

El impacto del trap en la cultura popular española

Simón López Carballeira

Tutora: Dra. Rommy Morales Olivares

Grado en Sociología

Curso 2018/2019



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

RESUMEN

Este trabajo aborda el fenómeno mediático de la música trap en España, con la intención de identificar los valores de la cultura popular actual. Para ello, he utilizado, por un lado, los conceptos de Gilles Lipovetsky, un sociólogo referente en el análisis de la cultura capitalista; por otro, los planteamientos de Jacques Derrida, que me permitirán interpretar el discurso transgresor del trap como una sublimación de la marginalidad. A través de estos autores, he hecho un breve repaso por las influencias estéticas del trap, he analizado la letra de algunas canciones y he descrito varias interacciones entre artistas de esta escena y políticos. Por último, he entrevistado a Ernesto Castro, un profesor de filosofía que está investigando sobre el tema.

Palabras clave: Estudios Culturales, Música trap, Cultura Popular, Capitalismo, Comunicación

ABSTRACT

This paper approaches the trap music impact in spanish media, with the purpose of identify the values of the actual popular culture. In order to achieve that, on the one hand, I have gone through Gilles Lipovetsky's concepts, who is a reference sociologist in the analysis of the capitalist culture; on the other hand, Jacques Derrida's reflexions have allowed me to interpret the trap offender speech as a sublimation of marginality. Through these authors, I have reviewed trap's aesthetic influences, analyzed the lyrics of a few songs and described some interactions between artists of this scene and politicians. By last, I have done an interview to Ernesto Castro, a profesor of philosophy that is doing research about this topic.

Keywords: Cultural Studies, Trap Music, Popular Culture, Capitalism, Communication

ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
II.	PROBLEMATIZACIÓN.....	2
	2.1. Sociología de la música.....	2
	2.2. Contexto: crisis de la alta cultura.....	3
III.	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	5
IV.	OBJETIVOS E HIPÓTESIS.....	5
V.	METODOLOGÍA.....	6
VI.	MARCO TEÓRICO.....	8
	6.1 Lipovetsky.....	8
	6.2 Derrida.....	9
VII.	ANTECEDENTES.....	11
	7.1 Las influencias del trap.....	11
	7.2 El Gangsta rap.....	11
	7.3 El Dirty South.....	12
	7.4 El Gangsta rap en España.....	13
	7.5 ¿Qué es el trap?.....	14
	7.6 El trap y la crisis en España.....	14
VIII.	ANÁLISIS DE CANCIONES.....	18
	8.1 Bad and Boujee de Migos.....	18
	8.2 Globetrotter, no NBA de Kaydy Cain.....	20
	8.3 Obra de arte de La Zowi.....	22
IX.	ANÁLISIS DE INTERACCIONES.....	24
	9.1 C. Tangana y Pablo Iglesias.....	24
	9.2 Yung Beef y Andrea Levy.....	26
	9.3 Yung Beef, C. Tangana y Bad Gyal en el Primavera Sound.....	28
X.	ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA A ERNESTO CASTRO.....	30
	10.1 El interés filosófico del trap.....	30
	10.2 La moral en el trap.....	31
	10.3 El público del trap.....	32
	10.4 Los derechos de propiedad intelectual en el trap.....	33
XI.	CONCLUSIONES.....	34
XII.	BIBLIOGRAFÍA.....	35
XIII.	WEBGRAFÍA.....	35
XIV.	ANEXOS.....	1

I. INTRODUCCIÓN

El trap, hijo bastardo del hip hop, ha suscitado durante los últimos 5 años mucho debate a nivel popular entorno a gran variedad de temas: la libertad de expresión, el apropiacionismo cultural, el feminismo, la influencia de la música en los jóvenes, el papel de los sellos discográficos...

A pesar de ser considerada una música vulgar, carente de contenido y por tanto de interés intelectual, lo cierto es que ha generado polémicas capaces de trascender el ámbito musical, dando lugar a reflexiones de gran calado. En vez de pasar de moda sin repercusión alguna, como muchos pronosticaban, esta obscena exaltación del sueño americano, en ocasiones oscura y rebosante de violencia, parece haberse revelado como la música de nuestro tiempo.

Esta popularización, sumada a la controversia generada por una música supuestamente apolítica, me parece suficiente justificación para investigar sobre este fenómeno en el ámbito académico. Poner el foco en las tendencias que mueven a los jóvenes es una buena forma de hablar sobre las nuevas formas de marketing, que busca adaptarse a sus gustos para generar beneficios, pero también sobre los discursos políticos que intentan representarlos.

Por ello trataré de profundizar sobre qué valores promueve el trap, cómo es el público que lo consume y qué relación tiene su notoriedad con la crisis económica de 2008. Para este propósito, utilizaré conceptos de Lipovetsky y Derrida, dos autores pioneros en la teorización sobre el estatus de la cultura en las sociedades post-industriales.

Además de analizar varias canciones que considero paradigmáticas dentro del género, describiré algunas interacciones surgidas en la red social Twitter entre artistas de la escena trap y políticos españoles que nos dan una idea de su alcance mediático y de la relevancia de este movimiento a nivel estratégico. Por último, entrevistaré a Ernesto Castro, profesor de filosofía en la Universidad Complutense de Madrid y quizá el primer académico español en mostrar interés sobre este tema.

II. PROBLEMATIZACIÓN

2.1. Sociología de la música

La música siempre ha jugado un papel esencial en la sociedad. Es por eso que las ciencias sociales y en concreto la sociología han dedicado tanto tiempo y esfuerzo a descifrar el sentido subyacente de la relación entre la música y el cambio social.

Algunos de los ejemplos más destacables de este esfuerzo son la obra de Max Weber “Los fundamentos racionales y sociológicos de la música” (1921), la de Georg Simmel “Estudios psicológicos y etnológicos sobre la música” (1882), Theodor Adorno con su “Filosofía de la nueva música” (1949) y más recientemente, desde un enfoque más amplio, Umberto Eco con su obra “Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas” (1973) o Pierre Bourdieu con “La distinción. Criterios y bases sociales del gusto” (1988). La complejidad de abarcar este objeto de estudio ha provocado que la sociología de la música adopte numerosas perspectivas teóricas y metodológicas, como son la sociología de la cultura, la sociología del arte, la sociología de la comunicación, del conocimiento, de la moda, etc. Pero si algo se destila de la evolución de los estudios sociológicos sobre la música es su creciente preocupación por el uso social simbólico de la música, en contraposición al debate sobre su calidad artística.

Ese uso social simbólico de la música y sus presuntas implicaciones en el cambio social son las que han traído tantos quebraderos de cabeza para la teoría sociológica. El autor fundamental para comprender esta disensión es Karl Marx. Su concepción de la ideología como una superestructura de la sociedad, producto de las contradicciones materiales en su seno, se mantiene como uno de los pilares que sostiene la mayoría de las críticas a la sociedad moderna. Bajo este prisma, la batalla cultural y por tanto la música no es más que una pantalla de humo que resulta funcional para el sistema capitalista, ya que mantiene la cuestión económica (de clase) oculta. Paradójicamente, el propio manifiesto comunista en el que se plantea esta cuestión, no deja de ser un artefacto cultural, que pretende difundir un halo de sospecha sobre las cuestiones puramente normativas, sin contacto con la realidad material. Esta contradicción ha sido una fuente de contenido para el llamado marxismo occidental, especialmente para los autores de la teoría crítica, conocidos por sus intentos de actualizar la teoría marxista a la sociedad moderna con la influencia del psicoanálisis freudiano.

Ellos han dado vida a una concepción de cultura más compleja, que no es simple reflejo de la desigualdad y opresión de clase, sino más bien un objeto en sí mismo que puede ser analizado desde las ciencias sociales, además de su dimensión técnica y estética, en tanto entramado de valores, normas, y visiones de mundo.

A pesar de la supuesta dependencia de la cultura con respecto a las condiciones materiales de existencia, la economía de las sociedades post-industriales es cada vez más dependiente de la

creación de valor a través del marketing y los referentes culturales. La creciente complejidad de medios de comunicación, fruto de los avances tecnológicos, ha venido ligada de una producción cultural cada vez más difícil de enmarcar en la dicotomía cultura/contracultura.

Si asumimos que este gran entramado que denominamos cultura es contingente, resulta oportuno, desde un punto de vista sociológico, analizar las expresiones artísticas y su relación con los distintos momentos históricos que atraviesa la sociedad.

2.2. Contexto: crisis de la alta cultura

La llegada del siglo XXI ha estado marcada por la masificación y aparente democratización de internet como medio de comunicación global, lo que ha supuesto un cambio de paradigma en lo que se refiere a la transmisión cultural y a lo que entendemos por contracultura. En 2006, un año después de la creación de Youtube, la revista Time te designaba a ti (You) persona del año, destacando el papel de internet en los siguientes términos:

“Es una historia de comunidad y colaboración a una escala jamás vista. Se trata del compendio cósmico de conocimiento Wikipedia, la red de canales con millones de personas Youtube y la metrópolis online Myspace. Se trata de un gran poder de lucha a partir de muy poco, de personas ayudándose unas a otras a cambio de nada y de cómo esto no sólo va a cambiar el mundo, sino la forma en que el mundo cambia.”

(Time Magazine, 16 de diciembre de 2006)

Resulta ciertamente sospechoso el optimismo de esta cita en un escenario global lleno de tensiones y desigualdades, pero la existencia de un gran cambio en nuestros hábitos de ocio y consumo es innegable. Las posibilidades de crear y acceder a contenido online han multiplicado exponencialmente las dinámicas culturales y el mundo de la música no es una excepción. Se abre así para la sociología un gran filón entre este modelo de producción y consumo cultural y su relación con la estructura social. Pierre Bourdieu es un referente en este ámbito, siendo uno de los intelectuales que más luz ha arrojado sobre esta cuestión. Él ha definido el concepto de capital cultural como “la acumulación de cultura propia de una clase, que heredada o adquirida mediante la socialización, tiene mayor peso en el mercado simbólico cultural, entre más alta es la clase social de su portador”. Se ha interesado, así, por cómo el gusto, la capacidad de distinguir, actúa como columna vertebral de la jerarquización social.

Posteriormente, el también francés Gilles Lipovetsky ha puesto el foco sobre la acción que el capitalismo tiene sobre la distinción entre alta y baja cultura, que según él es cada vez menos trascendental. Desde este enfoque, en la sociedad contemporánea el sentido de los flujos de información y valor simbólico es cada vez más complejo: la abundancia de medios de comunicación estaría diluyendo los grandes referentes, de forma que cada vez resulta más complicado establecer un patrón que defina la dirección en que la cultura se difunde. Si Pierre

Bourdieu y anteriormente Theodor Veblen nos invitaban a pensar que el consumo de masas estaba guiado por la élite social, que definía lo bello, pero para Lipovetsky este esquema vertical no explica algunas de las tendencias que dominan el mercado:

“La asunción eufórica de los modelos dirigidos es sólo una de las manifestaciones de la moda; la otra cara es la creciente indeterminación de las existencias; la *fun morality* tiene como tarea la afirmación individualista de la autonomía privada.” (Lipovetsky, G., Hernández, F., & López, C. (2013). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Editorial Anagrama.)

El mundo de la moda textil es un ejemplo que pone en cuestión la supuesta unidireccionalidad de los valores estéticos, especialmente desde la aparición del *prêt-à-porter*:

“En los años sesenta, además del estilo naturalista de los hippies, las modas callejeras añadieron elementos esenciales a la imagen de la década. Yves Saint Laurent, en la década de 1950, cuando todavía estaba en la firma Dior, inició la tendencia, entonces escandalosa, de adoptar estilos de la calle para la alta moda: tomó prestada la imagen de los existencialistas parisinos que se reunían en los cafés. La jerarquía del mundo de la moda, que colocaba la alta costura en la cúspide de la pirámide, empezaba a tambalearse. Desde esa época, las modas callejeras que visten punks, surfistas, patinadores urbanos y casi cualquiera que forme parte del mundo de la música o del deporte, han tenido una gran influencia sobre la imagen de finales del siglo XX.” (Fukai, A. (2012). *Moda*. Köln: Taschen.)

El arte dadaísta, con su crítica al concepto de belleza como algo eterno e inmóvil, es otro ejemplo de lo que implica esta concepción de la cultura, en la que el objeto pierde peso en relación al contexto, forma y fondo se disocian y cualquier cosa puede llegar a considerarse una obra de arte expuesta en el tiempo y lugar adecuados.

En este marco emerge el concepto de moda para explicar las tendencias contingentes en torno al gusto en el plano del arte y la cultura. Tradicionalmente se han considerado estas contingencias como un fenómeno superficial y vulgar, que no merecía interés académico. Sin embargo, Gilles Lipovetsky ha hecho un esfuerzo por rescatar los aspectos positivos de la moda como dispositivo regulador de la sociedad moderna. Desde su punto de vista, no todo es malo en el capitalismo: si no fuera por la moda, el buen gusto seguiría siendo patrimonio de la aristocracia y las masas seguirían condenadas a vivir sin posibilidad de reconocimiento alguno. Desde este enfoque, la llegada de internet es un paso más hacia la disipación de la frontera entre alta y baja cultura, lo que podría suponer un progreso hacia la igualdad en términos identitarios.

En el ámbito musical, el fenómeno más polémico e interesante de los últimos años ha sido el trap, un subgénero del hip hop nacido al sur de los Estados Unidos que parece promover la utopía liberal de que cualquiera puede hacerse rico por sí mismo. Sin embargo, su carácter violento evidencia el lado oscuro de esta doctrina. Los traperos tienen un discurso volátil y utilizan un tono que en ocasiones podría considerarse como irónico, cercano al humor, por lo que supone todo un reto tratar de aterrizar este fenómeno en un trabajo académico.

III. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Para afrontar este trabajo desde un punto de vista sociológico, lo primero que cabe preguntarse es: ¿qué relación tiene la popularización del trap con el contexto social, político y económico? Para ello, más que fijarme en sus atributos técnicos o musicales, me centraré en los valores que promueve, en su público y el estilo de vida que les identifica. Las preguntas de investigación, por tanto, serán:

- ¿Qué valores promueve la música trap?
- ¿Cuál es el perfil de consumidor de trap?

IV. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

El objetivo general de este trabajo, por lo tanto, es buscar la relación entre los efectos de la crisis económica sufrida en España y el auge del discurso característico del trap que, a pesar de ser considerado apolítico, ha suscitado gran agitación mediática y parece tener cierta voluntad de transgresión. Se trata de reconocer la conexión entre el denominado momento populista, caracterizado por la falta de legitimidad del sistema, la desconfianza en las instituciones y la volatilidad de los significados, con el repunte de producciones culturales que reivindican los márgenes y critican los sistemas representativos.

En este sentido, los objetivos específicos son:

- Determinar el carácter contracultural del trap y su potencial emancipador.
- Analizar el perfil de consumidor de trap y su estilo de vida.

Las hipótesis respecto al carácter contracultural del trap y a su público son:

- El trap es una expresión de rebeldía en tanto que entendamos su capacidad para escapar de las categorizaciones como un elemento subversivo.
- El consumo de trap tiene un alto componente generacional que, acentuado por el uso de internet, se manifiesta en un etéreo sentido de pertenencia, una reafirmación de la individualidad y una deliberada diversidad de gustos.

V. METODOLOGÍA

La metodología elegida para llevar a cabo este trabajo es de carácter cualitativo: me servirá para hacer un análisis teórico y conceptual que describa los valores que están siendo reflejados en la cultura popular.

La primera fase consistirá en hacer un repaso histórico del gangsta rap, el género que más ha influenciado al trap. Para esta sección, a la que he llamado Antecedentes, he realizado, en primer lugar, una breve investigación online, además de consultar el libro de Anki Toner “Hip Hop”, especializado en el tema. En segundo lugar, he tratado de describir los inicios del movimiento trap en España y la confusión que ha despertado este término a partir del artículo de Jernej Kaluža “La realidad del trap: La música trap y su potencial emancipatorio.”

La segunda fase consistirá, en un análisis discursivo de varias canciones de trap que representen la filosofía promovida por este movimiento. En primer lugar, analizaré la canción “Bad and Boujee”, del grupo estadounidense Migos. Este tema, además de resultar paradigmático por haberse colocado como uno de los más escuchados del género, con casi 800 millones de visitas en Youtube, nos servirá para reflexionar acerca de los *young rich niggas* (jóvenes negros aburguesados), el sujeto ideológico hiperindividualista que ha sido exportado desde EEUU al resto del mundo. En segundo lugar, el tema “Globetrotter, no NBA” de Kaydy Cain. Este artista madrileño es reconocido por ser uno de los precursores del trap en España, a pesar de que actualmente no sea de los más escuchados. En esta canción deja clara su filosofía como artista, en una especie de manifiesto buscavidas. Por último, analizaré la canción “Obra de arte”, de La Zowi. La granadina ha sido una de las primeras mujeres españolas en atreverse con el trap, convirtiéndose en un símbolo del empoderamiento femenino. La aparición de figuras como ella ha puesto en cuestión el supuesto machismo implícito en el trap, al que se le achaca la cosificación de la mujer y la repetida utilización de palabras como puta. En este tema, además, deja entrever su irónica concepción del arte.

La tercera fase consistirá en un análisis de contenido web a partir de las interacciones en la plataforma online Twitter entre traperos y personajes de la esfera política. El seguimiento sistemático de las dinámicas surgidas en las redes sociales a partir del fenómeno trap en España se ha traducido en una selección de imágenes, a partir de las cuales pretendo desenmascarar el conflicto ideológico. Los protagonistas de estas imágenes son, por un lado, los traperos Yung Beef y C. Tangana; ellos han sido los grandes agitadores de la escena trap en España ya que, más allá de su música, han provocado gran cantidad de debates en la esfera pública. Por otro, Pablo Iglesias y Andrea Levy, dos políticos de gran proyección mediática que han coqueteado con este movimiento a sabiendas de su calado en los jóvenes y, por tanto, de su importancia estratégica.

Los momentos elegidos serán:

- El rifirrafe entre Pablo Iglesias y C. Tangana en Twitter a partir de su relación con el grupo de rap político Los Chicos del Maíz.
- El comentario de Andrea Levy en Twitter apropiándose del discurso de Yung Beef y la respuesta de éste desmarcándose.
- El debate que entre Yung Beef y C. Tangana sobre su relación con los sellos discográficos durante la entrevista organizada por Primavera Sound.

