



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

Grado en Historia y Ciencias de la Música

**UN ACERCAMIENTO AL GÉNERO
RAP Y SU RELACIÓN CON LA
INDUSTRIA DISCOGRÁFICA EN
ESPAÑA**

Trabajo Fin de Grado

Presentado para la obtención del Título de Graduado en Historia y Ciencias de la
Música por

Gonzalo Bastida Gómez

Realizado bajo la dirección de Gracia M^a Gil y Miguel Díaz-Empananza
Fecha Julio de 2017

Curso Académico 2016-2017

**Un acercamiento al género Rap y su
relación con la industria discográfica en
España**

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	7
1.1.- Justificación	7
1.2.- Objetivos	8
1.3.- Estado de la cuestión	8
1.4.- Marco teórico y Metodología	12
CAPÍTULO 2. ORIGEN Y GÉNESIS DEL RAP	17
2.1.- Llegada y desarrollo del Hip-hop y Rap en España	24
2.2.- Primeras referencias España y acercamientos medios de comunicación	25
2.3.- <i>Keep it real</i> , “boca a boca” y maquetas	26
2.4.- Primeros discos de Rap	28
2.5.- Década 2000, comienzo de la mercantilización	33
2.6.- ¿El nuevo Rap? Trap	38
CAPÍTULO 3. INDUSTRIA DISCOGRÁFICA	41
3.1.- Breve historia de la industria discográfica	41
3.2.- Caída del sector discográfico en España y nacimiento de un nuevo modelo	42

CAPÍTULO 4. EL RAP EN EL NUEVO PARADIGMA MUSICAL	49
4.1.- Youtube como nuevo canal de distribución. Redes sociales	49
4.2.- Dictadura de lo estético y destrucción de la conceptualidad del álbum	55
4.3.- Nuevo tratamiento en los medios	59
4.4.- “Artistas 2.0” y su relación con las industria discográfica	63
4.5.- ¿Nuevas relaciones con la industria?	67
CONCLUSIONES	71
ANEXOS	73
BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS UTILIZADOS	85

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1.- JUSTIFICACIÓN

Han sido varias las decisiones que me han conducido a realizar un trabajo sobre esta temática, en primer lugar, aumentar mi propio conocimiento sobre el Rap y el mercado discográfico, una cuestión que a nivel personal siempre me ha interesado, así como tratar de señalar las diferentes vías en las que el género Rap se ha relacionado con la industria musical y en especial la discográfica, además de trazar unas breves pinceladas de la relación con los medios de comunicación, desde la llegada del género hasta la actualidad. Lo novedoso de este trabajo es el intento de conectar ambos conceptos —el género Rap y su relación con la industria discográfica en España— una cuestión para la cual no existen estudios que arrojen demasiada luz, más allá de algunos artículos que no ahondan lo suficiente en la temática. Para finalizar, es necesario constatar que el Rap en España es un género importado que se desarrolla con un estilo propio, tanto por la manera de rimar, como en su relación con la industria. Además, esto se ve acentuado en géneros como el Trap y sus diferencias con respecto a Estados Unidos.

Igualmente considero relevante el estudio de las nuevas formas actuales de distribución de la música Rap, así como las nuevas relaciones con los sellos discográficos, lo cuales todavía se están adaptando al nuevo paradigma de la industria, basado en un mercado digital que yo mismo consumo.

Debido a la actualidad de la temática, el trabajo quedará como un hecho testimonial del momento en el que vivimos, ya que probablemente dentro de unos años el mercado haya cambiado. No se sabe si la actual autogestión de la mayoría de raperos actuales dará paso a una oleada de contratos por parte de grandes discográficas, como ya empieza a suceder.

Será el tiempo el que constate si este camino será seguido por los nuevos raperos.

1.2.- OBJETIVOS

- Exponer la génesis del movimiento Hip-hop en Estados Unidos y la llegada del Rap a España así como definir el Rap como género musical.
- Mostrar la evolución del Rap español desde las maquetas hasta el momento actual y su relación con la industria discográfica.
- Definir el Trap.
- Destacar la relevancia de la plataforma Youtube como nuevo canal de distribución de contenidos musicales.
- Señalar las nuevas relaciones de los artistas con el público, medios y discográficas.

1.3.- ESTADO DE LA CUESTIÓN

El Hip-hop y el Rap gozan de una amplia bibliografía que explica la génesis y evolución de la cultura y la música, sobre todo referido al ámbito norteamericano. Otras publicaciones en español narran los orígenes y desarrollo de esta cultura en la Península, mientras que resultan más escasas las referencias que abordan el momento actual del Rap, en el que se está redefiniendo el género con la aparición de nuevos subgéneros como el Trap, o distintos modelos de consumo y distribución, así como su nueva relación con la industria musical, por lo que ha sido necesario acudir a distintas herramientas digitales como artículos, entrevistas en Youtube y distintas webs especializadas.

Para desarrollar el aspecto histórico de la cultura Hip-hop en Estados Unidos ha resultado de gran ayuda la publicación de Jeff Chang *Can't stop...*¹ Debido a que presenta una visión muy detallada y

¹ Jeff Chang, *Can't Stop Won't Stop, A History of the Hip-hop Generation* (London: Ebury press, 2007; London: Ebury press, 2011). Se ha usado la primera edición.

documentada de la evolución que esta cultura tuvo en Norteamérica en el segundo tercio del siglo pasado.

El manual de Arnold Shaw, *Black Popular Music in America*², aporta una visión de la música popular negra en Estados Unidos desde los primeros años del siglo XX hasta los comienzos del movimiento Hip-hop y ha sido de gran utilidad en el presente trabajo para trazar una perspectiva musical, así como para analizar las influencias que esta cultura ha recibido durante el proceso de su formación. Desde un punto de vista sociológico algo diferente al anterior, *Músicas contra el poder*³ explica el nacimiento del Hip-hop en relación con determinados acontecimientos acaecidos en el barrio del Bronx durante los años 70, como la construcción de una autopista o un apagón eléctrico, por ejemplo, así como los consecuentes saqueos, que resultaron decisivos en la formación de la cultura Hip-hop. Ese tipo de problemáticas sociales dibujan un contexto relacionado con el Rap actual que el presente trabajo ha pretendido dibujar como marco ideológico y cultural del género musical estudiado. La publicación *Hip-hop, cultura y participación*⁴, aborda el tema del Hip-hop desde una visión ideológica y de identidades, muy útil para el desarrollo del epígrafe *Keep it real*.

En lo que se refiere al Rap en España la bibliografía es bastante reducida, pero es necesario destacar la publicación conjunta de Chojin y del profesor de la Universidad Complutense de Madrid Francisco Reyes, *Rap:25 años de rima*⁵. Ambos son conocedores del mundo del Rap. El primero expone una visión personal, al aportar una perspectiva emic — similar a la descrita por Nattiez en *Music and Discourse: Toward a*

² Arnold Shaw, *Black Popular Music in America, From the Spirituals, Minstrels and Ragtime to Soul, Disco, and Hip.hop* (Londres: Schirmer Books, 1986).

³ Valentín Ladrero, *Músicas contra el poder, canción popular y política en el siglo XX* (España: La oveja roja, 2016).

⁴ Rosana Martins, *Hip-hop. Cultura y participación la visibilidad de la juventud en las periferias urbanas* (Barcelona: Incom UAB, 2015).

⁵ Francisco Reyes y Chojin, *Rap:25 años de rima, un recorrido por la historia del Rap en España* (Barcelona: Viceversa, 2010).

*Semiology of Music*⁶— del movimiento debido a su larga trayectoria como rapero que continúa hoy en día, mientras que la aportación de Reyes resulta fundamental para profundizar y entender de una manera más científica el fenómeno Hip-hop en España. Los dos aspectos quedan reflejados en cierta manera en este trabajo académico, gracias a las aportaciones recopiladas en el trabajo de campo realizado. La obra es de gran utilidad ya que realiza una cronología detallada de la historia del Rap en España desde su llegada, con multitud de nombres, discos, recomendaciones y datos historiográficos.

Para completar la información que aporta la publicación de Chojín y Reyes, han resultado imprescindibles los documentales *Spanish Players 2*⁷ en el que a través de diferentes capítulos narran la evolución del Rap en España por parte de los propios protagonistas del género. Este material se ha utilizado como base para desarrollar la sección dedicada a las maquetas y a los primeros discos de Rap. De suma importancia también es el documental de TVE titulado *Dos platos y un micro, 30 años de Rap en España*⁸, estrenado en La 2 en 2015. Todos estos recursos se han usado en la primera parte del trabajo de manera primordial, en la que se narra los comienzos del Rap en España. Ambos documentales aportan un valor historiográfico único al ofrecer testimonios de los propios raperos.

También será de utilidad el libro *Cultura y políticas de la música dance*⁹ en el que se tratan aspectos extramusicales de distintos géneros musicales, pero los directamente relacionados con el presente objeto de estudio son la influencia del Rap —para forjar la idea de DJ entre el público general— o el uso de técnicas vanguardistas de edición, como el

⁶ Jean- Jacques Nattiez, *Music and Discourse: Toward a Semiology of Music* (New Jersey: Princeton University Press, 1990).

⁷ “Documental Hip-hop España (Spanish players 2)”, Youtube video, de un documental realizado por Patric Taladriz en 2008, subido por “puradrogasincortar”, 25 noviembre 2015, <https://www.youtube.com/watch?v=Zlu1T5aopQk>.

⁸ “Dos platos y un micrófono. 30 años de Hip-hop en España”, Youtube video, de un programa especial emitido en La2 de RTVE, emitido el 23 febrero 2015, subido por “Kebabamigo”, 12 diciembre 2015, <https://www.youtube.com/watch?v=HeqlgjugzWA>.

