU&ab_channel=UrbanRoosters

⁸⁷ Ver capítulo 1 apartado “Freestyle Master Series: un cambio en los formatos para rimar”.

que antes de una mierda de tres puntos está un amigo”. Para la vuelta, el round se transformó en un *hard mode*. Dj Zone puso un *beat* llamado Lealtad y Dtoke lanzó su segundo freestyle dejando otro mensaje: “Replik⁸⁸ por mí no te hubieras ido, lo siento, pero sé que no controlo este modo y si por mi fuera el año que viene estamos todos. Y que sumen dos más, ¿qué no hay entradas, no hay tickets para pagarle a dos más?” y agregó “¿no entienden que tenemos la columna vertebral?, ¿no entienden que somos inminente?” haciendo alusión a la importancia de los freestylers dentro de las competencias. Dtoke al no *rapear* con las palabras de la pantalla en todo el primer round perdió aquella batalla y Klan logró mantenerse en la liga. Luego de esta fecha, Dtoke fue sancionado por conducta antideportiva.

Tal como se observó en los ejemplos anteriores, la discusión sobre el freestyle, y más específico aún del freestyle como deporte o como cultura es una temática que se viene debatiendo con mucha intensidad en este tiempo generando dos polos bien marcados con numerosas posturas intermedias, como por ejemplo Dtoke que realiza una crítica a la liga, pero se mantiene en ella o Julián, que afirma que la aparición de FMS hace muy quisquilloso al freestyle pero aun así decide participar de algunas competencias del ascenso. La cultura del hip hop regional no es ajena a esta discusión. Con respecto a esto, Miguel sostuvo que cualquiera de las dos posiciones está bien, aunque se situó más cercano a la perspectiva del freestyle como deporte, y afirmó que “en el valle hay, yo creo que hay muchas ganas y hay mucho, mucho empuje en hacer las cosas bien” (Miguel, 2021).

Freestyler o competidor

En concordancia con el apartado anterior, se desprendió otro debate, dentro del mundo de las competencias de freestyle, centrado en la figura de la persona que rapea. Es decir que, con la aparición de las batallas de gallos, hay una bifurcación en el freestyle forjándose dos figuras que a simple vista son iguales, pero a los ojos de algunas personas poseen perspectivas distintas: el freestyler y el competidor⁸⁹. Julián (2021) sobre esto nos dijo que “hay una gran diferencia entre ser freestyler y ser competidor. Hay muchos competidores de la *escena* que

⁸⁸ Replik fue uno de los participantes que descendió en esa temporada.

⁸⁹ Este mismo quiebre surgió con la llegada de RBDG entre *MC* y freestyler, nombrado en el capítulo 1.

compiten muy bien, pero los invitás a tirar freestyle y rapean mal. Todo piola con bardear a alguien, pero creo que lo piola están en transmitir” y agregó que “son como mundos muy diferentes pero que van de la mano”. La distinción que hay entre una y otra figura surge en sus formas de *rapear*, en cómo desarrollan el freestyle. Según esta perspectiva, el competidor centra sus sentidos en vencer a sus oponentes mediante técnicas, puestas en escenas, *punchlines*, etc.; mientras que el freestyler solo rapea para expresarse.

En cambio, Rodrigo (2021), a diferencia de Julián, sostuvo que el freestyler y el competidor son lo mismo: “si yo soy freestyler ¿qué es lo que podés hacer? o sea, el único freestyler, la única persona que graba [canciones de] freestyle es Lil Wayne y no sé cómo lo hace”. Y agregó:

[Si vos sos freestyler y no hacés canciones], ¿qué haces? Competís, es lo único que podés hacer o compartir ronda de freestyle de *cypher*. Para mí, es lo mismo, o sea, haciendo freestyle en lo que más te vas a comprometer o compenetrar es en competir, en ir a competencias, y porque eso es una forma de alimentar y entrenar tu freestyle.

Volviendo al punto de vista de Julián, este señaló que alrededor del freestyler y el competidor se forman dos ambientes distintos a la hora de *rapear*. Para la persona que hace freestyle, Julián (2021) nos dijo que “no hay nada más lindo que conocer a alguien o conocerlo de toda la vida y *rapear* con esa persona, tirar un freestyle de lo que está pasando”, es decir, un clima de amistad, un ambiente de hermandad donde el freestyler puede expresar lo que siente sobre determinada temática de la vida cotidiana. Por otro lado, bajo la figura del competidor, el freestyle encuentra algunos límites impuestos por los formatos de cada competencia y se genera un ambiente de rivalidad con la otra persona. “El hecho de subirse a un escenario o a una plaza y tener a personas rodeándote y tener que *rapear* contra otra persona, la adrenalina que da, la energía que se siente estar ahí” (Julián, 2021).

Podemos decir que la figura del freestyler surge como una manera de expresión dentro de la cultura del hip hop. Si bien hay otras ramas como el rap que es utilizado con el mismo fin, a través del freestyle se pueden expresar sentimientos compartidos al momento con otras personas en *cypher*. Por su parte, la figura del competidor se forja al calor de la mercantilización y profesionalización del freestyle, ya que muchas de las personas que son competidores en esta época, entrenan su freestyle en base a formatos de competencias con el objetivo principal de vencer a sus oponentes y no de transmitir algún mensaje a su público.

En tanto que freestylers que quieren competir deben amoldar su freestyle a formatos de competencia.

Te juro y no te miento de que ahora me tomo más en serio o entreno mucho más el tema de ser competidor, mi faceta de competidor ahora la estoy entrenando muchísimo, muchísimo eh, muchísimo. Hasta el punto que me incomoda porque es practicar algo que yo no soy, o intentar adaptar a mi cuerpo o a mí, algo que normalmente no hago como es el hecho de competir y estar pensando todo el tiempo “te voy a romper la cabeza” (Julián, 2021).

La llegada de la mercantilización y profesionalización convirtieron al freestyle de una práctica que era utilizada con fines únicamente expresivos por los integrantes del hip hop, a una actividad competitiva y en una posible fuente de ingreso. Julián (2021) sostuvo que esta profesionalización apunta al cómo *rapear* y no al *rapear*:

Porque si quisieran profesionalizar el *rapear* quizás se cuestionarían más algún otro tipo de cosas con respecto a la comunicación, tratar de no hacer rimas racistas, ¿no? rimas homofóbicas. Y eso por más de que no nos guste es muy común, y también es muy común de que la gente lo sigan festejando ¿no?

Advertimos que Julián comprendió de un modo distinto la profesionalización del freestyle respecto a la nuestra. Él entendió la noción de profesionalizar, como una sistematización del modo de *rapear* que es impulsada por los organizadores de competencias como Urban Rooster a través de la FRF. Y a su vez la criticó alegando que hacen falta debates contextuales de coyuntura política y social.

