

“Sean todos bienvenidos a mi planeta”: las promocionales de festivales de rap autogestionados en Chile (2010-2025)

“Sean todos bienvenidos a mi planeta”: the promotional of self-managed rap festivals in Chile (2010-2025)



Germán Alcalde De la Rosa

Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile / Universidad Adolfo Ibáñez,
Viña del Mar, Chile

German.Alcalde.dlr@gmail.com

<https://ricuc.academia.edu/Germ%C3%A1nAlcalde>



Nelson Rodríguez Vega

Universidad de Concepción, Concepción, Chile

nelsonrodriguez@udec.cl

<https://udec-cl.academia.edu/NelsonRodriguezVega>

Resumen: Este artículo estudia las “promocionales” de festivales autogestionados de rap chileno en el período 2010-2025. Las promocionales que han lanzado los festivales *Planeta Rock*, *El Sur es Hardcore*, *Enfermos del Rap* y *God Level*, son canciones de larga duración en que participan raperos de diferentes generaciones con sus singulares estilos, identidades y discursos. Estas producciones se crean con el propósito inicial de convocar a las audiencias a asistir a los eventos que publicitan. No obstante, sostenemos que su función trasciende ampliamente la dimensión publicitaria: se han consolidado como objetos culturales de alta relevancia en la escena por su circulación permanente en el espacio virtual, así como por su atractivo estético, lírico y visual. A partir de una metodología cualitativa e interdisciplinaria, que combina especialmente herramientas de los estudios literarios y la musicología, y agregando un enfoque histórico para resaltar el desarrollo del rap chileno durante el siglo XXI, indagamos en los discursos que

emergen de estas piezas colectivas y colaborativas, las cuales no han sido exploradas por la literatura especializada.

Palabras clave: rap chileno; festivales de rap; promocionales.

Abstract: This article studies the promotional of self-managed Chilean rap festivals between 2010 and 2025. The promotional released by the Planeta Rock, El Sur es Hardcore, Enfermos del Rap, and God Level festivals are long-form songs featuring rappers from different generations, each with their unique styles, identities, and discourses. These productions were initially created to attract audiences to the events they advertise. However, we argue that their function far transcends the advertising dimension: they have become highly relevant cultural objects within the scene due to their constant circulation in virtual space and their aesthetic, lyrical, and visual appeal. Using a qualitative and interdisciplinary methodology that specifically combines tools from literary studies and musicology, and incorporating a historical approach to highlight the development of Chilean rap during the XXI century, we investigate the discourses that emerge from these collective and collaborative pieces, which have not been explored in specialized literature.

Keywords: chilean rap; rap festivals; promotional.

Enviado en: 3 de enero de 2026

Aceptado en: 3 de mayo de 2026

Publicado en: mayo de 2026

1. Introducción

La historia del rap en Chile ha sido extensa. Desde los primeros intentos de asimilación y apropiación del género a fines de la década de 1980, el desarrollo de este género musical en el país ha estado marcado por una tensión permanente entre sus raíces comunitarias, marginales y contraculturales (Quitow, 2005; Poch Plá, 2011; Tijoux et al., 2012; Martín-Cabrera, 2016), por un lado, y sus procesos de comercialización e institucionalización (Rodríguez Vega, 2019; Godoy-Marqués, 2021), por otro.

Específicamente en el siglo XXI, el rap chileno experimentó transformaciones sustantivas. La expansión de internet y la irrupción de los formatos digitales de escucha alteraron los modos de producción, circulación y consumo musical del rap (Rodríguez Vega, 2020). Estas innovaciones tecnológicas coincidieron con un debilitamiento de las estructuras tradicionales de la industria discográfica en Chile (Palominos, 2019), lo que abrió nuevas posibilidades de acción para artistas y productores vinculados al rap y otras músicas urbanas populares (Maira, 2014).

Uno de los rasgos más significativos de este contexto ha sido la proliferación de festivales autogestionados, que se consolidaron como espacios de encuentro y experimentación artística. Cada uno de estos eventos —*El Sur es Hardcore*, *Planeta Rock*, *Enfermos del Rap* y *God Level*— desplegó una identidad propia, articulando distintos énfasis estéticos y discursivos. Otro aspecto relevante ha sido la práctica musical colaborativa que ha contribuido a reforzar cierto sentido comunitario del hip-hop chileno bajo el llamado a la “unión”. Ejemplo de esto son las denominadas “promocionales”: producciones musicales elaboradas con el propósito de difundir cada festival, pero que a la vez han adquirido un valor artístico propio dentro de la escena. Estas piezas, concebidas como canciones extensas que reúnen a raperos de diferentes estilos, trayectorias y generaciones,

y difundidas gratuitamente por YouTube y sitios de descarga y escucha digital, han constituido verdaderos ejercicios de colaboración artística. En las promocionales, cada participante interpreta una estrofa donde desarrolla diversos tópicos, que pueden ir desde la afirmación identitaria y colectiva hasta la crítica social y política; desplegando también cada uno su propio *flow* o marca vocal de rapear. De este modo, las promocionales no solo han funcionado como estrategias de convocatoria destinadas a atraer audiencias y fomentar la asistencia a los eventos, sino también han operado como declaraciones de principios que condensan y fomentan determinadas visiones del rap y la sociedad que se quiere promover desde el hip-hop chileno.

En este artículo examinamos las promocionales asociadas a los festivales autogestionados de rap celebrados en Chile entre los años 2010 y 2025. A partir de una metodología cualitativa e interdisciplinaria (Denzin y Lincoln, 2011), que especialmente combina herramientas de los estudios literarios y la musicología, y agregando un enfoque histórico para resaltar el desarrollo del rap chileno durante el siglo XXI, nos proponemos indagar en los significados de estas composiciones colectivas. El énfasis en las promocionales lo justificamos en un formato que nació de las mismas organizaciones de los festivales señalados, reflejando así la lógicas internas de una escena musical.

La idea de escena musical nos permite comprender las prácticas musicales no únicamente como producciones sonoras aisladas, sino como fenómenos inscritos en entramados sociales, territoriales e históricos específicos. Andy Bennett y Richard Peterson (2004) definen las escenas musicales como redes de relaciones y actividades articuladas en torno a determinados géneros o prácticas musicales, cuya conformación depende de coordenadas espaciales y temporales particulares. Esta aproximación resulta relevante para la presente investigación, porque sitúa nuestro objeto de estudio dentro de un contexto sociocultural concreto que condiciona sus formas de producción, circulación y recepción (Straw, 2013).

En sentido con lo anterior, resaltamos que estas promocionales no se agotaron en los mismos eventos, sino que siguieron circulando como canciones grabadas. Por ejemplo, en *Spotify*, la promocional de *El Sur es Hardcore* de 2011 cuenta con más de un millón y medio de reproducciones, aun cuando el evento se había realizado años antes de que esta plataforma de escucha *online* llegara a Chile en 2013. Otro caso ilustrativo es la promocional del festival *Godlevel* 2016, la cual cuenta con veintinueve millones de reproducciones en *Spotify*. Estos significativos números no se habrían logrado si estas piezas musicales hubieran dejado de circular al finalizar los correspondientes eventos.

Desde esta perspectiva, proponemos que el estudio de las promocionales permite visualizar y comprender el desarrollo del rap en Chile en el siglo XXI, en tanto reflejan procesos de creación autogestionada y colectiva que han sido escasamente explorados por una literatura especializada. Además, la participación de voces diversas demuestra la heterogeneidad del hip-hop chileno, sin por eso perder de vista cierta unidad de la escena (Muñoz-Tapia y Rodríguez Vega, 2024a).

En un nivel más específico, nos interesamos por las promocionales desde el videoclip, ya que este formato concentra y pone en relación distintos lenguajes artísticos (Goodwin, 1992). En el caso de nuestro *corpus*, la consideración de elementos fonográficos, como las canciones mismas, y extrafonográficos, como lo audiovisual, la corporalidad de los artistas e incluso la difusión y discusión en medios sociales (Lacasse, 2018), permite amplificar los marcos de sentido de estas promocionales. Asimismo, la pertinencia de estudiar las promocionales como videoclip, la justificamos en el lugar central que adquiere este formato audiovisual en los actuales circuitos de circulación musical, caracterizados por la preeminencia de las plataformas digitales que facilitan tanto la producción independiente como la difusión masiva de contenidos (Sedeño-Valdellós, 2010).