Finalmente, haré un resumen de la entrevista semiestructurada que le hice sobre el tema a Ernesto Castro, profesor de filosofía de la Universidad Complutense y autor de “Contra la posmodernidad” y de “Un palo al agua”. Este madrileño de 28 años es conocido, además de por haber entrevistado a gran cantidad de artistas (entre los cuales están Yung Beef, C. Tangana y Bad Gyal), por divulgar en Youtube sus clases de filosofía y sus conferencias. A partir de sus aportaciones y del análisis previo, trataré de dibujar el perfil de consumidor de trap y los estilos de vida que cristalizan en esta corriente.

VI. MARCO TEÓRICO

6.1 Lipovetsky

Gilles Lipovetsky es un filósofo y sociólogo de origen francés, que ha dedicado su obra a analizar los atributos de la modernidad y el paso a lo que él denomina la sociedad hipermoderna. Concretamente, ha puesto el foco en los cambios culturales que caracterizan ese proceso que conocemos como la globalización, acelerada tras la caída de la Unión Soviética y el triunfo del capitalismo sobre la economía planificada. Lipovetsky subraya que el verdadero triunfo del capitalismo no ha sido en el plano económico, sino en el cultural. Para ilustrar esta hegemonía, ha identificado una serie de cambios producidos por la moda como dispositivo regulador de la sociedad, tales como el proceso de personalización, la destrucción de las estructuras colectivas de sentido, el hedonismo, el consumismo, las tensiones paradójicas en los individuos y en la sociedad civil, la seducción como forma de regulación social, el rechazo de la violencia política o el aumento de la consideración ciudadana hacia los valores democráticos:

“La moda no solamente ha permitido mostrar una pertenencia de rango, de clase, de nación, ha sido además un vector de individualización narcisista; un instrumento de liberalización del culto estético al Yo en el seno mismo de una era aristocrática. Primer gran dispositivo de producción social y regulador de la personalidad aparente, la moda ha estetizado e individualizado la vanidad humana: ha conseguido hacer de lo superficial un instrumento de salvación, una finalidad de la existencia.” (Lipovetsky, G., Hernández, F., & López, C. (2013). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Editorial Anagrama.)

La cultura mundo, en términos del autor, ha sido propiciada por el mercado global y el desarrollo tecnológico, especialmente por el uso de internet. Estos cambios en el paradigma de la comunicación global han contribuido a desacralizar, por un lado, la alta cultura, a la que se le suponía una diferencia sustancial frente a la cultura popular, y por otro, la cultura folclórica o nacional, que también escapaba a las leyes del mercado. En el campo de la música y el arte en general, esto significa una tendencia al abandono del idealismo y el romanticismo que caracterizaba este ámbito y lo separaba de la esfera mercantil. Andy Warhol es célebremente recordado por haber definido este fenómeno de forma drástica, cuando dijo que la mayor obra de arte consiste en ganar dinero.

A pesar de lo frívolo que esto pueda parecer, Lipovetsky nos recuerda que se trata de un proceso de doble cara. Por un lado, el arte cada vez está más ligado al comercio, pero por otro, los negocios dependen cada vez más del arte para generar beneficios. Las propias marcas no se conforman con decir que sus productos son magníficos; ahora ambicionan un posicionamiento cultural como estrategia de marketing, produciendo anuncios que pretenden tener mensaje, sentido y valores: “simplemente hazlo”, “se tú mismo”, “respeta la naturaleza”

... Desde esta perspectiva, la nueva era de la cultura global no se caracteriza sólo por la mercantilización de la cultura, sino también por la culturización de la mercancía.

Lipovetsky se refiere así a los aspectos positivos de este fenómeno:

“A menudo nos quejamos del materialismo de nuestras sociedades. ¿Por qué no subrayamos también que la moda plena contribuye a desligar al hombre de sus objetos? En el imperio del valor de uso ya no estamos atados a las cosas, se cambia fácilmente de casa, de coche, de mobiliario; la época que sacraliza los objetos es precisamente aquella en que nos separamos sin dolor de éstos. Ya no queremos las cosas por sí mismas o por el estatus social que confieren, sino por los servicios que nos prestan, por el placer que nos procuran y por una funcionalidad perfectamente intercambiable. En este sentido, la moda irrealiza las cosas, las desustancializa a través del culto homogéneo a la utilidad y a la novedad. Lo que poseemos, lo cambiaremos: a medida que los objetos se transforman en nuestras prótesis, más indiferentes nos hacemos a ellos; ahora nuestra relación con las cosas procede de un amor abstracto, paradójicamente desencarnado. ¿Cómo seguir hablando de alienación en una época en que, lejos de ser desposeídos por los objetos, son los individuos quienes se despojan de éstos? Cuanto más se desarrolla el consumo, más se convierten los objetos en medios desencantados, en instrumentos, nada más que instrumentos; así avanza la democratización del mundo material.” (Lipovetsky, G., Hernández, F., & López, C. (2013). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Editorial Anagrama.)

El individualismo es la ideología que promueve estos cambios. Sin embargo, según Lipovetsky, que exista una unificación de la cultura global no implica que haya una estandarización o una homogeneización del gusto, más bien al contrario: nunca antes en la historia se había publicado tal cantidad de música y tan variada.

El trap, como veremos, es un ejemplo de este proceso. Los artistas no se posicionan dentro de un género concreto, sino que se valora la diversidad de referencias y la mezcla con otros estilos. En cuanto a su relación con el mercado, los traperos no se posicionan en contra del dinero fácil. Por el contrario, se trata de una ostentación constante de poder, hasta tal punto que puede resultar obsceno y de mal gusto. En todo caso, la crítica del trap hacia el capitalismo se hace o por la vía negativa, exponiéndose el propio artista como víctima de un sistema frío (a través del relato de sus problemas personales y psicológicos, que persisten a pesar de la fama y el dinero), o mediante la independencia respecto a los grandes sellos discográficos.

6.2 Derrida

Jacques Derrida es un filósofo, también francés, conocido principalmente por su desarrollo del análisis semiótico conocido como deconstrucción. Esta estrategia de análisis niega la existencia de una relación esencial entre los signos (significantes) y su significado. Ese grado de autonomía de la palabra escrita respecto a su interpretación nos da a entender que un texto no sólo remite a sí mismo, sino que su significado es construido a través de un proceso contingente y que por tanto es diacrónico y susceptible de cambio. Derrida ha utilizado esta

noción para poner en duda el concepto de estructura en las ciencias sociales como algo sustancialmente estático.

El estructuralismo trataba de encontrar un nivel de metalenguaje autosuficiente y generalizable, capaz de describir las configuraciones de elementos antropológicos, sociales, literarios, lingüísticos, históricos o psicoanalíticos sin empantanarse por la identidad de estos elementos en sí mismos. Por tanto, se conoce como posestructuralismo la corriente que ha cuestionado las jerarquías implícitas en esta identificación de oposiciones binarias que caracterizan no sólo al estructuralismo, sino a la metafísica occidental en general.

“La lectura deconstructiva se instala en el interior del texto que se está analizando, reproduce sus líneas argumentales atenta y minuciosamente, como única forma de percibir las contradicciones que lo habitan, sus límites, aquello a lo que no puede responder. Una vez localizadas esas fallas, anacolutos, inconsistencias, etc., el/la deconstrutor/a invierte el argumento sostenido por el texto, y después se abre a la indecibilidad.” (Derrida, J., Asensi, M., & Peñalver Gómez, P. *La Escritura y la Diferencia*.)

Esta crítica derridiana a la dicotomía sujeto/objeto ha sido adscrita, en contra de la voluntad del propio autor, al relativismo cultural radical; en otras palabras, al relativismo epistemológico y lo que se conoce como posmodernismo. Sin embargo, en este trabajo utilizaré sus conceptos como método de interpretación más que como un axioma lógico. Los planteamientos de Derrida me servirán como sustrato para entender las manifestaciones artísticas propias de las sociedades liberales que, como el trap, plantean una crítica al sistema desde una posición supuestamente marginal, pero sin utilizar un discurso revolucionario (que pretenda invertir el estado de las cosas). En lugar de adscribirse a una corriente ideológica particular, a una visión del mundo o a un estilo de vida que se presupone como bueno, estos artistas juegan con el lenguaje y los significados establecidos de manera que no se les pueda encasillar en una posición fija, con la única intención de plantear dudas y generar agitación. De esta manera tratan de poner en valor su autonomía discursiva: por una parte, respecto a la industria; por otro, respecto a los movimientos políticos. Esta volatilidad resulta el principal inconveniente a la hora de enmarcar el trap en una corriente unívoca, pero al mismo tiempo lo dota de un carácter libertario.

El conflicto entorno al significante es entendido por Derrida como el germen subversivo y posibilitador de la democracia, que hace de ésta un proceso contingente, que siempre está por venir, más que un ideal totalizador. Por lo tanto, desde esta perspectiva, se puede leer el rechazo de los artistas de trap hacia las categorizaciones como un síntoma de salud democrática y no como un posicionamiento apolítico de tintes reaccionarios.

VII. ANTECEDENTES

7.1 Las influencias del trap

Para analizar el sentido ideológico del trap y sus implicaciones a nivel simbólico, será necesario hacer un breve recorrido a través de las corrientes musicales que han dado lugar a su aparición. Debido a la naturaleza formal de este trabajo, lo más lógico será cerrar el foco para centrarnos únicamente en el impacto del trap en la cultura popular española, pero antes debemos contextualizar la llegada de esta música a España desde el punto de vista histórico.

En los 90, la época de la MTV y los reality shows, tiene lugar simultáneamente lo que se conoce como la época dorada del hip hop. Este género resulta especialmente apetitoso desde el punto de vista sociológico debido a su frecuente carácter reivindicativo, sobre todo frente a la segregación y el racismo, pero también por su exigencia de coherencia entre las letras y la realidad cotidiana de los artistas. Esta vocación de representar la calle, ha hecho del hip/hop una música en constante evolución desde el punto de vista estético, marcada por la fusión y el eclecticismo, pero con un supuesto anclaje a “lo real” muy interesante en lo que se refiere al debate sobre la contracultura.

7.2 El Gangsta rap

Esta necesidad de respaldar las letras con hechos, de “mantenerlo real”, adquiere especial relevancia en lo que se ha denominado gangsta rap, la vertiente más callejera del hip hop. Este subgénero suele tratar en sus letras temas marginales como la violencia que supone vivir excluido, el narcotráfico y el proxenetismo. De forma similar a la que sólo alguien que ha sufrido dominación económica en términos marxistas puede desarrollar conciencia de clase obrera, en el *rap game* sólo alguien que ha experimentado la vida en el gueto puede hablar de delincuencia en sus canciones con legitimidad.

En este sentido, son muchos los casos de artistas que, tras sufrir altercados en su vida personal, son reconocidos por su autenticidad en el juego. Para expresar el estatus que supone la experiencia ganada durante estas vivencias, los *gangsters* hacen un uso arrogante de joyas, coches y ropas lujosas que roza la obscenidad. Así expresan que, a pesar de vivir en los márgenes, también pueden permitirse productos destinados a las élites, aunque sean robados. El sociólogo Elijah Anderson, especialista en etnografía urbana, ha analizado este fenómeno a través del concepto de gueto emblemático: el estereotipo según el cual se asocia a los afroamericanos al gueto sean cuales sean sus condiciones socioeconómicas. Desde este punto de vista, el deseo de lucir productos de lujo se hace aún más patente en las personas que han estado excluidas, sobre las cuales existe un estigma social de tal magnitud. A través

de este consumo se crean códigos callejeros, paralelos a las instituciones legales, que identifican a las personas con un estatus social y un barrio u otro.

El gangsta rap, que destaca por esta ligazón entre el arte y la calle, comenzó en los 80 con raperos como Ice-T, KRS One o Schooly D, que relataban el estilo de vida de los pandilleros. Sin embargo, el primero gran éxito comercial del género sería el álbum *Straight Outta Compton*, publicado en 1988 por el grupo N.W.A (del cual se ha hecho una película biográfica recientemente, en 2015):

“Entonces salió *Straight Outta Compton*, el primer disco de N.W.A, y comprendimos que no era una película: era la realidad y era peor de lo que creíamos. Si hasta ese momento nos habíamos escandalizado cuando decían que el rap era violento ahora teníamos rap violento y brutal de verdad. Esto no era un grupo de estudiantes de comunicación, como Public Enemy, planeando estrategias a medio plazo. Esto no era un delincuente de poca monta metido a actor, como Ice T, haciendo rimas “inteligentes” sobre la libertad de expresión. Esto era Compton, probablemente el peor barrio del país, directamente transferido al vinilo. Estos eran unos tipos que daban miedo, con antecedentes policiales, que odiaban al resto del mundo, que gritaban *Fuck da Police* (que le den por culo a la policía) y que alcanzaban el disco de platino sin sonar en la radio.” (Toner, A. (1998). *Hip-hop*. Madrid: Celeste Ediciones.

Ya en los 90, artistas como Dr. Dre, Ice Cube (anteriores miembros de N.W.A) o posteriormente 2Pac y Notorius Big, llevaron ésta música a otro nivel, adaptando más su sonido a las emisoras comerciales y desatando la polémica con el famoso *beef* (bronca) entre las costas este y oeste. Los raperos de esta época se convirtieron así en grandes referentes y también en objeto de parodias, popularizando los relatos mafiosos en las radios y televisiones de todo el mundo e inspirando a artistas más recientes como Jay Z, Snoop Dogg o 50 Cent.

7.3 El Dirty South

A finales de los 90, el centro neurálgico del hip hop se fue alejando de Los Ángeles y Nueva York, que hasta entonces habían sido los dos grandes polos de producción. El grupo OutKast fue la primera banda del sur de Estados Unidos en generar ventas al nivel de las costas este y oeste. Siguiendo su estela, con la llegada de los 2000, los artistas nacidos en ciudades como Atlanta, Miami, Nueva Orleans o Memphis dominaban las listas de éxitos. Ejemplo de ello son nombres como Ludacris, Rick Ross, Lil Wayne o Three Six Mafia.

Todos ellos abrieron el espacio para el trap, un género con capital en Atlanta que supura la esencia del “Dirty South”, con todo el estigma que implica esta idea de sur. Desde el punto de vista sociológico, resulta curioso ver cómo la producción artística surgida de los lugares más marginales de EEUU, siendo un reflejo del capitalismo más salvaje, se convierte paradójicamente en un producto comercial tan exitoso. Primero el hip hop de Compton, el Bronx o Brooklyn y luego el trap de Atlanta, conocida por ser una de las ciudades más contaminantes del mundo, se han convertido en grandes referentes de la cultura pop global.

7.4 El Gangsta rap en España

En el caso de España, se formaron algunos colectivos que siguieron la línea del gangsta rap, traduciendo los códigos callejeros al habla hispana. Algunos de los ejemplos más relevantes son 7 Notas 7 Colores, Hermanos Herméticos o Gamberros Pro. Sin embargo, en los 90 este tipo de música todavía era marginal y los jóvenes no llegaban a conectar con sus letras violentas. La corriente que consiguió popularizarse de verdad en nuestro país es lo que se ha denominado rap español, un estilo que consiguió alzarse como género propio con representantes como Nach, Frank T o El Chojin. Se trata de un rap menos agresivo, más “poético” y con “más mensaje”, que durante años ha seguido su propia línea de forma bastante ortodoxa. Esto ha sucedido en parte por la falta de referencias de otros países (dada la dificultad que suponía conseguir cintas de música en aquella época), en parte debido al rechazo a la fusión con otros géneros, como el R&B. Esta mezcla de estilos es algo muy frecuente en Estados Unidos donde, en ocasiones, se categoriza como un único género. En España, sin embargo, un público más purista la calificaba, negativamente, como comercial. Esta cita refleja el sinsentido conceptual que implica el purismo dentro del rap español:

“El hip-hop americano, por primera vez en la historia de la música negra, se muestra orgulloso de su pasado, bebe de sus fuentes. Cualquier intento de hacer hip-hop en España (y en cualquier lugar fuera de EEUU) parte justamente de la premisa inversa. Se trata de estar orgulloso del pasado de allí, no del de aquí. Se trata de renunciar, en principio, a todo el bagaje cultural heredado de las culturas mediterránea, europea y árabe, para situarse bajo la improbable influencia de la cultura afroamericana. Se trata de renunciar a un sustrato cultural propio con decenas de siglos de antigüedad para tratar de abarcar uno ajeno que apenas tiene algunas decenas de años. Es sin duda un ejercicio de alineación.

El hip-hop fuera de EEUU tiende a ser conservacionista, “autenticista” (...). Esta contradicción, este deseo de conservar algo que nunca se ha tenido, podría ser una clave para conseguir algo nuevo, propio, distinto del original (que, obviamente, nunca tendrá este dilema). Sin embargo, con demasiada frecuencia suele ser una carga, una atadura. El hip-hop español siempre ha dado la sensación de estar atrapado en esta contradicción.”

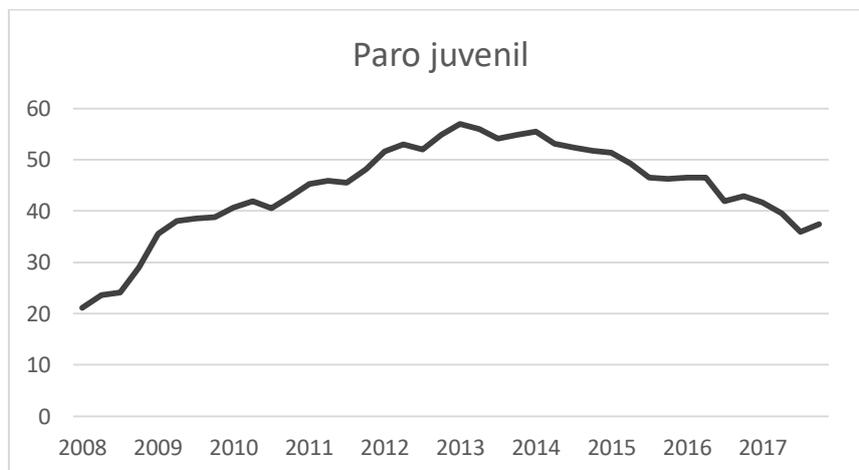
(Toner, A. (1998). Hip-hop. Madrid: Celeste Ediciones.)