Julián (2021) continuó con su perspectiva sosteniendo que hace falta una evolución: “no sé si al freestyle o a la competición, no sé cuál tiene que evolucionar primero para que evolucione después la otra” y agregó que “es innecesario decir ‘hijo de puta te voy a ganar’, ¿me entendés?”. Con esto, hizo referencia a distintas situaciones que surgen dentro de las competencias. Un caso emblemático fue la batalla entre la española Sara Socas y el mexicano Rapder, en Saholin Battles. En uno de los rounds, surgió de los participantes tocar la temática feminismo, en donde Rapder utilizó varios *punchlines* del siguiente estilo: “nunca me metí en esos temas porque soy todo un cabrón, pero hablando de eso, la protesta no es superior. La culpa no es dónde estabas...el violador soy yo⁹⁰”. El público y otros competidores lo

⁹⁰ Rapder hace referencia a la performance de protesta llamada “Un violador en tu camino” creado por un colectivo feminista de Valparaíso, Chile.

festearon y él siguió “sí, acá ya existen muchas feministas y están haciendo protestas que para mí están chidas, las verdaderas feministas se juegan la vida, no se dejan el bigote y los pelos de la axila”. En el siguiente round, los competidores llevaron la batalla hacia otra temática ya que había generado un alto grado de tensión entre ellos.

Esta batalla no quedó ahí. Al siguiente día Rapder recibió distintas amenazas en sus redes sociales, además de que sus rimas salieron en varios noticieros mexicanos provocando un gran revuelo dentro de la *escena* del freestyle. Sara Socas por su parte, salió a decir que solo eran personajes arriba de un escenario y las batallas no se debían tomar como literales. Enfrentamientos como estos renuevan el viejo debate de cuáles son los límites que debe tener un competidor y su rol arriba de un escenario. Hay algunos que sostienen que se debe dar total libertad a los competidores a la hora de rimar debido a que al subir a un escenario no todo lo que se dice es necesariamente verdad. Julián (2021) en contraposición a lo anterior dijo lo siguiente:

Yo creo que se están lavando las manos al decir que “yo no tengo que educar a nadie porque yo soy yo, y yo voy a competir ahí por mí” porque, a ver, el rap, el hip hop somos comunicadores, gente, nosotros somos voceros del pueblo quieran o no. Nosotros somos unos parlantes gigantes que están en frente de mucha gente diciendo cosas que piensan y cosas que están pasando, y si vos, como megáfono super gigante que llegás a millones de personas en cada evento que vas, no lo usás mínimo para, mínimo para hacer algo, te estás lavando las manos no te querés hacer cargo de una verdad inminente. No sé si estamos para educar, pero sí para concientizar, yo no estoy para decirte que está bien, pero si estoy para decirte que eso está mal, ¿viste?

Y agregó:

Ese es el gran problema, porque si yo voy a un evento y digo “puto” y me lo festejan es como “eh, si digo puto me lo festejan voy a seguir diciendo puto” pero si voy un evento y digo “puto” y todos se quedan callado y encima tengo un *host* que me dice “hey, loco no hagas rimas de homofobia que acá no la permitimos y no está bueno” y es como “oh, así que si vengo no tengo que decir esas cosas” ¿me entendés?

Sin dudas, qué roles cumplen los organizadores de competencias, competidores y público es una temática interesante a investigar que esperamos hacerla en alguna futura investigación.

Además de estas observaciones que realizó Julián (2021) sobre los freestylers y los competidores, también sostuvo que la profesionalización aportó varias cosas positivas. Como por ejemplo la “ola de popularidad que está teniendo más que nada las batallas, pero que

ayuda al resto de todo el engranaje llamado hip hop, ya que las batallas son una parte muy pequeña de todo lo que es” (Julián, 2021). Esta popularidad cooperó para que los raperos y los sujetos que hacen freestyle en la calle no sean estigmatizados. Y agregó que

Está re bueno de que los pibes puedan vivir del freestyle, che. Que puedan ir a competencias, que puedan... que le paguen los pasajes por ir, que le paguen un sueldo, que le ofrezcan seguros por si se caen de un escenario, ¿me entendés? Esas cosas, para mí, un lujo. Era como, ah... quizás en algún momento debía llegar esa profesionalización de la disciplina.

La llegada de la mercantilización le dio un lugar a la gente que realizaba freestyle para poder mostrar su destreza. Con el pasar de los años y la aparición de la profesionalización, las competencias de freestyle comenzaron a complejizarse, haciendo que algunos freestylers advirtieran la formación de sujetos que solo se dedicaban a competir. Si bien para algunos raperos la figura del freestyler y competidor son lo mismo, para muchos otros son figuras totalmente distintas.

La división del público

Otra controversia que surge alrededor de la profesionalización y mercantilización del freestyle, tiene que ver con la nueva generación de público, es decir un nuevo público dentro del hip hop al que solo le gusta consumir competencias de freestyle. Respecto a esto, Rodrigo nos comentó que estuvo leyendo sobre un acontecimiento surgido alrededor de la figura de Original Juan, un viejo rapero dominicano que ahora reside en España. El rapero, tenía pactado realizar un show en uno de los intervalos que tiene RBDG, para que los freestylers descansan cuando se pasa de una ronda a otra. Dado que el público que fue a presenciar la competencia no le prestó atención al show que brindó el rapero, Rodrigo (2021) reflexionó:

A partir del boom del freestyle ya no hay, o sea, hay dos públicos distintos, hay público de rap, de gente que le gusta ir a escuchar raperos, va a escuchar a un rapero particular o a los raperos que van a tocar; y hay un público de freestyle, que solamente sabe de freestyle, y le gusta el freestyle, y le chupa un huevo quién toque, y no le interesa porque no escuchan rap, solamente ven batallas de freestyle. Entonces, eso también ha repercutido en todos lados, y en todos lados es casi igual para mí.

Esta idea es acompañada por una anécdota que sucedió en un evento organizado en Neuquén, cuando él fue a dar un concierto. En esa ocasión, hubo batallas de freestyles y al momento

de iniciarse los enfrentamientos, el lugar estaba repleto de gente. Cuando las batallas entraban en un intervalo, Rodrigo nos comentó que el espacio se vaciaba, siendo frustrante para él y los otros raperos que iban a brindar el espectáculo.

Esto se debe a que las competencias han tomado tanta repercusión dentro y fuera del hip hop que se han generado consumidores que son ajenos a esta cultura. Como hemos dicho, se ha originado una nueva forma de consumir hip hop que es a través de las competencias de freestyle debido a su gran popularidad. Pero ello no implica que también sean tenidas en cuenta otras ramas del hip hop, por este motivo muchas personas desconocen de raperos de grandes trayectorias. Como dijimos en el capítulo 1, previo a las competencias no se veían freestylers en shows de raperos, solo en *cyphers*. La llegada de los eventos de freestyle les otorgó un lugar y les permitió generar un público para ellos mismos.

Este consumo de competencias de freestyle, además de desconocer a artistas con grandes trayectorias dentro del hip hop, también llevó a ignorar aspectos que se consideran básicos en esta cultura. En palabras de Rodrigo (2021):

El boom del freestyle ha hecho que muchas personas, por ejemplo, no entiendan la diferencia esta, entre que existe un *MC* o un rapero y un freestyler, y ellos piensan que la única forma de hacer rap es freestyleando y mucho hay, hay gente que ha empezado freestyleando, pero es muy difícil empezar a hacer rap freestyleando, lo más sensato cuando vos empezás a hacer rap es escribir, es escribir y escribir y escribir, y escribir y escribir, y escribir, y de eso haces un freestyle también, pero lo más fácil, la forma más fácil de entrar y después hacer freestyle tranqui, es escribiendo.