Para dar cuenta de estas ideas, el artículo se estructura de la siguiente manera. La primera sección da cuenta del devenir del rap chileno en el siglo XXI con el propósito de situar temporalmente nuestro objeto de estudio. La segunda sección describe los diferentes festivales desde donde emergieron las promocionales que estudiamos. La tercera sección presenta un análisis musical, textual y visual (videoclip). Finalmente, nuestras conclusiones conciben a las promocionales como productos culturales heterogéneos a partir de la confluencia de diversos estilos, discursos, generaciones y posiciones sobre la relación entre el rap chileno y la industria o entre el rap chileno y la política, pero cuyo elemento aglutinador es la unión.

2. El rap chileno en el siglo XXI

La emergencia de festivales de rap en Chile y la aparición de materiales promocionales destinados a su difusión, deben comprenderse en el marco de las transformaciones del campo musical de fines del siglo XX. En un contexto marcado por la crisis global de la industria discográfica provocada por la irrupción de los formatos de escucha digital (Wade, 2015), varios sellos multinacionales que habían desempeñado un rol central en el desarrollo de la música chilena durante la década de 1990 comenzaron a poner término a sus acuerdos contractuales, lo que dejó a numerosos proyectos musicales a la deriva, entre ellos a bandas de rap locales como Tiro de Gracia, Makiza y La Pozze Latina.

Sin embargo, lo que en un primer momento podría interpretarse como un retroceso para la escena por los recursos con los que contaban estos sellos, lo cual había llevado al rap chileno a altas cotas de reconocimiento social y éxito comercial a fines de los años noventa (Muñoz-Tapia y Rodríguez Vega, 2024b), en realidad representó una valiosa oportunidad creativa y de expansión del rap. Por ejemplo, la autonomía fomentó un espíritu colaborativo del arte (Becker, 2008). Un hecho concreto en esta línea fue que comenzaron

a proliferar composiciones colectivas en las que participaban múltiples artistas del rap chileno, unidos no sólo por afinidades temáticas o estéticas, sino también por vínculos afectivos, de amistad y/o de compañerismo en el hip-hop. Esta libertad para colaborar sin restricciones de contratos y compromisos discográficos, enriqueció el panorama creativo del rap chileno a partir de una diversificación de sus prácticas y sus discursos musicales (Rodríguez Vega, 2020).

Simultáneamente, la circulación del rap chileno experimentó una notable expansión, en gran parte gracias al desarrollo de plataformas digitales que permitieron un acceso más amplio y diverso a las producciones musicales (Muñoz-Tapia y Rodríguez Vega, 2025). Un aspecto significativo fue la proliferación de diversos sitios web dedicados al género que no solo ofrecían la descarga gratuita de un sinfín de grabaciones, sino que también funcionaban como espacios de encuentro e interacción entre seguidores, músicos y otros actores de la escena. Esta dinámica de participación *online* contribuyó al surgimiento de una suerte de escena musical virtual, donde las prácticas culturales y el sentido de pertenencia se articularon en buena medida a través de lo digital e internet (Bennett y Peterson, 2004). Ejemplos de estos espacios fueron *ImperioH2* y *La Celda de Bob*, surgidos en 2000 y 2008, respectivamente. Ambos sitios han desempeñado un papel fundamental en la circulación y visibilidad del rap chileno, especialmente en la difusión de noticias, opiniones e información, y en el acceso libre a discos, documentos y material audiovisual diverso.

Una de las prácticas del rap que adquiere especial relevancia en este período es el *freestyle*, o improvisación de rimas. Desde mediados de la década de 2000, esta práctica ha suscitado el interés de las nuevas generaciones vinculadas al rap debido a un formato que enfatiza la destreza verbal, la competitividad y el humor (Rodríguez Vega, 2020). En este contexto, diversas competiciones de la especialidad, conocidas popularmente como batallas de gallos, han contribuido al reposicionamiento

del rap en los circuitos *mainstream* de la música chilena (Godoy-Marqués, 2021). Este auge del *freestyle* en Chile queda evidenciado tanto en los altos niveles de asistencia a los eventos, su repercusión en plataformas digitales y su creciente presencia en medios de comunicación (Corbalán y González, 2021).

Otro aspecto destacado del desarrollo del rap chileno en el presente siglo ha sido, precisamente, la emergencia de festivales autogestionados. Más allá de su función recreativa, estos eventos promovieron la construcción de redes de apoyo, colaboración y articulación territorial, constituyendo una vía efectiva para “hacer escena” (Bennett y Peterson, 2004). Nos referimos a que capitalizaron económicamente el interés por el rap mediante la realización de conciertos; otorgaron visibilidad tanto a artistas emergentes como a figuras consolidadas; y, sobre todo, siguieron construyendo comunidad musical en torno a un tipo específico de música. Entre los festivales más destacados por su trayectoria, vigencia, impacto en redes sociales, capacidad de convocatoria y relevancia artística, destacamos *Planeta Rock*, *Enfermos del Rap*, *El Sur es Hardcore* y *God Level*.

3. Los festivales autogestionados de rap en Chile (2010-2025)

Planeta Rock, surgido en 2008, se distinguió por ofrecer una experiencia integral del hip-hop, ya que no solo incluía presentaciones de rap, sino también talleres de break dance, grafiti y otras expresiones de dicho movimiento artístico. Además, fue el primer festival chileno de rap que logró trascender las fronteras del país. Este festival nació de la Red de Hip-Hop Activista (R2HA), heredera de *La Coalición* y *Hiphoplogía*, manteniendo el ideario activista o político de la “vieja escuela” del rap chileno (Poch Plá, 2011). Tanto el nombre, *Planeta Rock*, como el subtítulo de su versión de 2010, “El quinto elemento es el conocimiento”, apelan a la filosofía de Afrika Bambaataa, figura fundacional del hip-hop y encargado de articular gran

parte de su contenido político-barrial (Gosa, 2014). Precisa indicar que la primera promocional de este festival es de 2009, la cual fue el producto de una colaboración reducida entre los raperos GuerrillerOkulto y Cevladé, a diferencia de las promocionales de 2010, 2011 y 2012, donde quedó patente el formato colaborativo al incluir a más raperos¹.

Imagen 1. Afiche Festival *Planeta Rock* versión 2010.



Fuente: IMPERIOH2 (2010)

Enfermos del Rap, también fundado en 2008, se consolidó rápidamente como uno de los eventos más mediatizados de la escena, destacando por su capacidad para convocar a artistas consagrados y por su profesionalización en la producción de

¹ Este marco para entender el hip-hop desde el activismo ha llevado a muchos académicos a sobrerrepresentar el carácter resistente y contrahegemónico del rap, dejando de lado aspectos importantes como la estética y las instancias lúdicas y de disfrute (Muñoz-Tapia; Abeille, 2024). Dicho “resistencialismo”, lejos de ser un fenómeno únicamente académico, se encuentra también en las mismas organizaciones del hip-hop, como las que dieron origen a *Planeta Rock*.

espectáculos. A diferencia del primer festival mencionado, *Enfermos del rap* se configura a partir de distintas concepciones del hip-hop, incluyendo tanto lo “activista” (o político) como el *hardcore*; este último estilo considera el rap como competición y el “rap vacile” (fiesta, entretenimiento) (Alcalde, 2020). Este evento contó con promocionales de 2012 a 2015. En 2023, volvieron a lanzar una promocional luego de ocho años sin música de difusión para el evento. Para mediados de la década de 2020, este festival comenzó a realizar conciertos en recintos cerrados, convocando a una significativa cantidad de personas de diversos perfiles sociales, y contando incluso con el apoyo de instituciones gubernamentales.

Imagen 2. Afiche festival *Enfermos del Rap* versión 2024.



Fuente: TICKETMASTER (2024)

El Sur es Hardcore, iniciado en 2010 en el sector suroriente de Santiago, respondió a una necesidad de visibilizar y reivindicar la fuerte producción musical proveniente de esa zona de la capital chilena. Su nombre alude directamente al territorio y a la sonoridad agresiva y combativa del estilo que ahí se promovió como marca de identidad: el *hardcore*. Los organizadores de este concierto son los mismos que los de *Enfermos del rap*, siendo el rapero Omega el CTM la cara más visible de la organización. *El Sur es Hardcore* es el festival que más promocionales ha lanzado (2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2017, 2022 con doble promocional, 2023 y 2025), lo que le otorga un lugar fundamental en la escena como espacio representativo de este tipo de producciones musicales.

Imagen 3. Afiche del festival *El Sur es Hardcore* versión 2022.



