

De la plaza a las redes sociales: el *freestyle* de Buenos Aires y su retoma virtual

Amparo Rocha Alonso

El *freestyle* en Argentina

Actualmente, en Buenos Aires y en numerosas localidades grandes y medianas del país es frecuente ver en plazas y parques a grupos de jóvenes, mayormente varones¹, convocados por una práctica poético-musical² que es también un combate. Nos referimos a las competencias de rap *freestyle*, improvisación verbal ingeniosa que desarrollan dos o más contendientes en su esfuerzo por imponerse al otro y al favor de jurado y público.

En lo que sigue, nos proponemos dar cuenta sucintamente de esta práctica, de gran presencia en los últimos años en los espacios urbanos del país porque, a la vez que guarda parentesco con variantes antiquísimas de la disputa verbal, se articula con el fenómeno de la mediatización³, particularmente en cuanto a la apropiación que hacen de ella grupos juveniles de usuarios de plataformas sociales como YouTube, Facebook e Instagram. Asimismo, nos interesa porque ha sido tal su visibilización pública y

¹ A partir de los años 2017 y 2018, con las históricas movilizaciones del Ni una menos y por el aborto legal, seguro y gratuito, el número de mujeres competidoras se ha incrementado notablemente, lo cual se observa en videos y fotos anteriores y posteriores a los hitos mencionados.

² Ante la objeción que podría hacérsenos de que el *freestyle* no es propiamente musical, como sí lo es el rap, respondemos que entendemos musical en sentido general como abordaje rítmico-melódico de la palabra poética. Agregamos que ya la poesía puede ser entendida como “la música de la palabra”.

³ Eliseo Verón define la mediatización como “progresiva incorporación de tecnologías mediáticas en la sociedad, como “transferencia de los tres órdenes del sentido a otras materias autónomas en relación con el cuerpo signifiante” (1987) y como “exteriorización-materialización de las capacidades cerebrales del sapiens” (2013). En cada una de estas caracterizaciones observamos la acentuación en algún aspecto de su teoría: el sociológico, el psicoantropológico y el cognitivista de su última etapa.

mediática en los últimos tres años⁴ que nos atrevemos a postularla como una de las modalidades de discursividad juvenil que ha tomado la delantera en la expresión de los gustos y demandas de las nuevas generaciones en Buenos Aires y el país, replicando lo que sucede en gran parte del mundo.

Un circuito

Para abordar esta práctica, aplicamos el modelo de *circuito de música* (Rocha, 2015), asimilado al de *sistema productivo* (Verón, 1987). En esta perspectiva, los circuitos artístico- musicales implicarían una esfera de la producción, una de la circulación/ divulgación y otra del consumo. Asimismo, relaciones de intercambio simbólico-material en las que participan gran variedad de actores.

Partimos de la noción de *discurso* como *configuración espacio-temporal de sentido* (Verón, 1993). Esto nos servirá para dar cuenta de las expresiones performáticas de las competencias de rap freestyle como así también de los metadiscursos verbales, visuales, audiovisuales que participan activamente de cada circuito en la forma de discurso crítico, publicitario, artístico y que contribuyen a la contextualización y legitimación de las diversas expresiones.

Correlativa a la noción de circuito –y a las estéticas que pueden asociársele, aunque no de manera mecánica-, trabajamos con la de *sensibilidad*, es decir, una cierta disposición afectiva ante los discursos (en este caso el poético-musical) y todo aquello que involucren: palabra, prosodia, gestualidad, movimiento, accesorios, vestuario etc. (Rocha, 2001, 2013). La noción de circuito nos resulta de utilidad pues permite abordar objetos artísticos soslayando los debates sobre géneros y estilos, que no son pertinentes desde la perspectiva sociosemiótica que sostenemos en el presente artículo. Entendemos que en un circuito se desenvuelven uno o más géneros (entendidos de manera laxa, como *formatos*), que en él priva una determinada estética, como conjunto de rasgos estilísticos de bordes lábiles, y que los actores comparten una *sensibilidad* común. En el interior de todo circuito se definen valores, prácticas, límites y posibilidades de la producción de sentido; los circuitos nacen, se estabilizan y pueden desaparecer si las condiciones que les dieron vida desaparecen; son relativamente abiertos, ya que guardan vínculos diversos con otros: de derivación, inclusión, cruce, etc.