⁹ Jeremy Gilbert. y Ewan Pearson, *Cultura y políticas en la música dance* (Barcelona: Paidós Comunicación, 2003).

sampleo, cuyo uso se ha generalizado con el tiempo, pero que en su contexto histórico supusieron un gran avance.

Relativo al sector discográfico, sí existen numerosos informes y artículos que abordan la cuestión de la industria desde una visión historicista¹⁰ a una más analítica, basada en porcentajes y datos aportados por Promusicae¹¹ tanto en formato de infografías e informes como en *El libro blanco de la música en el entorno digital*¹², que está dedicado a la realización de un análisis del mercado discográfico actual, lo cual ha servido fundamentalmente para abordar algunas cuestiones sobre los nuevos modelos del mercado digital confrontados con el modelo de industria tradicional, como la multiplicidad de vías para consumir música en la actualidad. Es de utilidad el artículo de *La industria musical frente al cambio de paradigma*, en el que se muestran las distintas etapas en el proceso de publicación de un disco en el mercado: producción, distribución, comercialización y difusión¹³.

El artículo de Pedro Buil y Jaime Hormigos¹⁴ ha sido muy útil en lo que respecta a las cuestiones sobre mercado discográfico en España, en especial del sector físico. Ha resultado imprescindible para trazar una cronología de la caída del mercado físico en España, basada en datos estadísticos. Para definir los diferentes aspectos de la industria discográfica actual —tanto los sellos discográficos grandes como los independientes— se ha utilizado como referencia *La gestión de las músicas actuales*¹⁵,

¹⁰ Siller K, “Historia breve de la industria musical”, *Promoción musical.es* (blog), 2012, <http://promocionmusical.es/historia-de-la-industria-musical/>.

¹¹ Asociación de Productores Musicales de España.

¹² “El libro blanco de la música en el entorno digital”, *Promusicae y Universidad Pompeu Fabra de Barcelona*, 2013.

¹³ Sebastian Vázquez, “*La industria musical frente al cambio de paradigma*”, *Cultura.rwx* (blog), 2010, <http://culturarwx.net/2010/11/musica-en-libertad-matias-lennie/>.

¹⁴ Pedro Buil Tercero y Jaime Hormigos Ruiz, “Nuevas formas de distribución de la música popular en la cultura contemporánea”, *Methaodos. Revista de ciencias sociales* 4, núm.1 (2016): 48-57.

¹⁵ Rubén Caravaca, “La gestión de las músicas actuales”, Agencia de Cooperación Internacional para el Desarrollo (blog), 2013, http://www.aecid.es/galerias/programas/Acerca/descargas/musica_entero.pdf.

especialmente en el apéndice dedicado a la comunicación 2.0 y sus características, frente a los medios tradicionales.

Otros artículos que también se han estudiado para el desarrollo de esta temática han sido *¿Por qué Youtube convierte a los artistas en creadores de contenidos?*¹⁶ para entender cómo funciona Youtube a un nivel económico y de impacto social, además de *La industria musical en los social media*¹⁷, que ha sido de gran ayuda para observar las nuevas relaciones que se establecen entre música y las redes sociales.

Resultará una gran aportación *El negocio de la música*¹⁸ artículo que nos permite conocer con mayor profundidad los diferentes sectores dentro de la industria discográfica (distribución, comercialización, los sellos independientes con sus ventajas e inconvenientes) Otro artículo titulado *La industria musical en España*¹⁹, ayuda a trazar una perspectiva de dónde venimos y hacia dónde vamos, aportando argumentaciones a favor y en contra del nuevo paradigma digital, en especial el *streaming* y su relación con los artistas.

1.4- MARCO TEÓRICO Y METODOLOGÍA

El enfoque metodológico que Alan P. Merrian retrata en *Usos y funciones*²⁰ ha sido utilizado para describir algunas cuestiones en este trabajo. Merrian describe diferentes funciones asociadas a la música,, explica cómo la función de entretenimiento es una característica innata de

¹⁶ Frankie Piza, “¿Por qué Youtube convierte a los artistas en creadores de contenidos?”, *Tiumag* (blog), 14 febrero 2017, <http://www.tiumag.com/features/columns/youtube-convierte-los-artistas-creadores-contenidos/>.

¹⁷ Carlos Martínez, *La industria musical en los social media*. Noviembre 2012.

¹⁸ Horacio Campero, “El negocio de la música”, *El negocio de la música* (blog), 1 marzo 2008, <http://elnegociodelamusica.blogspot.com.es/2008/01/3-quin-es-que.html>.

¹⁹ Jaime Novoa, “La industria musical en España en los últimos 5 años, de dónde venimos y hacia dónde vamos”, *Genbeta* (blog), 17 octubre 2012, <https://www.genbeta.com/multimedia/la-industria-musical-en-espana-en-los-ultimos-5-anos-de-donde-venimos-y-hacia-donde-vamos>.

²⁰ Alan P. Merrian, “Usos y funciones”, en Francisco Cruces Villalobos, coord., *Las culturas musicales: Lecturas de etnomusicología* (Northwestern: Evanston, 1964), 209.

la música occidental, que en la mayoría de casos ha quedado desprovista de una función aparte del goce estético; tanto el Rap, Rock o Jazz, están destinados a un enfoque de goce estético. Una de estas funciones directamente aplicada en el Rap es la de la comunicación de la música, es decir, la capacidad de transmitir la realidad de la cultura que te rodea. Este es un objetivo primordial en el Rap, ya que desde sus orígenes los raperos han descrito lo que ocurría a su alrededor. Además, la función comunicativa ha servido para desarrollar algunas argumentaciones en el presente trabajo. En palabras de Merriam: “Las letras de las canciones comunican información directa para aquellos que comprenden la lengua en que están vertidas”.

La teoría de Margareth J. Kartomi²¹ —profesora en la Universidad de Monash, Melbourne— sobre los procesos y resultados del contacto entre culturas musicales ha servido como base para explicar el nacimiento del Rap en Estados Unidos, que no es más que el resultado musical de una hibridación de diferentes culturas como son la africana y la americana, a su vez basadas en un crisol muy amplio de culturas. De manera similar, la llegada del Rap a España dio lugar a un estilo con ciertas particularidades musicales respecto a las norteamericanas en algunos grupos, como Solo los solos o La excepción, por citar algunos ejemplos. La teoría de Kartomi señala cómo los contactos culturales musicales que originan nueva música eran definidos de manera simplista como géneros puros e híbridos. La propia autora señala lo desafortunado de la terminología para referirse a estos casos y concluye que no es conveniente referirse a estas músicas como *híbridas o mestizas* sino simplemente llamarlas por su nombre. Por lo tanto, es conveniente tener en cuenta que en el género Rap ha existido un profundo proceso de hibridación, pero según la teoría de Kartomi, el término más adecuado es “transculturación musical” y será el que se aplicará en el presente trabajo.

²¹ Margareth Kartomi, “Procesos y resultados del contacto entre culturas musicales”, en Francisco Cruces Villalobos, coord., *Las culturas musicales: Lecturas de etnomusicología* (University of Illinois, 1981), 357-382.

Simon Frith en su publicación *Hacia una estética de la música popular*²² señala cómo gran parte de estudios de sociología en un ámbito académico sobre música popular igualan el juicio estético al comercial:

El tremendo éxito que obtuvieron Madonna y Bruce Springsteen en 1986, por ejemplo, se explicó en términos de estrategias de venta, por el uso que hacían del video y como consecuencia del desarrollo de nuevas audiencias específicas. El atractivo de la propia música, la razón por la cual Madonna y Springsteen gustan tanto a sus fans, sigue sin ser analizado²³.

Las conclusiones de Frith se han extrapolado para el caso del Rap tratado aquí; se obvia en cierta manera la estética del género y se atiende al grado de popularidad que tiene hoy en día, desde un enfoque sociológico e historiográfico. Asimismo, ha resultado indispensable hacer hincapié —como Frith— en la necesidad de contar con los avances tecnológicos para construir un relato completo sobre la música popular. Esta visión se refleja principalmente en el último epígrafe de este trabajo, en la descripción de las nuevas formas de distribución musical.

Es imposible escribir la historia de la música popular del siglo XX sin referirse a las cambiantes fuerzas de producción, a la electrónica, o al uso de la grabación, amplificación y sintetizadores, de la misma manera que las elecciones de los consumidores no pueden desligarse de la posesión de transistores de radio, aparatos estéreos o walkmans²⁴.

²² Simon Frith, “Hacia una estética de la música popular”, en Francisco Cruces Villalobos, coord., *Las culturas musicales: Lecturas de etnomusicología* (Cambridge University: Leepert and McClary, 1987), 133.

²³ Francisco Cruces, coord., *Las culturas musicales. Lecturas de etnomusicología* (Madrid: Trotta, 2008), 416.

²⁴ Cruces, *Las culturas musicales*, 415.

En el caso del Rap, las “cambiantes fuerzas de producción” a las que se refiere Frith son los avances tecnológicos en los sistemas de amplificación basados en los *soundsystem* jamaicanos y los reproductores de vinilo. El término “autenticidad” que el autor describe más adelante en su estudio referido a los artistas del rock, ha sido aplicado en el Rap. También se ha denominado aquí *Kepp it real*.

En este estudio sobre el Rap subyace primordialmente un punto de vista historiográfico y sociológico, que ha sentado sus bases en el trabajo de Franciso Reyes y El Chojin Rap: *25 años de rimas: un recorrido por el Rap en España*.. El cual ha sido imprescindible para construir un relato fiel de la historia del Rap y su desarrollo en España, igualmente aporta ciertos aspectos en relación a la industria musical y sus relaciones con el género Rap.