Rodrigo observó que al haberse masificado tanto las batallas de gallos, gran parte del público que consume estos eventos intentan hacer freestyle. A su entender, para poder freestylear primero se deben desarrollar otras herramientas que ayuden a agilizar la mente y abordar de otra manera la forma de *rapear*. Al no poder lograrlo, se frustran “y se convierten en público y se genera más público, más público, más público” (Rodrigo, 2021). Por estos motivos, él en sus talleres ofrece contenidos diversos, para impulsar a los sujetos a desarrollar su freestyle y su forma de *rapear*.

Porque si vos ponés a pibes a *rapear* y a escribir, como yo lo hago, ahora tengo un grupo de chicos que mañana tienen su propio show, que lo organizaron ellos solos en la casa de la cultura, y se organizan ¿entendés? y suman a la movida de la causa del rap y de generar público para los raperos. (Rodrigo, 2021)

En este subapartado advertimos una división marcada del público en el hip hop. Gracias a la popularidad que han tenido las competencias de freestyle, este tipo de eventos ha forjado su propio público, siendo una nueva forma de consumir hip hop muy distinta a la que ya había. Este público se extiende más allá de la cultura provocando algunos disgustos entre los integrantes de la cultura del hip hop, ya que observan que estos nuevos espectadores, generado al calor de la mercantilización, no comparten los mismos gustos que ellos.

El hip hop es como el fútbol, no requerís de plata para hacerlo

Como hemos visto, las competencias de freestyle han mutado mucho desde aquella primera RBDG que se organizó en San Juan, Puerto Rico, hasta el día de hoy. Los públicos, que antes asistían a estos eventos, solían ser sujetos pertenecientes a la cultura del hip hop. Hoy en día, y con la masificación de las batallas de freestyle, ese público se ha configurado de manera diferente, realizándose una apertura más allá de la cultura de hip hop.

Esta masividad dentro de las batallas de freestyle permitió que, dentro del público consumidor, se conforme un favoritismo por ciertos competidores. Este fanatismo admite, por ejemplo, que dentro de una competencia internacional, se defienda al competidor que representa a su país, y que, en el caso especial de Argentina, se escuchen canciones similares a los cánticos de las canchas de fútbol. Esto se vio reflejado en la final de RBDG internacional 2018 organizada en Argentina. En esa final se enfrentaron el competidor argentino Vos contra el legendario Aczino, proveniente de México. En aquel enfrentamiento se pudo escuchar como el público argentino alentó a Vos.

Estos sucesos despertaron distintos sentimientos que se ven reflejados en las palabras de Rodrigo (2021): “me encanta, boludo. Es muy zarpado el freestyle, es muy zarpado”, y agregó que le gusta el “ambiente de cancha” que se generó en las competencias porque lo volvió “muy deportivo”. De este modo, se alejó del concepto deportivo que manejan algunas organizaciones como UR para aumentar la competitividad en las competencias, y se posó en una perspectiva en que compara el ambiente deportivo generado por el público en las batallas de freestyle con el clima de las canchas de fútbol.

Rodrigo nos comentó que además de ser un amante del hip hop es un apasionado del fútbol, y justamente eso es lo que lo seduce de las competencias de freestyle. Lo deportivo otorgó distintas connotaciones a las batallas de freestyle, una de ellas fue:

A mi sabes que me re gusta que, por ejemplo, a FMS se pueda anotar a las compe de plaza, y que los chicos puedan sumar puntos. Y, ponele, tener un objetivo, ¿entendés? Me encanta lo que ha hecho el freestyle, porque es como el fútbol, me encanta, me encanta, porque a mí me re cabe el fútbol, me encanta porque tenés un ascenso, ¿me entendés? Tenés que pelear, y ponele, empezás como un club de acá, como el Deportivo Roca, pero “boom”, pasás del argentino A, el B, te metés en la B nacional y llegás a primera, y capaz que podés llegar a la FMS, eso está re zarpado (Rodrigo, 2021).

Los sentimientos que expuso Rodrigo podrían ser uno de los motivos, por los cuales las competencias de freestyle son abordadas con tanta pasión en Argentina. Entendemos que la pasión futbolera argentina fue una de las razones por la que FMS Argentina fue un caballito de batalla de las FMS a nivel internacional, como dijimos en el capítulo 1 de esta tesis. Argentina logró posicionarse en el mercado latinoamericano y español gracias a este clima pasional, al nivel artístico entregado por los competidores y el show que lograban crear alrededor de las competencias de freestyle. Gente de todas partes de Latinoamérica y España estuvieron atentos a competencias como el Quinto Escalón. Sin olvidar que Argentina fue la puerta de entrada para que en México, Perú, Chile y Colombia tuvieran sus propias ligas profesionales.

A pesar de que el freestyle ha tomado grandes relevancias por la mercantilización y la profesionalización, Rodrigo aclaró que no todo lo que tenga que ver con freestyle y competencias se debe cobrar ya que, el freestyle también es popular debido a que no se requiere de dinero para hacerlo y practicarlo, sino que solo se precisa de la mente. Acá entra otro aspecto de lo deportivo.

La Casa de la Cultura vino a buscarme a mí para que yo vaya a dar talleres de rap ahí, a esos lugares. Y lo primero que les dije cada vez que me vinieron a buscar, fue, por ejemplo, no deberíamos cobrar, no deberíamos cobrar nada, porque el rap, yo le digo, el rap es como el fútbol, no necesitás plata para hacerlo, no necesitás plata, yo no tenía plata cuando empecé a *rapear*, no tenía nada, o sea, lo único que tenía era mi cabeza, mis ideas, las cosas que yo quería decir (Rodrigo, 2021).

Y agregó que:

En el fútbol, el Diego, Román los que han sido grandes del fútbol, aprendieron jugando con una pelota de trapo, y el rap es lo mismo. Vos podés aprender a hacer rap jugando con tu amigo, jugando en el medio del campo, en la nada, con un chabón que te haga una base y vos rapeando, y disfrutando de eso, y lo aprendés, y aprendés, y tenés la motivación y lo hacés, y no es necesario ir a un lugar donde tenés que pagar (Rodrigo, 2021).

Quizás el hip hop, el rap y el freestyle sean popular por eso, porque son como el fútbol, no se requieren grandes sumas de dinero para poder realizarlo y lo pueden hacer todos, sin importar la edad, el género, la clase social, nada. El hip hop como el fútbol se practica en las plazas solo por el deseo de divertirse y expresarse.

Reflexiones finales

Las competencias de freestyle, hoy en día, son una actividad que han ganado bastante terreno dentro de las industrias culturales. Su fortaleza, se basa en la gran cantidad de jóvenes que consumen estos tipos de eventos, sumado a lo que se genera a su alrededor, a saber: páginas en redes sociales de información de freestyle, periodistas especializados en esta actividad, youtubers, artistas del género urbano, entre otras cosas.

Como pudimos observar a lo largo de esta tesis, la multinacional Red Bull hizo un gran aporte para la conformación de esta industria. Por un lado, su entrada a la *escena* del hip hop produjo un quiebre dentro de esta cultura y empezaron a forjarse freestylers y competidores. Por otro lado, los freestylers tenían un objetivo, competir en el único evento de renombre que existía en aquella época. Con la llegada de la RDBG, las competencias de freestyle iniciaron el proceso de mercantilización, crearon un producto sólido y estandarizaron los formatos para competir y rimar.