En cuanto al circuito de las competencias de *freestyle*, se trata específicamente de un subcircuito del de rap y del hip hop. En comparación con otros artístico-musicales complejos, el circuito de rap ha sido, hasta hace dos años aproximadamente, muy simple y homogéneo: raperos y seguidores, algunos promotores de eventos y poco

⁴ Las competencias de *freestyle* se desarrollan hace mucho más tiempo, pero durante bastante, se desarrollaron en un circuito absolutamente *under*. El crecimiento de un evento particular, El quinto escalón (domingos en Parque Rivadavia de la ciudad de Buenos Aires hasta fin de 2017) fue el detonante para su visibilización en medios masivos: prensa gráfica, radio (Vorterix) y TV.

periodismo especializado; espacios públicos e hipermediáticos, eventos regulares *under* y unos pocos de mayor envergadura y dimensión comercial.⁵ En el momento de la escritura del presente texto, la escena se ha ampliado por el interés que viene despertando el rap argentino y el crecimiento del público. A eso hay que sumarle el desprendimiento del género trap, variante más comercial del rap con matices musicales de reggaetón y otras músicas latinas, que vino a conmover el espacio más tradicional del rap “auténtico”. En consecuencia, tanto por el auge de las competencias en plazas como por el trap y sus variantes, que van del festejo machista a la militancia feminista, se ha perforado el piso de los medios masivos⁶ y por ello el nivel de conocimiento del rap freestyle es mucho mayor que hace relativamente poco.

Una traducción exitosa

Observamos numerosas coincidencias entre el surgimiento de esta expresión artística juvenil y la emergencia del rock argentino a fines de los años sesenta.⁷ En ambos casos se trata de expresiones alternativas, minoritarias, contraculturales, con una ideología difusa antisistema que interpela a jóvenes y les ofrece un discurso identitario en el que refugiarse. En ambos se trata de una traducción exitosa –en tanto creció y se consolidó– de formas poético-musicales del inglés afroestadounidense, por la que la lengua castellana debió torcerse y adaptarse a la fluidez de esa lengua hasta encontrar sus propios recursos.

En cuanto a las diferencias, el rock progresivo-nacional-argentino –como se lo bautizó sucesivamente– fue pionero en Iberoamérica y funcionó como modelo para el rock español y de diversos países de la región; en cuanto al rap de habla hispana con todas sus variantes, está comúnmente aceptado que comenzó en la década de los ochenta en Venezuela, seguido muy rápidamente por España. En Argentina hay antecedentes que se remontan a los noventa como una práctica “subterránea” muy minoritaria, con algunos casos de popularidad (Jazzy Mel, Illia Kuriaky and the Valderramas). Esta situación de “subalternidad” de nuestro rap en relación con otros de habla hispana se evidencia, por ejemplo, en el uso de figuras tonales que suenan “latinas”. Sin duda, de la década del sesenta argentina, época de modernización cultural en el país (Terán, 1991; Pujol, 2002)⁸ al post 2001 hay una distancia considerable: Argentina perdió su lugar de faro de cultura en Latinoamérica y va a la zaga de fenómenos globales que han recalado anteriormente en otros países de la región.

⁵ La Red Bull, evento internacional que se hace en espacios cerrados, con sonido (micrófonos, amplificación), escenario y sponsor (la bebida energizante que le da nombre); competencias en Tecnópolis y algún otro espectáculo.

⁶ Para profundizar la relación circuito-medios ver Rocha (2015).

⁷ Se suele considerar la salida del simple La Balsa (Los Gatos, 1967) como el inicio del rock nacional. Ver Grimberg (2008) y Pujol (2002).

⁸ Para Oscar Terán, los sesenta argentinos se dan entre dos golpes de estado: 1955, la llamada “Revolución Libertadora o Fusiladora, y 1966, con el golpe de Onganía y la “noche de los bastones largos”.

En cuanto a la mediatización, el surgimiento de nuestro rock se da en una década de crecimiento de las industrias culturales, entre ellas la discográfica. Como fenómeno de culto fue tomado en cuenta por las multinacionales del disco y por algunos editores alternativos (Jorge Álvarez y su sello Mandioca); del mismo modo, publicaciones de avanzada como La Opinión y Primera Plana informaban a sus lectores de estas nuevas modalidades juveniles. En cuanto a la radio y la TV, solo esporádicamente hacían oír la nueva música en unos pocos programas radiales y alguna participación en la pantalla chica.