Las transformaciones asociadas a la llegada de internet han motivado que esta distinción entre música auténtica y comercial, entre música culta y música ligera, sea cada vez más etérea. Como vimos en el marco teórico, Gilles Lipovetsky nos ayuda a reconocer este fenómeno gracias a su estudio sobre los cambios sufridos por el clásico concepto de cultura, que diferenciaba entre popular e ilustrada. Lo que él denomina cultura mundo es cada vez más inseparable de la moda y abarca todos los rincones del planeta, desacralizando, deslocalizando y fusionando las distintas tradiciones, géneros y culturas.

7.6 El trap y la crisis en España

La popularidad del trap en España comienza con la aparición del grupo Kefta Boys en 2013, coincidiendo con los momentos más oscuros de la crisis. Era un momento en el que parecía quedar poco del ímpetu reivindicativo del 15M y las alternativas políticas brillaban por su ausencia. Durante aquellos años de contracción económica, las medidas de austeridad se imponían como única respuesta posible al estallido de la burbuja inmobiliaria y a la situación financiera global.

El descenso de los salarios y los graves niveles de desempleo, que en 2013 alcanzó el 57,2% entre menores de 25 años, dibujaban un panorama desolador. En este contexto, la heterodoxia estética del trap resultaba un soplo de aire fresco para los jóvenes, que no habían crecido intercambiando maquetas y que por tanto no sentían fidelidad hacia la cultura hip hop tal como estaba concebida. El público de trap, más abierto a la cultura mundo de la que hablaba Lipovetsky, se sentía cómodo expresándose a través de las redes sociales y necesitaba algún tipo de nexo identitario que le sirviera como apoyo durante aquella etapa de futuro incierto, en la que se comenzaba a hablar de una primera generación que tendría un nivel de vida inferior al de sus progenitores: se trataba del colapso de la clase media, cuya condición existencial era precisamente ese elemento aspiracional.



Fuente: elaboración propia a partir de datos del INE

Paralelamente a la popularización de los primeros traperos, Podemos revolucionaba el panorama político consiguiendo 5 escaños en las elecciones europeas de 2014. La volatilidad de significados a la que me refería en el marco teórico, hablando de Derrida, ha sido especialmente notable en España durante esos años de crisis, no sólo en el ámbito musical, sino también en la esfera política. De la misma forma que los traperos afirmaban no ser raperos, el partido político Podemos, una expresión política surgida supuestamente de la heterogeneidad del movimiento 15M, también coqueteaba con este juego deconstructivo, sobre todo en su etapa de formación. Para desmarcarse de lo que entendían como “izquierda

tradicional”, utilizaron un discurso deliberadamente ambiguo, con la intención de aglutinar las demandas de una ciudadanía que ya no se percibía a sí misma como perteneciente a una clase o ideología determinada. Esta estrategia fue justificada como un mal menor, teniendo en cuenta que el objetivo del partido político y de la propia categoría “izquierda” era la justicia social y el cambio político, más allá de las etiquetas. De esta manera, desde un planteamiento posestructural, se pretendía concebir el partido y su nomenclatura como una herramienta más que como un fin en sí mismo.

En lugar del eje izquierda/derecha, que habría perdido capacidad para explicar la situación política, se propuso el eje abajo/arriba como metáfora, para posicionarse como un partido fuera del ámbito institucional y por tanto de su corrupción. Se trataba de conseguir la centralidad suficiente para canalizar el malestar ciudadano en una alternativa política capaz de tomar el gobierno. El debate sobre las implicaciones de esta estrategia se puede seguir en este vídeo, en el que también participa Alberto Garzón, dirigente de Izquierda Unida, desde una posición crítica.

Fort Apache - Podemos y el Populismo. (2019). Retrieved from

https://www.youtube.com/watch?v=-q9oxr54X_Y

Los paralelismos entre el cambio discursivo de la izquierda y lo que estaba sucediendo en la música hip hop parecían responder a la misma tendencia: por un lado, Podemos accedía a batirse en duelo en las tertulias políticas de prime time, renunciando al purismo discursivo de la “izquierda tradicional”, que no quería mancharse las manos en la televisión, pero cuyos apoyos no alcanzaban para llevar a cabo “cambios reales” en la vida de la gente; por otro, los raperos dejaban a un lado las retóricas moralistas y el purismo estético para lanzarse a por el éxito comercial, justificando la autenticidad de su discurso únicamente a través de la manifestación de sus orígenes humildes.

“No somos Podemos. No somos alguien que se disfraza para controlar a los pobres, somos pobres de verdad”

Campos, P. (2019). "No somos Podemos. Somos pobres." Retrieved from

https://www.elconfidencial.com/cultura/2015-01-17/no-somos-podemos-somos-pobres_622489/

El hilo conductor que parece guiar ambas propuestas es una cierta renuncia al idealismo y la utilización de un enfoque más pragmático, lo que se conoce en ciencias políticas como la Realpolitik. Fue una época de grandes cambios en la que, intuitivamente, diríamos que el arte reivindicativo (“de izquierdas”) tendría todas las papeletas para masificarse. Sin embargo, fue el trap quien se convirtió en lo que según Gramsci podríamos calificar como el género metamusical de la crisis, ya que trascendió lo puramente musical para permear todas las esferas del debate público. Más que una ideología concreta con pretensiones totalitarias, el trap es una expresión del hiperindividualismo del que nos hablaba Lipovetsky.

7.5 ¿Qué es el trap?

Como señala Jernej Kaluža en su artículo *Reality of Trap: Trap Music and its Emancipatory Potential* (Kaluža, J. 2018), la popularización del trap ha provocado una gran confusión, sobre todo debido a la diversidad de significados a los que esta palabra hace referencia. El trap (literalmente trampa, en castellano) puede referirse al subgénero del gangsta rap originado en los 90 al sur de los EEUU, siendo la traphouse la vivienda utilizada para el tráfico de drogas. Pero también a un subgénero de música electrónica, el EDM Trap, cuando predominan los sonidos de la famosa caja de ritmos Roland TR 808, en especial sus característicos bombos sincopados. Por último, se suele denominar trap a mucha de la música pop contemporánea que ha sido influenciada por estos subgéneros e incorpora algunos de sus elementos.

Esta polisemia sumada al eterno debate sobre quién “tiene mensaje” y quién “lo mantiene real”, ha dado lugar a gran cantidad de debates en las redes. Hasta tal punto, que a partir de 2012 las búsquedas de la palabra trap en Google sufrieron un increíble aumento, tanto en España (véase el gráfico) como en el resto del mundo, hasta alcanzar su cota más alta en 2017. Actualmente, la música *mainstream* está empapada de sus influencias y se le llama trap a un amplio abanico de sonidos, a veces por simple desconocimiento, a veces de forma interesada para conseguir *hype* (expectación) y visualizaciones a través del *clickbait* (ciber-anzuelo).



Google Trends. (2019). Retrieved from:

https://trends.google.com/trends/explore?date=all_2008&geo=ES&gprop=youtube&q=trap

La burbuja mediática generada por este término ha sido descrita de forma implacablemente irónica por la revista online Young Vibe, dedicada a la divulgación de contenido sobre música urbana y tendencias:

“Nuestro SEO nos ha recomendado poner la palabra “trap” en el titular y teclear cualquier basura insustancial que nos ayude a atraer a algunos jugosos patrocinadores deseando explotar vuestros irregulares ingresos. ¿Os mola el trap? ¿Queréis una entrevista con un rapero de +100k reproducciones? ¿Instagram? ¿Qué tenemos que hacer para que pinchéis nuestro enlace y nos saquéis de la quiebra?”

[ARTÍCULO SOBRE ‘TRAP’ PARA CONSEGUIR VISITAS]. (2018). Retrieved from <https://youngvibe.net/2017/02/23/articulo-sobre-trap-para-conseguir-visitas/>

También resulta ilustrativa esta cómica imagen de 2016, en la que, en pleno auge del debate sobre el significado de trap, el Community Manager de UPyD aprovecha un comentario en tono jocosos por parte de los chicos de Showbizness (un programa de radio dedicado a la cultura urbana) para bromear sobre el tema y conseguir un poco de publicidad.



Twitter. (2019). Retrieved from <https://twitter.com/upyd/status/730801521718382592>

Bromas aparte, James McCarthy, en un artículo dedicado al trap de la revista literaria n+1, lo define de la siguiente manera:

“El trap es la única música que suena a lo que siente uno viviendo en la actual Norteamérica. Es la banda sonora del sujeto desocializado que el neoliberalismo ha creado. Es la música funeraria que la revolución de Reagan se merece.”

Notes on Trap. (2019). Retrieved from <https://nplusonemag.com/issue-32/essays/notes-on-trap/>

VIII. ANÁLISIS DE CANCIONES

8.1 Bad and Boujee de Migos



Migos - Bad and Boujee ft Lil Uzi Vert [Official Video]. (2019). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=5-sJp1FfG7Q>

La intro de esta canción de Migos, lanzada dentro de su álbum Culture, es una declaración de intenciones:

"You know, young rich niggas (1)

You know, so we never really had no old money! (2)

We got a whole lotta new money though, hah!" (3)

("Negras jóvenes y ricos, así que ya sabes, nunca hemos tenido dinero viejo. ¡Lo que sí tenemos, es un montón de dinero fresco!")

Esta frase sintetiza la actitud de esta nueva generación de artistas urbanos, a la cual Migos pretenden liderar de alguna manera. A través de la sublimación de los márgenes, su intención parece ser subvertir la música popular "desde dentro". Sus letras son una exaltación del sueño americano a través de la mirada de una especie de "nuevos ricos": jóvenes advenedizos, identificados con el sur global, que denuncian haber estado excluidos de la sociedad (no poseen dinero viejo, heredado) pero que, gracias a la música, se han hecho ricos de repente, convirtiéndose en lo que el sociólogo Francesco Alberoni denomina la élite sin poder.

"We came from nothin' to somethin' nigga (8)

I don't trust nobody grip the trigger" (9)

("Pasamos de no ser nada a ser alguien, negrata; no confío en nadie, el dedo siempre en el gatillo")

El título de la canción, ya resulta bastante significativo: “mala y aburguesada”. Con estos adjetivos se refieren, con orgullo, a las mujeres que les acompañan (como la que vemos en la imagen). Ellas, al contrario que las idealistas groupis, parecen estar guiadas únicamente por el interés económico y el status social que implica estar con estrellas de la música. Esto implica la negación de una relación sentimental, una renuncia al ideal de amor romántico. Sin embargo, esta renuncia no se concibe necesariamente desde el rechazo, sino como una manifestación de astucia e inteligencia.

En ese sentido, utilizando una lectura deconstructiva, es posible interpretar el uso de palabras como *negrata* o *puta* por parte de estos artistas con la intención de redefinirlas: de la misma manera que se apropian de la palabra *nigga* y la utilizan sin ánimo de ofensa, estarían utilizando la palabra *bitch* como parte de su jerga, normalizándola para evidenciar que de alguna manera a todos nos mueve el interés económico. Desde este punto de vista, este discurso puede leerse como una forma de reivindicar el individualismo radical, la ideología que, como decía Lipovetsky, ha hegemonizado el proceso de globalización.

Courtside with a bad bitch (bitch) (39)

Then I send the bitch through Uber (go) (40)

I'm young and rich and plus I'm boujee (41)

I'm not stupid so I keep the Uzi (rrah) (42)

(“Jugando con una puta mala; después le pido un Uber. Soy joven, rico y aburguesado, pero no estúpido, por eso todavía guardo la Uzi)

Lo que resulta más llamativo de estos artistas es que, a pesar del capital económico conseguido, parecen mantener deliberadamente el mismo lenguaje y los mismos modales que tenían antes de ser ricos. Este irónico rechazo a la alta cultura y al lenguaje establecido puede ser interpretado como una forma de reivindicar sus orígenes marginales y el reconocimiento a los que están en su misma situación de partida. La mezcla de productos de lujo y falta de modales, resulta un espectáculo del que es difícil apartar la mirada. Es un enaltecimiento de lo hortera, de lo vulgar y falto de gusto, que tiene una capacidad asombrosa para crear polémica y para desenmascarar el conflicto social a través de la fricción estética. Así, a pesar de no tener mensaje aparente, su frivolidad radical puede ser interpretada como una forma de evidenciar la desigualdad social y la ideología hegemónica.



8.2 Globetrotter, no NBA de Kaydy Cain



Kaydy Cain - Globetrotter, No NBA (Video Oficial). (2019). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=5is2uTkZoZQ>

En este caso D. Gómez, alias Kaydy Cain, dedica la canción a manifestar su posicionamiento en contra de las fronteras entre países y culturas:

"Porque yo no tengo patria ni bandera (25)

Que le follen a tos' las fronteras (26)

Que cada uno se busque la vida como pueda, ese es mi lema (27)

Y ahora, mis respetos a quien ha llegado en patera (28)

A quien se buscó la vida como fuera (29)

O a quien la ha perdido de alguna manera por intentar salir de la mierda" (30)

De nuevo el sujeto de la canción se sitúa fuera del sistema, sin intención de aceptar la idea de patria ni la regulación actual de fronteras, que permite la libre circulación de capital, pero no de personas. El título del tema también hace referencia a esta idea, anteponiendo el modelo de los Harlem Globetrotters (literalmente, los trotamundos de Harlem), un equipo de baloncesto destinado únicamente al entretenimiento, que ha llevado su espectáculo a gran cantidad de países, frente al de la NBA, la liga nacional americana.

Yo no conozco la patria, solo tengo familia (31)

Todos los días doy gracias a Dios, pero nunca he leído la Biblia (32)

Y donde mejor como, es de donde soy (33)

No preguntes de dónde vengo, tampoco a donde voy (34)

Esta defensa de la movilidad transnacional no se hace desde los parámetros de una etnia o colectivo en concreto, sino tomando como sujeto al individuo globalizado, que debe abrir paso a la mezcla y la diversidad, olvidando la idea de que una cultura es superior a otra. La ligazón entre los verbos ser y estar va en la línea del materialismo individualista identificado por Lipovetsky: se trata de una renuncia al esencialismo y a la idea romántica de nación cultural. De esta manera, Kaydy Cain se adscribe a una suerte de nuevo universalismo, identificándose con los manteros que cruzan el estrecho y ven en el comercio ambulante su única vía de subsistencia.

“Con dominicano pica pollo, con los moros tajín (21)

Los africanos hacen un arroz con pollo y salsa de cacahuete que puedes morir (22)

Y si preguntan por mí, yo soy de aquí (23)

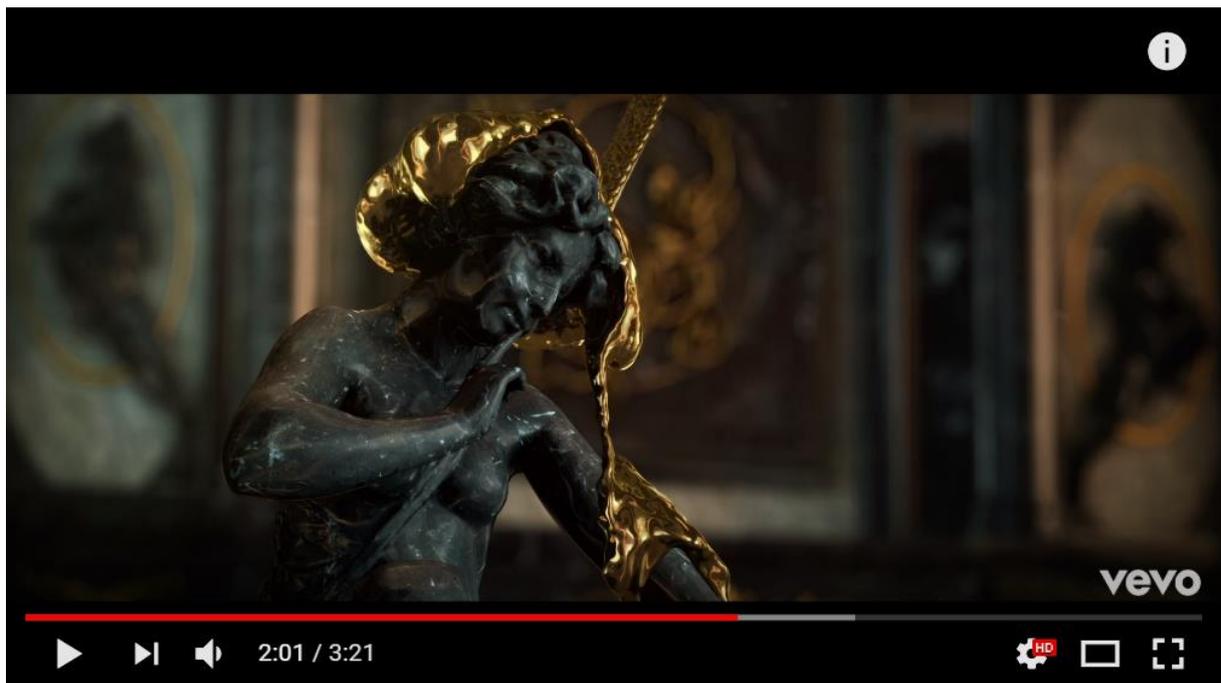
De donde esté en ese momento, no de donde nací” (24)

Desde el punto de vista de los planteamientos de Derrida, la negación de un significado esencial, ligado al origen de una palabra, sigue la misma lógica que la negación de una cultura fundamentalista, ligada al origen una persona. Si entendemos la idea de significado como cultura y la de significante como individuo, el significante es el portador del significado al igual que el individuo es el portador de la cultura. En ambos casos, esta relación no tiene porqué ser trascendental: al igual que el significado de una palabra no procede de un supuesto origen esencial, sino que está sometido a la contingencia del tiempo, lo mismo sucede con la cultura y el gusto de las personas, que se construye a lo largo del transcurso vital. En este sentido, la cultura mundo de Lipovetsky, la deconstrucción de Derrida y el discurso transnacional de los traperos siguen la misma línea individualista, con la intención de romper los meta-relatos románticos que marcaron el siglo XX y evitar el paradigma del choque de civilizaciones.