Cuando Red Bull decide alejarse de los eventos de freestyle por tiempo indefinido, parecía que el mundo de las batallas entraría en un impasse. Pero era difícil frenar aquel pequeño movimiento que se había generado, por lo que en este punto tomaron la posta los distintos freestylers para generar sus propias competencias. También ejercieron su papel algunos mediadores culturales (Zallo, 2011) como por ejemplo Juan Ortelli, periodista y ex director de la revista estadounidense Rolling Stone, dedicada a la música y la cultura popular. Con el pasar de los años volvió RDBG, pero también surgieron otras competencias de renombre que tendrían un peso similar al primero y que replicarían su formato de rimar y competencia. Pronto la cultura del hip hop se iría poblando con más organizaciones y más competidores. Si bien era una actividad que generaba mucha repercusión en los jóvenes aún era difícil subsistir de esto.

A medida que pasó el tiempo, la posibilidad de que los freestylers obtengan un sueldo por competir empezaba a tomar forma. Entre algunas organizaciones se barajaba la posibilidad de crear un ente organizador de competencias, que más tarde tomaría por nombre FRF. Este órgano es el encargado de dictar normas para sus afiliados y así crear una transparencia dentro de las batallas.

Entre los idearios de FRF, se encontraba un grupo de amigos españoles, creadores de una plataforma para practicar freestyle online, llamada UR. Esta organización además creó una liga que cambió algunas de las bases que había sentado Red Bull, innovando en cuestiones que había observado dentro de las competencias de freestyle, tales como: la intermitencia en los pagos de los competidores, la flexibilidad de los formatos, la manera en que los jurados votan, entre otras cosas. UR con su visión deportiva y a través de su competencia FMS, preparó el terreno para un proceso de profesionalización.

Con estos dos grandes procesos guiando el camino de las competencias de freestyle, se empezaron a configurar lo que se denomina como la *escena* del freestyle, en donde la mayoría de las organizaciones se establecieron en provincias como Córdoba y Santa Fe, pero sobre todo en Buenos Aires, provocando una concentración y centralización. Además, se confeccionaron dos circuitos bien marcados: el *underground* y el profesional. El circuito profesional, se servirá del *underground* para mover su maquinaria de producción e ir seleccionado a las nuevas promesas que participaran en sus próximas fechas.

Lo anterior se observa claramente en el sistema de ascensos y descensos de FMS. UR junto con otras organizaciones crearon una entidad que aglutinaría a las principales organizaciones profesionales y del *underground*, además formularon una normativa que les permitió administrarlas. Los eventos del *underground* que se federaran a FRF organizarían una serie de torneos que otorgarían puntos para el ascenso de FMS. Observamos allí una lógica de trabajo no pago ya que las organizaciones del ascenso no son remuneradas por realizar este trabajo, sino que les otorgarán publicidad y contactos con otras competencias del país, generando de esta manera, una red que permite alcanzar a más freestylers de cualquier punto de Argentina.

Cabe aclarar, que cada organización posee su mecanismo de selección de fuerza de trabajo. Red Bull utiliza la modalidad de videos y clasificatorias que se va modificando año a año. Otros como BDM, hacen regionales en algunos sectores del país. Y FMS, como mencionamos lo hace a través del sistema de ascensos y descensos. De todos estos sistemas de selección, el de FMS es el más riguroso para escoger a los competidores, según sus criterios deportivos. La diferencia entre RBDG y FMS es que la segunda paga, una vez en la

liga, a los freestylers que compiten y la otra no. Red Bull solo ofrece su patrocinio a los campeones de su certamen.

Estos dos procesos en el Alto Valle, se pueden percibir a menor escala. Incluso podríamos decir que en la región se están tratando de sentar las bases que permitan obtener una ganancia por organizar competencias de freestyle y competir, además de brindarles otro tipo de oportunidades a los competidores locales. Esto último es tomado como objetivo por algunas organizaciones regionales que en base a ello estructuran su competencia. Por ejemplo, los propósitos de La Jungla y Round One son complementarias, ya que la primera busca jerarquizar el arte valletano y la segunda, el lugar y la importancia que deben tener los freestylers en la competencia.

Percibimos que la *escena* valletana del freestyle está compuesta por una gran cantidad de competencias *underground*. En cuanto a criterios de profesionalización, la única que cumple con los requisitos establecidos por la FMS es La Jungla, quien anunció su adhesión a FRF el 1 de julio del 2020. Pero ello no quiere decir que quienes participen de este evento sean remunerados, incluso podemos agregar que a los freestylers regionales no se les paga por competir. Si bien en el *underground* regional algunos premios son económicos, estos no alcanzan para cubrir necesidades tales como: comer, pagar el alquiler o viajes para ir a competir a otro lado. Distinto es La Jungla ya que, al estar federada a FRF debe otorgar, como uno de los premios, cupos a otra competencia y cubrir los gastos que tenga en traslado, comida y hospedaje motivando a los competidores a sumarse al ascenso, aunque sin obtener remuneración. La entrega de cupos permite formar una red en el ascenso, que estimula a los competidores para que participen activamente, conectando los distintos puntos del país en donde halla organizaciones federadas y así, expandir la liga a otros lugares que no solo sean las grandes ciudades, en busca de nuevos talentos.

Otro tipo de relación que se forja entre las competencias del Alto Valle y las de otras ciudades, además del ascenso, es por las trayectorias personales de los freestylers regionales. Ejemplos de esto los encontramos en Julián que ha participado varias veces en el ascenso y Rodrigo que ha competido en eventos como A Cara de Perro. Esto ha generado un vínculo entre algunos competidores regionales y organizaciones de otros puntos del país. También, hay casos en que organizaciones como BDM contactan a integrantes de la cultura del hip hop

de acá, para que organicen filtros regionales. Los sujetos y organizaciones del Alto Valle se relacionan de distintas maneras con las competencias nacionales, pero debemos aclarar que no son tan fluidas como las de otras provincias.

Retomando la idea de centralización que se genera en algunos sectores del país, queremos mencionar que este fenómeno se da en otros géneros musicales también, como la cumbia o el rock, debido a que responde a un desarrollo económico general de Argentina. En cuanto al freestyle, al haber una gran cantidad de organizaciones en provincias como Buenos Aires, la mercantilización se puede observar en mayor escala, generando otras oportunidades. Es por esto que hay una gran cantidad de empresas y comercios que están dispuestos a patrocinar estos eventos debido a la cantidad de personas que los consumen, produciendo grandes ingresos y obteniendo de esta manera, más dinero tanto organizadores como competidores. Gracias a ello, y debido a que en este tipo de productos culturales la oferta siempre es previa a la demanda (Zallo, 2011), las organizaciones se manejan a través de un star system para promocionar sus eventos, es decir, la contratación de competidores profesionales, los cuales atraen a más participantes aumentando la circulación de freestylers. De esta forma, algunos competidores del *underground* encuentran en aquellos eventos la posibilidad de enfrentarse contra freestylers que solo participan en grandes eventos como RBDG, Supremacía MC, God Level, etc.

Pero no solo hay un aumento en la circulación de freestylers sino también de consumidores, puesto que las personas, al ver promocionado a sus competidores preferidos, querrá asistir al evento obteniendo así una mayor porción de público. Por lo general, este tipo de eventos es pensado para toda la cultura del hip hop, por ello agregan un show de medio tiempo de algún rapero. En este contexto se da una situación interesante que ha generado numerosos debates dentro de la *escena* del hip hop, ya que gran parte de los sujetos que concurren al evento, cuando las batallas entre en un intervalo, deciden no presenciar el show del rapero. Por nuestra parte, consideramos que este suceso se da por la siguiente razón: con la llegada de las nuevas tecnologías, también surgieron nuevas formas de consumo, cruzando los límites del hip hop y abrazando a un nuevo público al que solo le gustan las competencias de freestyle. A esto, debemos sumarle que hay una futbolización de las batallas, lo que genera un fanatismo por ciertos competidores, por lo que algunas personas pagan una entrada o

concurrir a un evento con el objetivo de verlos. En base a esto, creemos que se ha generado una nueva forma de consumir el hip hop haciendo notar que hay dos públicos: uno de hip hop y otro de competencias de freestyle.