Por su parte, el *freestyle* en Argentina hace uso de toda la batería de recursos hipermediáticos de que se dispone en la actualidad, de tal modo que genera fenómenos de consumo que involucran a miles de seguidores y que generan efectos conductales (ropa, gestualidad, jerga especializada, accesorios como tatuajes, collares, consumo de sustancias, etc.).

De la plaza a la pantalla

En plazas y parques de la ciudad se reúnen a una hora pautada⁹ un grupo de jóvenes en edades que van de los 10, 12 años hasta los 30. Algunos competirán de a uno o en dúos, tríos y hasta cuatro participantes; otros serán el jurado. La mayoría presenciará la contienda arengando con gritos y vítores, asintiendo o rechazando los “acotes” de los “gallos”. La improvisación es enteramente verbal, al igual que la base rítmica, que es ejecutada por uno o varios *beatboxers* con gran maestría. Hasta los aplausos, como signo de aprobación, son reemplazados por manifestaciones vocales.

Es un teatro de la voz que va de la vocalidad a la oralidad (Zumthor, 1984) o de lo vocal a lo verbal (Chion, 1990), vale decir, de la pura emisión vocal a la palabra con toda su historicidad. Y esa voz, que es parte del cuerpo significante, o que no es *ni del todo cuerpo ni del todo signo* (Dólar, 2006) se despliega en el espacio. El cuerpo las expresiones faciales y su gestualidad, la vestimenta, los accesorios y la coreografía codificados por la tradición rapera, todo corresponde a una escenificación en la que se participa como en una orquesta, *conociendo la partitura* (Winkin, 1980). La belleza de la voz, sospechada en la Antigüedad clásica, así como el “exceso del cuerpo”, perseguido en el Medioevo (Zumthor, 1984), retornan intensamente en la *performance* del *freestyle*.

En Argentina, como en casi todo el mundo, este fenómeno de cultura popular, con la sola potencia de sus formas novedosas ha venido conquistado la escena cultural del país y, como dijimos anteriormente, ha logrado la cobertura de los medios tradicionales, que se asoman a él para entender de qué se trata: una modalidad de

⁹ La convocatoria se hace vía redes y por el boca a boca. La mayoría de las competencias tiene un día y horario fijo: Irlanda *freestyle*, sábados a la tarde en Plaza Irlanda; El quinto escalón, domingos a la tarde en Parque Rivadavia; Las Vegas, “competencia de contra punto (Sic) de rima improvisada sábado de por medio”, Barrancas de Belgrano.

combate verbal cara a cara y una puesta en escena que solo requieren de un espacio y los cuerpos presentes, sin necesidad de amplificación, iluminación ni escenografía. En este sentido, actualiza intercambios cara a cara, que conjugan el juego verbal y vocal, el desafío que llega a la injuria¹⁰ y la danza gestual.

Asimismo, a la crudeza y espontaneidad de las competencias se le suma la mediatización en las redes sociales, que introducen su lógica, hipertextual y proliferante. Las competencias, como sucede con gran cantidad de prácticas en las sociedades urbanas contemporáneas, se graban espontáneamente con celulares y se suben casi sin edición a redes sociales como YouTube, Instagram, FB, “plaza” ampliada y expandida en que se desenvuelve el fenómeno de consumo y retroalimentación entre público y raperos. De ahí su capacidad de viralización que alcanza miles o cientos de miles de visitas de acuerdo al nivel de popularidad de los participantes.

Lo que el usuario ve en su pantalla es la captación mediante cámara casi fija (por su punto de vista único) y móvil o *movida* (por las condiciones de producción: alguien grabando celular en mano) del combate. A lo sumo, se agrega una placa al comienzo de cada video y en algunos casos se subtitulan partes de la competencia para su mejor audición y comprensión. También hay numerosas compilaciones de momentos descollantes de algún participante en la forma de “Lo mejor de...” o “El rey de la plaza...”, videos que son muy apreciados.

El material se considera valioso en sí mismo y, evidentemente, la falta de esteticismo, fotogenia y otros procedimientos de embellecimiento audiovisual no conspira contra su consumo.¹¹ Debe decirse que se trata de eventos absolutamente subterráneos, que solo se publicitan vía redes y que sin embargo consiguen miles y decenas de miles de visitas.