En cuanto a la situación actual del Rap —Trap y las nuevas relaciones que se establecen entre público y artista— no existen referencias bibliográficas específicas en España, ya que es algo que está sucediendo en la actualidad —en el presente trabajo hay citas extraídas del mes de junio de 2017— por lo que las herramientas utilizadas para desarrollar esos epígrafes han sido artículos escritos en la red así como la realización y visualizado de entrevistas.

La metodología seguida en la realización de los primeros capítulos del presente trabajo ha sido fundamentalmente la descriptiva, con la intención de contextualizar el fenómeno desde un punto de vista sociológico y cultural y abordando algunos contextos de creación, interpretación, consumo y recepción del género Rap, desde sus comienzos en Estados Unidos hasta su difusión en España. Para describir la relación de Rap e industria discográfica en la actualidad, así como para tratar lo que se ha denominado “artistas 2.0”, ha sido necesario desarrollar una metodología puramente analítica —por los datos estadísticos presentados— y después realizar una interpretación de los mismos.

También se han usado plataformas audiovisuales online, así como artículos presentes en diferentes blogs y páginas especializadas, además del visualizado de entrevistas a diferentes grupos de Rap de las que se han extraído algunas argumentaciones que refuerzan las teorías expuestas.

El trabajo de campo desarrollado consiste en la recopilación — mediante el formato entrevista— de las experiencias de un periodista y un promotor musical, ambos ligados al Rap. Ambas aportan una visión personal que permite constatar y enriquecer lo expuesto teóricamente.

CAPÍTULO 2. HIP-HOP Y RAP: ORIGEN Y LLEGADA A ESPAÑA

El Hip-hop²⁵ es un movimiento cultural originario de Estados Unidos que engloba cuatro elementos —Djing, Graffity, Rap o Mcing y Breakdance— pertenecientes a distintas ramas del arte: música, pintura y danza. Su nacimiento data a finales de las décadas de los años sesenta y principios de los setenta, en un contexto de profundos cambios y revoluciones juveniles contestatarias, así como en un proceso de creación de nuevas tribus urbanas, skinheads, punk o el movimiento hippie, por poner algunos ejemplos. También se daban en la sociedad del momento, luchas raciales del movimiento de los Panteras Negras (con Malcom X) de carácter más violento y Martin Luther King —mediante una vía más pacífica— ambos con la intención de conseguir unos derechos sociales que les habían sido negados. Además, esta es época de nuevos avances tecnológicos y búsqueda de nuevos sonidos, que van a definir y estandarizar recursos en la música popular urbana como son el uso de sintetizadores, guitarras eléctricas, llegada de la música rock / pop, el fenómeno fan...etc.

Ideológicamente, los orígenes del Hip-hop buscan una reconciliación y un uso del arte como herramienta para transformar luchas violentas entre bandas, en luchas artísticas. Es un movimiento educativo, que ayuda a formarse a los nuevos miembros y obliga a la búsqueda de un estilo personal en cualquiera de los cuatro elementos artísticos anteriormente mencionados, si se desea notoriedad.

A lo largo del tiempo, el mensaje del Hip-hop ha variado con cada subgénero creado, desde la violencia explícita y alarde de dinero del *gangsta-rap*, hasta las temáticas más amorosas y menos reivindicativas del Rap comercial. En cada país el mensaje ha llegado de una manera distinta, teniendo en cuenta que en la mayoría no se había vivido la situación

²⁵ El término Hip-hop apareció por primera vez en un ensayo: Steven Hager, *Hiphop: The Illustrated History of Break, Rap Music and Graffity* (New York: St Martins press, 1984).

marginal que el Bronx experimentó en los años setenta y ochenta, por lo que resulta lógico que el mensaje se distorsionara. En la actualidad, la ideología de la cultura Hip-hop se ha difuminado por completo, no encontrándose un mensaje concreto. Sobre el sentido y significado del Hip-hop en origen se significaba el que es considerado padre del movimiento DJ Kool Herc;

We are a family, It ain't about security, It ain't about bling-bling. It ain't about how much your gun can shoot. It ain't about \$200 sneakers. It's about you and me, connecting one to one. That's why it has universal appeal. It has given young people a way to understand their world, whether they are from the suburbs or the city or wherever²⁶.

Pese a ser un movimiento de corta edad, los trabajos publicados sobre el origen del Hip-hop en Estados Unidos demuestran que no hay una visión de consenso sobre su génesis, ya que, como cualquier hecho reseñable de la historia musical, no surgió de una manera espontánea sino que fue fruto de numerosas variables, personalidades, movimientos migratorios y causas políticas, sociales y económicas. Pero lo que se podría considerar el mito fundacional se encuentra en el barrio del Bronx de Nueva York en los años setenta, en un ambiente dominado por bandas callejeras que peleaban por el control del territorio. En este escenario surgen las *bloc parties*, fiestas privadas en casas, locales o cualquier lugar susceptible de poder enchufar altavoces, como una manera que tenían los propios vecinos del barrio de sacar un dinero extra. Estas *bloc parties* guardan una profunda relación con los *soundsystems* —sistemas de sonido— jamaicanos desarrollados en la isla durante la década de los cuarenta y cincuenta, con los cuales también organizaban sus propias fiestas²⁷.

²⁶ Jeff Chang, *Can't Stop Won't Stop*, 11.

²⁷ Ladrero Valentín, *Músicas contra el poder*, 111-112.

En el talento de los productores y selectores musicales jamaicanos estaba el futuro del Hip-hop. Nada hubiera sido igual en el Hip-hop sin el manual de instrucciones de los *soundystem* jamaicanos²⁸. En estas fiestas protoraperas se encuentra un joven jamaicano, DJ Kool-Herc, considerado por muchos como el padre del Hip-hop, quien se dio cuenta de que había ciertas secciones rítmicas en las canciones de Funk que pinchaba, que animaban más al baile de la gente. Consciente de esto, pronto desarrolló una técnica usando dos platos de vinilo para repetir esas partes tantas veces como se quisiera, dando lugar a los *breakbeats*. Otro DJ —ahora conocido a nivel internacional como Afrika Bambaataa— interiorizó esta nueva técnica de pinchar y la fuerte influencia que provocaba en los jóvenes del barrio y consideró esta nueva música como una alternativa a la violencia y a las drogas con las se convivía en el Bronx. Él mismo había vivido la situación en primera persona, ya que formó parte de los *Black Spades*, una de las bandas más grandes en su momento, por lo que tenía un especial interés en acabar con esta problemática. Tras un viaje a África en 1973, Bambaataa cambió su manera de pensar²⁹ y se propuso usar el arte en cualquiera de sus expresiones para cambiar la realidad de los barrios del Bronx. Creó una banda en 1976, la *Universal Zulu Nation*, en la que el propio DJ sentó las bases de lo que ya era un hecho, un nuevo movimiento cultural basado en cuatro pilares fundamentales. Se denomina Hip-hop por ser una expresión comúnmente usada por los Mc's o raperos en sus primeras improvisaciones.

Es conocido que la cultura Hip-hop se sustenta sobre cuatro pilares fundamentales que la identifican. El primero de los elementos es el turntablism, nombre que recibe el soporte o plato donde se reproducen los discos de vinilo— o djin. Se podría considerar que este fue el primer

²⁸ Ladrero Valentín, *Músicas contra el poder*, 112 -113 .

²⁹ Kevin Donovan —nombre original— ganó un concurso literario que le premió con un viaje a África que transformó su visión del mundo. Comenzó a interesarse por las costumbres tribales africanas. Cambió su nombre a Afrika Bambaataa Aasim, un nombre proveniente del jefe zulú Bhambatha que lideró una rebelión armada en contra de las prácticas económicas injustas de los primeros años del siglo XX en Sudáfrica, que suele verse como precursora del movimiento anti-apartheid.

Ladrero, *Músicas contra el poder...*, 114-116.

elemento y hace referencia a una nueva manera de “pinchar” música, empleando innovadoras técnicas como el scratch³⁰ o el beat juggling³¹, ya que hasta entonces los DJ se limitaban a mezclar una canción a continuación de otra.

Desde los primeros pasos dados por Kool DJ Hertz, Afrikaa Bambaataa y Grandmaster Flash hasta los DJ’s y productores contemporáneos —DJ Shadow o EL-P— estas técnicas se han ido perfeccionando y renovando:

Hace unos veinte años que los virtuosos del scratch siguen desarrollando una enorme variedad de técnicas y trucos. La competitividad y exhibicionismo propios del Hip-hop se pone de manifiesto en los campeonatos de mezclas DMC, lugar de encuentro de profesionales que despliegan impresionantes habilidades y técnicas³².

Otro de los elementos que definió de pronta manera el Hip-hop fue el baile, llamado *breakdance*, como parte fundamental de la música. Los bailarines serían bautizados por los propios DJ’s como *break boy* (b-boy) o *break girl* (b-girl), ya que son los que bailan sobre breakbeats, término asociado con un ritmo acentuado en muchas partes del compás y por su movimiento enérgico. El término *b-boy/girl* evolucionó y actualmente se usa para referirse a cualquier seguidor de Hip-hop. Los bailes estaban inspirados en el momento cultural de la época, tomando modelos como James Brown o Michael Jackson —entre otros— con giros, piruetas sobre sí mismo, complicados juegos de pies y movimientos basados en películas de baile y lucha. El movimiento *breakdance* fue llevado a las calles por los

³⁰ Literalmente significa arañazo, es un sonido que se consigue al manipular el disco de vinilo hacia adelante y atrás sobre un tocadiscos. Normalmente el ejecutante se suele ayudar también del crossfader, que permite variar el volumen entre dos canales para cortar y manipular el sonido. Fue descubierto de manera anecdótica por Gran Wizard Theodore, quien tras un periodo de mejora en privado, lo presento al público.