Volviendo a la circulación de freestylers, queremos agregar que observamos una serie de desventajas en la región. Primero, que haya más circulación de freestylers aumenta el nivel competitivo de los participantes, en Alto Valle este flujo se está empezando a dar cuando La Jungla organiza alguna fecha. Con el resto de las competencias *underground* solo se produce un flujo de competidores interno, es decir sujetos de la región. Segundo, la centralización de competencias lleva a una disparidad en el mapa de Argentina, en donde la región solo cuenta con una organización federada y la otra más cercana es Bariloche. Tercero, y con base en lo anterior, si algún competidor regional quisiera ascender a FMS se toparía con obstáculos tales como las distancias y lo económico, ya que como mencionamos anteriormente, los premios del *underground* regional no representan una gran suma de dinero y algunos competidores recurren a aplicaciones como cafecito para solventar estos viajes. Y cuarto, las organizaciones al no tener una sustentabilidad económica no pueden contratar a competidores profesionales para atraer más público, no pueden remunerar a sus participantes y los premios económicos que entregan, representan el total de lo recaudado en la inscripción, que no suele superar los \$100 por competidor. Al haber una menor escala de mercantilización en el Alto Valle, entendemos que la mayoría de las organizaciones regionales son autogestivas y sus sponsors son emprendimientos de la región y/o amigos.

Podemos afirmar, por un lado, que las competencias que están dentro del circuito profesional del freestyle, o por lo menos dentro del ranking de ascenso, responden a lógicas mercantiles en mayor o menor medida. Y es que, el estar federados tiene algunas ventajas tales como: la promoción de la competencia a través de las páginas y redes sociales de FMS y FRF; el otorgar puntos para el ascenso despierta el interés de otros freestylers que no estén en la región; el acercamiento a otras organizaciones del país; facilidades en las negociaciones con bares y sponsors, entre otras. A cambio, FMS solicita que se organicen una serie de torneos sin pagar por ello.

Por otro lado, en las competencias del *underground* como Round One, esas lógicas mercantiles son iniciales, en donde sus principales sponsors son otros emprendimientos.

Recordemos que, la definición de mercantilización es la transformación de cosas valoradas por su uso en productos comercializables valorados por lo que se puede obtener en un intercambio (Mosco, 2006). Siguiendo este concepto, la mayoría de las competencias del *underground* regional no tienen ganancias y lo recaudado en inscripción es utilizado de premio. Si bien forjan relaciones económicas con emprendimientos no obtienen dinero de ellos ya que los aportes que realizan son destinados para premios también. La Jungla sí obtiene beneficios económicos gracias a la promoción de FMS, los acuerdos que hacen con los bares y las inscripciones.

Además, debemos agregar, que las organizaciones del *underground*, ayudan de forma indirecta, a las competencias de ascenso con la selección de competidores para el ascenso a FMS, por ejemplo, otorgando cupos. Es por ello que encontramos conexiones entre La Jungla y Round One, en donde los últimos no son remunerados por su contribución. Y es que la lógica FRF y todo lo que genera FMS permite formar una red de ascenso regional, siendo esta la motivación para que los competidores y organizaciones regionales se sumen.

Debemos hacer dos aclaraciones. La primera, es que el *underground* no se reduce solo a lo anterior, sino que también, es el lugar donde se forman muchos de los competidores que se ven en las grandes competencias. Es acá donde moldean su estilo, compiten por primera vez, forjan sus trayectorias, etc. Es por ello, que las clasificatorias de distintos eventos arman regionales o ascensos para buscar nuevos talentos. La segunda refiere a que, si bien hay una forma hegemónica de organizar competencias, que se desprende del conjunto de organizaciones del circuito del freestyle profesional, en el circuito *underground* también coexisten otras formas de organizar competencias que no responden solo a una lógica mercantil, por ejemplo, por solidaridad en donde muchas veces se pide un alimento no perecedero a las personas que se acercan a la plaza para luego donarlo a comedores.

Lo anterior nos sirvió para poner en tensión el circuito de freestyle profesional con las prácticas culturales, las perspectivas y opiniones y formas de organizar competencias de la cultura del hip hop en Alto Valle. Lo que nos permitió encontrar distintas posturas y debates, tales como el que surge alrededor de la figura del freestyler y el competidor donde algunos sostienen que uno y otro son lo mismo y otros, que piensan que son distintos. Esta bifurcación se generó al calor de la mercantilización y profesionalización de las competencias.

Otra división que se generó, por consecuencia de estos dos procesos, tiene que ver con una postura frente a las competencias de freestyle. En él se observan dos grupos, al que denominamos según sus características, como culturales y deportistas. El primero entiende que el freestyle, es el que se vive en las plazas. Sus formas de organizar un evento no están centradas en una lógica mercantil y sus formatos para rimar son los clásicos: *minuto a sangre* y 120 segundos con cuatro entradas para cada competidor. Esto se debe a que están a favor de que el freestyler se pueda expresar libremente sin tanta intervención de los formatos. Los deportistas, se guían por cómo se desarrollan las competencias del circuito profesional. Esta postura está a favor de los formatos rígidos y de explotar al máximo la competitividad en las batallas. Si bien, en estos dos grupos encontramos diferencias bien marcadas, también hay muchas posturas intermedias, como por ejemplo Julián, a quien no le resulta atrayente el formato de FMS y la competencia que organiza con su *crew* no está centrada en una lógica mercantil, pero proyectan federar a Round One en un futuro.

NDK no es la única organización que planea federar una competencia, sino que es una idea más general de la ciudad de Fiske Menuco, con miras a aumentar el nivel competitivo de la ciudad. Además de la federación también se manejan otras posibilidades como armar una liga patagónica que englobe a las demás competencias *underground* de la región del Alto Valle. Es por ello que observamos que la región aspira a aumentar el grado de mercantilización y el nivel competitivo.

Además de estos proyectos, algunas actividades se orientan en este sentido como los talleres de rimas. Pero también hallamos otras actividades y proyectos que buscan otros rumbos como: los shows y competencias en ferias gastronómicas, eventos en lugares públicos como anfiteatros municipales, entre otros. Con todo esto, se busca promocionar la cultura del hip hop en el Alto Valle y llegar a más personas tanto jóvenes como adultos. Interpretamos que estas prácticas culturales si bien tienen distintos sentidos son complementarias, ya que al promocionar la cultura están buscando: desestigmatizarla, es decir, mostrar a las demás personas que es un ámbito donde los sujetos van a divertirse; generar lugares donde raperos puedan brindar sus shows y freestylers competir; ayudar a los chicos que se inician en el camino y les gusta el hip hop a ofrecerles otras oportunidades que ellos, cuando iniciaron, no tuvieron. Es por ello que interpretamos, según las actividades que realizan, los proyectos para

atraer más gente y público y su visión positiva de distintos aspectos de la profesionalización como la remuneración a competidores; que esta promoción cultural además pretende exhibir al hip hop como un espacio compuesto por muchos sujetos. Esto puede ser rentable para forjar relaciones económicas como en las grandes urbes, aunque es un objetivo indirecto ya que, debemos recordar que en la cultura del hip hop, hay diferentes posiciones con respecto a esta temática y percibimos que la promoción cultural es el objetivo primordial en el Alto Valle.