La aventura migrante a la que se refiere esta canción ha sido encarnada y posteriormente parodiada por Lory Money, pseudónimo de Dara Dia. Este senegalés de 39 años llegó a España en 2006 utilizando una patera. Tras varios años sobreviviendo como mantero, en 2011 publicó en Youtube su primera canción, Santa Claus, en la que describe desde un punto de vista cómico sus problemas legales, comparando su saco de productos con el de Papá Noel. Tras el éxito del tema, que actualmente acumula más de 5 millones de reproducciones, ha continuado su carrera artística, poniendo una cara conocida al drama de los manteros. A pesar de no saber cantar ni prácticamente hablar español, el trap de Lory Money fue valorado por la autenticidad de su experiencia personal y por sentido del humor con el que ha afrontado su situación. En este video explica su historia:

Buscar la vida | Lory Money | TEDxLeon. (2019). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=HUpqCCRu5WM>

8.3 Obra de arte de La Zowi



La Zowi - Obra de Arte (Prod. By Zora Jones). (2019). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=1gpWUQZsIKE>

Por último, en este tema, La Zowi se burla de la concepción romántica sobre el arte y lo reduce a la capacidad práctica para conseguir dinero a través de la manipulación de los sentimientos.

"Puta tengo mucho arte (3)
Tengo to' los trucos pa' engatusarte (4)
Bitch soy una obra de arte (5)
Soy la Mona Lisa fumando tate" (6)
(...)
No me importa si dices que eres calle (25)
Putá mírame, soy una obra de arte (26)
No pienso en amor, sólo quiero dinero (27)
Tengo bitches por el mundo entero (28)
Soy tan hoe que ni me lo creo (29)
Soy más mala que una gata en celo (30)



De nuevo encontramos una apología del materialismo sobre el amor romántico: La Zowi se describe directamente como una *hoe* (otra forma de decir puta en jerga callejera) y presume de tener *bitches* por el mundo entero. Si en los temas anteriores podían quedar dudas acerca de las intenciones con las que se utiliza esta palabra, en este caso, su uso indiscriminado tanto para referirse a ella misma como a los chicos (y/o chicas) que “tiene por el mundo”, nos da una idea más precisa de la exaltación del individualismo radical que promueve. El interés económico, desde este prisma, reduce a hombres y mujeres dentro de un mismo mínimo común múltiplo, al tiempo que rompe con el carácter sagrado del arte.

Figuras como la de La Zowi o la de Bad Gyal, otra artista asociada a la escena de música urbana, han sido calificadas, por algunos medios, como un ejemplo de empoderamiento femenino. Se trataría, en todo caso, de un feminismo no colectivista, desde una concepción negativa de la libertad. El debate entre el feminismo “prosex”, que contempla la posibilidad de ejercer la prostitución voluntariamente, y el abolicionista, que categoriza todo trabajo sexual como explotación, está a la orden del día: bajo el gobierno de Pedro Sánchez, la Dirección General de Trabajo ha admitido el depósito de constitución de un sindicato autodenominado “Organización de Trabajadoras Sexuales” (OTRAS) que, según sus estatutos, “desarrollará sus actividades en el ámbito funcional de las actividades relacionadas con el trabajo sexual en todas sus vertientes”. Esto significa reconocer legalmente el trabajo de las prostitutas, a pesar de la posición expresada recientemente por la vicepresidenta del Gobierno, Carmen Calvo:



Carmen Calvo

@carmencalvo_

Seguir

La prostitución no es el oficio más antiguo del mundo, si no la esclavitud más antigua y grande de la historia. [#LasInvisibles](#)
[#PSOEAbolicionista](#)

22:13 - 11 mar. 2018

722 Retweets 1.138 Me gusta



70 722 1,1K

Twitter. (2019). Retrieved from Twitter. (2019). Retrieved from <https://twitter.com/carmencalvo/status/972943580930170881?lang=es>

IX. ANÁLISIS DE INTERACCIONES

9.1 C. Tangana y Pablo Iglesias

El encuentro entre un artista pop y un político tan influyente no es algo descabellado en el marco de la esfera política estadounidense. Sin embargo, en España este tipo de interacciones son algo reciente. En este caso, el conflicto empieza a partir de la publicación por parte de Antón Álvarez, conocido por su nombre artístico como C. Tangana, del videoclip para la canción *Alligators* (cocodrilos), en el que está completamente vestido de Lacoste y pone en duda la posibilidad de ser un artista independiente, fuera del mercado, con letras como esta:

“El mundo gira en torno a ideas deseables... si crees que no las quieres, muy bien.”

Alligators - C. Tangana [Agorazein]. (2019). Retrieved from https://www.youtube.com/watch?time_continue=139&v=uxGVERHgWas

Por su parte, Los Chikos del Maíz, un grupo de rap político que reivindica las categorías de la “izquierda tradicional”, responde criticando a C. Tangana por haber publicitado la marca Lacoste sin ni siquiera haber cobrado el patrocinio. Los Chikos del Maíz son conocidos, además de por su trayectoria, por sonar en la cabecera de Fort Apache, uno de los programas que presenta Pablo Iglesias en La Tuerka. Además, el Nega, uno de sus cantantes, ha sido entrevistado por Iglesias en su otro programa, Otra Vuelta de Tuerka.

Tras las críticas recibidas, C. Tangana respondió acusando a Los Chikos del Maíz de seguirle la corriente al líder de Podemos y le envió a Pablo Iglesias el siguiente tweet:



Twitter. (2019). Retrieved from https://twitter.com/c_tangana/status/652060883493998592

Pablo Iglesias, consciente del potencial comunicativo de este tweet como vía para llegar a los jóvenes, aprovechó la oportunidad para posicionarse como fan del rap “con mensaje”, alejándose de la línea más ambigua seguida por Tangana. Para hacerlo, defendió, con el siguiente tweet, la figura de Common, un rapero célebre por el contenido social y espiritual

de sus letras, frente a Drake, un referente de la cultura pop global más cercano al discurso materialista del trap:



Twitter. (2019). Retrieved from https://twitter.com/Pablo_Iglesias_/status/730715623865614337

Este rifirrafe resulta un ejemplo de cómo la esfera política y la esfera cultural son cada vez más interdependientes, al igual que la esfera económica y la cultural. Esto es debido al potencial comunicativo de internet, que nos permite acceder a los pensamientos de figuras públicas de forma cotidiana e incluso contestarles, algo que hace unos años resultaba inimaginable.

Una de las cosas más llamativas de este caso es la posición de Pablo Iglesias, que a pesar de formar parte de un partido como Podemos, que nació con una estrategia abiertamente posestructuralista, se aferra a los referentes culturales “con contenido”. Esta brecha ideológica dentro del partido, entre los más fieles a las categorías sólidas y los más abiertos al “exterior constitutivo”, ha tenido consecuencias muy recientes, como el revuelo provocado por la candidatura de Íñigo Errejón a las elecciones de la Comunidad de Madrid.

Mientras que Errejón, más cercano a los planteamientos posestructuralistas, no ve como un problema compaginar su pertenencia a Podemos con presentarse junto a la marca independiente de Manuela Carmena, Más Madrid, para Pablo Iglesias, al igual que para otras figuras importantes de Podemos como Pablo Echenique o Irene Montero, se trata de un ataque a la solidez del partido.

En cualquier caso, este eje conceptual resulta clave para entender las dinámicas que están teniendo lugar tanto en el ámbito político como en el mundo del arte.

9.2 Yung Beef y Andrea Levy

En este caso, la interacción comienza a partir de una entrevista concedida al periódico El Mundo, en la que Fernando Gálvez, alias Yung Beef (antiguo miembro de Kefta Boys, pioneros del trap en España), justificaba su mudanza a Madrid por las malas condiciones que había en Barcelona para un artista emergente:

“En Barcelona están matando la escena *underground*. Intenté montar fiestas y movidas, y me sentí más rechazado que apoyado. Los que mueven el dinero quieren una escena sin riesgo, pensada para los guiris.”

BLÁNQUEZ, J., & BARBANCHO, J. (2019). Yung Beef: «El 'trap' es ahora la música más fuerte». Retrieved from <https://www.elmundo.es/cataluna/2018/02/01/5a73568022601dc32c8b45ea.html>

Tras estas declaraciones, Andrea Levy, vicesecretaria general de Estudios y Partidos del Partido Popular, además de una de sus caras más jóvenes, decidió compartir la entrevista en Twitter, apropiándose de las palabras de Yung Beef y añadiendo el siguiente comunicado:

Andrea Levy @ALevySoler · 3 feb.

“Barcelona está matando la escena *underground*”.

No sólo esto: está perdiendo la vanguardia, la frescura y el atraer talento cultural. Cerrándose al adentro, expulsa al afuera. Justo lo contrario de la visión cosmopolita que fue y que debería seguir siendo.

LA ENTREVISTA FINAL

YUNG BEEF. (Granada, 1990). ‘Alter ego’ de Fernando Gálvez, artista central del ‘trap’ español, la nueva asociación en música urbana joven. Acaba de publicar *A.D.R.O.M.I.C.F.M.S. 4*, un disco digital que derivará en una gira salvaje, como es él.

«El ‘trap’ es ahora la música más fuerte»

JAVIER BLÁNQUEZ

Pregunta.—Su música ya no existe en formato físico. ¿Ha muerto el disco?

Respuesta.— El formato no me dice nada. Otros grupos igual si lo necesitan, pero para mí la música es otra cosa. Grabé un disco con Seey y sólo me trajo problemas.

P.— Y en los conciertos rechaza el escenario y se mezcla con el público.

R.— Porque me considero la misma mierda que ellos. Es música de calle y no es una experiencia segura, como la del público rija. No soy un artista intocable en un escenario, me hago con la gente.

P.— A veces se acusa al trap de tener poco compromiso social. ¿Acepta esta visión?

R.— Todos estamos involucrados en la sociedad, por huevos. Pero algunos no hemos tenido más opción que delinquir para actuar contra el sistema. No sé creo lo que me digan en televisión o las escuelas, son estructuras fabricadas. Me intereso por mis cosas día a día, eso no me hace un irresponsable.

P.— Se fue de Barcelona a Madrid. ¿Por qué?

R.— En Barcelona están matando la escena *underground*, intenté montar fiestas y movidas, y me sentí más rechazado que apoyado. Los que mueven el dinero quieren una escena sin riesgo, pensada para los guiris. En Madrid hay más cultura de club y tengo 20 salas donde puedo hacer cosas.

P.— Fue posoñito de la vida del pobre y el marginal con su grupo Pocer Gvng. ¿Qué representa el dinero para usted ahora?

R.— Me gano el dinero con la música, pero para nuestro rollo no hay industria, la estamos creando ahora, estando que la controlen las marcas y los sellos grandes. De momento va bien, tengo para comer, para fumar mis porros y alimentar a mi familia, gracias a dios.

P.— Tuvo un hijo el año pasado. ¿Le ha hecho ascetar la cabeza?

R.— Me ha dado más fuerza y confianza para llevar más ideas más al límite. El único miedo que tengo es no poder atender sus necesidades, pero ya me ocuparé de que no le falle nada. Me motiva para trabajar más, drogarme menos y hacer menos tonterías.

P.— Sus letras hablan de sexo, fiesta, drogas y ser el mejor. ¿Se marca límites morales?

R.— No, yo no hago música para concienciar a nadie. En privado, con alguien a quien quiera de verdad, sí vigilaré mi discurso y le aconsejaré bien. Pero en una canción no.

P.— En la escena del trap hay mucha competición. ¿Cuántos enemigos tiene?

R.— Quiero mucho a todo el mundo. Mi problema es con los que se venden al sistema y a las marcas. El trap es la música más fuerte en España ahora, llega a mucha gente y da dinero, pero no voy a ser la marioneta de nadie. Mis ataques son contra la tontería de la fama y el dinero. Algunos están poniendo el culo y vendiéndose por cuatro peras.

P.— Posó para Calvin Klein y su imagen apareció en Nueva York. ¿Eso no fue venderse?

R.— Aquella oferta no me comprometía a nada, ni ponía en riesgo ni mi imagen ni mi música. Me informé bien, la campaña me interesaba conceptualmente, la vi más cerca del arte que de la moda.

P.— A cambio, ¿recibió billetes o calzoncillos?

R.— Más billetes que calzoncillos, la verdad.

P.— ¿Qué buscan las marcas en el trap?

R.— Controlarte, porque te ven como un peli-

gro, o atraerte porque encajas en su visión del mundo. Estoy a favor de trabajar con marcas, pero depende de cuáles. Con Zara, pues no.

P.— ¿Hasta cuándo será un libelo?

R.— Mientras me lo curra, arriesgo y no ponga el culo. Para ser algo más que una moda no debes dejar que te controlen.

LA ÚLTIMA PREGUNTA

¿REPRESENTARÍA A ESPAÑA EN EUROVISIÓN?

No me gusta el rollo de competir por un país. La filosofía del concurso no me va, me parece wacki (tubo), su visión musical no me interesa. Tampoco ‘Operación Triunfo’, me da seco la tala. No encajaría ahí, a menos que fuera un ‘trio’. Pero ni por todo el dinero del mundo lo haría.

Levy, A. (2019). Twitter. Retrieved from

<https://twitter.com/alevysoler/status/959748005913120768?lang=es>

Así, Andrea Levy situaba el discurso de Yung Beef en contra del nacionalismo catalanista, a pesar de que éste había puesto en el foco de su crítica el lobby turístico.

Por si esto fuera poco, Andrea Levy añadía otro tweet identificándose dentro de un grupo de fans de Yung Beef, refiriéndose quizás al PP, al que el artista por fin contesta:



En respuesta a @ALevySoler @jon_mcenroe

Pues yo creo que yung beef te vaciaría un cargador en la pierna si pudiera

14:02 - 3 feb. 2018

2.497 Retweets 3.485 Me gusta



37 2,5K 3,5K

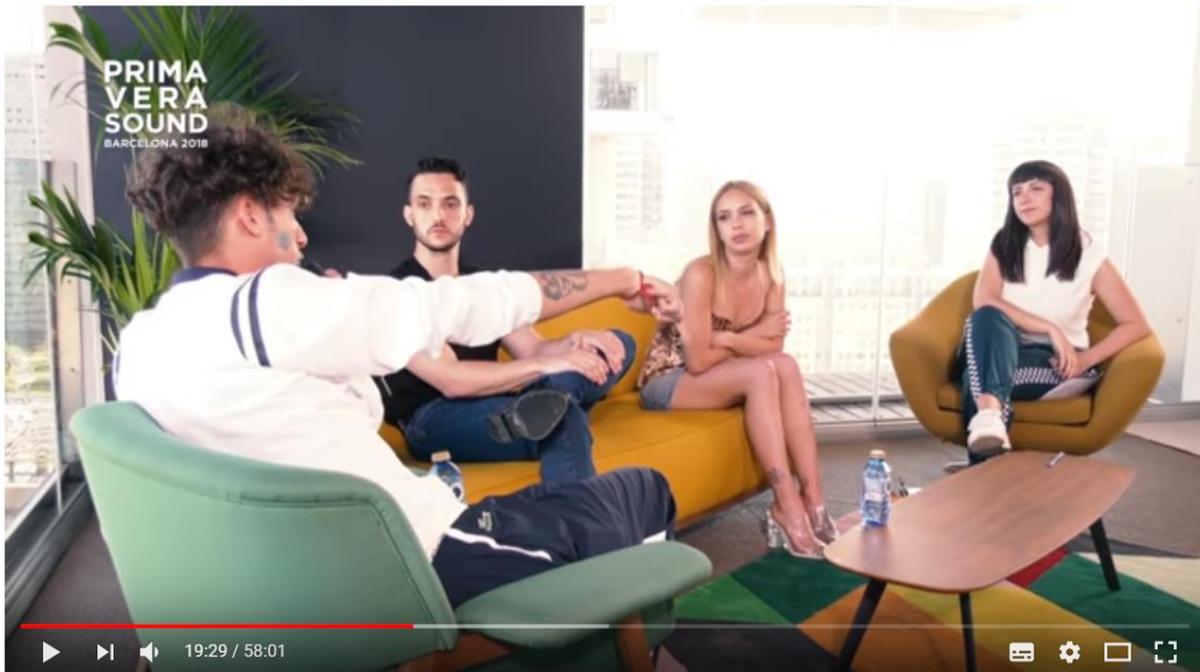
Twitter. (2019). Retrieved from <https://twitter.com/secoweedcodein/status/959774053476327426>

De nuevo asistimos al uso partidista de un referente artístico, en este caso con la intención de conseguir la atención de los jóvenes a los que el Partido Popular no termina de integrar en su discurso. Sin embargo, el trapero granadino no se deja utilizar y contesta a la política con astucia, haciendo uso de un tiempo verbal condicional para evitar posibles represalias. Situándose en el plano de lo irreal, le dice que “Yung Beef (su personaje de ficción, no él, Fernando Gálvez, como ciudadano) le vaciaría un cargador en la pierna, si pudiera”.

Este caso es otro ejemplo del poder comunicativo que pueden llegar a generar estos artistas en las redes sociales, en las que pueden competir de tú a tú incluso con políticos de este nivel, a través de los personajes que se crean. De esta forma, a pesar de jugar con un discurso ambiguo en sus canciones, sin un mensaje político explícito más allá del de ganar dinero, son capaces de enviar mensajes a través de otras vías y de forma más directa.

La llegada en internet, en este sentido, nos permite tener un punto de vista más crítico con nuestros representantes políticos, a los que tenemos más cerca y menos idealizados. Esta posibilidad de crítica directa entre individuos es un síntoma claro del individualismo global hegemónico y de la crisis de los sistemas representativos.