³¹ Esta técnica consiste en alternar los ritmos, tiempos y sonidos de mínimo dos discos de vinilos, cambiando de uno a otra por medio del crossfader, para crear así un ritmo nuevo y diferente, basado en la repetición del mismo segmento de audio.

³² Gilbert J. Pearson, *Cultura y políticas*, 239.

jóvenes, quienes participaban en batallas de baile como una forma de sustituir las rivalidades violentas entre barrios, además de añadir un componente artístico. El *breakdance* tuvo un momento álgido en España, pero con el tiempo perdió seguidores y actualmente es un elemento subsidiario, a pesar de que es posible encontrarlo en clases de baile urbano o en concentraciones de Hip-hop.

Una tercera base de la cultura Hip-hop es el Rap o Mcing. Nació de la misma manera que el componente anterior, a partir de la *bloc parties* o fiestas de piso, donde aparece la figura del maestro de ceremonias³³ (Mc, Master of ceremony). En origen, la labor del Mc era animar la mezcla del DJ. Progresivamente y gracias a la amistosa rivalidad por ver quién lo hacía mejor, los Mc's acabaron consiguiendo un estilo más marcado, más rítmico y prosódico, debido a la búsqueda continua de la forma más ingeniosa de adaptarse al ritmo. La culminación del Rap es el recitado de palabras sobre un ritmo que en la actualidad se ha independizado de la cultura Hip-hop y que hoy en día tiene entidad propia. Frecuentemente se suelen confundir ambos términos como si fueran homónimos, pero como se ha descrito anteriormente, uno se refiere al movimiento cultural —Hip-hop— y el segundo es el género musical que en origen nació a partir de ésta cultura (Rap).

La primera canción con una sonoridad de Rap, en lo que a musicalidad se refiere, así como el uso de una rima similar a la rapera y con mensaje político es “*The revolution will not be televised*”, incluido en el álbum *Pieces of a Man* de Gill Scott Heron, en 1971. Este tema se hizo famoso por el poema del mismo nombre que fue versionado con música y del que se puede extraer una sonoridad propia ya del género: batería contundente y una manera de cantar encima del ritmo —de estilo similar a lo que se realizaría con posterioridad— todo ello antes de que existiera la

³³ El Mc era una figura que acompañaba al DJ en las fiestas para animar al público por medio de arengas, gritos e incitación al baile. Esta función evolucionó hasta dar lugar al rapero, también llamado Mc.

cultura Hip-hop, pese a que la base sobre la que rapea es completamente instrumental y no utiliza ninguna de las técnicas mentadas anteriormente.

Existen muchas teorías acerca de las posibles inspiraciones del Rap. A menudo son señalados como antecedentes algunos géneros como el *talking blues* —“Whitewash Station” de The Memphis Jug Band— o las técnicas de *scat* usadas en el jazz, además de una fuerte influencia en su origen de la música Funk —“The clapping song”, Shirley Ellis o “Say it loud, I’m Black and I’m proud”, de James Brown— y Disco y en general de las músicas con raíces afroamericanas.

Musicalmente el Rap ha sido una música basada en el principio de transculturación musical³⁴, en la actualidad se observa cómo la frontera que delimita el Rap de otros géneros musicales cada vez está más difusa. Desde el origen del género las melodías se desarrollan sobre una base rítmica —generalmente de carácter binario 4/4³⁵— sobre la que los productores o *beatmakers* (quien produce la base) terminan de realizar los *beats* (o bases) sobre los que el Mc rapea,. Los productores utilizan multitud de herramientas digitales o analógicas distintas, en busca de nuevos sonidos. Desde el origen del género, estas *bases* estaban producidas a partir de cortes o fragmentos de otras canciones. Esta técnica se desarrollará bajo el nombre de *sample*, *sampleo* o *samplear*, cuyo significado es “muestra” y es literalmente tomar una muestra de una canción e introducirla sobre una base rítmica y una melodía diferente para crear un nuevo tema. En origen se usaban numerosos samples de música disco, soul, dub, funk o melodías familiares y reconocibles del cine³⁶. En poco tiempo, cuando el género Rap comienza a crecer, se generalizan los sampleos en canciones de Rap, a modo de homenaje o para desprestigiar de un rapero rival.

³⁴ Margareth Kartomi, *Procesos y resultados...*

³⁵ Existen excepciones como *Story 2* de Clipping (Clipping, 2014) o *Mis disculpas* de Residente (2017).

³⁶ Por ejemplo el tema principal de la película Rocky se ha llegado a usar en multitud de temas de raps distintos en diferentes épocas (SFDK- *¿Dónde está Wifly?* (2001 Odisa en el lodo) A tribe called Quest *Luck of Lucien* (People’s Instinctive Travels and Paths of Rhythm).

Como en el resto de elementos del Hip-hop, la competición entre Mc's, va a estar presente desde el origen, siendo una práctica común, estas competiciones se suelen llamar "batallas de gallos", en las que dos o más Mc's miden su habilidad para rapear, así como para responder y humillar al adversario con la rima. Normalmente el público es el jurado, aunque en competiciones más importantes y con respaldo de sponsor o patrocinadores (red bull batalla de gallos), se encuentra la figura del jurado compuesto por raperos, así como por el ganador de las anteriores ediciones. Actualmente las batallas de gallos en España poseen un gran prestigio a nivel internacional, gracias a que el país se ha postulado durante varios años consecutivos como campeón del mundo en habla hispana (los raperos Arkano y Skone en 2015 y 2016).

El último rasgo artístico de la cultura Hip-hop es una expresión artística plástica, el llamado grafiti³⁷. El cual se lleva a cabo mediante el uso de botes de pintura, con diferentes filtros para la dispersión de la misma y habitualmente se pinta sobre paredes, muros, trenes...etc. Comúnmente, el contenido del grafiti es el nombre artístico o pseudónimo del autor, pero se encuentran todo tipo de representaciones visuales paisajes, alegorías, retratos, escenas, homenajes o reivindicaciones, entre otros. Sus intenciones son diversas, pero suele estar presente la competitividad propia del Hip-hop, el acto de superar las representaciones previas.

³⁷ Término empleado en contextos arqueólogos para referirse a inscripciones realizadas sobre muros/tablillas o cerámica.

2.1.- LLEGADA A ESPAÑA

Desde sus orígenes en los barrios desfavorecidos de Norteamérica, el género Rap se ha difundido internacionalmente y está presente en la música popular, televisión, publicidad, moda, además de otros círculos comerciales. El Rap llegó a España de la mano de los norteamericanos residentes en las bases militares americanas, situadas en grandes núcleos urbanos como Zaragoza Torrejón de Ardoz y Morón de la Frontera. Estas bases tienen su origen en los Pactos de Madrid de 1953 con el general Eisenhower, en los que régimen franquista buscaba un aperturismo exterior por medio del acercamiento a los Estados Unidos. Gradualmente aparecieron los primeros grafiti en las calles, así como los primeros *breakdancers*. En 1985, TVE emitió el primer concurso de televisión dedicado al *breakdance*³⁸, lo cual supuso un síntoma inequívoco de que el movimiento se estaba gestando. El Rap se difundió mayoritariamente gracias a los militares de descendencia afroamericana que consumían esta música, llegando a la población local. La discoteca Stone's en Torrejón de Ardoz ayudó a la transmisión de la cultura Hip-hop en España, convirtiéndose en uno de los primeros lugares donde se podía escuchar Rap. De igual modo, en Zaragoza o Sevilla se localizan puntos donde se focaliza la escena Hip-hop, debido a la existencia de las bases militares.

Otro de los medios de propagación de la cultura que ejerció gran influencia fueron las películas americanas que llegaron a España en 1984, todas basadas en alguno de los pilares de la cultura Hip-hop como son *Breakdance* (Joel Silberg), *Body Rock* (Marcelo Epstein), *Electric Boogalo* (Samm Firstenberg) y *Beat Street* (Stan Lathan)³⁹. En esta última se incluyen actuaciones de los pioneros del género como Afrika Bambaataa, DJ Kool Herc o Grandmaster and the Furious Five.

³⁸ Miguel Carmelo González, "30 años de Rap en España", *Non stop people* (blog) 17 Julio 2015, <http://nonstoppeople.es/30-anos-de-rap-en-espana/>.

³⁹ Jordán Mondéjar, "Origen de la cultura Hip-hop en España", *Historia del hip-hop en España* (blog), <https://sites.google.com/site/historiadeldhiphopenespana/origen-de-la-cultura-hip-hop-en-espana-1>.

2.2.- PRIMERAS REFERENCIAS ESPAÑOLAS

A finales de los ochenta comenzaron a aparecer los primeros grupos de Rap en España como Sindicato del Crimen, DNI, Mc Randy o DJ Jondo. En 1989 se publicó el primer disco de Rap bajo el título “Madrid hip-hop” (Ariola records) y diferentes recopilatorios que tuvieron escaso éxito comercial, aunque ayudaron a la difusión de la escena. Estos primeros discos fueron de gran sencillez musical, acercándose a los ritmos de *breaks*, con los que los *breakdancers* ejecutaban sus pasos. Por otra parte, las letras eran incapaces de transmitir un significado relevante o profundo más allá del estilo desenfadado basado en rimas pareadas que se encontraba en la época. “Ey tú que estás ahí quítate el dedo de la nariz”⁴⁰.