En algunos casos, hay *youtubers* que se especializan en estos videos y que se hacen conocidos por su labor difusora del género. Funcionan como canales, con mínima intervención sobre el material. Otros, más sofisticados, comentan, desde el margen del cuadro, la performance de los raperos en sincronía con los sucesos, como periodistas de un match de box.

Entre ambos mundos, el que llamaremos “real” y el virtual se establece un *feedback* permanente. El combate cuerpo a cuerpo, *palabra a palabra* se proyecta al mundo web, aprovechando las posibilidades inéditas que éste ofrece: el circuito entero con sus instancias de Producción, Circulación y Recepción al alcance de los usuarios (*y de*

¹⁰ E inclusive a la calumnia, ya que los competidores y el público suscriben tácitamente un pacto de no ficcionalidad, por lo que cada uno se presenta como es en el universo fáctico, aunque mediado por su seudónimo. Vale decir, cada uno es un personaje, pero anclado en la vida real.

¹¹ Evocamos algunos procedimientos de tratamiento de la imagen fotográfica o procedimientos de connotación que señalaba Barthes en su artículo pionero “El mensaje fotográfico” (1961).

los analistas del discurso). Palabra en juego y cuerpo en danza, el *freestyle* es un teatro de las pasiones que anuda lo arcaico con la contemporaneidad del universo en red.

Un arte popular

Si bien en el *freestyle* se conjugan diversas tradiciones -a veces no reconocidas- con centro en la palabra espontánea, éste es parte explícita de la cultura hip hop (*la cultura*, como le dicen sus adeptos) y en tal sentido, una expresión del rap nacido en los setenta en el Bronx neoyorquino y exportado al mundo con posterioridad.¹²

Las competencias implican en su escena primera la interacción cara a cara de intersubjetividad plena (Traversa, 2014); la riña verbal y gestual en lugares públicos; el consumo popular; la improvisación basada en el recurso madre de la repetición (del que la rima es su expresión más llamativa); el uso de un cúmulo de figuras retóricas.

Entendemos que el *freestyle* es un género en proceso de *artificación* (Heinich, 2012), que combina una larga tradición adversativa verbal-musical presente en gran parte de los folklores del mundo con procedimientos novedosos propios de la cultura urbana mediatizada. Para decirlo *grosso modo*: este fenómeno de consumo juvenil no sería ni por mucho tan potente como lo es si no mediara la intervención de las redes sociales y todo lo que estas conllevan.

Como práctica popular, los desafíos de elogios o insultos se ven en numerosos folklores del mundo, ya que se hallan íntimamente ligados a la cultura de oralidad primaria, de matices agonísticos (Ong, 1993). En los discursos de los contendientes se combina la autoafirmación con la polémica: la identidad se configura en oposición al otro.¹³

En cuanto a la exhibición de la destreza y agudeza verbales contamos con una vastísima tradición que proviene de la cultura oral, pero que se enriquece cuando entran a jugar las posibilidades de la cultura caligráfica y tipográfica. Fue abordada en Occidente como objeto de interés ya en la Antigüedad grecolatina¹⁴, adquirió brillo en

¹² Históricamente, se entiende que el rap, el *breakdance*, el DJ (hacer música con bandejas o “cortando, pegando y superponiendo”) y el graffiti son las cuatro ramas que constituyen el mundo del hip hop.

¹³ “Comunes en las sociedades orales de todo el mundo, los insultos recíprocos tienen un nombre específico en la lingüística: *flyting* (o *fliting*). Crecidos en una cultura todavía predominantemente oral, ciertos jóvenes negros, el Caribe y otras partes practican lo que se conoce como “*dozens*”, “*jonin*”, “*sounding*”, competencia que consiste en superar al rival en insultos a su madre. El dozens no es un verdadero combate sino una manifestación artística, al igual que las demás agresiones verbales estilizadas de otras culturas.” (Ong, 1993: 50) En Senegal, Galicia y Portugal se han registrado ya de hace siglos estos combates verbales. Ejemplo de ello son las célebres Cantigas de escarnio y maldizer del Cancionero de Alfonso El Sabio (siglo XIII) escrito en galaico-portugués.