9.3 Yung Beef, C. Tangana y Bad Gyal en el Primavera Sound



Opening Press Conference with Yung Beef . Bad Gyal . C.Tangana . Alicia Álvarez Vaquero

813.936 visualizaciones

👍 13 MIL 👎 1 MIL ➦ COMPARTIR ≡ ⋮

Opening Press Conference with Yung Beef . Bad Gyal . C.Tangana . Alicia Álvarez Vaquero. (2019). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=94weDwt5lrkç>

Por último, para terminar de constatar que los artistas que han surgido de la escena trap en España, supuestamente apolíticos, defienden unos valores (que, además, no son los mismos en todos los casos), resulta pertinente describir el debate que mantuvieron C. Tangana, Yung Beef y Bad Gyal (nombre artístico de Alba Farelo) durante la entrevista que les hizo Alicia Álvarez, para el festival Primavera Sound. Cuando Alicia les preguntó qué responsabilidad creían que tenían en la escena de música urbana que se había creado en España, los tres artistas manifestaron puntos de vista diferentes respecto a su relación con la industria.

Por un lado, C. Tangana dijo que no sentía responsabilidad alguna, ya que sólo respondía por sus actos. Después, desde un enfoque totalmente empresarial, criticó la escena española por no haber aprovechado como debería el *boom* de la música en español, ya que podría haber supuesto un rendimiento económico mucho más alto teniendo en cuenta la cantidad y variedad de artistas urbanos que hay en España, especialmente si lo comparamos con otros países latinos de mayor población. De esta forma, afirmaba querer competir con las grandes discográficas, pero sin diferenciarse esencialmente de ellas.

Sin embargo, Yung Beef, por su parte, mantuvo una postura más idealista: a pesar de reconocer ser un *hustler* (un estafador callejero, comparándose con una puta), al que le gusta el dinero, dijo que se sentía responsable de proteger la escena *underground* en la que él había

crecido. En esa línea, dijo negarse a ser firmado por una gran discográfica por el riesgo que supondría para la autenticidad de su música, que para él tiene un objetivo más allá del de ganar dinero. Además, habló orgulloso del sello independiente que ha creado para permitir a artistas emergentes publicar sus trabajos sin intermediarios, e incluso lamentó que no se hubiera creado un sindicato de músicos con el fin de luchar contra el lobby discográfico.

Por último, Bad Gyal se quejó, sobre todo, de haber sido encasillada por los medios como traperera, a pesar de cantar dancehall, y de la falta de conocimiento en España del auténtico dancehall, hecho en Jamaica. En el debate sobre la industria, mantuvo una postura intermedia entre los otros dos, reconociendo el riesgo que supone dar el control del proceso creativo a las *majors* (grandes discográficas), pero sin atreverse a renunciar a la posibilidad de firmar con una de ellas, por la barrera que podría suponer para su carrera como artista internacional.

En resumen, podemos identificar en todos los casos la influencia del individualismo capitalista global que explica Lipovetsky, ya que ninguno se opone al mercado de manera frontal. Sin embargo, encontramos distintas posturas: C. Tangana defiende una filosofía ultra-liberal, que podríamos definir incluso como anarco-capitalista; Yung Beef llega a comparar su posicionamiento con el de China, ya que, a pesar de sus ideales igualitaristas, no tiene otra opción que convertirse en un empresario para luchar por ellos (eso sí, no a cualquier precio); por último, podemos definir la postura de Bad Gyal como moderada, ya que intenta tender puentes entre las posturas de los otros dos artistas sin cerrarse en una ideología u otra.

Más allá de la capacidad de fundamentación de sus posturas, ya que estamos hablando de músicos y no de científicos sociales, es evidente que los artistas españoles referentes de esta nueva generación tienen una posición ideológica y que, además, la hacen explícita sin ningún tipo de reparo. Desde el punto de vista del debate sobre la contracultura, la capacidad de fagocitación de tendencias del capitalismo se ha vuelto cada vez más omnipresente, pero esto no significa que los artistas hayan dejado de ser conscientes de la misma. El movimiento punk más purista, de hace casi ya 50 años, plantó cara a este fenómeno desde una posición mucho más rupturista, negándose por completo a entrar en el circuito económico capitalista. A pesar de ello, las marcas han conseguido convertir su estética en una caricatura para poder absorberla y llevarla al *mainstream*. Algunos de los artistas de esta nueva generación mantienen esos ideales, pero de una forma menos inocente, ya que conocen la historia de sus predecesores. En ese sentido, no se cierran por completo a la idea de ganar dinero e intentan no encasillarse dentro de una estética concreta, siendo conscientes de que su capacidad para deconstruirse y resignificarse como artistas, en el sentido derridiano, es lo que les permite compatibilizar el ganarse la vida con mantenerse un paso por delante del mercado.

X. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA A ERNESTO CASTRO

La entrevista a Ernesto Castro ha sido estructurada en cuatro partes que he tratado de resumir lo máximo posible sin perder su sentido, para después poder comentarlas en relación al marco teórico. La primera es carácter introductorio, la segunda está centrada en el sentido moral del trap, la tercera pone el foco en el perfil de los consumidores de trap y la última en los problemas de la música con los derechos de propiedad intelectual.

10.1 El interés filosófico del trap

En esta sección pregunto a Ernesto qué le ha llevado a interesarse por el trap, una música aparentemente tan superficial. Él lo justifica de la siguiente manera:

“En el análisis que yo hago del trap, entiendo que se trata de la meta-musical de la crisis. Cuando hablo meta-música, utilizo el término meta en el mismo sentido que los gramscianos (Gramsci) o los buenistas (Gustavo Bueno) hablan de la hegemonía cultural y el imperialismo diplomático como meta-política; esto es, como aquello que, trascendiendo la política, la determina. En ese sentido, el trap se ha convertido en algo que va más allá de la música; es un estilo de vida o una actitud ante ella, igual que lo era el punk. Muchas cosas que no son aparentemente trap por razones musicales, si lo son por razones de actitud o posicionamiento.

Hay un componente sociológico que ha llevado a que el trap se convierta en el género meta-musical de la crisis, y es el hecho de que vivamos en país que en los momentos más crudos de la crisis tuviera a más del 50% de los menores de 25 años en paro. Creo que hay una correlación muy fuerte entre esta generación de estudiantes universitarios parados, y una cierta fascinación hacia figuras lumpen, como es el caso de Yung Beef, que a pesar de no saber ni siquiera entonar y prácticamente balbucear sus canciones, pues llega a convertirse en una figura casi de millonario. El trap refleja el devenir lumpen de los hijos de la clase media, que se ven enfrentados a los fantasmas de su generación a través de este género.

Por mucho que sea aparentemente adversario de la filosofía, o que no tenga tantas pretensiones filosóficas como tenía el rap clásico, yo creo que el trap ha tenido tanto éxito entre los estudiantes de humanidades, y en concreto los de filosofía, por esto que digo. La mayor parte de los estudiantes de filosofía están condenados a trabajar en la hostelería o en alguna parte del sector terciario dedicada al turismo. Es en este contexto de precarización en el que surge la figura del *working class hero*, no ya como una especie de rapero orgulloso de sus orígenes y del barrio, etc., sino como un tío que simplemente quiere hacerse millonario. Entonces hay mucho de desesperación en esta forma que tiene el trap de atraer a los estudiantes de filosofía.”

De esta forma, Ernesto asocia la buena acogida del trap entre los jóvenes con estudios superiores con la pérdida de valor de esos títulos y la precariedad de los empleos a la que se ven abocados, en especial los estudiantes de humanidades.

Al igual que el reggaetón, un género tan denostado por su superficialidad años atrás, el trap se ha popularizado durante los años de crisis no sólo entre los jóvenes de las periferias suburbanas, donde se supone que surge esta música, sino también entre la juventud de clase media con estudios superiores. Esta heterogeneidad en su consumo es un signo de los tiempos, ya que como explicaba Lipovetsky, la alta cultura ha dejado de ser el subterfugio intelectual que era y el materialismo se ha convertido en la ideología hegemónica, incluso dentro de un sector tradicionalmente tan idealista como los estudiantes de filosofía.

10.2 La moral en el trap

En esta parte, centrada en el sentido moral del trap, le pregunto primero por la influencia de esta música en los jóvenes, que podrían ver a estos artistas como referentes. Ernesto responde:

“Yo lo que diría es que seguramente a día de hoy no hay mejores mesías para el buen comportamiento que aquellos que predicán con lo opuesto a los valores que quieren encarnar (...) La función del filósofo, al igual que la del músico, no es el adoctrinamiento. Suele funcionar mejor predicar con el ejemplo que hacer grandes declaraciones que no van a ningún lado. En este sentido, creo que ciertos traperos a través del ejemplo negativo, como son el caso de C. Tangana con el machismo y Yung Beef con la vida del desfase, pueden mostrar, insisto, lo opuesto de lo que ellos encarnan. (...)

Creo que simplemente, a lo que estamos asistiendo con el fenómeno trap es a individuos, muchos de ellos de clase media, que coquetean con una cierta estética y que son transgresores o heterodoxos con esa estética, sin necesidad de comprometerse con los valores de las letras que están cantando. “

Esta noción de ejemplo negativo, parte de la renuncia por parte de los artistas a servir como ejemplo o referente para los jóvenes, como aseguran en la entrevista del Primavera Sound. Desde una posición individualista radical, en el sentido de Lipovetsky, se oponen a la concepción de la música como una guía para el buen comportamiento; por el contrario, tratan de sembrar dudas sobre lo que se entiende por buen comportamiento. En este sentido, su crítica sigue los planteamientos de Derrida, que concibe la democracia no como un ideal totalizante, sino como una imposibilidad a la que sólo podemos aspirar.

Respecto a la importancia del concepto de real en esta música, Ernesto comenta:

“El concepto de lo real ha sido estudiado ad nauseam por la filosofía del siglo XX; yo lo abordo desde el punto de vista de Lacan. Lacan tiene una distinción tripartita entre lo simbólico, lo imaginario y lo real. Lo real no es lo verdadero, lo real es aquello que, dentro del sistema de representación, genera una fractura, una ruptura, una dislocación. Esto es algo que prácticamente se hereda desde Kant, para el que en última instancia la realidad es aquello que está más allá de los fenómenos, es el noúmeno, es lo irrepresentable: es lo irracional, la voluntad de Schopenhauer... Bien, no vamos a entrar en cosas muy profundas por ahí, pero para que te hagas un poco a la idea, la representación que ofrece Lacan de lo real es el agujero de un donut.

Cuando se habla de lo real, en muchas ocasiones, lo que se está queriendo decir es la fidelidad a un estereotipo, a ese estereotipo precisamente de lo callejero, lo urbano... Pero en una sociedad como la nuestra, quizás es más real aquel que pareciendo cierta cosa resulta ser otra. Estamos hablando de la jerga de la autenticidad, por utilizar la expresión de Adorno (“yo soy muy auténtico, porque soy fiel a la calle...”). Pero claro, ¿qué es “la calle”? Yo diría que hay mucho de artificial, de falso o impostado, en esa jerga de la autenticidad que se resume como “mantenerlo real” (*keep it real*).”

La acusación de no ser real suele ir en la dirección a la que Ernesto se refería antes, cuando hablaba de los jóvenes de clase media que son transgresores en su estética, pero no se comprometen con las letras de las canciones que cantan. Esta crítica era más frecuente en el gangsta rap, pero en el caso del trap, aunque se sigue valorando la coherencia de los artistas respecto a sus letras, su popularización muestra una tendencia a asumir que cualquiera puede consumir este tipo de música en tanto que expresión artística, sin tener necesariamente una relación cotidiana con los suburbios y la delincuencia.

10.3 El público del trap

Esta tercera fase está dedicada al perfil de consumidor de trap, desde el punto de vista de su pertenencia a una subcultura o estilo de vida. Sobre esto, Ernesto comenta:

“Lo que tenemos en la década de 2010 es un recrudecimiento de las condiciones socioeconómicas y un intento de experimentación formal, de tomarse en serio la posibilidad de que el rap fuese el pop, sin mantenerse fiel a esa especie de protestantismo y ascetismo de la letra, el beat clásico de los 90, etc. Asistimos a un momento que algunos críticos musicales denominan “poptimismo”, donde se presume que lo bueno es popular. Si algo no vende, es porque es de alguna manera defectuoso, frente al principio básico del hípster, que es que cuando algo empieza a ser escuchado más allá del garaje en que se produce, ya es malo (“yo ya escuchaba este grupo antes de que se vendiera”, etc.). “

En este sentido, el trap pondría en entredicho los principios del hípster, que se reafirma a través de un consumo distinguido, hiperindividualizado. Este conflicto entre la apreciación de lo popular y la puesta en valor de la diversidad es de nuevo un signo de los tiempos, ya que, como decía Lipovetsky, la unificación de la cultural global no tiene por qué ser sinónimo de la homogeneización del gusto. El resultado es la cada vez más frecuente capacidad de compaginar un consumo distinguido, por la música de nicho, con la aceptación de la música masiva, “comercial”; incluso entre los estudiantes de filosofía, como decía antes Ernesto.

En cuanto a la pregunta sobre la utilización del trap como música motivacional, contesta:

“Young Vibe, que para mí es el mejor analista del trap en España, habla en uno de sus textos sobre la categoría athleisure, es decir, la mezcla entre atletismo y ocio: cómo en EEUU ha surgido una nueva estética de moda, que es la ropa de ocio con aspecto deportivo. (...) La estética athleisure muestra a los demás la idea de trabajo 24/7, la idea de que la persona nunca deja de trabajar. Cuando no está trabajando cognitiva/intelectualmente, está trabajando su propio cuerpo. (...) Pues Young Vibe dice al respecto que la imagen del obrero posfordista o posmoderno, no es un tío vestido de mono azul; es una chica de 20 años haciéndose un selfie vestida con ropa athleisure. Una tía que está trabajando todo el día, si no para otra persona, para su propia imagen, etc. Es una feminización del trabajo, por la vía también de su espectacularización y de la conjunción entre deporte y trabajo.”

La tendencia hacia lo útil y novedoso que identificaba Lipovetsky, se expresa en este caso como una filosofía de vida que persigue la maximización del rendimiento a nivel individual, lo cual se refleja a nivel estético en una vestimenta que hibrida la esfera laboral con la del ocio. Este fenómeno va en línea con la disolución de los límites entre el entretenimiento y el negocio que hemos estado analizando. Las marcas de lujo, antiguos estandartes de la alta cultura, han tenido que adaptarse a esta tendencia, algunas incluso utilizando a traperos como imagen para sus campañas, como es el caso de Yung Beef en Calvin Klein. En esta entrevista del periódico El País, el granadino pone en duda el supuesto valor estético de las prendas y dice que las distingue únicamente por su precio, resaltando la importancia de su uso social simbólico desde un enfoque hipermaterialista:



YUNG BEEF: "Me gustan las marcas caras, me da igual que sea bonito" | Soy lo que visto

EL PAIS 228 mil visualizaciones • Hace 3 semanas

Un sello de identidad. Un medio para provocar. O para definir la imagen que quieren transmitir sobre sí mismos. Desde el ...

YUNG BEEF: "Me gustan las marcas caras, me da igual que sea bonito" | Soy lo que visto. (2019). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=vz9Pd9s6tK8>

10.4 Los derechos de propiedad intelectual en el trap

Por último, le pregunto a Ernesto sobre los problemas legislativos de la propiedad intelectual, el apropiacionismo cultural y la música como profesión:

“¿Cómo sobrevivir al carácter gratuito que tienen los productos en internet? Es lo que parte la escena. Young Vibe decía en un post reciente, que el trap no dejará de ser una subcultura, es decir, no se apropiará del *mainstream*, hasta que la generación que lo apoya tenga poder de compra. O sea, que la razón por la cual seguir haciendo festivales como este que ha tenido tanta polémica en Madrid, el Madcool, que es al fin y al cabo un festival de la retromanía ochentera y noventaera, es porque la gente que tiene ahora mismo sobre 40 años sigue teniendo pasta para pagarse un festival de ese calibre. Sin embargo, tú montas algo como el que montaron C. Tangana y compañía, y no llenas Vista Alegre, por la sencilla razón de que tu público no tiene poder de compra objetivo, y por lo tanto no va a haber empresas que quieran financiarte, etc.

Más allá de eso, no te sabría responder. Creo que no hay alternativa: la vía sindical está completamente cerrada, por mucho que Yung Beef y C. Tangana coquetearan con ese tema, es inviable. Tenemos el ejemplo actual de los taxistas, algo tan común hace años como una huelga con sus pequeñas dosis de violencia parece algo que ofende a todo el mundo en la actual sociedad del pensamiento positivo, del “todo el mundo tiene su opinión”, del respetar las posiciones y las dinámicas ajenas, etc. Sobre todo, en una sociedad del consumo en la que todo tiene que estar disponible “ya”. La alternativa en todo caso a esta hipermercantilización y a esta gestión del *self* como un pequeño empresario de sí mismo: es la vía de la museificación, que algunos traperos han buscado de manera muy consciente. Esto es lo que diría, que la vía más factible para monetizar lo que pueda haber de contracultura en el trap, es convertirlo en potencial pieza de museo.”

A pesar de que las marcas estén ansiosas por bajar el target, es decir, por atraer a consumidores cada vez más jóvenes, el paro juvenil y la precarización laboral han impedido que el poder de compra se traslade hacia este sector de la población. De esta forma, a pesar de ser los grandes dinamizadores del mercado, los jóvenes no pueden acceder a los productos que, paradójicamente, venden esa juventud como deseable.

LAVANGUARDIA | Cultura

Al Minuto Internacional Política Opinión Vida Deportes Economía Local Gente Cultura Sucesos Temas

Trap, el rap de los ninis

El festival Sónar los saca de YouTube para que demuestren si de veras quieren ser el nuevo pop español

Pujol, R. (2019). Trap, el rap de los ninis. Retrieved from <https://www.lavanguardia.com/cultura/20170609/423292428103/trap-rap-ninis.html>

La falta de profesionalización y de una industria sólida ha convertido el trap en una etiqueta a evitar por parte de algunos artistas que tienen intenciones de convertir la música en una fuente de ingresos estable, como C. tangana o Rosalía. Otros, como Dellafuente, han convertido el *merchandising* en una de sus principales fuentes de ingresos.

En esta era de la comunicación, lo primero y fundamental es construir la marca; sólo después de este proceso es posible rentabilizarla a través de distintas vías, cada vez más variadas.