Con el tiempo, se observó un interés creciente hacia la cultura Hip-hop por parte de los medios generalistas. A mediados de los 80 era común encontrar en TVE, algunos programas que abordaban algún aspecto de la cultura, sobre todo *breakdancers*, pues era lo más vistoso. Así, se emitieron variadas coreografías de *break* presentadas por Jordi Hurtado en 1985 con el grupo *Jump Streets*⁴¹, así como la actuación del grupo *Break Machine* en el programa Un, Dos, Tres, conducido por Mayra Gómez Kemp. Igualmente en TVE, en el programa Tocata, esta explosión por el Rap más primigenio y sencillo también llegó a influenciar a artistas de la talla de “La Faraona”, Lola Flores, quien llegó a cantar el Rap de “Ay, Alvariño”⁴². Este movimiento en los medios de comunicación acercó el Hip-hop a los jóvenes, que comenzaron a interesarse por sus características. Al mismo tiempo, se estaba difundiendo una perspectiva negativa y un tanto mediocre del movimiento, debido a que los medios de comunicación focalizaron su atención únicamente la estética y los ritmos pareados usados a comienzos del género, ofreciendo una visión infantil y sesgada del movimiento.

⁴⁰ *Vas a alucinar*. DNI- Incluido en el disco recopilatorio *Madrid Hip-hop*.

⁴¹ “Jump street TV 2 (1985)”, Youtube video, de una retransmisión de TVE 1985, subido por “lenecay” 6 junio 2013. <https://www.youtube.com/watch?v=58Ku-JpH8GA>.

⁴² “Lola Flores, Rap de ¡Ay Alvariño!”, Youtube video, subido por Manuel Pérez, 22 octubre 2011. <https://www.youtube.com/watch?v=AONN1YY5F2k>.

2.3.- *KEEP IT REAL*, “BOCA A BOCA” Y MAQUETAS

El Rap como parte musical de la cultura Hip-hop se independizó y se asentó como género musical independiente, adoptando una cultura e identidad propias⁴³. *Keep it real* o *underground*, son términos que significan mantenerse fuera de los mass media como una característica identitaria del Rap y Hip-hop desde su origen, ya que como afirma Rosana Martins, “La identidad es el principal instrumento de reivindicación y reconocimiento en los discursos de los movimientos culturales contemporáneos”⁴⁴. La realidad es que el famoso *Keep it real* es un término completamente subjetivo y genera algunas contradicciones. Como señalan El Chojin y Franciso Reyes:

Si transgredimos, si gritamos “Fight the power” y “Break the rules”, ¿cómo es posible que los devotos consumidores de esta música sean —seamos— puristas casi hasta el delirio? ¿Cómo casa la lucha contra lo establecido con el ataque furibundo que se reserva a aquellos *rappers* que salen de nuestras reglas no escritas?⁴⁵

En España este concepto de autenticidad se materializó en la conocida época de las maquetas⁴⁶, en la que los grupos se autogestionan, grabando, editando y distribuyendo sus propias maquetas, manteniendo así un estilo completamente *underground*. Este movimiento basado en cintas de casete alcanzó una rápida difusión entre la juventud, gracias al efecto “boca a boca” y surgió como contrapunto a una excesiva mercantilización y caricatura del género por parte de los grandes medios, lo que llevo a los verdaderos fans y músicos a trabajar de una manera mucho más artesana y

⁴³ El término se utilizará a partir de ahora con esta acepción.

⁴⁴ Rosana Martins, *Hip-hop cultura y participación la visibilidad de la juventud en las periferias urbanas* (Barcelona: Incom UAB, 2015), 18.

⁴⁵ Chojin y Reyes, *25 años de rima...*, 22.

⁴⁶ Maqueta entendida como grabaciones realizadas con escasos recursos en formato casete, distribuidas de mano en mano y con facilidad de auto réplica, lo cual facilita una rápida distribución.

personal⁴⁷. Este impacto logrado mediante la elaboración de maquetas fue el que verdaderamente ayudó a crear un movimiento rapero “serio” en España⁴⁸. El Chojin explica cómo se realizaban las grabaciones:

Era común grabar una maqueta de la siguiente manera; te hacías con dos *getto blaster* (o reproductores más humildes, eso poco importaba) colocabas ambos en la misma habitación. En uno de los reproductores metías una cinta virgen en la pletina de la pletina de la izquierda, que era en la que se podía grabar; mientras que en la otra ponías la cinta que llevaba el ritmo. Dabas a grabar sonido ambiente en la primera y al play para que sonara la base en la segunda, rapeabas entonces al aire procurando apuntar hacia el aparato que tenía la cinta virgen y ¡tachán!...Ahí tenemos un tema para maqueta. Evidentemente, la calidad del sonido del producto final era más que lamentable⁴⁹.

La década de los 90 se considera la etapa de maduración del Rap español. Los jóvenes cada vez estaban más interesados en esta música, aprendían más, perfeccionaban sus letras, métricas y sus flows, así como los productores, quienes comenzaron a componer de una manera más exhaustiva, buscando samples más originales y con una mayor preocupación por el sonido. Raperos como Pablo King —con sus nuevas métricas y un ágil flow— contribuyeron a alejarse de los pareados simples que se escuchaba en el Rap mercantilizado de los 80. Otros grupos de este periodo son Bufank, La Puta Opepé, C.P.V, Falsalarma, Kase. O, raperos que en la actualidad siguen en activo y algunos de los cuales se han convertido en leyendas vivas del Rap en España. Gracias a estos grupos se empezó a abandonar la premisa de que el Rap tenía que ser en inglés y a concebir un Rap en castellano. En este periodo también publicaron maquetas, Jazz Two, El Meswy, Gangsta Squad, V.K.R, Zona Prohibida, Geronación...etc.

⁴⁷ Véase: “Documental Hip-hop España (Spanish players 2)”, Youtube video, de un documental realizado por Patric Taladriz en 2008, subido por “Puracdroga sin cortar”, 25 noviembre 2015, <https://www.youtube.com/watch?v=ZlulT5aopQk>.

⁴⁸ Entiéndase como serio, el tratamiento profesional del sonido, letras y samples.

⁴⁹ Chojin y Reyes, *25 años*, 134.

Durante los primeros años de la década de los noventa, el Rap en España fue considerado incluso entre los propios aficionados como un género lúdico, con mensaje, pero divertido. La oleada de discos y canciones *hardcore*⁵⁰ que llegaron de Norteamérica —temas como *Slam* de Onyx (1993), con profundas líneas de bajo y marcada batería, Wu-Tang Clan, con su disco *Enter the Wu-Tang (36 Chambers)*, de 1993 o KRS One con su ya clásico *Sound of tha Police* del mismo año 1993— cambiaron la concepción en los artistas españoles, en cuanto a la agresividad lírica y al tratamiento de las bases se refiere. Esta transformación tiene su representación en el primer trabajo de C.P.V, *Madrid zona bruta*. Otros grupos posteriores como Violadores del Verso y Falsa alarma tomaron el modelo de C.P.V. y crearon su propio estilo *hardcore*.

2.4.- PRIMEROS DISCOS DE RAP

La importancia del grupo C.P.V. radica en que fue grupo exponente del estilo *hardcore*, pero también, en que marcó el final del periodo de las maquetas, ya que fue el primer grupo de Rap de una nueva oleada de agrupaciones que nunca editaron en formato maqueta —salvo grabaciones mal realizadas que circulaban de manera “pirata”— y apostaron directamente por el disco “*Madrid, Zona Bruta*”, publicado en 1995, el cual puede considerarse el primero de Rap de España⁵¹. El sello *Yo Gano*, fue la discográfica encargada de distribuirlo y la primera dedicada a comercializar exclusivamente música Rap. El sello fue creado en 1994 por Sergio Aguilar Pereira, un aficionado a este género que vislumbró un enorme potencial entre los grupos emergentes de Rap, así como una

⁵⁰ Entiéndase *hardcore*, cómo la manera más cruda de hacer Rap sin excesivas florituras, con un fuerte predominio del bombo y la caja y con letras agresivas. En España el *hardcore* Rap va a tener como grupo representativo Violadores del Verso, gracias a las ásperas y crudas bases de R de Rumba, su productor. Este estilo de Rap fue característico en la década de los noventa. Aunque en la actualidad se sigue realizando (raperos como Ajax y Prok, Foyone o 1991 Hooks mantienen el estilo *hardcore*, tan característico de la década de los noventa).

⁵¹ A pesar de que *Educación desde el lado oscuro*, de KBPO2SE, fue publicado en 1994, tuvo mucha menor repercusión y no se considera el primero.

oportunidad frente al resto de discográficas. Creó una infraestructura que permitió a los raperos del momento salir de los círculos internos y limitados de maquetas y lanzarse al mercado discográfico, pero manteniendo la esencia *underground* que buscaban y alejándose de las grandes sellos discográficos que monopolizaban el mercado. A esto mismo se refiere el Chojin cuando analiza el éxito que tuvo el grupo:

Representó el máximo acontecimiento que ocurrió nunca en nuestra comunidad. Se convirtió en la Biblia. Si querías ser considerado integrante del movimiento Hip-hop, tenías que tener el disco de C.P.V.

Sobra decir que ni C.P.V ni su disco debut aparecieron en ninguna televisión, ni en ninguna publicación generalista, ni en ninguna radio medianamente potente. Su éxito se cimentó en el más estricto boca a boca, la cosa no pudo ser más *underground* El público ahora ya tenía un referente claro con el que comparar a aquellos que rapeábamos⁵².