Entendemos que estas prácticas culturales son la exteriorización de acciones que refieren a la cultura del hip hop y que son motivadas por distintos fines que ya hemos expuesto. En este proceso, encontramos rasgos culturales y resignificaciones respecto al hip hop de Bronx. En cuanto a los rasgos culturales, sabemos que hay tantas percepciones y connotaciones como cantidad de personas que conforman la cultura del hip hop, sin embargo, nuestros entrevistados destacaron y coincidieron en la concepción de familia que puntualizaba Kool Herc, aquel que hermana a cualquier sujeto que pertenezca a la cultura.

En torno a las resignificaciones, percibimos que muchas se conformaron a partir de la aparición de las competencias de freestyle ya que a partir de ellas y en conjunto con las nuevas tecnologías, se formaron nuevas maneras de consumir hip hop lo que introdujo otros sujetos a la cultura. Estas resignificaciones producen elementos de identificación internas y externas. Por ejemplo, en el barrio de Bronx, el hip hop nació como un grito de lucha contra el racismo y otras desigualdades sociales, mientras que en la región, el hip hop apunta a una promoción cultural ya que es otro su contexto y es guiado por otros sucesos tales como: las nuevas formas de consumo del hip hop, un cambio generacional, la búsqueda de una estabilidad económica de quienes organizan y compiten, entre otras. Podemos decir que en el Alto Valle existen elementos de identificación interna que fueron reconfigurando el hip hop conformando una identidad cultural y a su vez, posee rasgos culturales que la identifican con el hip hop de Bronx. Es por ello que entendemos que las perspectivas, opiniones, actividades y proyectos sobre el hip hop van mutando, por lo que esta identidad cultural no es estática y siempre está en construcción. También advertimos que esta cultura está presente en la vida de los sujetos que la conforman, como un estilo de vida.

Finalmente, basándonos en las fuentes documentales, las entrevistas realizadas y todo lo desarrollado en esta tesis, podemos decir que muchos proyectos dentro de la cultura del hip hop del Alto Valle se guían bajo los estándares del circuito profesional del freestyle, esto con el objetivo de jerarquizar el arte regional y darle el lugar que les corresponde a los freestyler en la competencia. Para ello, tratan de replicar aspectos que consideran positivos del proceso de profesionalización y mercantilización, y buscan zanjar aquellos que encuentran negativo, ya que una vez que se mercantiliza una actividad es difícil quedarse afuera. También observamos una fuerte impronta en promocionar la cultura por parte de los sujetos, ya sea organizando competencias o eventos donde puedan hacer *breaking*, donde los raperos puedan realizar conciertos, llevándolo a cabo en lugares públicos como ferias de comida, anfiteatros, la costanera del río, para que mucha más gente pueda participar y sumarse a esta gran cultura que es el hip hop. Ya que, como dicen ellos, el hip hop es familia y desean ofrecer y dejarle lo mejor a la cultura y a las personas que forman y formaran parte.

Bibliografía

- Abeillé, C. (2020) “Cultura en los márgenes: La escena hip hop en Rafaela” en *AVATARES de la comunicación y la cultura N° 19* (junio 2020) ISSN 1853-5925
- Arango Guzmán, D. (2020) “Tongo: lenguaje sexista en las batallas de freestyle rap” (Tesis/Trabajo de grado). Pontificia Universidad Javeriana
- Biaggini, M (2020) “Orígenes de la práctica del rap y el Hip Hop en el conurbano bonaerense (1982-1992)” Antigua Matanza. *Revista de Historia Regional*, 4(2), 47-67
- Buitrago Alfonso, D (2020) "La vida es una batalla: Ser freestyler en Bogotá. Un análisis desde la sociología del individuo" Universidad del Rosario, Bogotá
- Bolaño, C. (2006) “Tapando el agujero negro. Para una crítica de la Economía Política de la Comunicación”, en *Cuadernos de Información y Comunicación*, Vol. 11, Universidad Complutense de Madrid
- Córdova, M & Lasaigues, S (2019) “Las batallas de freestyle y sus semejanzas lingüísticas y retóricas con el discurso político en el debate presidencial”, Universidad Argentina de la Empresa
- Coffey, A y Atkinson, P (2003) *Encontrar el sentido a los datos cualitativos. Estrategias complementarias de investigación*. Medellín, Colombia: Ed. Universidad de Antioquia.
- De Souza Minayo, M. C. Y otros (2003). *Investigación social, teoría, método y Creatividad*, Lugar Editorial, Bs. Aires
- Garnham, N (1983) “La Cultura como mercancía”, en Richeri, G (ed.) *La televisión: entre servicio público y negocio*, Barcelona, Gustavo Gili.
- Guber, R (2001) *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Grupo Editorial Norma.
- Hall, S. (2017) “Cultura, resistencia y lucha”, en S. Hall, *Estudios culturales 1983: una historia teórica*. Buenos Aires: Paidós. Pp. 233-263.
- Jociles Rubio, María Isabel (2005-2006). "La imposición de los puntos de vista durante la entrevista etnográfica". *En Antropología portuguesa*, vol. 22-23.

- Lee, J. (2015) “Open Mic: la profesionalización de la carrera rapera” (Tejada Lucía, Trad.) Apuntes de investigación del CECYP 2015. Año XVII. N° 25. pp. 93-116. SSN 0329-2142 (Obra original publicada en 2009)
- Mendizabal, N. (2006) El diseño de investigación flexible en el abordaje cualitativo, en Vasilachis de Gialdino, Irene (coord.), *Estrategias de investigación cualitativa*, edit. Gedisa. Barcelona
- Miede, B. (1982) “La mercancía cultural: algunas características de su reciente desarrollo”. Disponible en Humanitas, portal temático de Humanidades.
- Muñoz Tapia, S (2018) “Entre los nichos y la masividad. El (t)rap de Buenos Aires entre el 2001 y el 2018” *Resonancias vol. 22, n°43*, julio-noviembre 2018, pp. 113-131
- Muñoz Tapia, S. (2020) “JUGÁRSELA POR EL RAP”: Música, Trabajo e Individualidad en la carrera de un rapero del conurbano de Buenos Aires. Tesis de Doctorado, UNSAM, IDAES, Antropología Social, 202
- Rodríguez, N (2020) “El ascenso del freestyle de competencia en Chile: la batalla de gallos como forma renovada de hacer y consumir el hip-hop”. *Contrapulso*. pp 79-65
- Rowan (2010) *Emprendizajes en cultura*. Madrid: Traficantes de sueños. Introducción, cap. I "¿Qué es el emprendizaje?" y cap. II “Las industrias creativas y el emprendedor cultural”. En: <https://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/Emprendizajes%20en%20cultura-TdS.pdf>
- Tijoux, M, Facuse M & Urrutia, M (2012) “El Hip Hop: ¿Arte popular de lo cotidiano o resistencia táctica a la marginación?”. *Revista Latinoamericana, Volumen 11, N° 33*, 2012, p. 429-450
- Uranga, W. (2007) “Mirar desde la comunicación: una manera de analizar las prácticas sociales” en http://www.catedras.fsoc.uba.ar/uranga/uranga_mirar_desde_la_comunicacion.pdf
- Williams, R. (2009) [1977] *Marxismo y Literatura*. Barcelona. Ediciones Península

- Zallo, R. (2011) “Necesidad de una economía de la cultura y la comunicación”, en *Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital*. Barcelona, Gedisa.