XI. CONCLUSIONES

Este trabajo comenzó con el objetivo de relacionar, desde un punto de vista teórico-conceptual, la popularización del trap y los valores que representa con la situación socioeconómica. A partir del breve recorrido histórico sobre influencias del trap, el análisis de canciones, el análisis de interacciones y la entrevista a Ernesto Castro, es posible concluir que:

- El discurso individualista del trap va en línea con la hegemonía de los valores consumistas y hedonistas propios del capitalismo, vertebrados por la moda como dispositivo de regulación social.
- El discurso individualista del trap tiene potencial emancipador en tanto que disuelve las concepciones fundamentalistas sobre la cultura y deconstruye las etiquetas generadas por los medios de comunicación.
- El público del trap es muy heterogéneo, debido a la disolución de la frontera entre alta y baja cultura y al etéreo sentido de pertenencia que genera internet, por lo que resulta complicado establecer un perfil cerrado de consumo.
- La popularización del discurso marginal propio del trap entre los jóvenes de clase media podría responder a la frustración de sus aspiraciones de futuro.

Desde el punto de vista ideológico, de valores, en este contexto político de retorno al nacionalismo que se está dando tanto en España como a nivel mundial, surgen dudas sobre si podremos seguir viviendo en sociedades libres y abiertas, que permitan y celebren la expresión de la diferencia. Teniendo en cuenta esta posibilidad, la situación actual respecto al mundo de la cultura no es tan mala. A pesar de su rechazo hacia los movimientos políticos institucionalizados, el trap y las manifestaciones artísticas libertarias que, en esta línea, ensalzan las virtudes de lo marginal, actúan como válvula de escape para el malestar, canalizando las críticas hacia el sistema de una forma civilizada a través del placer estético y posibilitando, así, una convivencia pacífica.

A pesar de estas reflexiones, que subrayan la hegemonía de los valores democráticos ligados a al desarrollo de las tecnologías de la comunicación, este trabajo está limitado por su carácter teórico. En este sentido, sería oportuna una investigación metodológicamente más potente para asegurar que, efectivamente, la globalización y el individualismo han promovido una ciudadanía más activa y comprometida.

Queda abierto, por lo tanto, el debate sobre la pertinencia del concepto de produser (o prosumer), que hace referencia a un consumidor activo, con una capacidad cada vez mayor de participar en el proceso de producción. Esta pregunta resulta central para dilucidar si la sociedad hipermoderna que describe Lipovetsky tiende realmente hacia una ciudadanía más participativa. Así, una investigación de carácter cuantitativo, que reflejara los cambios en los hábitos de producción y consumo musical, sería el complemento perfecto para este trabajo.

XII. BIBLIOGRAFÍA

- Derrida, J., Asensi, M., & Peñalver Gómez, P. (2012) *La Escritura y la Diferencia*. Barcelona: Anthropos Editorial
- Fukai, A. (2012). *Moda*. Köln: Taschen.
- Hormigos Ruiz, J. (2008). *Música y sociedad*. Madrid: Fundación Autor.
- Jeffries, S. (2018). *Gran Hotel Abismo*. Madrid: Turner.
- Lipovetsky, G., Hernández, F., & López, C. (2013). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Editorial Anagrama

XIII. WEBGRAFÍA

- Alligators - C. Tangana [Agorazein]. (2019). Retrieved from https://www.youtube.com/watch?time_continue=139&v=uxGVERHgWas
- Andrea Levy Twitter. (2019). Twitter. Retrieved from <https://twitter.com/alevysoler/status/959748005913120768?lang=es>
- BLÁNQUEZ, J., & BARBANCHO, J. (2019). Yung Beef: «El 'trap' es ahora la música más fuerte». Retrieved from <https://www.elmundo.es/cataluna/2018/02/01/5a73568022601dc32c8b45ea.html>
- Buscar la vida | Lory Money | TEDxLeon. (2019). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=HUpqCCRu5WM>
- Campos, P. (2019). "No somos Podemos. Somos pobres." Retrieved from https://www.elconfidencial.com/cultura/2015-01-17/no-somos-podemos-somos-pobres_622489/
- C. Tangana Twitter. (2019). Retrieved from https://twitter.com/c_tangana/status/652060883493998592
- Fort Apache - Podemos y el Populismo. (2019). Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=-q9oxr54X_Y
- Google Trends. (2019). Retrieved from: https://trends.google.com/trends/explore?date=all_2008&geo=ES&gprop=youtube&q=trap
- Kaluža, Jernej (2019). Reality of Trap: Trap Music and its Emancipatory Potential. Retrieved from <https://iafor.org/journal/iafor-journal-of-media-communication-and-film/volume-5-issue-1/article-2/>

- Kaydy Cain - Globetrotter, No NBA (Video Oficial). (2019). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=5is2uTkZoZQ>
- La Zowi - Obra de Arte (Prod. By Zora Jones). (2019). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=1gpWUQZsIKE>
- Migos - Bad and Boujee ft Lil Uzi Vert [Official Video]. (2019). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=S-sJp1FfG7Q>
- Notes on Trap. (2019). Retrieved from <https://nplusonemag.com/issue-32/essays/notes-on-trap/>
- Opening Press Conference with Yung Beef . Bad Gyal . C.Tangana . Alicia Álvarez Vaquero. (2019). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=94weDwt5Irkç>
- Pablo Iglesias Twitter. (2019). Retrieved from https://twitter.com/Pablo_Iglesias_/status/730715623865614337
- Pujol, R. (2019). Trap, el rap de los ninis. Retrieved from <https://www.lavanguardia.com/cultura/20170609/423292428103/trap-rap-ninis.html>
- UPyD Twitter. (2019). Retrieved from <https://twitter.com/upyd/status/730801521718382592>
- Van Dijck, J. (2019). Users like you? Theorizing agency in user-generated content Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/249723285_Users_Like_You_Theorizing_Agency_in_User-Generated_Content
- You — Yes, You — Are TIME's Person of the Year. (2019). Retrieved from <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,1570810,00.html>
- Yung Beef Twitter. (2019). Retrieved from <https://twitter.com/secoweedcodein/status/959774053476327426>
- YUNG BEEF: "Me gustan las marcas caras, me da igual que sea bonito" | Soy lo que visto. (2019). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=vz9Pd9s6tK8>
- [ARTÍCULO SOBRE 'TRAP' PARA CONSEGUIR VISITAS]. (2019). Retrieved from <https://youngvibez.net/2017/02/23/articulo-sobre-trap-para-conseguir-visitas/>

XIV. ANEXOS

14.1 Letras de canciones

Migos – Bad and Boujee

(Intro: Offset)

You know, young rich niggas (1)

You know so we never really had no old money! (2)

We got a whole lotta new money though, hah

(If Young Metro don't trust you I'm gon' shoot ya) Hey! (3)

(Chorus: Offset)

Raindrop, droptop (droptop) (4)

Smokin' on cookie in the hotbox (cookie) (5)

Fuckin' on your bitch she a thot, thot (thot) (6)

Cookin' up dope in the crockpot (pot) (7)

We came from nothin' to somethin' nigga (8)

I don't trust nobody grip the trigger (9)

Call up the gang, and they come and get you (gang) (10)

Cry me a river, give you a tissue (hey) (11)

My bitch is bad and boujee (bad) (12)

Cookin' up dope with an Uzi (blaow) (13)

My niggas is savage, ruthless (savage) (14)

We got 30's and 100 rounds too (grrah) (15)

My bitch is bad and boujee (bad) (16)

Cookin' up dope with an Uzi (dope) (17)

My niggas is savage, ruthless (hey) (18)

We got 30's and 100 rounds too (glah) (19)

(Verse 1: Offset)

Offset, whoo, whoo, whoo, whoo, whoo! (20)

Rackings on rackings, got back-ends on back-ends (21)

I'm ridin' around in a coupe (coupe) (22)

Droptop = descapotable / Cookie = marihuana / hotbox = habitación con mucho humo / thot = acrónimo de that hoe over ther (hoe = puta) / dope = droga

Boujee -> bougie (error de pronunciación) = burgeois, aburguesada / Uzi = metralleta

Rounds = cartuchos

Racking/ back-ends = ganar dinero de cualquier forma

Coupe = coche deportivo

I take your bitch right from you (You) (23)
Bitch I'm a dog, roof (grr) (24)
Beat the hoe walls loose (hey) (25)
Hop in the frog, whoo (skrt) (26)
I tell that bitch to come comfort me
(comfort me) (27)
I swear these niggas is under me (hey) (28)
They hate and the devil keep jumpin' me
(jumpin' me) (29)
Bankrolls on me keep me company (cash)
(30)
Aye, we did the most (31)
Yeah, pull up in Ghost (whoop) (32)
Yeah, my diamonds a choker (glah) (33)
Holdin' the fire with no holster (blaow) (34)
Rick the Ruler, diamonds cooler (cooler)
(35)
This a Rollie, not a Muller (hey) (36)
Dabbin' on 'em like the usual (dab) (37)
Magic with the brick, do voodoo (magic)
(38)
Courtside with a bad bitch (bitch) (39)
Then I send the bitch through Uber (go)
(40)
I'm young and rich and plus I'm bougie (41)
I'm not stupid so I keep the Uzi (rrah) (42)
Rackings on rackings, got back-ends on
back-ends (43)
So my money makin' my back ache (44)
You, niggas, got a low acc rate (acc) (45)
We from the Nawf, yeah, dat way (nawf)
(46)
Fat Cookie blunt in the ashtray (cookie) (47)
Two bitches, just national smash day (48)
Hop in the Lamb, have a drag race (skrt)(49)
I let them birds take a bath, bathe (brr) (50)
(Verse 2: Quavo)
Pour a four, I'm droppin' muddy (51)
Outer space, Kid Cudi (drank) (52)
Introduce me to your bitch as wifey and we
know she sluttin' (53)
Broke a brick down, nuted butted, now
that nigga duckin' (54)
Don't move too fast I might shoot you (55)

Frog = Porche 911 coupe

Ghost = Rolls Royce de alta gama

Rick the Ruler = Slick Rick, rapero de los 90

*Rollie = Rolex / Muller = diseñador de
relojes / Dabbin' = vacilando*

Brick = paquete de droga

Uber = aplicación de móvil (servicio de taxi)

Back ache = dolor de espalda (status)

Low acc rate = poco valorados

Nawf = norte de Atlanta

Blunt = marihuana

Lamb = Lamborghini, coche deportivo

*Birds = paquetes de cocaína (slang) / Take
a bath = cocinar crack (slang)*

*Pour a four = mezclar jarabe de la tos con
soda (lean) / Muddy = ciego de lean / Kid
Cudi = rapero icónico*

*Nuted butted = eyacular sobre el culo /
duckin' = esconderse bajo amenaza*

Draco bad and boujee (draco) (56)
I'm always hangin' with shooters (brrah)
(57)
Might be posted somewhere secluded
(private) (58)
Still be playin' with pots and pans, call me
Quavo Ratatouille (59)
Run with that sack, call me Boobie (run
with it) (60)
When I'm on stage show me boobies (61)
Ice on my neck, I'm the coolest (ice) (62)
Hop out the suicide with the Uzi (pew-pew-
pew) (63)
I pull up, I pull up, I pull up (64)
I hop out with all of the drugs and the good
luck (skrrt) (65)
I'm cookin', I'm cookin', I'm whippin' (66)
I'm whippin' into a rock up, let it lock up
(lock up) (66)
I gave her 10 racks (67)
I told her go shoppin' and spend it all at the
pop up (ten) (68)
These bitches they fuck and suck dick (69)
And they bustin' for Instagram, get your
Klout up (70)
Uh, yeah, dat way, float on the track like a
Segway (go) (71)
Yeah, dat way, I used to trap by the Subway
(trappin') (72)
Yeah, dat way, young nigga trap with the
AK (rrrah) (73)
Yeah, dat way, big dyke ho, get the door,
Macy Gray (hey) (74)

(Verse 3: Lil Uzi Vert)

Yeah, yeah, yeah, yeah, yeah (75)
My bitch she bad to the bone, ay (76)
Wait, these niggas watchin' (77)
I swear to God they be my clones (78)
Yeah, hey, huh (79)

Draco = rifle de asalto

*Ratatouille = película de dibujos sobre una
rata cocinera*

*Boobie = jugador de fútbol americano de
orígenes humildes*

Ice = diamantes

Racks = fajos de billetes

Bustin' = postureando, ostentando

Instagram = aplicación de social media

*Klout = aplicación de social media que mide
status social e influencia*

Segway = vehículo eléctrico

Subway = empresa de comida rápida

AK = metralleta

Macy Gray = cantante de R&B bisexual

Switchin' my hoes like my flows (what?)
(80)

Switchin' my flows like my clothes (like
what?) (81)

Keep on shootin' that gun, don't reload (82)

Ooh, ooh, now she wanna fuck with my
crew (83)

Cause the money come all out the roof (84)

Drive the Rari, that bitch got no roof (85)

Wait, what kind of Rari? 458 (damn) (86)

All of these niggas, they hate (87)

Try to hide, shoot through the gate (88)

Look, go to strip club, make it rain, yeah
(89)

So much money, they use rakes (90)

Count 100 thousand in your face (in your
face) (91)

Yeah, then put 300 right in the safe (92)

Met her today, ooh (93)

She talks to me like she knew me (yeah)
(94)

Go to sleep in a jacuzzi, yeah (95)

Wakin' up right to a two-piece (yeah) (96)

Countin' that paper like loose leaf (yeah)
(97)

Gettin' that chicken with blue cheese (98)

Boy, you so fake like my collar, you
snakin'(99)

I swear to God that be that Gucci (aye)
(100)

And you know we winnin' (winnin') (101)

Yeah, we is not losin' (102)

Rari = Ferrari / 458 = modelo de Ferrari

Make it rain = hacerlo llover (tirar dinero)

Snakin' = falsear, mentir

*Gucci = Gucci Mane, trapero icónico de
Atlanta*

Try to play your song, it ain't move me
(what?) (103)
Saw your girl once, now she choosin' (yeah)
(104)

Kaydy Cain – Globetrotter, no NBA

[INTRO]

Pandita en DF, champagne en París (1)
Una puta en Milán, otra dejé en Madrid
(2)

Estoy en todas partes, donde estoy soy de
allí (3)

En cada sitio donde he estado me han
enseñado un poco más a vivir (4)

[HOOK]

Yo no conozco la patria, solo tengo familia
(5)

Todos los días doy gracias a Dios pero
nunca he leído la Biblia (6)

Y donde mejor como es de donde soy (7)
No preguntes de dónde vengo, tampoco a
dónde voy (8)

[Verse 1]

Voy donde la gente me quiera (9)
Y también donde no (10)
Antes contigo tenía un problema mami y
ahora tengo dos (11)
Porque me pego los días viajando, porque
no sabe dónde estoy hangeando (12)

[Verse 2]

Wachas en Argentina, Morras en
Monterey (13)
Raxets en España, pero yo quiero a mi
Baby G (14)
Mi primo en Calvin Klein, yo vestido de
Philipp Plein (15)
O con la camiseta de la selección de allí
dónde esté (16)

[HOOK]

Yo no conozco la patria, solo tengo familia
(17)

Todos los días doy gracias a Dios pero
nunca he leído la Biblia (18)

Y donde mejor como es de donde soy (19)
No preguntes de dónde vengo, tampoco a
dónde voy (20)

[Verse 3]

Con dominicano pica pollo, con los moros
Tajín (21)

Los africanos hacen un arroz con pollo y

salsa de cacahuete que puedes morir (22)
Y si preguntan por mí, yo soy de aquí (23)
De donde esté en ese momento, no de
dónde nació (24)

[Pre-Outro]

Porque yo no tengo patria ni bandera (25)
Que le follen a tos' la frontera (26)
Que cada uno se busque la vida como
pueda, ese es mi lema (27)
Y ahora, mis respetos a quien ha llegado
en patera (28)
A quien se buscó la vida como fuera (29)
O a quien la ha perdido de alguna manera
por intentar salir de la mierda (30)

[HOOK]

Yo no conozco la patria, solo tengo familia
(31)

Todos los días doy gracias a Dios pero
nunca he leído la Biblia (32)

Y donde mejor como, es de donde soy (33)
No preguntes de dónde vengo, tampoco a
dónde voy (34)

La Zowi – Obra de arte

[INTRO]

La Zowie, puta (1)

Una auténtica obra de arte, mua (2)

[HOOK]

Puta tengo mucho arte (3)

Tengo to' los trucos pa' engatuzarte (4)

Bitch soy una obra de arte (5)

Soy la Mona Lisa fumando tate (6)

Puta tengo mucho arte (7)

Tengo to' los trucos pa' engatuzarte (8)

Bitch soy una obra de arte (9)

Soy la Mona Lisa fumando tate (10)

[Verse 1]

Oye papi I'm sorry (11)

Yo sé que le gusto hasta a tu shawty (12)

Pero sólo quiero montarme en tu ¿ (13)

Gastarme tu dinero en un pony (14)

No tengo dueño, no tengo marido (15)

Pero no hay ni una noche que yo pase

frío (16)

Soy muy mona pero traigo bardeo (17)

Después de estar conmigo no va a hacer

más frío (18)

[HOOK]

Puta tengo mucho arte (19)

Tengo to' los trucos pa' engatuzarte (20)

Bitch soy una obra de arte (21)

Soy la Mona Lisa fumando tate (22)

Puta tengo mucho arte (23)

Tengo to' los trucos pa' engatuzarte (24)

Bitch soy una obra de arte (25)

Soy la Mona Lisa fumando tate (26)

[Verse 2]

Tete me la suda tu BM (27)

A tu puta le quito los corales (28)

No me importa si dices que eres calle (29)

Puta mírame soy una obra de arte (30)

No pienso en amor, sólo quiero

dinero (31)

Tengo bitches por el mundo entero (32)

Soy tan hoe que ni me lo creo (33)

Soy más mala que una gata en celo (34)

[HOOK]

Puta tengo mucho arte (35)

Tengo to' los trucos pa' engatuzarte (36)

Bitch soy una obra de arte (37)

Soy la Mona Lisa fumando tate (38)

Puta tengo mucho arte (39)

Tengo to' los trucos pa' engatuzarte (40)

Bitch soy una obra de arte (41)

Soy la Mona Lisa fumando tate (42)

[OUTRO]

La Zowi (43)

Mua (44)

14.2 ENTREVISTA COMPLETA A ERNESTO

INTRODUCCIÓN

- **¿Qué crees que te llevó a interesarte por el trap, siendo este un género que, a simple vista, desprecia la filosofía y exhibe una concepción tan pragmática de la música?**

En el análisis que yo hago del trap, entiendo que se trata de la metamúsica de la crisis. Cuando hablo metamúsica, utilizo el término meta en el mismo sentido que los gramscianos (Gramsci) o los buenistas (Gustavo Bueno) hablan de la hegemonía cultural y el imperialismo diplomático como metapolítica; esto es, como aquello que, trascendiendo la política, la determina. En ese sentido, el trap se ha convertido en algo que va más allá de la música; es un estilo de vida o una actitud ante ella, igual que lo era el punk. Muchas cosas que no son aparentemente trap por razones musicales, si lo son por razones de actitud o posicionamiento.