¹⁴ No podemos obviar la Retórica de Aristóteles, los tonos del orador (que van de la ira a la empatía con el contrincante, pasando por el humor), la polémica o guerra de palabras.

los salones cortesanos de la Francia del siglo XVII y de la Ilustración y tiene en América ejemplos de cultura popular como la payada criolla latinoamericana, la piquería colombiana y el contrapunteo venezolano. En cuanto a los rasgos estilísticos propios del rap, los participantes, (“gallos”) hacen uso de la variada gama de figuras retóricas ya cristalizadas en las numerosas artes retóricas de Occidente. Por lo general, desconocen este origen, aunque muchos de ellos luego avancen en un estudio más fino de la poética. Hay que poner el acento en que el rap constituye una *escuela*, en tanto conjunto de referencias culturales que se abren a la búsqueda y a la curiosidad de los seguidores (raperos y público): tanto a nivel de los procedimientos poéticos como de la amplia gama de referencias intertextuales, el rap, como género antropofágico, brinda a sus cultores educación y un imaginario que va desde Aristóteles a Malcolm X, pasando por Voltaire.

En cuanto a los recursos poéticos, la rima es, sin duda, el más llamativo, tal que a menudo *rimar* se usa como sinónimo de *rpear*. Sin embargo, un abordaje más exhaustivo nos permite observar el abanico de figuras retóricas que se ponen en juego en el rap, y que los improvisadores tienen *in mente* –luego de practicar día tras día- a la hora de la réplica espontánea.

En un análisis de la poética del grupo español Violadores del Verso, en particular de su raperero estrella Kase O, Pujante Cascales (2009) encuentra numerosas figuras fonológicas tales como la aliteración, el homotéleuton, la rima interna, la paragoge o adición de un sonido al final para rimar y la diástole o cambio de acentuación. La repetición de sonidos sobre el *beat* (pulso) marcado por las voces de los *beatboxers* es predominante en la expresión de los raperos. Podría decirse que la rítmica, generalmente binaria, y el gusto por los colores de cada sonido o grupo sonoro que vuelven una y otra vez son el corazón del rap. A eso se suman figuras gramaticales, semánticas y pragmáticas¹⁵: la entera tradición retórica occidental se reformula bajo ropajes nuevos porque no es cuestión solo de jugar con la rítmica y los sonidos, sino también de enunciar un saber. El decir sentencioso se mezcla con la autodescripción y la polémica: “Yo, que soy mejor que vos, te digo que la vida (los hombres, los humanos, etc.) es así”.

Por su parte, y en relación con la performance corporal, las danzas que semejan lucha cuerpo a cuerpo en una ronda cuyo centro ocupan los contendientes están en el

¹⁵ Figuras gramaticales: hipérbaton, asíndeton, elipsis; por adición: pleonismo o redundancia y enumeración; anáfora, anadiplosis (misma palabra al final y al comienzo de verbos sucesivos); homeóptoton (repetición del mismo morfema flexible) y poliptoton (misma raíz con distintas desinencias); calambur o disemia (“y tu voz, quemadura”)

Figuras semánticas: metáforas, alegorías o metáfora continua, sinestesia, hipérbole (especialmente en la autoafirmación), símil, antítesis, oxímoron, paradoja

Figuras pragmáticas: diálogo beligerante o polémico con el oyente, con otro raperero, la sentencia generalizante, personificación (Pujante Cascales, 2009).

origen de la cultura afroamericana, posiblemente importadas de Africa (Ortiz Oderigo, 1952, 27-28).

Finalmente: si la escena primera se da en espacios públicos, en segunda instancia tenemos la escena virtual: la interacción entre el dueño de la cuenta de YouTube o de Instagram¹⁶ con sus usuarios, que a su vez dialogan, debaten y confraternizan entre sí convocados por un interés común.

Producción, Circulación y Recepción

En cuanto al caso que nos ocupa, los videos retoman con tecnología audiovisual un evento único e irreplicable que sucede en el ámbito público. En la pantalla, a su vez, el video, titulado y comentado apropiadamente, se enmarca automáticamente (a partir de programas algorítmicos que procesan la nueva información con el historial de búsqueda de cada usuario) en una serie o red de otros videos que linkan infinitamente a otros contenidos. El video es contextualizado, entonces, a la vez que recibe gran cantidad de *likes* (o de *dislikes*) y de comentarios.