Además de cambiar el paradigma del género en lo que respecta a su relación con la industria discográfica, C.P.V. también fue el primer grupo español de Rap, con una técnica avanzada respecto al resto. En este primer disco se pueden encontrar unas letras agresivas y reivindicativas, uso de nuevas métricas y flows novedosos además de un avanzado manejo de las técnicas de producción y sampleos. La única deficiencia es la calidad del sonido, que resulta de estilo puramente “maquetero”, debido al poco presupuesto con el que contó la grabación. A esto mismo se refiere Frank-T —raperos en C.P.V y divulgador del mundo del Rap— y Acción Sánchez, DJ y productor de SFDK:

A nivel técnico estábamos totalmente verdes, nosotros y los técnicos de los sitios, por eso el disco suena bastante mal, se ha remasterizado y todo eso pero el sonido fue un poco precario básicamente por eso. Frank- T.

⁵² Chojin y Reyes, *25 años...* 149-153.

[...] Forjó incluso hasta las técnicas de rimar, de cómo se rima hoy, yo creo que vienen del *Madrid Zona Bruta*, luego cada uno ha desarrollado su estilo pero aquí siempre se rapeaban pareados (...) Esa gente hizo unos cimientos de técnica en el Rap. Acción Sánchez⁵³.

El sello *Yo Gano* logró publicar una gran cantidad de discos y aunó a numerosos artistas de Rap, muchos de los cuales siguen hoy en activo⁵⁴:

1. *Educación desde el lado oscuro* (1994) de KBPO2SE.
2. *Madrid Zona Bruta* (1995) de El Club de los Poetas Violentos.
3. *Vacaciones en el mar* (1996) de La Puta Opepé
4. *Hecho Es Simple* (1997) de 7 Notas 7 Colores.
5. *Konfusional* (1997) de Frank T.
6. *"Lujo Ibérico"* (2000) de Mala Rodríguez.
7. *"Chanelance"* (2000) de La Puta Opepé.
8. *"Nada como si"* (2001) de Dobleache.
9. *"Chanelance"* (2000) de La Puta Opepé.
10. *"Tu madre es una foca"* (2002) de ToteKing & Shotta.
11. *"El sistema"* (2002) de La Puta Opepé.
12. *"Una selva de ambiente estereo"* (2003) de Punto Final.
13. *"Música para enfermos"* (2004) de Tote King.
14. *"One Dollar: El precio de la vida BSO"* (2005) de VV.AA.

Merece la pena mencionar en este punto a Negu Gorriak⁵⁵ —con Fermín Muguruza, ex cantante de Kortatu— un grupo fusión de Rap que mostró gran interés e influencia por el grupo norteamericano Public Enemy, usando el sonido de guitarras distorsionadas junto con las bases. Tienen proyecciones del punk y el metal. Normalmente Negu Gorriak es olvidado cuando se escribe la historia del Rap en España, quizá por su

⁵³ "Dos platos y un micrófono.30 años de Hip-hop en España", Youtube video, 23:00, de un programa especial emitido en La2 de RTVE, emitido el 23 febrero 2015, subido por "Kebabamigo", 12 diciembre 2015, <https://www.youtube.com/watch?v=HeqIgjuzwA>.

⁵⁴ A excepción de KBPO2SE y Punto Final.

⁵⁵ Negu Gorriak de Negu Gorriak- Oihuka, 1990 (Discográfica independiente).

distinta musicalidad o por sus letras próximas al entorno de la izquierda abertzale.

Los grupos que publicaron discos con *Yo Gano* se convirtieron en referencia para los raperos que surgieron al final de la década de los noventa y comienzos del nuevo milenio, cuando se gestaron formaciones como SFDK, Violadores del Verso o 7 notas 7 colores, unas agrupaciones que actualmente siguen llenando salas y festivales. Esta eclosión de grupos de Rap ostentaba ya una calidad óptima de sonido, letras y producción, que fue posible gracias a la edición y distribución de los discos por sellos independientes, formadas por y para raperos. Este es el caso de Rap Solo —que permanece vigente en la actualidad como uno de los sellos más importantes y clásicos del Rap español, formado por los integrantes del grupo zaragozano Violadores del Verso— SFDK records o el sello Zona Bruta, formado por integrantes de C.P.V. Durante estos años se fraguó la escena del Rap y existía una red de comercios, músicos, raperos, medios independientes como revistas y fanzines, así como documentales y películas de bajo presupuesto realizadas por los propios raperos.

Aprovechando su afición por lo audiovisual (el Mc Metro), creyó que sería buena idea seguir con la filosofía de los fanzines, pero en VHS. Estamos hablando de una especie de Youtube prehistórico⁵⁶.

Desde los comienzos del Rap en España, los fans y los artistas desconfiaron de las grandes discográficas y de los sellos generalistas, que hasta el momento habían parodiado la cultura Hip-hop, reduciéndola a una superficial moda pasajera con la que poder enriquecerse, por lo que el movimiento Rap se mantuvo completamente al margen de los medios generalistas, tanto musicales como de difusión, donde a su vez, eran ignorados.

⁵⁶ Chojin y Reyes, *25 años...* 166.

Los grupos de Rap de los 90 sentaron las bases del género y editaron álbumes que se convirtieron en referencia, como *Hecho es simple*, de 7 notas 7 colores publicado en 1997⁵⁷, el primer LP del Mc Mucho muchacho, atrajo tanto a un público Rap como Indie, Rock y otros estilos y también supuso una gran innovación sobre todo por la peculiar manera que Mucho tenía rapeando, más similar a un estilo hablado. De este periodo es también Boa music, una plataforma de distribución de Rap en español que no fue la primera, pero sí la más reconocida a nivel nacional, siguiéndole otras como Grmly o Entik Records. Habitualmente, estas distribuidoras se encargaban de editar y difundir los contenidos a través de Youtube y otras plataformas digitales, además de producir discos y mover el *merchandising* de los artistas integrados en el sello. Debido al desarrollo y aceptación que este nuevo género había experimentado, los grandes sellos discográficos comenzaron a interesarse por el Rap.

La gente del mercado discográfico externa al Rap empezó a llamar a nuestras puertas y a sonreírnos mientras nos decían “firma donde pone la equis”. Sin excepción, uno a uno, todos fuimos firmando⁵⁸.

En conclusión, se observó en los años finales de los noventa y comienzos de la nueva década un proceso de maduración del género Rap donde se alcanzó una manera profesional de trabajar, en un paulatino alejamiento del formato casete. El apoyo y la atención que recibió el género fueron exclusivos de sellos independientes dedicados al Rap.

⁵⁷ Actualmente se está celebrando el 30 aniversario del disco, con una remasterización del mismo en vinilo, así como una gira de conciertos en el que el grupo canta íntegramente el álbum.

⁵⁸ Chojin y Reyes, *25 años...* 177.

2.5.- DÉCADA 2000. COMIENZO DE LA MERCANTILIZACIÓN

El Rap se ha considerado una música propia de algunos sectores jóvenes de población, a quienes fueron dirigidas nuevas campañas publicitarias y de marketing. Numerosos spots publicitarios se emitieron con la participación de grupos de Rap: SFDK: anuncio Cruzcampo (2004), Nach compuso el himno de la liga de baloncesto española ACB en la temporada (2004-2005), Rap contra el racismo, promovido por el Ministerio de Cultura (2011), Def con Dos compone una canción para el anuncio del videojuego Battlefield (2013), Nach: compone canción para el anuncio de San Miguel (2014), campaña de concienciación del Langui contra el acoso escolar (2015), campaña de reciclaje promovida por Ecoembes, con la colaboración de Chojin (2016).

Pero lo que más comercializan los raperos es ropa, en ocasiones de su propia marca y otras veces de otras grandes firmas. Asimismo, se emitieron otras campañas publicitarias en las que únicamente se hacía uso de la música Rap, como anuncios de refrescos, batidos, natillas o bollería industrial. La marca de refrescos Red Bull también vio una oportunidad de promoción en las batallas de gallos, las cuales viene patrocinando a nivel mundial desde aproximadamente hace quince años. A esta relación entre Hip-hop y publicidad se refirió Francisco Reyes, apuntando una ignorancia por parte de los medios generalistas con respecto al Hip-hop.

ACTIVOHIPHOP: ¿Qué te parece la relación hip hop-publicidad en España? ¿Por qué crees que el hip hop es tratado casi como un chiste por parte de ciertas agencias de publicidad, en lugar de darle un tratamiento más serio y creativo como pasa en Estados Unidos?

FRANCISCO REYES: En Estados Unidos sucede eso porque conocen el tema, saben lo que es el Hip hop. En España nunca lo han sabido. Creen que el break es eso que se bailaba en los 80, el graffiti son las pintadas esas de los cubos de basura y el rap es eso de: “*hey tú, que estás ahí*”. De todo esto tienen la culpa los medios de comunicación, que suelen caricaturizar el estereotipo del raperos, y

eso es difícil que cambie. Pero a favor de ellos tengo que decir que no tienen la obligación de hacerlo como nosotros queremos que lo hagan; ellos necesitan un recurso para su película, programa o spot y utilizan el hip hop como les da la gana y no somos quien para obligarles a hacerlo de otra manera. Además, nos quejamos de que por ejemplo nos imitan poniendo a un actor con la ropa ancha y haciendo aspavientos con las manos... ¡Pero si es que vas a un concierto y todos los Mc's hacen eso! Muchas veces nos creemos el ombligo del mundo y que todo el mundo tiene la obligación de respetar el Hip hop a muerte (esto sólo es exigible a los que trabajan en un medio especializado en Hip hop), cuando lo cierto es que los "de fuera" viven perfectamente si Hip hop y no les interesa lo más mínimo. Y no les podemos culpar por ello⁵⁹.