Fuente: TICKETONE (2022)

Finalmente, *God Level* representa el evento más reciente, pero de mayor alcance en términos de popularidad. Su característica principal es la promoción del *freestyle* o batallas de gallos, tanto a nivel individual como grupal, e incluso mediante competencias internacionales entre equipos que representan a sus respectivos países. Este festival ha logrado capitalizar el enorme interés por la improvisación de rap (Corbalán y González, 2021), atrayendo así a nuevas generaciones de seguidores de este género en Chile, especialmente entre adolescentes y jóvenes que se muestran más afines a esta práctica musical (Rodríguez Vega, 2020). A pesar de que no todas las versiones de *God Level* han contado con promocionales, la cantidad de canciones lanzadas por esta organización no son menores, pues a diferencia de los demás festivales, esta competencia de *freestyle* ha acostumbrado a sacar dos promocionales por año. Así, desde 2014 hasta 2018, *God Level* lanzó ocho promocionales; solo dos menos que *El Sur es Hardcore*, aunque en un periodo de tiempo más acotado.

Imagen 4. Afiche festival *God Level* versión 2016.



Fuente: MAD91 (2016)

Entre los organizadores de *God Level* encontramos a los participantes de *Enfermos del Rap* y *El Sur es Hardcore*. Debido a que su foco es el *freestyle* y no el rap en formato canción —a pesar de que el encuentro igualmente ha incluido conciertos de grupos chilenos e internacionales—, este festival destaca por ser una alternativa a la *Red Bull Batalla de los Gallos* como la competencia de batallas de rap más popular en América Latina (Corbalán y González, 2021) y que proviene desde el mundo comercial y no artístico (Rodríguez Vega, 2020). De este modo, el festival *God Level* ha vuelto a posicionar al *freestyle* dentro de la órbita del hip-hop y de los circuitos más comerciales de la música juvenil chilena.

4. Las promocionales de festivales autogestionado de rap en Chile

4.1. Música

Las promocionales se configuran como piezas que se enmarcan en una tradición estilística clásica del rap; el llamado *boom bap* que en Chile representa el estilo rapero hegemónico (Muñoz-Tapia y Pinochet-Cobos, 2025). En lo que respecta a las bases instrumentales (*beat*) que acompañan la interpretación de los MC (cantantes de rap), advertimos la típica métrica de compases de cuatro cuartos. El material melódico que se desarrolla en las bases, en su mayoría de naturaleza sintética y *sampleada*, suele articularse en torno a sonidos temperados que emulan los timbres de instrumentos como el piano y el bajo eléctrico, preferentemente. Dichos elementos se estructuran sobre las habituales frases de ocho compases que se repiten en *loop* (repetición constante), un recurso ampliamente difundido en las expresiones musicales urbanas vinculadas a la cultura del hip-hop (Katz, 2012). Otro aspecto relevante a nivel sonoro son las dinámicas rítmicas; varias de las bases que escuchamos presentan una configuración ágil con *tempos* que suelen bordear los 100 bpm.

En lo que respecta a la voz, las promocionales se inscriben mayoritariamente en una entonación característica del rapear, entendida como un fraseo rítmico con alturas próximas al registro del habla y con escasa variación melódica (Segreto, 2018). Esto se traduce en una homogeneidad en la ejecución vocal, donde las inflexiones se concentran más en los matices prosódicos y en la modulación de la intensidad que en la exploración de un rango tonal amplio; aunque sí existen excepciones que dan cuenta de una cierta diversidad estilística. Tal es el caso del rapero Chystemc, cuya propuesta vocal se aproxima a los parámetros del *neosoul*, porque incorpora un mayor grado de inflexión melódica y recursos expresivos vocales.

Con todo, la norma es la primacía de un rap de índole tradicional. Esta elección interpretativa tiene consecuencias formales relevantes. En primer lugar, estas composiciones prescinden de los estribillos melódicos que, desde fines de la década de 1990, se convirtieron en un recurso recurrente del rap chileno bajo la influencia de los sellos multinacionales. Dichos estribillos operaban como secciones diferenciadas, con una función de enganche auditivo destinada a ampliar el alcance comercial de las canciones y captar audiencias más amplias fuera de los círculos estrictamente raperos (Rodríguez Vega, 2019). A nuestro parecer, la ausencia de estribillos melódicos evoca dos significados principales. En primer lugar, reafirma una adhesión a las formas más ortodoxas del rap, donde la palabra recitada y rítmicamente modulada constituye el núcleo expresivo del género (Rollefson, 2018). Por otro lado, prescinde conscientemente de una norma propia de la industria musical, reivindicando así la autonomía artística que viene caracterizando a la escena del rap chileno desde los comienzos de la década del 2000.

4.2. Letras

“Sean todos bienvenidos a mi planeta”, nos invita el rapero Chystemc en la promocional del *Planeta Rock* de 2010; inaugurando este tipo de formato musical en Chile. Este evento

destacó por no ser una simple tocata², sino un festival que contaba con un público masivo y una variedad de instancias, tales como “Fiesta Zulu”, “Cine Documental”, “Planeta Graff”, “Escuela” y “Taller”, según nos cuenta GuerrillerOkulto al final de esta canción. Esta promocional es un manifiesto político y poético de lo que la organización *Planeta Rock* y la Red de Hip Hop Activista (RH2A) proponían para la escena. Creemos que esta propuesta lírica puede resumirse en los versos del rapero Marfil, quien nos dice: “rap unión, de la vieja, de la nueva / en una sola, con respeto a la pobla / del político y el simpático / de los chilenos que toman micro”. De esta cita se desprenden las principales propuestas de *Planeta Rock*; la unión del rap, por un lado, y el carácter político del hip-hop, por otro.

Sobre el carácter político del hip-hop, esta promocional desarrolla los lineamientos del rap activista. Portavoz nos dice que “el hip-hop puso ritmo a la rebeldía”; GuerrillerOkulto propone hacer “más que un plan artístico”; y Lecheromón nos cuenta de “seres de un planeta más rapero que la cresta / diciendo, la pulenta, lo que la calle protesta”. Además, el lema de la RH2A, “autonomía, autogestión y autoeducación”, se puede escuchar al final de la promocional, lo cual muestra los valores activistas que mantenía dicha organización (Poch Plá 2011). Sobre la invitación a unificar el hip-hop, Ana Tijoux convoca a la escena diciendo “suma, súmate que ya eres parte de esta escuela”; Bubaseta agrega que “la colectividad se da la mano con hip-hop / masificación por unión”; y Linterna Vader concluye “con cocaví o con la flower, con un tinto o con un pisco sour / sean todos bienvenidos, hasta los peque escolares”.

La promocional de *Planeta Rock* de 2011, “De Cultura a Movimiento”, ahonda en una discusión propia del rap activista: la transformación de la cultura hip-hop, lo cual es definido por Pedro Poch Plá (2011) como “un espacio de interacción artística e identitaria donde se generan diversas corrientes o prácticas culturales” (p. 150), en un movimiento hip-hop que

² En Chile, se les llama tocata a las presentaciones musicales pequeñas, en general con varios grupos compartiendo el escenario. Este formato es común en los encuentros hip-hop menos masivos que los presentados en este artículo.

“debe, por ley histórica, asumir una lucha colectiva de objetivos generales que lo lleven a relacionarse con más experiencias, diversas y similares” (p. 239). Desde esta perspectiva, Michu MC rapea sobre “la transición de construcción en movimiento”; y Portavoz agrega que “el hip-hop madura y va de cultura a movimiento”. Que la visión resistencialista del historiador Poch Plá esté presente en estas promocionales se explica por su participación en la RH2A, lo cual se evidencia tanto en su libro —promocionado en el mismo *Planeta Rock 2010*— como en su editorial Quinto Elemento, dependiente de dicha Red.

Ahora bien, la propuesta de unión en las promocionales no se logró, al menos en este festival. Prueba de esto es el reportaje de La Celda de Bob: “Resumen Detallado del Festival Planeta Rock 2010”. En esta reseña el autor, Darío Patiño (Gepatinho), acusa a la organización del festival de fomentar la exclusión³. Los problemas iniciaron cuando uno de los integrantes de la Celda de Bob llegó con “olor a cerveza”, lo cual fue mal visto por la organización, a pesar de que Linterna Vader, en la misma promocional, invitaba a asistir con alcohol —ya fuera un “tinto” o un “pisco sour”—. En adelante, lo acusaron de hacer un “show” innecesario y le “quitaron el saludo”, hasta que el autor optó “por no seguir haciendo el ridículo saludando a las paredes” y finalmente dejó de asistir a algunos eventos por sus problemas con la RH2A, acusando incluso que “de ese día mi pensamiento acerca de la gran visión de la Red Hip Hop Activista se me fue un poco a las pailas”.