Hay un componente sociológico que ha llevado a que el trap se convierta en el género meta-musical de la crisis, y es el hecho de que vivamos en país que en los momentos más crudos de la crisis tuviera a más del 50% de los menores de 25 años en paro. Creo que hay una correlación muy fuerte entre esta generación de estudiantes universitarios parados, y una cierta fascinación hacia figuras lumpen, como es el caso de Yung Beef, que a pesar de no saber ni siquiera entonar y prácticamente balbucear sus canciones, pues llega a convertirse en una figura casi de millonario. El trap refleja el devenir lumpen de los hijos de la clase media, que se ven enfrentados a los fantasmas de su generación a través de este género.

Por mucho que sea aparentemente adversario de la filosofía, o que no tenga tantas pretensiones filosóficas como tenía el rap clásico, yo creo que el trap ha tenido tanto éxito entre los estudiantes de humanidades, y en concreto los de filosofía, por esto que digo. La mayor parte de los estudiantes de filosofía están condenados a trabajar en la hostelería o en alguna parte del sector terciario dedicada al turismo. Es en este contexto de precarización en el que surge la figura del working class hero, no ya como una especie de rapero orgulloso de sus orígenes y del barrio, etc., sino como un tío que simplemente quiere hacerse millonario. Entonces hay mucho de desesperación en esta forma que tiene el trap de atraer a los estudiantes de filosofía.

Yo me interesé por el trap en 2014, empecé a escuchar a Kefta Voyz, Corredores de Bloque, Espinardo mafia inc, Somadamantina... Los grupos primeros grupos que estaban surgiendo por aquel entonces. Ese año terminé el máster que hice en Barcelona y me tuve que volver a Madrid porque se me acabó la beca y no conseguí otra para hacer el doctorado, por lo que me hice fan del trap el año en que no estaba estudiando ni trabajando. No creo que sea azaroso que sucediera justo ese año, ni creo que sea azaroso que haya esa correlación entre el trap y la crisis económica.

- **¿Por qué decidiste entrevistar a Yung Beef y C Tangana, y no a otros artistas que también tienen un gran impacto mediático, como Pimp flaco, o con gran trayectoria en el gangsta rap como Kaydy cain?**

Es curioso porque a lo los artistas que me han gustado desde el punto de vista lírico son Pimp flaco y Kinder malo, sobre todo Kinder malo, y yo siempre he dicho que a mí me gusta el trap de una manera ingenua, porque se pueden distinguir dos tipos de seguidores de trap: los irónicos y los ingenuos, y yo me considero un ingenuo. Yo creo en la pasión de Yung Beef (risas) y realmente creo que es una figura cristológica. Te voy a contar una anécdota que creo que puede ser divertida y para tener en consideración en tu trabajo: hablan con un editor de Reservoir Books, un sello importante dentro de Random House que publica cosas de música como Loops, el reciente el libro de Javier Blánquez sobre la música electrónica en el siglo XXI, me contaba que le había escrito a La Vendición, el sello de Yung Beef, proponiéndoles publicar una biografía del artista. En el mail les dicen que ni siquiera es necesario que la escriba él, que lo puede hacer un negro o lo que sea. La única respuesta que recibe es: ¿mantendrías las faltas de ortografía? (risas) Entonces claro, le pareció la respuesta más punki que te puedas imaginar; un mail oficial, “estimado no sé qué”, con todo el ritual y el aparataje del mail oficial, siendo respondido, mal escrito y directamente del móvil, con la pregunta de si mantendría las faltas de ortografía. Ahí el editor se veía en una disyuntiva, porque por un lado si mantenía las faltas de ortografía no se iba a entender nada, pero si las corregía, perdería su esencia. Lo mejor de todo esto es que yo le pregunté a Yung Beef por esta anécdota, cuando le entrevisté, y me dijo que él no había contestado el mail, que había sido uno de sus representantes, que embebido por el espíritu de Yung Beef, como quién está embebido de Cristo (risas), pensó “¿qué haría Yung Beef en mi lugar?” (risas) Al final él, como buen chaval que es en el fondo, le tuvo que reprender y decir “no se contesta así...” etc. Cuando le hice la entrevista me dijo que estaba empezando a escribir el libro. Bueno, yo creo que esta anécdota de “qué haría Cristo en mi lugar”, una especie de punki desde el punto de vista espiritual, pero buena gente e incluso samaritano en la cercanía, es lo que representa Yung Beef para nuestra generación. Pero bueno, me estoy llendo, ¿cuál era la pregunta?

Ah sí, bueno, fue el azar realmente, yo soy bastante underground y punki en mi forma de hacer las entrevistas y todo. Busco lo más accesible, y en este caso, fueron ellos los que se ofrecieron para ser entrevistados. En el caso de C Tangana por mediación de Marta Chaves, la que le asesora en ámbitos artísticos y le puso en contacto con el escultor que hizo la portada para el disco Ídolo, y la que le puso en contacto con el colectivo queer Palomar, que hizo el videoclip para el tema Pop your pussy, después de la entrevista aquella en la que había declarado que no era machista ni feminista sino trans. Pues Marta, que estudió conmigo filosofía y le ha pasado referencias artísticas y culturales, incluida la que ha incorporado recientemente de Isidro Valcarcel Medina, el artista premio Velázquez y uno de los primeros artistas de performance y arte conceptual en España, bueno pues ella me dijo, “¿te parecería bien entrevistar a C. Tangana?” Y cuando terminamos la entrevista, de hecho, me dijo que él entendía que esa entrevista era una colaboración, es decir, que para él como artista era muy importante su evolución metamusical. De nuevo utilizo esa categoría porque trasciende la música, pero, sin embargo, la determina.

Yung Beef y C Tangana son dos figuras que, cuando les entrevisté, a finales de 2017, aparentemente no tenían ninguna relación, porque habían seguido caminos paralelos, no habían hecho ninguna colaboración entre ellos, pero, sin embargo, en 2018, han entrado en este beef tan extraño en el cual cientos de miles de personas, parece que no tienen otra cosa

mejor que debatir que si un músico firma con una multinacional o se mantiene de manera independiente. Este tipo de debates no se plantean en ningún otro género... Alguien seguiría con interés un debate entre escritores en el que se plantee si ¿es preferible firmar con Random House, un sello independiente, o publicar a través de Amazon?

Ya digo, los entrevisté por razones puramente de cercanía: una vez entrevisté a C Tangana, Nacho, el representante de la Vendición, me contacto diciéndome que me seguía y había visto vídeos míos sobre el tema del aceleracionismo, y que Yung Beef estaría dispuesto a hacer una entrevista. A posteriori me he dado cuenta, cuando me pedían más entrevistas, que era importante cortar ahí, es decir, no seguir repitiendo el formato, no convertirme en una especie de Jordi Évole de la música urbana, y habiendo entrevistado a esos dos como representantes de una vía más oficialista, mainstream, presuntamente underground pero relacionada con los grandes conglomerados de la moda, de los medios de comunicación, etc. Lo que tengo pensado hacer ahora es replicar el formato con dos figuras femeninas igual de potentes y que también tienen una cierta relación entre sí, como Rosalía y Bad Gyal, que a pesar de no haber colaborado y hacer música completamente distinta al trap (dancehall y flamenco, respectivamente) pues también tienen muchos paralelismos: una ha sido acusada de apropiación cultural intranacional, el flamenco y lo andaluz, y la otra, de internacional, con Jamaica y el dancehall etc.

En resumen, es lo que te diría, ha sido algo espontáneo y poco planificado, simplemente entrevisté a esos dos y luego me di cuenta de que no podía entrevistar a nadie más.

MORAL

- **Mucha gente se pregunta si los traperos son un buen ejemplo de comportamiento, especialmente para los menores de edad. En este sentido, C Tangana se ha pronunciado en tu entrevista como un esteta, asumiendo que no busca efecto moralizante alguno, mientras que Yung Beef ha ido más lejos, diciendo que se siente responsable sólo de su manera de moverse en la industria. ¿Crees que este rechazo a las posturas moralistas en las nuevas formas de rap tiene algo que ver con el rechazo a la corrección política que se le achaca a la izquierda? Y, en segundo lugar, ¿acaso no sería la postura de Yung Beef una forma de moral no contenida en las letras? ¿Podría ser este un enfoque materialista en reacción a lo que se ha denominado marxismo cultural?**

Bueno, para empezar por eso último, se habla mucho de la crisis de la izquierda, pero sin embargo yo creo que en España, la izquierda a la izquierda del PSOE no ha estado mejor en mejores condiciones de en las que está a día de hoy: durante el franquismo estaba en la clandestinidad, por mucho que se hablara del poderío del PC en la transición aquello fue un juego de trileros entre UCD y Carrillo, y realmente los porcentajes de voto que tienen ahora las candidaturas de confluencia más Podemos en el ámbito de la representación parlamentaria y la fuerza que tienen movimientos como el feminista en la calle, son muy importantes.

En otros países, es cierto que los partidos socialdemócratas o bien han pactado con el centro, o bien se han hundido; los ejemplos más paradigmáticos quizás sean Francia y Alemania. En Francia, literalmente, ha desaparecido el partido socialdemócrata, pero es que nunca tuvo mucha potencia: en Francia y en Italia el partido que le disputaba el poder a la Democracia Cristiana o al Degaulismo de derechas era el Partido Comunista, que fue el que se hundió precisamente en los años 70's/80's. Ahí sí que se puede hablar de una crisis de la izquierda, sin embargo, en España... Bueno, en fin, no nos vamos a meter en esto porque estamos hablando de otro tema, ¿no?

El asunto importante por el que me preguntabas es el carácter ejemplarizante y esto que yo comentaba antes de que el trap no es sólo música, sino un estilo de vida, una forma de comportarse, una actitud, etc. Y ahí es donde la filosofía puede entrar a decir algo. Bien, yo lo que diría es que seguramente a día de hoy no hay mejores mesías para el buen comportamiento que aquellos que predicán con lo opuesto a los valores que quieren encarnar. C. Tangana tiene un videoclip como el de Bien Duro en el que es el paradigma de kinki machista, que se folla a una camarera y sale corriendo, se monta un trío con dos lesbianas que en el fondo solo estaban buscando un tío que las satisficiera, en fin, todo este imaginario de machirulo. Ese videoclip, por la vía negativa, sirve mucho mejor para ver el punto ciego del feminismo, el adversario al feminismo o como se quiera ver. En la conferencia que di sobre el trap desde el punto de vista filosófico, comenté la campaña de concienciación acerca de las enfermedades venéreas que hizo el grupo de trap catalán Pawn Gang, señalando que a pesar de ser un grupo bastante irónico y divertido, hicieron una campaña preirónica, totalmente ingenua en la que aparecían ellos agarrados de la mano y cantando unas letras muy simplonas de "póntelo, pónselo", y lo que comenté de forma espontánea en esa conferencia, es que a mi juicio, conciencia más acerca de las enfermedades venéreas el bulo que se corrió de que Yung Beef tenía el sida por las letras un poco ambiguas de la canción "el papasito" que un videoclip ingenuo, preirónico, etc. A eso me estoy refiriendo también cuando hablo de la pasión de Beefie, o sea, que Jesucristo, o Yung Beef, vienen a predicar el amor por la vía de la crucifixión y el sacrificio. En este sentido, para mí el trap es un género profundamente católico: frente al ascetismo protestante del indie, incluso del rap, en el trap hay una especie de ostentación y de pulsión institucional que tan solo se puede explicar por sus raíces católicas. Yo creo que el único intelectual que puede comprender en España a Yung Beef es Juan Manuel de Prada. Juan Manuel de Prada tiene unos textos brutales sobre Baudelaire en su novela más conocida, *Las máscaras del héroe*, sobre la vanguardia a comienzos del siglo XX, desde Alejandro Sawa y compañía, hasta la guerra civil, y es curioso porque el heredero de los vanguardistas y de los "provocateurs", es un autor ultracatólico.

La cuestión es, entonces, cómo se conjuga la rotura de los cánones estéticos, es decir, la heterodoxia estética, con la ortodoxia moral, eso es lo que estás planteando con tu pregunta. Puede ser que al final, Yung Beef, que es como la encarnación del desfase, pueda llegar a ser un modelo de conducta provechoso hasta cierto punto. Véase el beef que ha tenido recientemente con el alcalde de Vigo, que le ha prohibido la participación en un festival por pegarle una patada a un tipo que le había tirado un cubata por encima en un concierto.

Abreviando, la función del filósofo, al igual que la del músico, no es el adoctrinamiento. Suele funcionar mejor predicar con el ejemplo que hacer grandes declaraciones que no van a ningún lado. En este sentido, creo que ciertos traperos a través del ejemplo negativo, como son el caso de C. Tangana con el machismo y Yung Beef con la vida del desfase, pueden mostrar, insisto, lo opuesto de lo que ellos encarnan.

El otro día vi una entrevista que le hizo Malcolm Gladwell, el escritor, a Gucci Mane cuando salió de la cárcel. Como sabrás, Gucci Mane aprovechó muy bien el tiempo y los 3 años que estuvo encerrado publicó 30 mixtapes y llegó a leerse prácticamente todo el canon occidental en términos literarios, escribió un libro, salió con muchos kilos menos de los que tenía al entrar en la cárcel, etc. En sus propias palabras, la cárcel le salvó la vida. En esa entrevista, contaba que para él el trap, género del cual es el supuesto padrino, es entendido como gangsta rap, y que la única diferencia que existe entre el trap y el gangsta rap es que en el trap no hay que ser delincuente para cantar sobre esos temas. Entonces, yo creo que simplemente, a lo que estamos asistiendo con el fenómeno trap es a individuos, muchos de ellos de clase media, que coquetean con una cierta estética, y que son transgresores o heterodoxos con esa estética, sin necesidad de comprometerse con los valores de las letras que están cantando. De ahí el doble juego de si a uno le gusta el trap de manera ingenua o de manera irónica, una distinción bastante importante a la hora de analizar este tema.

- **Me gustaría preguntarte también por el concepto de REAL en el hip hop, ya que sé que has estado indagando sobre el tema. Por lo que yo he entendido a través de las canciones, suele ser sinónimo de coherencia entre lo que el artista dice y hace. Para algunos artistas su significado tiene que ver con mantenerse fiel a la calle, a la marginalidad, etc., para otros tiene más que ver con dar un mensaje de crítica social constructiva, dependiendo del estilo. ¿Crees que este término podría actuar como algún tipo de anclaje material, entre las expresiones artísticas y la situación socioeconómica de los artistas? Sería una forma de legitimar la contracultura como tal.**

La contracultura se ha convertido en un concepto de cartón pluma, muy impostado y estereotipado. Te voy a contar un poco cómo voy a tratar este tema en el libro que he estado escribiendo estos meses sobre la música urbana. La forma en que yo lo abordo, es con un ejemplo: la participación en Factor X de las Glitch gyls y Xcese. Xcese es uno de los pioneros del trap en España y fue a ese concurso vestido, podríamos decir, con el uniforme de lo real, de la autenticidad: lleno de tatuajes, con unas gafas de sol, chupa, gorra, perfectamente uniformado de cómo es un rapero. Sin embargo, lo que cantó fue lo menos “real” que puede echarse uno a la cara, básicamente un plagio de Bad Bunny. Sin embargo, a todo el jurado le convenció el hecho de que fuera uniformado de “lo real”. Decían: “es que es muy auténtico, es que canta de esa manera, es que es muy coherente...” Se utilizaban ese tipo de expresiones. Gustavo Bueno decía: “la gran virtud del político es la incoherencia”. Es decir, un político que está equivocado, mejor que sea incoherente a que lleve su propia coherencia a la catástrofe. La base de la política es la traición, es precisamente saber pactar entre el principio de deseo y el principio de realidad. Bien, frente a esa especie de escenografía de “lo real”, “lo auténtico”, aparecieron las Glitch Gyls, que jugaban precisamente con violar los cánones de lo que se

considera real o artificial, y con una gran conciencia del lugar en que se encontraban, con el tema de “cómeme el donut”. Lo más curioso es que Xcese pasó a la segunda ronda de Factor X y las Glitch Gyals no, a pesar de haberse convertido en un fenómeno viral. Esto se debe a que el jurado consideró a Xcese dentro de lo real o auténtico, a pesar de que su música fuera una copia de Bad Bunny o de Afrojuice (en la siguiente ronda salió con un tema de afrotrap que era malísimo). En resumen, las Glitch Gyals se quedaron en la primera ronda y Xcese pasó, y el jurado lo justificó diciendo que tenía unos principios con los que tenía que ser coherente.

Entonces, ¿qué es lo real? El concepto de lo real ha sido estudiado ad nauseam por la filosofía del siglo XX, y yo en ese capítulo lo abordo desde el punto de vista de Lacan. Lacan tiene una distinción tripartita entre lo simbólico, lo imaginario y lo real. Lo real no es lo verdadero, lo real es aquello que, dentro del sistema de representación, genera una fractura, una ruptura, una dislocación. Esto es algo que prácticamente se hereda desde Kant, para el que en última instancia la realidad es aquello que está más allá de los fenómenos, es e noumeno, es lo irrepresentable: es lo irracional, la voluntad de Schopenhauer... Bien, no vamos a entrar en cosas muy profundas por ahí, pero para que te hagas un poco a la idea, la representación que ofrece Lacan de lo real es el agujero de un donut. Tal cual, esto no me lo estoy inventando yo (risas). Por eso creo que ese ejemplo es muy representativo. Cuando se habla de lo real, en muchas ocasiones, lo que se está queriendo decir es la fidelidad a un estereotipo, a ese estereotipo precisamente de lo callejero, lo urbano... Pero en una sociedad como la nuestra, quizás es más real aquel que pareciendo cierta cosa resulta ser otra: las Glitch Gyals aparecen en Factor X vestidas como si fueran a una sauna, y en cierto momento se quitan la especie de traje de baño que llevan y revelan lo real. En este caso un tío que parecía un intelectual, con gafas de pasta, resulta que puede hacer twerking cabeza abajo.