Plataformas como Youtube han demostrado ser lo suficientemente elásticas como para resistir el paso vertiginoso del tiempo en épocas hipertextuales: YT compensa la falta de calidad de gran parte de sus videos con su capacidad de albergar un sinnúmero de expresiones discursivas que van del registro en crudo a los productos HD. A diferencia de las redes sociales como FB e Instagram, que se basan en el principio de reciprocidad (Gurevich, 2018), YT mantiene un lazo más fuerte con los medios de estructura *broadcasting* tales como la radio y la TV, ya que se sostiene en la estructura de *uno a muchos* simbolizado en el slogan *broadcast yourself* (Jáuregui, 2014: 53). Sin embargo, como todo medio digital, es interactivo y en ese carácter radica la posibilidad que tiene el análisis de abordar el circuito entero de Producción, Circulación y Recepción de un discurso, o al menos parte de la última instancia: aquella que es posible visualizar en pantalla en la forma de likes/dislikes y comentarios.

Vale agregar que el comentario, como práctica discursiva, se ha ido autonomizando como género y ocupando cada vez mayor espacio en la semiosis hipermediática (Scolari, 2008). En tal sentido, este nuevo género de participación ciudadana presente en el ciberespacio responde a la lógica de comunicación de los nuevos medios (Sal Paz 2016). Los comentarios que aparecen en las plataformas sociales toman, amplifican y ponderan fragmentos de la performance registrada. Al igual que lo que sucede en Twitter y en los foros que siguen a las notas periodísticas en los sitios de los diarios *on line*, se habilita un espacio para expresar opinión y sentimientos, sostener el contacto (función fáctica de Jakobson) y alimentar de ese modo la conversación social.

¹⁶ En general, las competencias no son subidas a la red por los competidores sino por mediadores (comentaristas, editores) que ofrecen una edición titulada a los potenciales usuarios.

La recepción virtual y sus variantes

Eliseo Verón decía, a propósito de los estudios en recepción, que un análisis con corpus etnográfico es aquel en que el analista debe inducir la palabra individual de cada actor social. Lo hacía en artículos de mediados de los años ochenta¹⁷, época anterior a Internet, en que los estudiosos de las conductas de consumo intentaban develar las motivaciones que las producían. Para dar cuenta de una preferencia (compra de un producto o un título por sobre otro, una votación o un hábito en particular), al analista no le quedaba otra posibilidad que la de *hacer hablar* al sujeto. La práctica es opaca en cuanto a las motivaciones que la generan: ¿qué hace que, bajo las mismas condiciones, A elija tal título y B tal otro? ¿Qué hace que A vote a X y B a Y? Eran el tipo de interrogantes que un análisis debía responder para poder actuar en consecuencia: aconsejar a los productores de un título dentro de una zona de competencia directa por lectores y auspiciantes (Verón, 1987) o asesorar en políticas públicas (Verón, 1986) Se trataba, en estos casos, de análisis *en sincronía*, útiles a la hora de enfrentar, como en los casos que vimos, el discurso publicitario, el informativo, el político, el de concientización o el de la vida cotidiana. En aquel momento, Verón no imaginaba, quizá, que en un mismo dispositivo enunciativo los analistas de su futuro íbamos a poder encontrarnos con la Producción y también con la Recepción atestiguada, vale decir, producida y publicada espontáneamente por cada individuo como un acto de opinión, información, expresión de gusto.¹⁸ Por cierto que de todo el universo encuestable, quienes publican sus comentarios corresponden a lo que podemos suponer una minoría intensa. ¿Pero acaso la “gente de la calle” que responde a encuestas o a entrevistas y que concurre a *focus groups*, no es solo un segmento, aquel que, más allá del interés material, es capaz de expresarse públicamente, de decir algo antes que no decir cosa alguna?

La plaza virtual es de los usuarios: elogio, fanatismo, análisis especializado, pequeñas polémicas, todo confluye en la pantalla, arena hipertextual que se ramifica entre cuerpos e imágenes, palabras y sonidos mediatizados. A su vez, todo va configurando un relato con protagonistas y coro que se retroalimenta con cada nuevo posteo. Los participantes de las competencias son los héroes de estas historias narradas por los dueños del canal, quienes reciben pedidos y agradecimientos:

¹⁷ “El análisis de los discursos sociales y su articulación con la problemática del reconocimiento” (1986) y “Prensa gráfica y discursos sociales: producción, recepción, regulación” (1987).