Otro punto interesante de esta crónica es la descripción del foro Memoria Rebelde, que contó con la participación de Portavoz, Subverso y del historiador Poch Plá. En este foro se explicó la tesis de Poch Plá y se promocionó un libro; presumiblemente, *Del mensaje a la acción*, que hemos referenciado en este texto. La controversia surgió con las intervenciones del público, pues algunos asistentes “no estaban de acuerdo con la postura de los expositores acerca del supuesto enemigo que es todo

³ GEPATINHO. Resumen detallado Festival Planeta Rock 2010. La Celda de Bob. 2 de febrero de 2010. Disponible en: <https://www.laceldadebob.cl/2010/02/resumen-detallado-festival-planeta-rock.html>

quien viva en sectores que no sean populares, así como de los empresarios”. Algunos argumentaron que sus padres habían luchado por salir de las poblaciones y que, no por eso, eran menos “pueblo”, y que muchas veces los empresarios no son los grandes magnates, sino quienes venden pan en el barrio.

Estos puntos de conflicto revelan el inicio de lo que marcará la diferencia entre los valores activistas de la “vieja escuela” (presentes en la RH2A) y los de las generaciones poscrisis del MP3. Por un lado, el conflicto de la cerveza mostró que el hip-hop no solo buscaba instancias de discusión política, como sostiene el enfoque resistencialista, sino también lugares de encuentro informales, lúdicos y fiesteros, lo cual estaba fuera de la filosofía de la RH2A. Por otro lado, la discusión sobre la clase social revela que el proyecto centrado en las poblaciones no convencía a todos los raperos, pues muchos venían de otras clases sociales, y aun así mantenían una estética, ética y política rapera.

El Sur es Hardcore y *Enfermos del rap* vinieron a cuestionar la unión del hip-hop en el activismo, proponiendo como base para la asociatividad otro elemento: el *hardcore*. Así, el convoco “Sean todos bienvenidos a mi planeta” del *Planeta Rock* de 2010 es reemplazado por “Este es el sur es hardcore, ¿qué pasa?”, con un tono desafiante, curiosamente cantado por el mismo Chystemc, y luego por un “welcome to the hardcore / soy el peor de todos” rapeado por el Bruto CHR (en *El Sur es Hardcore* de 2011), con su característica voz rasposa.

¿Qué es el *hardcore*? La palabra está compuesta por *hard*, duro, y *core*, núcleo o base, y refiere originalmente a la dureza de un material, específicamente en el ámbito de la construcción. En la música, muchos géneros han utilizado esta palabra para referirse a manifestaciones o subgéneros más duros, rápidos y agresivos, como el punk *hardcore*, el metalcore o el tecno *hardcore*. Incluso en la industria pornográfica, la palabra “*hardcore*” ha surgido para referirse a las producciones más violentas y explícitas.

Sobre su uso en el hip-hop chileno, se ha señalado que el rap *hardcore* destaca por su estética dura, con bombos y cajas de ritmo casi reventadas y voces rasposas y cercanas al grito (Alcalde 2020, 2025). En línea con esta estética, el *hardcore* temáticamente se despliega en tres polos: por un lado, la competición entre raperos, que muchas veces se traduce en exhibir las habilidades propias del raperero (Muñoz-Tapia, Pinochet-Cobos, 2025), pero que suele caer en insultos misóginos y homofóbicos que resaltan una masculinidad dura (Alcalde, 2020), y lo cual termina llevando a discursos necroempoderadores (Valencia, 2010) que, simbólicamente, se apropian de la violación y el femicidio para demostrar la superioridad de un hombre por sobre otros (Alcalde, 2025). Por otro lado, está la idea de narrar historias del barrio (Muñoz-Tapia, Pinochet-Cobos, 2025), las cuales se muestran al mismo tiempo la dureza de las calles y la de los mismos raperos que soportan dicha cotidianidad. Por último, dentro del *hardcore* encontramos el “rap vacile”, que apela a la comunidad mediante la fiesta, a la vez que promueve el uso y abuso de alcohol y marihuana en ellas. Además, este rap vacile se opone a los sectores dominantes, no de la forma contrahegemónica y resistencialista en la que lo hace el rap activista, sino mediante la risa carnavalesca (Bajtín, 1998), que invierte los significados y burla la autoridad (Alcalde, 2025). En todos estos casos, la imagen de la dureza —ya sea para competir, habitar o para celebrar embriagados— como respuesta a una realidad igualmente dura, termina siendo lo que define al *hardcore* como estética en el rap chileno.

De este modo, el *hardcore* puede entenderse de formas muy distintas, lo que hace que cada raperero lo utilice a su manera. Aun así, el rap *hardcore* se contrapone al rap activista, al menos en apariencia, lo que incluso lleva a algunos raperos activistas a reclamar la palabra *hardcore*, asegurando que “pa’ (sic) mí hardcore es revelarse contra el poder” (Michu MC en *Planeta Rock* de 2011). A pesar de esta supuesta contraposición,

el rap *hardcore* es fuertemente político, aunque no de manera activista, como se observa en las siguientes promocionales analizadas.

“Le cortaré las manos al pianista si no toca / le zurciré la boca si es MC, si se equivoca”, nos dice Cevladé en la promocional de *El Sur es Hardcore* de 2011. En este verso queda clara la estética *hardcore* a través de imágenes grotescas y explícitas, en general relacionadas con el asesinato, el destripamiento y, en muchos casos, la violación —“nos violamos a la enfermera” dice Omega el CTM en *Enfermos del rap* de 2013—. Sin embargo, que los raperos *hardcore* opten por esta estética no significa que sean asesinos ni violadores, sino que utilizan la imagen explícita y grotesca como metáfora de sí mismos, como sujetos duros, ya que “en el sur hay droga, vida, calle, muertos, respeto / somos el reflejo que proyecta un niño inquieto del gueto”, como nos rapea Macrodee.

Desde un enfoque de género, estas imágenes son hipermasculinas. Esta característica ha llevado a comprender la performance artística de los raperos *hardcore* desde la perspectiva de la masculinidad marginal (Alcalde, 2020). Siguiendo la propuesta de R.W. Connell (1997) la define como la masculinidad formada en grupos marginalizados que tiende a una hiperrepresentación masculina como una forma de combatir el desequilibrio de poderes por razones de raza y clase, aprovechándose del dividendo patriarcal. Así, en la competición *hardcore* se observa una masculinidad marginal, reflejada en insultos misóginos y homofóbicos pronunciados por los raperos. Es por lo anterior que incluso Zita Zoe, una de las primeras mujeres en participar en las promocionales de *El Sur es Hardcore* en 2013, dice: “tú, *hardcore* con vestido, no repercute en mi actitud”.

Si bien la estética hipermasculina es recurrente en el rap *hardcore*, sería un error reducir este estilo a su misoginia o entender sus imágenes como una apología al asesinato y la violación. El rapero Bascur, en la promocional de *El Sur es*

Hardcore de 2014, cuestiona ciertas visiones del *hardcore* y expone, como lo hizo Michu MC antes, su cualidad política-contestataria: “los guerreros de verdad viven miserias y dolor / y tú por jalar tres cochinos gramos ¿te creí hardcore? [...] hardcore, no es ni pura jarana ni por ronca”. Estos versos iluminan que el *hardcore* no es reducible ni a la agresividad masculina en la performance (voz ronca) ni al exceso en las fiestas (“jarana”), sino que se define por los “guerreros” que resisten la miseria y el dolor del sistema.