Aproximadamente a partir del año 2000 las grandes discográficas y medios realizaron un acercamiento progresivo al género Rap, los grupos como Rayden, SFDK, Juaninacka, Mucho Muchacho, Porta, Nach, Mala Rodriguez o La Excepción comienzan a firmar contratos con los grandes sellos discográficos, Sony o Warner principalmente. También es una época en la que se editan gran cantidad de recopilatorios de Rap con las figuras más destacadas del género como *Esencia Hip-hop*, *Tiempo de perros*, *4x4 Hip-Hop* o *Laboratorio Hip-hop*. El excesivo interés de sellos ajenos al Hip-hop, unido a una incipiente crisis discográfica provocó una sobreexplotación del Rap en búsqueda de una joven promesa. En palabras de Chojin:

Aparecieron literalmente cientos y cientos de referencias en decenas de sellos discográficos. Es la época en la que surgieron grupos que copiaban a otros grupos, rappers que nadie conocía, supuestos Mc's que en realidad jamás habían pisado un escenario, formaciones que aparecían con la misma rapidez con la que se desvanecían tras su primer y único trabajo...Posteriormente desde el año 2005 o 2006

⁵⁹ Soul Cat, "Entrevista a Francisco Reyes, profesor universitario de Hip-hop", *Actibohiphop.com* (blog), 2006, <http://www.activohiphop.com/entrevista-francisco-reyes-profesor-universitario-de-hip-hop-23.php>.

hasta 2010, cambió la tendencia. Las compañías ya no tienen dinero para arriesgar sacando a cualquiera y se centran únicamente en lo que saben que será rentable. Dejan de publicar a grupos noveles dando la espalda a posibles nuevas promesas. El mercado se reduce básicamente a una docena de grupos asentados y con experiencia que se reparten el pastel. Aparece la figura del rapper profesional⁶⁰.

Como consecuencia de lo anterior, desde 2005 o 2006 las discográficas contrataron a raperos con una larga fila de seguidores, no arriesgándose nunca más a editar artistas menos conocidos. Esta fue la razón por la cual muchos de estos grupos fueron acusados por algunos fans de “venderse a los grandes sellos”. En teoría, esta condición no debía acarrear un cambio de estilo en el grupo, sino constituir un medio para que el artista pudiera vivir de su música y tener más promoción y medios. No obstante, también es cierto que la mayoría de estos contratos de raperos con multinacionales tuvieron algunos finales agrios debido a las condiciones abusivas que ofertaron las discográficas a los grupos, tales como pérdida de los derechos de autor, cláusulas inicuas o una obligación de ajustarse a los planes de marketing de la compañía, dejando en ocasiones un disco sin distribución debido a intereses particulares⁶¹.

Antes de continuar es necesario subrayar que no todas las discográficas independientes por el hecho de serlo ofrecían mejores condiciones. En ocasiones procedieron como los grandes sellos, tal y como relata Lutxo:

Muchas de las compañías supuestamente independientes en España son copias de las grandes a pequeña escala. Quiero decir, funcionan igual que Universal y todas estas, establecen las mismas relaciones contractuales con sus músicos, son igual de beligerantes con artistas que no les siguen el rollo... Pero tienen menos dinero.

⁶⁰ Chojin y Reyes, *25 años...*179

⁶¹ Es lo que le ocurrió al grupo La Excepción con la discográfica Warner. Véase: Agencia Efe, “La Excepción da una colleja a las discográficas”, *El País* (versión blog), 27 marzo 2009, http://cultura.elpais.com/cultura/2009/03/27/actualidad/1238108404_850215.html.

Algunas, como Zona Bruta, acabaron convirtiéndose en parte de grandes compañías como Warner⁶².

La expansión que la música Rap experimentó en la sociedad española de los años 2000 fue tal, que llegó hasta los medios de comunicación —radio y televisión— que hasta entonces se habían mostrado distantes. Por ejemplo, *El rimadero*, un programa de Radio 3 de RTVE presentado por Jota mayúscula, que continúa emitiéndose en la actualidad, *La cuarta parte*, conducido por Frank-t también en Radio3 y también hoy vigente o *Ritmo Urbano*, conducido por Chojin en La2 de TVE. Estos programas contaban con presentadores consagrados en mundo del Rap. Hay que mencionar la aparición asidua de raperos para ser entrevistados en diferentes programas de televisión, como Buenafuente *BFN* (Antena 3, 2005-2007 LaSexta 2007-2011), *Noche sin tregua* (Paramount Comedy, 2004-2007) o *No disparen al pianista* (La 2, 2006-2008). Además, se editaron diferentes revistas como la mítica Hip-hop Nation o Hip Flow.

Al mismo tiempo, algunos grupos de Rap obtuvieron los primeros discos de oro⁶³, lo cual supuso un gran éxito del género, teniendo en cuenta que aún había llegado Internet a tener su influencia actual. La primera artista que logró este galardón fue La Mala Rodríguez en el año 2000, con su disco *Lujo Ibérico*, posteriormente los sevillanos SFDK, con su LP, *2005* (2005) y Violadores del Verso con su *Vivir Para Contarlo* en 2006, con 60.000 copias vendidas en 6 días⁶⁴. Otros muchos grupos ganaron discos de oro. El último en lograrlo fue Mc Kase.O con su disco *El Círculo*, publicado en 2016, el cual se introdujo en el top de artistas más vendidos junto a Melendi, Bisbal y otros artistas incluidos en los *mass media*. Es necesario recordar que todos estos éxitos comerciales fueron

⁶² Lutxo Pérez —periodista, crítico y colaborador en diferentes medios musicales— en conversación con el autor, junio 2017. Véase: el anexo.

⁶³ En origen se exigía 50.000 para el disco de oro, en 2005 se rebajó a 40.000 y en 2009 a 30.000. En la actualidad el número se encuentra en torno a 20.000. No era necesario vender tal esa cantidad de discos, bastaba su distribución.

⁶⁴ Administrador, “Los discos de oro del Rap español” *Terapia Hip-hop* (blog), 17 febrero 2009, <http://www.terapiahiphop.com/2009/02/17/los-discos-de-oro-del-rap-espanol/>.

llevados a cabo por artistas y discográficas independientes. El caso de Violadores del verso fue más impactante, ya que en 2006 —época en la que en España las redes p2p y servicios como emule permitían la descarga de música gratuita— subieron su propio disco a Internet, permitiendo la descarga gratuita⁶⁵ una semana antes del lanzamiento oficial, logrando posteriormente el éxito ya mencionado.

Durante los años comprendidos entre 2000 y 2009, la piratería comenzó a afectar con fuerza a la industria discográfica, quitándole un porcentaje de venta de discos a las multinacionales, aunque a pesar de ello, éstas seguían controlando todos los procesos productivos y de distribución. Ante esta situación, algunos artistas vislumbraron una oportunidad de darse a conocer en las nuevas redes del momento, como, por ejemplo, Porta —posteriormente ficharía con la compañía Universal— o Aloy, quienes comenzaron su carrera durante la expansión de Internet en España, sobre los años 2006-2009, subiendo sus propias canciones y también gracias a una recién estrenada plataforma llamada Youtube. La red social y musical de mayor relevancia era Myspace, donde se permitía a cualquier persona editar y distribuir música para que el público pudiera escucharlo de forma gratuita.

Como resumen se puede señalar que en la primera década del siglo XXI el Rap se asienta como música y negocio completamente integrado en el mercado discográfico, bien a través de sellos independientes o generalistas. Mientras, en el ámbito discográfico, la piratería y el cambio del modelo de consumo comienzan a provocar pérdidas en el sector industrial provocando una regresión de la industria respecto al género Rap.

⁶⁵ “Entrevista a Violadores del verso, Noche sin tregua”, Youtube video, a partir de 7:00, subido por “*el mejor rap*”, 20 marzo 2010, <https://www.youtube.com/watch?v=1uiUomZ2LX0>.

2.6.- ¿EL NUEVO RAP? TRAP

Actualmente existe una corriente musical llamada Trap que es paralela al Rap, con origen en el sur de Estados Unidos y que se inaugura en 2003 con el disco *Trap Muzik* de T.I. Generalmente y en su origen, los textos del género Trap hablan exclusivamente de “trapicheos”, vida en la calle, drogas y asuntos turbios, sin presentar ninguna connotación musical diferente al Rap⁶⁶. En Estados Unidos este género evolucionó, llegando a España con las siguientes características: El Trap se basa en un uso de BPM más lento en las bases y con ciertas particularidades sonoras —como ritmos más lentos de 50-60-70-80 Bpm en lugar de los 90-105 Bpm habituales del Rap— el uso de redobles y una gran presencia del hit-hat (charles), así como de bombos acompañados de subgraves muy potentes. Usualmente el Trap desarrolla un estilo más electrónico que el Rap, además del uso de efectos como *flanger*, *delays* o *autotune* en el tratamiento de la voz. Los productores de Trap demuestran una predilección por el uso de la caja de ritmos Roland 808 para la realización de las bases, incluso se encuentran referencias al famoso secuenciador en títulos de canciones y en colectivos como 808 Mafia, que agrupan a diferentes productores de Trap estadounidenses. Cabe destacar la ruptura que los músicos de este género realizan a nivel estético alejándose de las características ropas anchas, e imponiéndose conjuntos más llamativos y excéntricos con estampados y colores vivos.

Trap es un término “comodín” y a la pregunta de ¿qué es el Trap?, cada artista responde de una manera, no encontrando rasgos recurrentes en sus respuestas⁶⁷. Hay quien lo cataloga como un subgénero del Rap, otros lo consideran un género independiente con raíces en el Rap, otro sector lo

⁶⁶ En el disco que inaugura el género no se encuentra ninguno de los elementos musicales que caracterizan al Trap.