¹⁸ Para profundizar en un abordaje sociosemiótico de los *juicios de gusto* ver la tesis de Doctorado “Para un teoría de las operaciones enunciativas de los juicios de gusto Cingolani (2012).

Las plataformas están diseñadas para que los usuarios vuelquen allí sus impresiones acerca del objeto que ha sido subido a ellas. En primer lugar, hay una función (me gusta/no me gusta) expresada mediante el ícono convencionalizado “pulgar arriba/pulgar abajo. Pero también se habilita la posibilidad del comentario. Y es allí donde el análisis puede buscar un diagrama de los efectos de discurso en cuestión, ya que se reúne una panoplia de actitudes frente a dicho discurso, que puede segmentarse en diversos grupos:

Una posibilidad de agrupamiento lo constituyen las dimensiones de lo indicial, lo icónico y lo simbólico (Rocha, 2010). En principio, todo comentario es reacción, primer momento de la *cadena metonímica del agrado* (Gurevich, 2018) y en ese sentido, fuertemente indicial. Ahora bien, esa reacción puede ser más emotiva o más reflexiva, predominando en el primer caso la Primeridad peirceana de los afectos o la capacidad analítica de la Terceridad en el segundo.

- Los *likes*: expresan adhesión, empatía, tanto por el contenido como por el video, o ambos.
- Los *dislikes*: expresan desacuerdo o disgusto con el contenido, o con el video, o con ambos.

En estos dos casos no hay modo de saber el porqué de esa reacción: estamos en el nivel de la opacidad.

En cuanto a los comentarios, se pueden clasificar en:

- emotivos: ponen el acento en el efecto que les produce a los receptores (función emotiva; indicial-icónica)
- cita textual de un fragmento considerado de mucha inspiración, opinión sobre el estilo verbal del rapero, del individuo en tanto persona, de algún detalle de su actitud, indumentaria, gestualidad, etc. (icónica)
- elogiosos: manifiestan adhesión al rapero o a sus dichos. Pueden ser de admiración calificando al rapero (“Tego es de otro planeta”, “Este chico está enfermo”, “Qué alto es el Tego”, “Es una bestia”) (simbólica-icónica)
- Los críticos (son minoría). (simbólica)
- Los de agradecimiento hacia el *youtuber*, o de ponderación de su labor técnica.
- Los diálogos con información sobre el rapero.
- Los debates.

El estilo corresponde a la jerga juvenil, con gran cantidad de términos propios del circuito: beat, flow, acote, réplica, faneo, fanear (de “fan”), topo etc. y profusión de metáforas sexuales e hipérbolas

Conclusiones

Nos abocamos a una práctica poético-musical que convoca tradiciones muy antiguas y las escenifica en una de las formas más usuales de consumo interactivo en la actualidad: las plataformas sociales.

Entendemos que las competencias de *freestyle* son un objeto de sumo interés para estudiar la circulación de los discursos juveniles en un espacio que se entreteje entre lo real y lo virtual, a la vez que se afectado por la intervención incipiente de los medios masivos –prensa, radio y TV.

Es en la discursividad que atraviesa plataformas como YouTube, Instagram y FB donde encontramos material para entender formas novedosas de apropiación cultural de grupos de jóvenes urbanos. Discursos que involucran el cuerpo y la palabra que convocan a miles de usuarios a quienes interpelan fuertemente, mientras que el mundo *off line* y el de los medios masivos apenas toma cuenta de ello.

BIBLIOGRAFÍA:

- BARTHES, Roland (1961) “El mensaje fotográfico”, *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós, 1986.
- CHANG, Jeff (2014) *Generación hip hop. De la guerra de pandillas y el grafiti al gangsta rap*. Buenos Aires: Caja Negra.
- CHION, Michel (1990) *La Audiovisión*. Buenos Aires: Paidós, 2008.
- FABBRI, Paolo (1998) *El giro semiótico*. Barcelona: Gedisa.
- FERNÁNDEZ, José Luis, coord. (2014) *Posbroadcasting. Innovación en la industria musical*. Buenos Aires: La Crujía.
- GRIMBERG, Miguel. 2008 [1977]. *Cómo vino la mano. Orígenes del rock argentino*. Buenos Aires: Gourmet Musical.
- GUREVICH, Ariel. 2018. *La vida digital. Intersubjetividad en tiempos de plataformas digitales*. Buenos Aires: La Crujía.
- HEINICH, Nathalie Y SCHAPIRO, Roberta. 2012. *De l'artifiction. Enquêtes sur le passage à l'art*. Paris: Éditions de l'EHESS.