Un significado más amplio del rap *hardcore* es presentado por algunos raperos en determinadas promocionales. “*Hardcore*: la expresión del alma cuando grita”, señala Omega el CTM, organizador de estos eventos, en la promocional de 2014. “¿Por qué el alma grita hardcore? Quizás por tener “más rabia que ver a los paco’ y la conchetumare afuera de un evento”, indica Bascur en *El Sur es Hardcore* de 2013; quizás para invitar al público a hacerle “el culo a Piñera / si no es por enfermos del rap será por la bandera” como rapea Omega el CTM en *Enfermos del rap* de 2013; por su parte, la rapera Flor de Rap en *El Sur es Hardcore* de 2022, nos dice que el “*hardcore* es un niño pidiendo en la calle pa’ comer”. Entonces, el *hardcore* se justifica pues “la rabia y el coraje son necesarios, el freestyle en el barrio / se necesita pa’ crecer, para tener que entender/ que valor hay que tener pa’ no caer” (Esnou, *El Sur es Hardcore* 2014). De este modo, se puede observar que, aun cuando el mensaje *hardcore* es distinto al activista del *Planeta Rock*, es igualmente político, pues a pesar de las diferencias estéticas y éticas, los raperos saben a quién representan y contra quién luchan, como señala Rodaventura en *El Sur es Hardcore* de 2012: “cada cual con un plan contra el capital”, ya que “sabemos quién es el enemigo y vendidos del mal”.

La diferencia entre los festivales *hardcore* (*El Sur es Hardcore* y *Enfermos del rap*) y el *Planeta Rock*, no es que el segundo sea más político que el primero, sino que, mientras los festivales organizados por el rap activista excluyen las visiones que no se

adecúan a su resistencialismo, como se evidencia en la crónica de *La Celda de Bob*, los conciertos *hardcore* no estarían “sujetos a juicio, regla, ni panfletos / ¿Quién dice lo que es correcto? ¿Quién dice lo que es perfecto?” como indica Macrodee en *El Sur es Hardcore* de 2011. Es decir, los eventos *hardcore*, más que renegar de lo activista, dicen: “*hardcore* o consciente, no somos más ni menos / si bajo el escenario vacilamos rap chileno” (Séptimo fragmento en “Enfermos del rap” 2014), siendo lo “consciente” otra palabra para referirse al rap explícitamente político y que tiende a la reflexión. De este modo, el *hardcore*, debido a su apertura, terminó siendo más unificador que el rap activista.

Para entender por qué el rap activista no logró la unión esperada, es necesario retornar a los años noventa, cuando la industria cultural promocionó algunos grupos de rap como Makiza y Tiro de Gracia. Lo anterior fue mal recibido por los raperos de la llamada “vieja escuela”, quienes sostenían que esta comercialización era una pérdida de los valores del hip-hop, lo que llevó a una confrontación entre la otrora vieja y nueva escuela (Rodríguez-Vega, 2019). Dicha confrontación marcó a tal nivel al rap chileno que Tiro de Gracia, en su única aparición en promocionales (*El Sur es Hardcore* de 2014), hace referencia a esta al decir: “esta mente que no quiere oír apologías líricas / que no son canción pues nunca le creí al revolucionario de cartón”, lo que revela la oposición entre las “apologías líricas” del activismo y las canciones artísticas.

De esta visión de la vieja escuela surge el rap activista en Chile, el cual deviene en instituciones como La Coalición, Hiphoplogía y la RH2A (Poch Plá, 2011), las cuales seguían defendiendo supuestos valores originales del hip-hop, pero que, al hacerlo, terminaron promoviendo la exclusión y alargando la confrontación hasta el rap del siglo XXI. Es por lo anterior que Dibujo MC, presente en la promocional del *Sur es Hardcore* desde su primera versión y cuya banda, Adickta Sinfonía, participó en las promocionales de *Planeta Rock* —lo que lo hace

un ejemplo de un rapero que se mueve entre lo activista y lo *hardcore*— nos dice en el *Sur es Hardcore* de 2022: “soy el fruto de esa escuela hostil a fin de los noventa / lo bueno de haber aprendido en estas condiciones / es que no pienso enseñar repitiendo los mismos patrones”. Por ende, los raperos que participaban en el *Sur es Hardcore* buscaban superar la división que aún sostenía la RH2A, sin por eso desconocer y apreciar la historia del hip-hop chileno, pues, como nos dice el mismo rapero versos antes: “la calle pide a gritos que vuelva la huella / que no se puede borrar, ese origen que no se niega”.

Sin embargo, a pesar de las diferencias entre las distintas visiones sobre el rap, el activismo y el *hardcore*, existe algo en lo que todos parecen estar de acuerdo: la autogestión o gestión desde el rap. Después del auge comercial del rap chileno en los años noventa, y la crisis del MP3 en los 2000, los raperos chilenos comenzaron a ver con reticencia a la industria. En este sentido, raperos como Omega el CTM, quién organiza estos eventos, buscaba en sus letras alejarse de la fama y la fortuna que los sellos ofrecían, apelando más bien a el “amor al rap, no amor por la billetera” (*Enfermos del Rap* de 2012), lo cual es complementado por Jonas Sanche en *El Sur es Hardcore* de 2015 cuando dice que “llegaron en busca de gloria y aquí no hay na’ de eso”. De este modo, los raperos dicen “al sistema por el tajo / y productores chupasangre le ponemos el ajo” (Mandingas en *El Sur es Hardcore* de 2013), ya que “a mis simios un pico le importa el Billboard” (Portavoz en *Enfermos del Rap* de 2023).

Incluso en las promocionales de *God Level*, que es el más comercial de estos eventos, esta lógica anticomercial se puede observar en versos como “yo deposité mi fe, la mejor herramienta / no hablo de dinero hablo de la inteligencia” (Jonas Sanche en la segunda promocional de *God Level* de 2014); “antes no había dinero y mucho menos fama / pero siempre hubo el respeto de todos los guetos de habla hispana” (Omega el CTM en la primera promocional de *God Level* de 2015); y “no la hiciste tú la hizo tu manager” (Cevlade en la primera promocional de *God Level* de 2016).

Es importante aclarar que, cuando nos referimos a *God Level* como un evento más comercial que los demás, no estamos sugiriendo que la política, ya sea activista o *hardcore*, sea censurada o disminuida. Desde su primera versión en 2014, Omega el CTM aclara que en la promocional “son 8 voces unidas contra la represión”. Esto continuó en los años siguientes. Chystemc busca que no haya “más machistas ni machis tras las rejas” (segunda promocional de 2017), y Portavoz se pregunta “¿qué culpa tengo de tener la sangre roja y el corazón a la izquierda?” y alega que “la corrupción está en el corazón de esta constitución / vecino protéjase de esos ladrones / los de las AFP, el parlamento puerco y banqueros cabrones” (segunda promocional de 2015). Portavoz va más allá en la segunda promocional de 2016 cuando señala que “son rimas bravas como pescador artesanal / defendiendo el mar de la vil garra empresarial”.

Esto demuestra que, seis años después de la aparición de estos eventos, las diferencias entre el activismo del *Planeta Rock* y el *hardcore* ya estaban desapareciendo. Si a esta interpretación le sumamos que el activista *Planeta Rock* dejó de hacer promocionales en 2012, siendo la última una versión centrada en la ciudad de Antofagasta, y que además Portavoz mismo siempre se ha definido como un rapero activista —“el activista en la pista” según sus propios versos (en “Dando cara”)—, es posible concluir que la tan esperada unión se logró a partir del abandono de las versiones más rígidas y resistencialistas del activismo, junto con la aceptación de distintas visiones bajo la lógica del *hardcore*.

El carácter más comercial de *God Level* se puede observar en que su público objetivo es quienes disfrutan del *freestyle*; que no necesariamente son consumidores de rap en formato de canción grabada (Rodríguez Vega, 2020). Lo anterior ha permitido una mayor masividad, pero no por eso significa una traición a los principios del hip-hop o una simple comercialización del rap. Más bien, proponemos leerlo, por un lado, como autogestión,

al venir este evento desde el hip-hop y no desde una empresa de bebidas energéticas, y, por otro, desde la idea de expandir la “escuela”. Incluso se puede observar que esa masividad se utilizó para internacionalizar el hip-hop chileno, lo que se refleja en la participación de raperos de otros países, como Akapella de Venezuela, Rxndy Acosta de Cuba, Aczino de México, Afaz y Ali A.K.A. Mind de Colombia, Gorka de España, entre otros. Esto es una marca identitaria de *God Level*, como dice Kaiser: “aunque seas peruano, mexicano/colombiano, argentino, español, cubano, venezolano / para el señor Hip Hop somos todos hermanos” (en la primera promocional de *God Level* de 2017).