Fuentes

Primarias

Entrevistado: Miguel Nieva aka Maquinero.

Fecha: 30 de septiembre de 2021. 14:00 HS vía Google Meet.

Datos: Organizador de la competencia La Jungla. Trabaja en atención al público, todos los días de mañana y algunos a la tarde en una fábrica de chacinados, fiambres, bebidas y otras cosas. Es un emprendimiento que armaron sus familiares. En paralelo, también trabaja en un taller haciendo diseño gráfico y cartelerías.

Observaciones:

- Miguel está en la gráfica donde trabaja al momento de efectuarse la entrevista.
- Hay algunas interrupciones debido al lugar de la entrevista, no se pierde el hilo de la conversación quizás si el hilo de sus primeras ideas.

Entrevistado: Julián Acosta aka Purry NDK

Fecha: 13 de octubre de 2021. 17:00 HS vía Google Meet.

Datos: Estudiante del IUPA. Integra la crew NDK organizadores de Round One. Competidor de algunas competencias de ascenso. En tres días viajaba para competir en Titanes de la Costa, competencia de Azul, provincia de Buenos Aires.

Observaciones:

- La entrevista se realizó vía online ya que Julián estaba organizando una fecha de Round One y posterior a eso debía irse a la provincia de Buenos Aires a competir.
- Al momento de realizarse la entrevista Julián se encuentra en su departamento por lo que ocurren breves interrupciones como: la caída de su gata, la pava para tomar un té y que le toquen timbre.

Entrevistado: Rodrigo Quintreman aka Criminal

Fecha: sábado 30 de octubre de 2021. 10 HS vía Google Meet.

Datos: Docente de nivel primario. Referente de la cultura del hip hop del Alto Valle. Organizó varios eventos y shows de hip hop. Compitió en A Cara de Perro Zoo y en las regionales de RBDG.

Observaciones:

- Debido a la mala conexión hay pasajes en la entrevista que el audio se corta o traba.

Secundarias

- Batalla de Cold Crush Brothers y The Fantastic Romantic 5:
https://www.youtube.com/watch?v=NiwaLCny00I&ab_channel=KrazeTheKingofContent
- Blog de la Cámara de Comercio de España:
 - ¿Qué es un startup? 23 de enero de 2020. Recuperado en:
<https://www.camara.es/blog/creacion-de-empresas/que-es-una-startup>
- Blog Entrenarme:
 - “Como funciona el sistema de ranking por puntos en el tenis”. Recuperado en:
<https://entrenar.me/blog/deporte-2/como-funciona-el-sistema-de-ranking-por-puntos-en-el-tenis/>
- Blog Prensar:
 - “FMS Argentina 2022: Entradas a la venta para la jornada 2 que se realizará en la Ciudad de Buenos Aires; Dónde y cómo comprar los tickets para la fecha que se disputará en el Estadio Obras”. 10 de diciembre de 2021. Recuperado en:
<https://www.prensar.net/freestyle/fms-argentina-2022-entradas-a-la-venta-para-la-jornada-2-que-se-realizara-en-la-ciudad-de-buenos-aires-donde-y-como-comprar-los-tickets-para-la-fecha-que-se-disputara-en-el-estadio-obras/>
- Blog del Teatro Opera: <https://www.operaorbiseguros.com/teatro>
- Canal de YouTube de A Cara de Perro Zoo:
<https://www.youtube.com/user/acaradeperr zoo>
- Canal de YouTube Filo News:
 - “Dtoke: "Al freestyle lo veo como un espectáculo artístico, no como un deporte" | Caja Negra”. Recuperado en:
https://www.youtube.com/watch?v=JkQ67doHBrw&ab_channel=FiloNews
- Canal de YouTube de La Jungla: <https://www.youtube.com/c/LaJunglanqn>
- Canal de YouTube de Papo MC:
 - “¿Hora de hacer un cambio? Un mensaje para el freestyle”. Recuperado en
<https://www.youtube.com/watch?v=fcDUo3fanso&t=902s>

- Canal de YouTube del Quinto Escalón:
 - “KLAN & REPLIK vs TRUENO & UNDERDANN - FINAL (2VS1 - 11/12) - El Quinto Escalón”. Recuperado en: https://www.youtube.com/watch?v=NZ0I2GHgavU&t=3s&ab_channel=ElQuintoEscal%C3%B3n
- Canal de YouTube de Urban Rooster:
 - Urban Roosters: <https://www.youtube.com/user/Urbanroosters>
 - “PAPO VS MECHA | #FMSARGENTINA 2022 - Jornada 2 | Urban Roosters”. Recuperado en: https://www.youtube.com/watch?v=J5glxYqYiKU&ab_channel=UrbanRoosters
- Canal de YouTube de Red Bull Batalla de los Gallos
 - “Cronología de las Batallas en Argentina | Red Bull Batalla de los Gallos” 28 de agosto 2017. Recuperado en: https://www.youtube.com/watch?v=IBmP_xts7xc&ab_channel=RedBullBatalla
 - “Red Bull Batalla 2021 | ¿Quieres participar?”. 25 de marzo de 2021. Recuperado en: https://www.youtube.com/watch?v=5hlRRTKTHEs&ab_channel=RedBullBatalla
- Comunidad Wiki Rap:
 - “Red Bull Batalla de los Gallos Internacional 2005”. Recuperado en: https://rap.fandom.com/es/wiki/Red_Bull_Batalla_de_los_Gallos_Internacional_2005
- Diarios Clarín:
 - “Obras resurge como escenario para shows y en la Ciudad aún falta un estadio más grande”. 30 de octubre de 2017. Recuperado en: https://www.clarin.com/ciudades/obras-sanitarias-templo-resurge_0_HydNBk4p-.html
 - “Red Bull Batalla de los Gallos Argentina 2019: Trueno, el nuevo campeón”, 20 de octubre de 2019. Recuperado en: https://www.clarin.com/espectaculos/musica/red-bull-batalla-gallos-argentina-2019-trueno-paso-octavos-perfil-candidato_0_9DFnlGjm.html