Estamos hablando de la jerga de la autenticidad, por utilizar la expresión de Adorno (“yo soy muy auténtico, porque soy fiel a la calle...”). Pero claro, ¿qué es “la calle”? El otro día estaba viendo una entrevista a Afrojuice, para los que la calle no son putas, drogas y armas, sino más bien jugar al fútbol, estar vacilando con las chavalas y poco más... Yo diría que hay mucho de artificial, de falso o impostado, en esa jerga de la autenticidad que se resume como “mantenerlo real” (keep it real).

MOVIMIENTO SOCIAL/PERFIL DE CONSUMIDOR

- **Me gustaría saber también qué opinión tienes sobre la importancia de internet en este fenómeno. ¿Interpretarías la música urbana como un movimiento o crees que se trata de un fenómeno puramente virtual? ¿No sería el trap sin Youtube una variante más del gangsta rap, sin el gran impacto que ha generado?**

En España lo poco que tuvimos de gangsta rap era Chirre Vegas y grupos de ese tipo, que de hecho son la base para lo que luego fue la escena, en este caso en Madrid. No tiene que ver con qué fue y que es el rap en España (esto es algo que comenté en las dos entrevistas, tanto en la de C. Tangana como en la de Yung Beef). Es un producto de clase media que tira más del

virtuosismo lírico y que engarza con una tradición poética, que es la de la Generación del 27, o la de Quevedo y el Siglo de Oro; de hecho, ¿cuántos intentos hubo de legitimar al rap en la década de los 2000, por la vía de equiparar las batallas de gallos a los cantares de gesta, o a las disputas entre trovadores, etc.? Frente a esa vocación lírica, poética, filosófica de del rap de los 90 y 2000, con excepciones por supuesto, como Mucho Muchacho, lo que tenemos en la década de los 2010 es, con un recrudecimiento de las condiciones socioeconómicas, un intento de experimentación formal y un intento de tomarse en serio la posibilidad de que el rap fuese el pop, y que por tanto no tiene por qué mantenerse fiel como a esa especie de, insisto, protestantismo y ascetismo de la letra, al beat clásico de los 90, etc. Frente a un momento hípster, pureta, etc.

Asistimos a un momento que algunos críticos musicales denominan “poptimismo” donde se presume que lo bueno es popular: si algo no vende, es porque es de alguna manera defectuoso, frente al principio básico del hípster, que es que cuando algo empieza a ser escuchado más allá del garaje en que se produce, ya es malo (“yo ya escuchaba este grupo antes de que se vendiera”, etc.). En España como no existió el gangsta rap, pues tampoco tenemos esa genealogía, esa afiliación tan clara como en el caso estadounidense, lo cual libera también de muchos estereotipos al trap en España. Por ejemplo, el otro día le estaba preguntando a Carlo Padial por el uso del trap en su última película, que se titula Algo muy gordo, y me decía que él apenas escuchaba trap español, que ha pedido que Pimp flaco y Kinder malo hagan la banda sonora porque eran los que tenía más cerca y a los que podía pagar, pero que él estaba más interesado en el trap estadounidense. Yo no entiendo, sinceramente, este tipo de posicionamientos hípsters, insisto, de lo foráneo es siempre bueno, en España sólo se hacen copias, porque precisamente la riqueza del trap en España es que no es solamente trap, sino que se fusiona con reggaetón, con flamenco... Al fin y al cabo, hemos asumido, por ejemplo, que Rosalía es trap, pero por una cuestión meramente sociológica, o porque Yung Beef le dedica una canción... Otro ejemplo, en mi mente, Putochinomarción es trap, o está vinculado con el trap, a pesar de que la música que él produce está más relacionada con el pop político paródico de Los Ganglios, Hidrogenesse y demás. Sin embargo, todo lo precario es potencialmente trap, eso es lo que yo diría.

En España no es tanto lo gangsta, que nunca ha tenido fundamento: no existen bandas de gente que se mata por las calles con uzis. Lo que sí existe es la precariedad: es la clase media precarizada la que fundamenta que el trap sea algo distinto al rap que se hacía en los 90 y los 2000.

- **¿Qué relevancia crees que tiene la función del trap como música motivacional? Por ejemplo, su uso en playlist para ponerte en el gimnasio. ¿Podría estar relacionado este auge del coaching con la decadencia de los grandes meta-relatos que daban una razón de ser en el pasado siglo XX?**

Justo estuve escuchando hoy los temas de One Path, que es un trapero que no me motiva nada, en términos musicales, porque me parece ya el academicismo, el manierismo. Sin embargo, una figura tipo Blondie, que reivindica un trap sin delincuencia, es interesante por

el diálogo que mantiene con el canon de lo que se considera trap. Sin embargo, One Path, ha hecho un trap de beber zumo, sonreír, ser un nerd, jugar a las muñequitas... Este tipo de realidad, que biográficamente está mucho más próxima a mí, no me interesa, no me llama la atención, pero sí lo veo en esa filiación que tú señalas. La conversión del trap, un género presuntamente delincuente y callejero que sus cantantes abandonan en el momento en que se hacen ricos, por ejemplo, el caso de Pxxr Gvng, que cuando consiguen tener éxito se convierten en "Rich Gvng" y deciden cambiar su nombre a Los Santos y empiezan a hacer reggaetón u otro tipo de estilos. Frente a esto, está la segunda o tercera generación de traperos, como One Path, que buscan una especie de trap motivacional.

Lo que has señalado me parece muy interesante, y perdona por hilarlo muy mal, con esta segunda generación de traperos y figuras tipo Blondie. Esta artista tiene un tema que se llama Tengo ropa nueva, en el que paradójicamente aparece con la misma ropa que viste en sus demás temas, que es el top de Adidas, los shorts también de Adidas y las zapatillas deportivas. Young Vibez, que para mí es el mejor analista del trap en España, habla en uno de sus textos sobre cuando surge el sello La Vendición, de la categoría athleisure, es decir, la mezcla entre atletismo y ocio: cómo en EEUU ha surgido una nueva estética de moda, que es la ropa de ocio con aspecto deportivo, con referentes tipo Beyonce siguiéndola. Lo que muestra muy bien Young Vibez en ese texto, es cómo la estética athleisure muestra a los demás la idea de trabajo 24/7, la idea de que la persona nunca deja de trabajar. Cuando no está trabajando cognitiva/intelectualmente, está trabajando su propio cuerpo. Entonces, Blondie, con esa estética deportiva que lleva siempre, y no solamente ella, sino en general el canon de moda de trap femenino, es muy deportivo: los leggings, los tops, los recogidos... Pues Young Vibez dice una cosa muy interesante al respecto, y es que la imagen del obrero posfordista o posmoderno, no es un tío vestido de mono azul, es una chica de 20 años haciéndose un selfie vestida con ropa athleisure. Una tía que está trabajando todo el día, si no para otra persona para su propia imagen, etc. Esa feminización del trabajo, por la vía también de su espectacularización y de la conjunción entre deporte y trabajo. ¿Acaso es accesorio que el primer tema de Bad Gyal en tener éxito sea una versión del tema Work de Rihanna? ¿O que haya tantos temas dentro de este género titulados de esta forma? "Trabaja, trabaja, trabaja..." Es una especie de Arbeit macht frei (el trabajo libera), como ponía en la puerta de Auschwitz, que es un lema bíblico por otro lado. O sea, que volvemos otra vez a lo mismo, el componente católico, cristiano, que tiene el trap. Yo diría que sí, vamos, que el vínculo que estableces en tu pregunta es firme y existen múltiples ejemplos.

- **En algunos artículos se habla de los paralelismos del movimiento trap con la movida (¿madrileña?), incluso Alaska se ha pronunciado al respecto: teniendo en cuenta el distinto contexto histórico y político, ¿qué parecidos y diferencias dirías que existen entre ambos fenómenos?**

El otro día estaba mi padre leyendo el libro de Jordi Costa, ¿Cómo acabar con la contracultura?, y me decía que era muy curioso cómo Jordi Costa da un salto desde la década de los 70 a Soy una pringada. Como si hubiera 30 años de vacío y el hilo conductor vinculara la contracultura de los 70 con esta escena de Youtube underground, compuesta por el trap, y

figuras tipo Soy una pringada o los cómicos y presentadores de los programas de éxito tipo Vodafone yu, La Resistencia y compañía. La mayoría de ellos son humoristas, que es lo más fascinante de todo: el equivalente a lo que era la Edad de Oro, el programa mítico donde aparecía toda la gente de la movida, ya no son actrices ni gente dedicada al mundo del cine, sino humoristas como Castelo, Broncano, toda la plana mayor de Vodafone Yu y los diversos programas de ese entorno... Esta gente del mundo del humor también está muy vinculada a la estética del trap. Bueno pues lo que te decía, Jordi Costa hacía un salto muy curioso de la contracultura de los 70. Soy una pringada, que también es una seguidora de Yung Beef, etc. Entonces, el paralelismo entre la movida madrileña y la actualidad, a nivel político, entre la Transición y la situación actual, es muy marcada. No solamente por los discursos políticos, por la línea moderna o pijoprogre que ha tomado el PSOE recientemente, con el gobierno de las ministras y esa falsa esperanza que han generado, que simplemente es el preludio del desencanto.

Otro ejemplo, es la figura de Leopoldo María Panero, que tiene su paralelismo perfecto en la figura de Cecilio G. A Cecilio G solo le faltan un par de lecturas de Lacan para convertirse en Leopoldo María Panero. Son el mismo loco que ha convertido su locura en una potencia lírica. El mismo proceso de vampirización que se vivió en los años 70 y 80, durante los cuales Madrid le roba a Barcelona la capitalidad cultural, también por la vía de la politización nacionalista de Barcelona. En los años 70, Barcelona con Terra Lliure y todo lo que se sucede con el regreso de la Generalitat, etc. Básicamente la escena cultural de Barcelona es vampirizada por Madrid, que es un poco lo que ha pasado en la actualidad. Muchas personas que estaban en Barcelona haciendo cosas de trap, que es un poco donde todos se juntan para iniciar la escena, han terminado recalando en Madrid. El caso de Yung Beef es muy señalado, y más todavía el intento de instrumentalización por parte de Andrea Levy, de una entrevista concedida a Yung Beef en la que decía que Barcelona la escena estaba un poco apagada y demás, no solamente la underground sino que también era la política. Yo creo que los paralelismos son muy claros, una figura tipo King Jedet, o Hugo, el otro chico andrógino que apareció en la entrevista de Risto Mejide a C. Tangana, y que siendo cisgénero experimenta con la estética femenina... Pues ese tipo de figuras vuelven a aparecer, es fascinante. King Jedet hasta hace poco, se seguía llamando a sí mismo en masculino, como un tío al que le gusta vestirse con lo que la sociedad asocia a femenino, aunque eso no le convierta en un trans. Este tipo de figuras, que nos recuerdan mucho a la movida y el cine de Almodóvar, se está recuperando a día de hoy. La serie de Paquita Salas... A C. Tangana le preguntaron en el programa El Bloque por lo que había en común entre la movida madrileña y la escena cultural de hoy en Madrid y respondió que la droga (risas). Y quizás es un buen punto de análisis, en el sentido de que el trap, al menos en EEUU, así lo analice en mi conferencia sobre el tema, está muy vinculado con el consumo de opiáceos, y si el gangsta rap está muy vinculado con el tráfico y consumo de cocaína y speed, es decir, drogas psicoactivas, el trap está asociado con el consumo de drogas psicodélicas. De ahí que la escena del trap tenga más que ver con el yonki y no tanto con el vendedor: más con el sad boy que con el fucker. Incluso el que va de sobrao y de chulo en la escena trap, como el caso de C. Tangana, pues habla en sus temas de desamor, de llorar en la limusina, de la insatisfacción... En resumen, temas tristes, de niño llorón.

En el contexto político los paralelismos son muy fuertes, todo el mundo habla constantemente de la segunda transición, por lo que es lógico que esto se refleje en el mundo de la cultura.

DERECHOS DE PI

- **Ya terminando, en cuanto a los Derechos de Propiedad Intelectual: ¿qué opinas sobre el debate del apropiacionismo cultural? ¿Exigen las nuevas tecnologías nuevas formas de financiación? Por ejemplo, además de vender cd's y entradas para conciertos, tenemos el ejemplo de Dellafuente, que ha vendido ropa, cerveza, cuadros, joyas...**

Es un tema muy interesante, ya había pensado en el tema de cómo las marcas se vinculan a los artistas o a la escena del trap en general. Por ejemplo, el caso de CocaCola, que le ofreció hacer un anuncio a Afrojuice, un grupo que me gusta mucho y me parece el afrotrap en esencia. En sus canciones prácticamente no hay letra, sino que se dedican a repetir los epítetos: "los chicos del freeway, sandalias con calcetines (hay uno que se hace llamar de esa forma porque siempre va así vestido), Karim Benzema, Jose Mourinho, lo que sea... simplemente repiten los nombres. Sus temas son en realidad canciones de borrachos en un estadio de fútbol (risas). Pues CocaCola les pido hacer un anuncio y ellos le dijeron que no, porque son seguidores de la versión cutre de CocaCola que se vende en el Lidl, que esto del Freeway.

Entonces bueno, en una sociedad tan mercantilizada como la nuestra, es inevitable que exista un pacement, de base, para una persona que se ha criado rodeado de marcas. Es normal que se tienda a incorporarlas en sus letras, en sus sonidos, en sus videoclips y de manera espontánea. Esto es lo que les echaba en cara el Nega de los Chicos del maíz a C. Tangana: "¡has hecho un anuncio para Lacoste y no has cobrado! ¡Eres un pringado!" O sea, estás tan embebido de la ideología capitalista que ni es necesario que te paguen, ya lo haces tú gratis. Y esto sucede constantemente: los chicos de la Freeway... El caso de Yung Beef es interesante, él cuando va a participar en la semana de la moda, va pagado, en calidad de artista, y también un poco para subvertir la imagen que el ofrece de cara al público femenino: no creo que sea para nada aleatorio que los dos traperos más escuchados por el género femenino sean Yung Beef y C. Tangana, al menos de manera un poco arquetípica. Sobre todo Yung Beef, que esta encajado en una especie de paradigma feminista, a pesar de su uso repetitivo de la palabra puta, etc. También es cierto que su pareja es la Zowi, lo cual ayuda bastante.

Pero volviendo a tu pregunta: cómo sobrevivir al carácter gratuito que tienen los productos en internet, que es lo que parte la escena. Young Vibe decía en un post reciente, que el trap no dejará de ser una subcultura, es decir, no se apropiará del mainstream, hasta que la generación que lo apoya tenga poder de compra. O sea, que la razón por la cual seguir haciendo festivales como este que ha tenido tanta polémica en Madrid, el Madcool, que es al fin y al cabo un festival de la retromanía ochentera y noventera, es porque la gente que tiene ahora mismo sobre 40 años sigue teniendo pasta para pagarse un festival de ese calibre. Sin embargo, tú montas algo como el que montaron C. Tangana y compañía, y no llenas Vista Alegre, por la sencilla razón de que tu público no tiene poder de compra objetivo, y por lo tanto no va a haber empresas que quieran financiarte, etc.

No sabría muy bien cómo responderte, pero tu pregunta me parece muy interesante y te animaría a que profundizaras en ella. Te puedo comentar una cosa que estado investigando y que me parece muy curiosa, que es el caso de Christian Flores, que trataré también en mi libro porque ha pasado bastante desapercibido para mucha gente a pesar de ser muy ilustrativo. Christian Flores es el creador del trap de las meninas, un vídeo que se hizo viral a través de PlayGround. La revista hizo una segunda parte sin contar con él: el reggaetón de Colón. El chaval se quejó por las redes sociales diciendo que le habían plagiado el formato. Entonces aquí se produce la paradoja del autor de memes, que es como el viejo folclore por excelencia, algo que no tiene firma ni nada, que se basa precisamente en el consumo vicario y vampirizador de productos de otra persona... Un autor de memes reclama derechos de autor, esta es la gran paradoja. Ahí de qué lado te posicionas, ¿del de una mega empresa en lo más bajo del periodismo como PlayGround, o de un tipo que al fin y al cabo está pidiendo que le paguen los derechos de autor como si siguiéramos en el siglo XX? Bueno es un caso muy curioso el de este chico, que además ha hecho varios vídeos sobre este tema para su canal de Youtube muy interesantes.

Más allá de eso, no te sabría responder. Creo que no hay alternativa: la vía sindical está completamente cerrada, por mucho que Yung Beef y C. Tangana coquetearan con ese tema, es inviable. Tenemos el ejemplo actual de los taxistas, algo tan común hace años como una huelga con sus pequeñas dosis de violencia parece algo que ofende a todo el mundo en la actual sociedad del pensamiento positivo, del “todo el mundo tiene su opinión”, del respetar las posiciones y las dinámicas ajenas, etc. Sobre todo, en una sociedad del consumo en la que todo tiene que estar disponible “ya”. Entonces la vía sindical está totalmente obstruida. La alternativa en todo caso a esta hiper mercantilización y a esta gestión del self como un pequeño empresario de sí mismo, es la vía de la museificación, que algunos traperos han buscado de manera muy consciente. Lo que yo llamaría los beca-deseantes, es decir, los que buscan a toda costa su beca. Es el caso, por ejemplo, de Putochinomarción, o de figuras parecidas a la suya, que prefieren perfeccionar su discurso teórico, filosófico y artístico, para empezar a echarle la caña a instituciones tipo Matadero, o La casa tendida, que se dedican a promocionar arte contemporáneo, y que ahora ha incorporado dentro de ese género al trap, por lo menos en su corriente más irónica y vinculada con el pop. Pues es lo que diría, que la vía más factible para monetizar lo que pueda haber de contracultura en el trap, es convertirlo en potencial pieza de museo.