Desde esta perspectiva, nos preguntamos qué incentiva al rap chileno de la década de 2010. La respuesta estaría en las canciones. En *Enfermos del rap*, el rap aparece como una enfermedad incurable, la cual, dada su estética *hardcore*, se goza más que se padece. En la promocional de 2014, Cevladé nos dice que “para algunos es un hobby, pa’ mí es una enfermedad / es crimen y castigo lo que una letra me da”; en la misma promocional, El Tipo de Borderline agrega que “cada rima es una enfermedad de transmisión verbal”; y Omega el CTM añade que “aquí la enfermedad se lleva en la sangre como la leucemia” (promocional de 2013), siendo la única posibilidad, ante la falta de cura, la orden de Leviatán: “aférrate de tu track y disfruta de mis canciones” (promocional de 2014). Así, se entiende que, como dice Bascur en *Enfermos del rap* de 2013, “esta enfermedad es la única weá que da salvación”.

Luego de su auge en 2014, el fenómeno de las promocionales comenzó a decaer hasta el punto de que en 2019 ya no hubo promocionales. En 2022, un año marcado por el final de la pandemia del COVID-19, *El Sur es Hardcore* regresó con una promocional para una versión del evento llamada *Golden Age*, que apelaba a los raperos ya no tan jóvenes que, diez años antes, escuchaban sin falta las promocionales. Esta apelación se hace en un principio con nostalgia, mostrando a Omega el

CTM viendo registros de las primeras versiones del concierto. Sin embargo, Graffy, quien forma parte de los promocionales de *El Sur es Hardcore* desde sus inicios, dice: “la nostalgia me la paso por el pico / sigo activo”, demostrando que, como dice Zita Zoe en la misma promocional, “el rap no ha muerto, ¿te quedó claro?”. En estas nuevas versiones se incluyeron raperos como NFX, quien representa a “la nueva generación de *freestyle*” (*El Sur es Hardcore* 2022), o Flor de Rap, una rapera que se ha destacado por seguir el camino del hip-hop a la vez que se vincula con la música urbana. Aunque precisa indicar que esta inclusión de las nuevas músicas urbanas no fue generalizada, ya que otros raperos miraban con suma desconfianza al trap y el reggaetón por su fama comercial (Muñoz-Tapia y Pinochet-Cobos, 2025). Es así como Gran Rah, en la promocional de 2022, dice: “no a la decadencia del arte / y más diamantes en bruto y menos brutos con diamantes”, en clara alusión a los nuevos músicos urbanos y las joyas que ostentan en sus videoclips.

En 2023, *El Sur es Hardcore* lanzó una nueva promocional donde se hacía alusión al éxito de la *Golden Age*. Lo mismo sucedió con *Enfermos del Rap* que, desde 2015, no había contado con promocionales. Finalmente, en 2025, *El Sur es Hardcore* lanzó una promocional destacando los valores de esta “escuela” sobre el gusto por el estilo *hardcore* y la desconfianza hacia la industria. Como dice CHR: “Los number one del rap anticomercial / maldito sudaka, suenan criminal / desde el culo del mundo la mierda más real / hardcore rap”. Así las cosas, queda claro de que el rap sigue vigente en Chile, especialmente desde el mundo *underground*, esperando por nuevas promocionales.

4.3. Audiovisuales

En las promocionales de *Planeta Rock* vemos reflejados los mismos elementos que aparecen en las letras. La llamada a la unión es visible no solo en los espacios compartidos, que van desde las calles del barrio hasta un domicilio particular, sino también en la actitud de los artistas, quienes conversan o

socializan sus letras, incluida aquella de 2010, en la que se ve a distintos raperos en la misma mesa escribiendo sus líricas. En este sentido, las tomas que muestran registros de versiones pasadas del festival y sus distintas actividades, dan cuenta de que el llamado a la unión no solo era para artistas, sino que abarcaba también al público. Además, en la promocional de 2012, se ve a un niño “de barrio” aprendiendo de un grafitero los principios del hip-hop, dando cuenta de una invitación a los jóvenes a unirse a este movimiento.

El legado político activista se refleja en la presencia, al final de la promocional de *Planeta Rock* de 2010, de Afrikaa Bambaataa que, como señalamos, encarna los ideales político barriales del hip-hop, tanto en Chile como en el resto del mundo. La autogestión, por su parte, se refleja en las formas de producción, pues los raperos en la versión de 2010 graban frente a un micrófono en un *home-studio* y no en uno de índole profesional. Asimismo, llama la atención que ARB aparezca en algunas tomas haciendo de productor, mientras que en otras, como rapero, mostrando la diversidad de roles que un mismo artista puede asumir en una producción, especialmente si esta se realiza de forma independiente de la industria cultural. Lo anterior, además, mantiene una fuerte estética rapera, con los artistas posando con ropa ancha, y sus nombres apareciendo en forma de *tag* (grafiti), o con grafiteros y *b-boys* (bailarines de break dance) mostrando sus habilidades frente a la cámara. Así, los videos de *Planeta Rock* ilustran visualmente lo que las letras dicen.

Imagen 5. Fotograma “Promo festival Planeta Rock 2011”



Fuente: YouTube (2011)

Los videoclip de *El Sur es Hardcore* proponen una alternativa a la lógica de unión; en lugar de reunirse en el barrio o en el estudio, los raperos son raptados por un sujeto de cara tapada con capucha roja. Este misterioso ser se encarga de llevar a los raperos al concierto después de secuestrarlos, mostrando la misma unión que propone *Planeta Rock*, pero dándole un sentido desde el estilo *hardcore*. En la segunda versión (2012), se suma un segundo personaje completamente vestido de negro. El ser de negro cumple la misma función que el de rojo, pero no son iguales. Esta segunda promocional termina con varios seres de rojo listos para pelear con el de ser negro, lo cual se cumple en la tercera promocional (2013) donde una multitud de seres de negro tienen atrapado a uno de rojo. Curiosamente, los raperos del concierto son los encargados de salvar al encapuchado de rojo, lo que desata una batalla campal entre ambos colores y refleja la agresividad propia del *hardcore*. En este sentido, vale la pena mencionar que el ser de rojo tiene una capucha propia de la estética hiphopera, mientras que el de negro aparece desde la versión de 2013 con traje y corbata. Esta oposición

puede llevarnos a pensar que, mientras el encapuchado de rojo representa al rap, el de negro representa su comercialización. Esto explica por qué los raperos terminan amistándose con el de rojo y peleándose con el de negro.

En la cuarta promocional de *El Sur es Hardcore* (2014), la estética *hardcore* va un paso más allá, pues los seres de negro invocan a su jefe, un demonio, el cual termina discutiendo con los raperos. De esta promocional, además, destaca la presencia de pirámides y mausoleos egipcios, lo que se condice con la temática específica de esta versión: “estaba escrito”, que reflexiona sobre la historia del hip-hop, dándole un tinte ancestral con ciertos rasgos de romanticismo. La pelea entre los encapuchados de negro y los de rojo continúa en las demás promocionales, en general, siendo el personaje de rojo, originalmente enemigo de los raperos, su aliado, lo que lleva a varios tipos de conflictos violentos entre raperos, encapuchados de negro, encapuchados de rojo y el mismísimo diablo en la promocional de 2014.

En la versión de 2022, el ser de rojo vuelve a cumplir su función de raptar raperos y en la de 2023 nuevamente pelea contra el ser de negro, con su ya característico traje, venciendo al ser de rojo. En la última versión (2025), se suma un tercer encapuchado, completamente de blanco, quien es enviado por el de negro a pelear con el ser de rojo en una tarima que recuerda el escenario del *freestyle* callejero, siendo el vencedor el nuevo participante. Lo interesante de esta última versión es que el encapuchado de blanco, en lugar de rematar a su contrincante, le ofrece la mano y lo levanta del suelo para ir juntos contra el ser de negro al final del videoclip.

La estética agresiva y violenta del *hardcore* se refleja entonces en los constantes conflictos entre los encapuchados y los raperos, siendo la unión más bien una lucha contra un contrincante común. La ropa de los encapuchados, por su parte, puede darnos una pista sobre los distintos tipos de conflictos dentro de la escena del rap chileno: los raperos pelean entre

ellos, como se refleja en el personaje de rojo, pero al momento en que un ser de traje, auspiciado por el diablo, se opone a otro rapero, la unión es más importante que la confrontación.