- JAKOBSON, Roman (1960) "Lingüística y poética", en: *Ensayos de lingüística general*. Barcelona, Seix Barral, 1981.
- JÁUREGUI, Jimena (2014) "Convergencias broadcasting del tango en YouTube", en *Posbroadcasting. Innovación en la industria musical* (Fernández, José Luis, coord.). Buenos Aires: La Crujía.
- MARTINET, André (1960) *Elementos de lingüística general*. Madrid: Gredos, 1974. ISBN 84-249-1137-7
- ONG, Walter (1993). *Oralidad y Escritura. Tecnologías de la palabra*. México: FCE.
- PARRET, Herman (1995). *De la Semiótica a la Estética*. Buenos Aires: Edicial.
- PUJANTE CASCALES, Basilio (2009) La retórica del rap: análisis de las figuras retóricas en las letras de Violadores del verso. En: *Tonos. Revista electrónica de estudios filológicos*, Murcia, N° 17, julio.
- PUJOL, Sergio (2002) *La década rebelde. Los años 60 en la Argentina*. Buenos Aires: Emecé.
- ROCHA, Amparo (2000) Meredith Monk: el Arte en las fronteras. En: López Gil, Marta (compiladora). *Mujeres fuera de quicio*, Buenos Aires: Adriana Hidalgo, 237-252. ISBN 987-9306-50-2
- ROCHA, Amparo (2010) De lo indicial, lo icónico y lo simbólico en las manifestaciones del sentido. *Intersecciones en Comunicación*, Año 4, N° 4, 99-126, FACSO, UNICEN.
- ROCHA, Amparo (2016) "Proyecto burbujas: circuitos de música en Buenos Aires", en *LIS. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada*, Año VIII, N° 15, Buenos Aires, Primer semestre, págs. 35-48.
- TRAVERSA, O. (2001) "Aproximaciones a la noción de dispositivo". *Signo y Señal*. N° 12, Buenos Aires: abril.
- TRAVERSA, O. (2014) *Inflexiones del discurso. Cambios y rupturas en las trayectorias del sentido*. Buenos Aires: Santiago Arcos.
- TERÁN, Oscar (1991) *Nuestros años sesentas*. Buenos Aires: Puntosur.
- VERÓN, Eliseo (1986) "El análisis de los discursos sociales y su articulación con la problemática del reconocimiento" (traducción del francés de María Rosa del Coto para uso exclusivo de la cátedra de Semiótica de los Medios II, Carrera de Ciencias de la Comunicación, FSOC, UBA).
- VERÓN, Eliseo (1987) "Prensa gráfica y discursos sociales. Producción, recepción, regulación", en *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa, 2004.

VERÓN, Eliseo (1992) Interfaces. Sobre la democracia audiovisual evolucionada. En *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa.

VERÓN, Eliseo (1993 [1987]) *La Semiosis Social*. Barcelona: Gedisa.

VERÓN, Eliseo (2013) *La Semiosis Social 2*. Buenos Aires: Paidós.

VERÓN, Eliseo (2014) "Teoría de la mediatización. Una perspectiva semio-antropológica", en *Mediatization of Communication*, Vol. 21, Pág. 163. (traducción de Celeste Wagner, Departamento de Ciencias Sociales, Universidad de San Andrés, Argentina), disponible en:

<file:///C:/Users/ampar/Downloads/50682-Texto%20del%20art%C3%ADculo-90720-3-10-20151104.pdf>

ZUMTHOR, Paul (1985) "Permanencia de la voz". *Correo de la UNESCO* No.8,. (págs.4-9)

ZUMTHOR, Paul (1984) *La poesía y la voz en la civilización medieval*. Madrid: Abada Editores, 2006.

Tego <https://www.youtube.com/watch?v=pPp92ASpYbo>

Tego <https://www.youtube.com/watch?v=O8dIJm9hQU0&t=263s>

<https://www.instagram.com/lasvegasfreestyle/>

<https://www.instagram.com/irlandafreestyle/>