- Diario El Litoral:
 - “Premios Gardel 2020: lista de los ganadores de la gala”. 19 de septiembre de 2020. Recuperado en: https://www.ellitoral.com/escenarios-sociedad/premios-gardel-2020-lista-ganadores-gala_0_BNSOAuTcEF.html
- Diario La Mañana de Cipolletti:
 - “Estaba de espectador en una batalla de rap y le hicieron una multa”. 01 de abril de 2021. Recuperado en: <https://www.lmcipolletti.com/estaba-espectador-una-batalla-rap-y-le-hicieron-una-multa-n785716>
- Diario Olé:
 - “Las tres batallas más vistas de FMS Argentina”. 16 de junio de 2020. Recuperado en: https://www.ole.com.ar/freestyle/fms-argentina_0_8hdD9jBRl.html
 - “Wos vs Aczino: La batalla más vista de la historia”. 04 de enero de 2021. Recuperado en: https://www.ole.com.ar/freestyle/wos-aczino-red-bull-batalla-vista_0_NFMJGvpdF.html
 - “¿Qué es el Halabalusa y por qué tiene su propia plaza?”. 11 de octubre de 2021. Recuperado en: https://www.ole.com.ar/freestyle/dtoke-halabalusa-plaza-freestyle_0_FSrsyPd3M.html
- Diario Río Negro:
 - “Río Negro extiende las restricciones hasta el viernes 11”. 04 de junio de 2021. Recuperado en: <https://www.rionegro.com.ar/rio-negro-extiende-las-restricciones-hasta-el-viernes-11-1841753/>
- Facebook:
 - Zinc Shower: <https://www.facebook.com/zincshower/>
- Filmografía:
 - Muñoz, S., Bercetche, S., & Ghogomu, D. (2014). Buenos Aires Rap. Argentina. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=E_ONZlplbok
 - Suarez, F. & Garay, S. (2012) “A cara de perro zoo ‘el origen’”. Argentina. Recuperado en:

https://www.youtube.com/watch?v=SIzGGuoesx0&t=1401s&ab_channel=acaradeperrozoo

• Instagram:

- Colectiva Artemisa: https://www.instagram.com/colectivaa_artemisa/
- Jacc: <https://www.instagram.com/jaccislacervecera/>
- La Jungla: <https://www.instagram.com/lajunglanqn/>
- NDK Crew: https://www.instagram.com/ndk_crew/
- Torrethdatafree: <https://www.instagram.com/p/CO30dY2D6CI/>

• Libro de Urban Rooster:

- (2021a) “Freestyle Revolution” Editorial Planeta S.A.- Barcelona, España

• Página de Discord: <https://discord.com/company>

• Página de FRF:

- “Bases Argentina”. Recuperado en: <https://urbanroosters.app.box.com/s/m4y80ja4tlx5galkcx8x06js6nnp7y03>
- “Normativa”. Recuperado en: <https://federacionderapfreestyle.com/reglamento/esnormativa/>

• Página de Ministerio de Salud de Río Negro:

- “Resoluciones Covid-19”. Recuperado en: <https://rionegro.gov.ar/?contID=70026>

• Página de Red Bull:

- Ortelli, J. “Puerto Rico 2005: la primera final (parte I)”. 12 de abril de 2016. Recuperado en: <https://www.redbull.com/int-es/puerto-rico-2005-la-primera-final-parte-I>
- “Red Bull Batalla de los Gallos transmisión en vivo”. 04 de mayo de 2017. Recuperado en: <https://www.redbull.com/ar-es/red-bull-batalla-de-los-gallos-transmisi%C3%B3n-en-vivo>
- “¡Larga vida al rey del rap! Estas son las 15 mejores canciones de 2Pac”. 24 de agosto de 2020. Recuperado en: <https://www.redbull.com/ar-es/las-20-mejores-canciones-de-2pac>

- Silva, R “Nació como un evento local y ya es un fenómeno global. ¡Estos son los campeones del mayor concurso de rap freestyle!”. 22 de marzo 2021. Recuperado en <https://www.redbull.com/ar-es/red-bull-batalla-de-los-gallos-historia-finales>
- “¡ACÁ ESTÁN LOS SELECCIONADOS PARA LAS CLASIFICATORIAS!”. 15 de junio de 2021. Recuperado en: <https://www.redbull.com/ar-es/seleccionados-argentina-para-las-clasificatorias>
- Página de Start-Up Chile: <https://startupchile.org/>
- Página de Urban Rooster:
 - “The Urban Roosters Representará A España En La Creative World Bussines Cup”. de junio de 2014. Recuperado en: <https://urbanroosters.news/652-2/>
 - “Presentación en sociedad de The Urban Rooster”. 15 de abril de 2016. Recuperado en: <https://urbanroosters.news/ya-hace-3-anos-que-presentemos-en-sociedad-a-the-urban-roosters/>
 - “El Freestyle Ya Tiene Su REGLAMENTO”. 15 de marzo de 2019. Recuperado en: <https://urbanroosters.news/el-freestyle-ya-tiene-su-reglamento/>
 - “JUAN ORTELLI: EL CUMPLEAÑOS DE UN PROFESIONAL”. 05 de julio de 2019. Recuperado en: <https://urbanroosters.news/juan-ortelli-el-cumpleanos-de-un-profesional/>
 - “El compromiso es el único camino hacia el éxito”. 11 de enero de 2020. Recueperado en: <https://urbanroosters.news/urban-roosters-ya-es-la-mayor-comunidad-de-freestyle-del-mundo/>
 - “¿Cómo nació Urban Roosters?”. 30 de marzo 2021b. Recuperado en <https://urbanroosters.news/como-nacio-urban-roosters/>
 - “¡ASÍ VA A SER EL NUEVO FORMATO FMS!”. 1 de octubre 2021. Recuperado en: <https://urbanroosters.news/asi-va-a-ser-el-nuevo-formato-fms/>
 - “LAS COMPETENCIAS QUE SUMARÁN PUNTOS EN EL RANKING”. 6 de julio 2021. Recuperado en: <https://urbanroosters.news/las-competencias-que-sumaran-puntos-en-el-ranking/>
- Portal Big Data Sports:

- Conde, M. (11 de abril de 2021) “Batallas de Freestyle: Las modas mueren después de determinado momento, pero los deportes perduran”. Big Data Sports. Recuperado en: <https://bigdatasports.media/2021/04/11/batallas-de-freestyle-las-modas-mueren-despues-de-determinado-momento-pero-los-deportes-perduran/>
- Portal de noticias El Destape:
 - “Todos los campeones de la Final Nacional Argentina Red Bull Batalla de los Gallos”. 28 de octubre de 2021. Recuperado en <https://www.eldestapeweb.com/atr/final-argentina-red-bull/todos-los-campeones-de-la-final-nacional-argentina-red-bull-batalla-de-los-gallos-202110281710>
- Portal de noticias Infobae:
 - Diego Lo Tártaro “Cuando las riñas de gallos eran legales en la Argentina: qué disponía el reglamento de la actividad en 1861”. 5 de julio de 2020: Recuperado en: <https://www.infobae.com/sociedad/2020/07/05/cuando-las-rinas-de-gallos-eran-legales-en-la-argentina-que-disponia-el-reglamento-de-la-actividad-en-1861/>
- Portal Vice:
 - Conti, D. (2 de abril de 2019) “Apuntes sobre el origen de Red Bull Batalla de los Gallos”. Vice. Recuperado en: <https://www.vice.com/es/article/wjm4/cronica-sobre-el-origen-de-red-bull-batalla-de-los-gallos-2019>
- Revista Hip Hop Nation: <http://hiphopnationmagazine.blogspot.com/>
- Spotify:
 - Wos: https://www.youtube.com/watch?v=NiwaLCny00I&ab_channel=KrazeTheKingofContent
- Ticket Portal: <https://lunapark.ticketportal.com.ar/event?p=E9897F32E1F799307529DDFDDAD726A767B86BDFD1504539>
- Tramas Boletín:

- Becher, P. (14 de mayo 2021) Melodías obreras: las relaciones de trabajo en el sector de músicxs (parte I). Tramas. <https://tramasboletin.wordpress.com/2021/05/14/melodias-obreras-las-relaciones-de-trabajo-en-el-sector-de-musicxs-parte-i/>