Imagen 6. Fotograma “El Sur es Hardcore 2013-La venganza de los mc’s”



Fuente: YouTube (2013)

Enfermos del rap, por su parte, alude al *hardcore* desde la idea de la enfermedad, mostrando a raperos con maquillajes grotescos que simulan enfermedades físicas o mentales en un hospital, como si se tratara de una película de terror. Estas enfermedades pueden manifestarse como heridas físicas con estética *gore* o como vestimentas, como camisas de fuerza, que dan cuenta de una locura por el *hardcore*. En la versión de 2014, lo anterior se cruza con la imagen de raperos que consumen carne humana, lo que conduce a un canibalismo que reafirma el estilo de rap señalado. En la promocional de 2015, por su parte, los raperos ya no son los enfermos, sino la cura —lo que se condice con el título de dicha versión: “el antídoto”—, siendo los *beatmakers* (productores musicales) los doctores que operan a los enfermos con instrumentos que, lejos de ser los propios de un hospital, son máquinas de producción vinculadas

al rap, como MPC o tornamesas. En la última versión (2023), esta estética se abandona y se muestra más bien un videoclip genérico de rap con los artistas rapeando frente a una cámara.

Imagen 7. Fotograma “Enfermos del rap 2013-La enfermedad se propaga”.



Fuente: YouTube (2013)

Por último, *God Level* mantiene la estética rapera, aunque no necesariamente *hardcore*, y es más similar en este punto a lo visto en la última versión de *Enfermos del Rap*. Esto se puede explicar por su fin más comercial e internacional, pues la estética *hardcore* puede resultar repulsiva para quien no domina sus códigos y performatividades. Así, se ve a los raperos en distintos escenarios, que van desde la ciudad y el barrio hasta lugares más naturales, mirando a la cámara mientras cantan sus letras. Lo similar que resultan estos videoclips invita a una reflexión: cuando la estética rapera, ya sea activista o *hardcore*, se deja de lado para buscar productos entendibles fuera del hip-hop, el resultado es un videoclip genérico y sin una narrativa propia, mientras que los eventos organizados por raperos y para raperos terminan desplegando estéticas más profundas que, de alguna manera, intentan reflejar la identidad misma de los eventos que promocionan.

Imagen 8. Fotograma “God Level 2016”



Fuente: YouTube (2016)

5. Conclusiones

Las promocionales de festivales de rap en Chile están lejos de ser solo piezas de carácter comercial. Muchas de las canciones mencionadas ni siquiera hablan directamente del evento en cuestión o, si lo hacen, apenas lo mencionan en un par de versos para luego rapear sobre otros temas. Entonces, es posible proponer que las promocionales sirvan de excusa para ampliar las colaboraciones musicales. De esto también inferimos que los eventos no tienen como fin último el lucro a través de la venta de entradas, sino que, complementariamente, construyen un lugar de encuentro en el hip-hop o “hacer” escena. Las formas de encontrarse pueden variar según los eventos: pueden ser de índole político-activista, como en el caso de *Planeta Rock*, o encuentros lúdicos de estilo *hardcore*, como ocurre en los otros festivales señalados. Sin embargo, esta diferenciación inicial ha ido degradándose con el tiempo, pues el carácter político del *hardcore* se ha vuelto más evidente y su propuesta de unión ha terminado por abarcar también a los raperos activistas.

En sintonía con lo anterior, estos festivales y sus respectivas promocionales dan cuenta de las distintas visiones que pueden encontrarse en el hip-hop chileno. Respecto al discurso político, hay quienes desarrollan letras directas y contestatarias en la línea del carácter resistencialista y antihegemónico que se le ha atribuido al rap en Chile desde la academia (Muñoz-Tapia, Abeille, 2024), y desde las organizaciones activistas (Poch Plá, 2011). Mientras que otros raperos optan por un discurso indirecto y, más que criticar las desigualdades estructurales, se apropian de la dureza del sistema para crear una estética *hardcore*. Lo *hardcore*, sin embargo, es tan político como el activismo, aun cuando su articulación sea más bien subliminal que contestataria.

Un punto controversial es el discurso de unión, pues mientras el rap activista entendía que dicho vínculo debía hacerse desde la “pobla” y desde la política activista explícita, los raperos *hardcore*, a pesar de su supuesta violencia, proponían una unión más abarcativa por medio de una estética lúdica, fiestera y dada al consumo de sustancias, pero sin que aquello suponga olvidar los orígenes en la “pobla”, la clase social y la transformación política.

El ocio festivo es otro aspecto en el que las opiniones varían. Si el rap *hardcore* se comprende desde el exceso, el rap activista opta por lugares seguros, tendiendo a desconfiar de las drogas y el alcohol. Este énfasis no solo forma parte de la RH2A, sino que distintas agrupaciones cercanas al activismo han prohibido estas sustancias en sus eventos, como sucede en espacios de rap articulados desde un enfoque de género, en tanto manera de salvaguardar el espacio de actitudes y acciones que pueden atentar contra una noción de comunidad respetuosa con todos sus miembros (Rodríguez Vega y Calderón-López, 2024).

Recalamos estos puntos, pues dan cuenta de la heterogeneidad del hip-hop en Chile, sin que el discurso de unión que permea la escena en su totalidad necesariamente se vea afectado. El análisis de las canciones nos permitió apreciar

cómo estas visiones divergentes dentro del hip-hop tienden a desarrollarse en cierta armonía, incluso compartiendo espacios físicos (tocatas, festivales, conciertos), virtuales (reseñas, videoclips) y musicales (instrumentales de las canciones). Desde esta perspectiva, nuestro trabajo ha invitado a repensar la forma en que la academia ha abarcado el fenómeno del hip-hop; en general, viendo a sus cultores más como informantes que como artistas: las entrevistas, a pesar de ser útiles para iluminar sobre determinados temas y fenómenos, pueden generar respuestas cerradas y/o cuantificables que inducen a pensar que el hip-hop es un movimiento político organizado y homogéneo. Sin embargo, este estudio de caso ilumina cómo el arte ofrece un abanico de posturas que incluso pueden ser contradictorias entre sí. Entonces, en lugar de preguntarles a los raperos qué opinan sobre distintos temas, más bien conviene escuchar las canciones que esos mismos raperos crean; muchas veces colaboran con artistas que no comparten su visión, pero que, así y todo, están unidos por su pertenencia a la cultura del hip-hop.

Por último, relevamos dos puntos importantes de nuestro objeto de estudio. En primer lugar, los raperos y las raperas de las promocionales analizadas no siempre son los mismos, pero hay nombres que se repiten en las piezas: Chystemc, Liricistas, Macrodee, Portavoz, Gran Rah, Bubaseta, Movimiento Original, Adickta Sinfonía, entre otros. Estos raperos movilizaron a un número significativo de jóvenes durante el período analizado. Prueba de esto es la encuesta realizada por @freddyfresko⁴ (perfil de Instagram dedicado al rap chileno) para conocer cuál era el himno de este género en el país. Sobre un total de 150 mil votos, fueron elegidas cuatro canciones de esta generación del rap chileno y que han participado constantemente en los festivales estudiados: “El otro Chile” (Portavoz con Staylok), “Valle Central” (Movimiento Original con Excelencia prehispana, GuerrillerOkulto, Centinela Spectro y Semillah Skilz), “Cotidiano”

⁴ FREDDYFRESKO. Final torneo himno del rap chileno. 19 de octubre de 2025. Disponible en: https://www.instagram.com/p/DP_eDY9DtHq/

(Movimiento original con GuerrillerOkulto y Salvaje Decibel) y la promocional de 2010 de *Planeta Rock*. Estos resultados, quizás poco confiables en términos académicos, aunque bastante ilustrativos sobre un desarrollo reciente del rap chileno, resaltan sobre todo al rap activista, considerando que dentro de este estilo están Salvaje Decibel, Portavoz, Movimiento Original y GuerrillerOkulto.

Más aún, la promocional de 2010 de *Planeta Rock*, que alcanzó el segundo lugar de la encuesta, se corona como un representante del rap chileno por sobre los que habitualmente han sido definidos como los raperos más importantes. Entonces, cuando hablamos de generaciones relevantes del rap chileno, ¿es aquella otrora nueva escuela, auspiciada por los grandes sellos y con representantes como Tiro de Gracia y Makiza, la que sigue siendo el periodo más importante del hip-hop chileno? ¿o es que la generación que creció con las promocionales de festivales es el nuevo referente temporal más importante?

El segundo punto que resaltamos es el formato de las promocionales. Tal cual fue señalado, la estructura de estas piezas escapa al formato tradicional de la música popular a partir de una escasa relevancia de los estribillos y extendida duración. Asimismo, la individualidad que habitualmente encontramos en la industria musical tiende a desdibujarse en las promocionales, pues lo que prima es el colectivo. Ahora bien, este formato no fue exclusivo de las promocionales, ya que en 2010 fue utilizado por *La Celda de Bob* para promocionar su página en *Bienvenidos a la celda de bob (todosfordajepjap)*, y en 2019 apareció en la canción “Marichiweu” en el contexto del “estallido social” de octubre de ese año a través de la presencia de varios nombres del rap como Chystemc, Liricistas, Flor de Rap y NFX. Incluso, si consideramos este formato de manera más laxa, podemos incluir canciones como “Freno de emergencia” de Hordatoj; “Representación” de Gran Rah; y “El won de rojo” de Chystemc, entre otras, las que invitan a la colaboración y que además son parte de algunos de los discos más destacados

de esta generación de raperos chilenos. De este modo, las promocionales exceden el formato de canción, pues buscan nuevas formas de hacer música y crear comunidades: formas que han sido ignoradas e invisibilizadas por la industria cultural y la academia, pero que están ahí, a la espera de un nuevo encuentro en el hip-hop chileno para ver finalmente quién es el misterioso encapuchado de rojo.

Bibliografía

ALCALDE, Germán. Masculinidades en el rap. Por una construcción del rap chileno actual. **Taller de Letras; Número Especial. Adiós a las armas: Despatriarcar América desde la cultura**, p. 42-56, 2020.

ALCALDE, German. Bestiario Callejero: performatividades monstruosas en la música urbana chilena. **Savia nueva: crítica joven latinoamericana**. 1 ed. Santiago: Cuarto Propio, p. 325-348, 2025.

BAJTIN, Mikhail. **La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento: el contexto de Francois Rabelais**. Madrid: Alianza, 1998.

BECKER, Howard. **Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico**. 1 ed. Quilmes: Universidad Nacional de Quilmes Editorial, 2008.

BENNETT, Andy; PETERSON, Richard A. **Music Scenes: local, translocal and virtual**. 1 ed. Vanderbilt: Vanderbilt University Press, 2004.

CONNELL, R. W. La organización social de la masculinidad. En: VALDÉS, Teresa; OLAVARRÍA, José (Eds.). **Masculinidad/es. Poder y crisis**. Santiago: Ediciones de las Mujeres, 1997.

CORBALÁN, Alonso; GONZÁLEZ, Joaquín. **Barras y métricas. La historia de las batallas de rap en Chile**. Santiago: Ediciones 517, 2021.

DENZIN, Lincoln. **Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation. Volume I: The Field of Qualitative Research.** Buenos Aires: Gedisa, 2011.

GODOY-MARQUÉS, Tomás. ¡Tres, dos uno, tiempo! Comercialización del hip hop chileno, 2005-2019. **Revista Estudios Culturales**, v. 14, n. 27, p. 137-149, 2021.

GOODWIN, Andrew. **Dancing in the distraction factory, music television and popular culture.** Minnesota: University of Minnesota Press, 1992.

GOSA, Travis. The fifth element: knowledge. En: WILLIAMS, Justin (Ed.). **The Cambridge Companion to hip hop** (pp. 56-70). Cambridge: Cambridge University Press, 2014.

KATZ, Mark. **Groove music: the art and culture of the hip-hop DJ.** 1 ed. Nueva York: Oxford University Press, 2012

LACASSE, Serge. Toward a Model of Transphonography. In **Lori Burns and Serge Lacasse (ed) The Pop Palimpsest: Intertextuality in Recorded Popular Music.** Michigan: University of Michigan Press, p. 9-60, 2018.

MAIRA, Manuel. **Bajen la música. El nuevo paisaje de la industria discográfica.** 1 ed. Santiago: Ediciones B, 2014.

MARTIN-CABRERA, Luis. Escribo Rap con R de Revolución: Hip-hop y subjetividades populares en el Chile Actual (2006-2013). **Acontracorriente. Una Revista de Historia Social y Literatura en América Latina**, v. 14, n. 1, p. 5-36, 2016.

MUÑOZ-TAPIA, Sebastián. Entre los nichos y la masividad. El (t)rap de Buenos Aires entre el 2001 y el 2018. **Resonancias**, v. 22, n. 43, p. 113-131, 2018.

MUÑOZ-TAPIA, Sebastián; RODRÍGUEZ VEGA, Nelson. Las redes sociotécnicas de los primeros años del rap en Santiago de Chile (1984-

1996): entre la “tecno-dependencia” y la creatividad a contrapelo.

Revista Neuma, v. 17, n. 1, p. 52-72, 2024a.

MUÑOZ-TAPIA, Sebastián; RODRÍGUEZ VEGA, Nelson. Entre lo Analógico-Digital y lo Underground-Mainstream. Las articulaciones del Rap de Santiago de Chile (1995-2000). **Música Hodie**, v. 24, 2024b.

MUÑOZ-TAPIA, Sebastián; RODRÍGUEZ VEGA, Nelson. Tecnología popular: el surgimiento del RAP y la cultura Hip Hop. **Cuadernos de Beauchef**, v. 9, n. 1, p. 109-124, 2025.

MUÑOZ-TAPIA, Sebastián; ABEILLE, Constanza. “Rap en acción” como alternativa para resituar la resistencia: Introducción al dossier. **TRANS revista transcultural de música**, v. 28, 2024.

MUÑOZ-TAPIA, Sebastián; PINOCHET-COBOS, Carla. Géneros musicales y generaciones: La conformación controversial de la “música urbana” chilena. **Latin American Music Review**, v. 46, n. 1, p 102-131, 2025.

PALOMINOS, Simón. **30 años de la industria musical chilena (1988-2018). Reflexiones y testimonios**. 1 ed. Santiago: SCD/Hueders, 2019.

POCH PLÁ, Pedro. **Del Mensaje a la Acción Construyendo el Movimiento Hip Hop en Chile (1984-2004 y más allá)**. 1. ed. Santiago: Quinto Elemento, 2011.

QUITZOW, Rainer. Lejos de NYC. El hip hop en Chile. **Bifurcaciones**, v. 2, 2005.

RODRÍGUEZ VEGA, Nelson. Confrontación en la comunidad hip hop chilena por el valor de la autenticidad. Disputa entre la vieja y nueva escuela durante los ‘90. Santiago: Universidad de Chile, 2019.

RODRÍGUEZ VEGA, Nelson. El ascenso del freestyle de competencia en Chile: la batalla de gallos como forma renovada de hacer y consumir el hip-hop. **Contrapulso. Revista latinoamericana en estudios de música popular**, v. 2, n. 2, p. 65-79, 2020.

RODRÍGUEZ VEGA, Nelson; CALDERÓN-LÓPEZ, Alma. Del hip-hop al feminismo comunitario: la experiencia del torneo de freestyle Suyai Free en Chile. **Sociedade e Cultura**, v. 27, 2024.

ROLLEFSON, J. Griffith. Hip hop as martial art: a political economy of violence in rap music. En: BURTON, Justin; OAKES, Jason (Eds.). **The Oxford Handbook of Hip Hop Music**. Oxford: Oxford University Press, 2018.

SEDEÑO-VALDELLÓS, Ana. Videoclips musicales en su transición a la red: nuevos subgéneros y apropiaciones del formato. **Razón y Palabra**, n. 71, 2010.

SEGRETO, Marcelo. A presença da fala na melodia do rap. **Música Popular em Revista**, v. 5, n. 1, p. 7–34, 2018.

STRAW, Will. Cultural Scenes. **Society and Leisure**, v. 2, n. 27, p. 411–422, 2004.

TIJOUX, María Emilia; FACUSE, Marisol; URRUTIA, Miguel. El Hip Hop: ¿Arte popular de lo cotidiano o resistencia táctica a la marginación? **Polis. Revista Latinoamericana**, v. 11, n. 33, p. 429–450, 2012.

VALENCIA, Sayak. **Capitalismo gore**. España: Melusina, 2010.

WADE, Jeremy. **Selling digital music. Formatting culture**. 1 ed. Berkeley: University of California Press, 2015.

Financiamiento

Este artículo fue financiado por la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo (ANID) y el proyecto Fondecyt N° 1240900 “Imaginario de la marginalidad contemporánea en Chile: Una aproximación interdisciplinaria al caso de la cultura trap y sus videoclips musicales”.

Publisher

Universidade Federal de Goiás. Escola de Música. Programa de Pós-graduação em Música. Publicación en el Portal de Periódicos de la UFG. Las ideas expresadas en este artículo son responsabilidad de sus autores y no representan necesariamente la opinión de los editores ni de la universidad.