⁶⁷ A este respecto se pronuncian dos artistas punteros que han sido clasificados como Trap en su propuesta musical, C.Tangana y Yung Beef de la banda Pxxr Gxng. Alicia Álvarez Vaquero, “C.Tangana y Yung Beef nos ayudan a diferenciar el Trap del no- Trap”, *Beatburger* (blog) 15 de junio 2017, <http://www.beatburger.com/especiales/yung-beef-y-c-tangana-nos-ayudan-a-diferenciar-el-trap-del-no-trap/>.

considera el futuro del Rap o como una evolución natural del mismo y existe un público a quien le parece una moda pasajera sobreexplotada. Ante este vacío semiológico, se plantea aquí la posibilidad de definir el término a partir de sus características musicales discrepantes con respecto al Rap. El Trap llegó a España hace aproximadamente cinco años (2011-2012) y relanzó la popularidad del género, agrupando a una gran cantidad de fans⁶⁸. Parte de ellos proceden del más puro género Rap, pero otros muchos no han conocido otros estilos previos. Se trata de una música en general mucho más cercana al mundo del *mainstream* que el Rap.

En definitiva, puede concluirse diciendo que el género Rap está sufriendo cambios que conducen a nuevas actitudes, lugares sonoros y estéticas así como una manera diferente de establecer relaciones con la industria y los medios. Cambios que se están produciendo en este momento. Será necesario, por lo tanto, tener en cuenta el término Trap en lo sucesivo cuando en este trabajo se hable de Rap.

⁶⁸ Los videos de Trap en Youtube acumulan millones y millones de reproducciones.

CAPÍTULO 3. INDUSTRIA DISCOGRÁFICA

A continuación se muestra un breve estado de la cuestión de la industria discográfica en España, con la intención de comprender mejor el estado de las ventas musicales y su evolución hacia nuevos modelos de desarrollo.

3.1.- BREVE HISTORIA DE LA INDUSTRIA DISCOGRÁFICA

Durante el siglo pasado, la labor de un sello discográfico tras grabar un álbum consistía en producirlo en forma de vinilo, Cd o cualquier otro formato estandarizado de la época y distribuirlo a través de sus propios canales de venta o mediante otros medios independientes. Por otro lado, el sello discográfico normalmente era responsable de la publicidad y marketing, así como de la promoción musical, que se centraba principalmente en la radio, con el objetivo de hacer sonar mucho el disco con la finalidad de aumentar el número de ventas. Esta situación de dependencia de la difusión radiofónica fue tal que se llegaron a producir verdaderos escándalos consistentes en sobornos y coacciones por parte de los directivos de las industrias discográficas. Un caso representativo fue el llamado escándalo de la Payola, producido en EE.UU a mitad del siglo XX⁶⁹.

Cuando apareció el formato Cd en los años ochenta del siglo pasado, los costes de producción descendieron y las ganancias de las compañías se incrementaron, un hecho que incluso fomentó la producción de acciones

⁶⁹ Término proviene de Pay off law (pagar fuera de la ley) Los dueños y locutores de las radios en Estados Unidos como Alan Freed (quien acuñó el término Rock and roll) exigían dinero y realizaron sobornos para que grupos musicales sonaran en las radios en los momentos de más difusión, con el objetivo de conseguir más influencia y ventas físicas. Para más información, véase: Robin Cartwright, "What's the story on the radio payola scandal of the 1950s?", *The straight dope* (blog), 31 agosto 2004, <http://www.straightdope.com/columns/read/2176/whats-the-story-on-the-radio-payola-scandal-of-the-1950s>.

en las compañías discográficas, que atrajo a los inversores de Wall Street. Columbia Records fue comprada por Sony music, Warner Bros por Time Inc y EMI por Thorn industries. Posteriormente llegó la Mtv, y el concepto de Hit, como método para lanzar la carrera de un artista poco conocido. Años más tarde, en la década de los 90, nació el formato que cambiaría la manera de escuchar música y la propia industria discográfica, el Mp3. Este nuevo estándar de audio logró por su versatilidad, su ligereza y su comodidad arrebatar el control de distribución a las grandes casas disqueras, debido a las redes p2p y servicios como Napster⁷⁰.

3.2.- CAÍDA DEL SECTOR DISCOGRÁFICO EN ESPAÑA Y NACIMIENTO DE UN NUEVO MODELO

En España, al igual que en el resto de mercados internacionales, el mercado discográfico experimentó una caída en picado desde la llegada de Internet y la era digital, que fue frenada gracias a una progresiva adaptación al nuevo paradigma musical, basado en plataformas de *streaming*, Youtube, compras digitales, o los propios conciertos, los cuales volvieron a convertirse en un medio para que los artistas equilibraran las pérdidas que generaba el sistema discográfico.



⁷⁰ Para una información más detallada referente a la historia discográfica, véase: Siller K, *Historia de la industria musical*.

Figura 1. Evolución de las ventas y distribución discográfica en España⁷¹

En la gráfica se observa un crecimiento del mercado digital inversamente proporcional a las ventas en soporte físico, con una gran variación en menos de diez años. En 2005 el soporte físico suponía 92%, mientras que en 2014 constituía el 46% igualando al sector digital. Esta desviación puede deberse a multitud de factores: la aparición de nuevos formatos como el mp3, el abaratamiento de soportes de almacenamiento, o a disponibilidad de prácticamente toda la música popular universal de manera gratuita por medio de descargas legales o ilegales, entre otros. Hasta este momento la industria discográfica había sabido adaptarse a los cambios provocados por los distintos avances tecnológicos como fueron la aparición del Cd o la creación y destrucción de distintos estándares de reproducción o grabación, por ejemplo, pero la llegada de Internet supuso una gran pérdida de la influencia que estas compañías poseían.

En el año 2003 nació el servicio iTunes bajo la premisa de hacer frente a una piratería en alza. Fue la primera tienda online de música que permitió acceder al catálogo de las grandes discográficas, marcando un punto de inflexión en la historia de la industria discográfica al introducir nuevos precios y formas de pago, así como peculiaridades como la posibilidad de comprar únicamente una canción de un álbum, algo inimaginable hasta el momento.

2005 y 2006 fueron años en los que el sector discográfico comenzó a acumular pérdidas en el mercado del soporte físico. Simultáneamente, se estaba librando una lucha contra la piratería y por los derechos de autor, encabezada por la Sociedad General de Autores (SGAE) y otros colectivos que aglutinaron artistas y medios de comunicación, o la propia ley Sinde⁷² impulsada por la ministra de cultura durante el período 2009-2011, como

⁷¹ Pedro Buil Tercero. y Jaime Hormigos Ruiz., “Nuevas formas de distribución...”, 53.

⁷² La ley Sinde, trataba de regularizar las infracciones que se cometían contra los derechos de autor en Internet. Para más información al respecto véase: Eduardo Arcos, “¿Qué es y cómo funciona la Ley Sinde?, en términos simples y sencillos”, *Hipertextual* (blog), 25 enero 2011, <https://hipertextual.com/2011/01/que-es-la-ley-sinde>.

se ha visto posteriormente la piratería no era la causa del descenso de ventas, sino que más bien se trataba de una industria discográfica caduca, basada en el oligopolio de unas cuantas compañías incapaces de adaptarse a los tiempos que vendrían. A este respecto se refiere el informe que analiza el sector discográfico y promotor en España, el *Libro blanco de la música* que trabaja sobre datos de un análisis realizado por la Unión Europea bajo el nombre de *Digital Consumption on the Internet: Evidence from Clickstream Data*:

Si alguien afirmara que la piratería no es mala para la industria musical seguramente pensaríamos que está loco. Aunque si ese alguien resulta que es la Unión Europea, a través de un estudio que ha realizado, vale la pena analizar sus conclusiones”.

«La realización de investigaciones sobre los efectos del consumo de música ilegal en los ingresos requiere información detallada sobre las cantidades tanto de música legal como ilegal consumida por los individuos. Basándonos en un conjunto de datos original, somos capaces de seguir los clicks de más de 16.000 usuarios de internet, y en particular, de sus visitas a sitios web legales e ilegales de consumo de música» .

«Después de utilizar varios enfoques para hacer frente a la endogeneidad de la descarga y el streaming, nuestros resultados no muestran ninguna evidencia de un descenso de las ventas (como consecuencia de la piratería u otros canales de consumo) ».

Estas conclusiones van cobrando sentido principalmente con dos argumentos:

- *No todo lo que un usuario piratea, lo compraría si no pudiera piratearlo*
- *El acto de piratear contribuye a una mayor difusión⁷³.*

En 2007 las pérdidas del disco seguían mostrando una clara tendencia negativa. Sin embargo, los visos de un nuevo mercado digital

⁷³ Luis Aguiar Bertin Martens, “Digital Music Consumption on the Internet: Evidence from Clickstream Data”, *European Commission Joint Research and Centre Institute for Prospective Technological Studie*, 2013, Disponible en este enlace: <http://ftp.jrc.es/EURdoc/JRC79605.pdf>.

brotaban, ya que, según datos de la SGAE en 2008, el formato digital subió un 24,3% respecto al año anterior. Pese a estas pérdidas son años en los que todavía se mantiene la venta de discos⁷⁴. 2009 fue un año relevante dentro de esa revolución industrial; Youtube comienza a posicionarse como plataforma válida para distribución de videoclips⁷⁵, nacen también las primeras plataformas de *streaming* y los primeros artistas raperos de Youtube como Porta o Aloy. Durante los años venideros —2009-2011— se asistió a un uso generalizado de los smartphones, los cuales permitían acceder a todas las plataformas desde un mismo dispositivo que se podía llevar a cualquier parte.

En 2014 la industria discográfica obtiene beneficios por primera vez desde el inicio de la crisis, gracias a un comercio digital ya muy asentado y a un mercado físico creciente, en el que el sector de los vinilos presta una gran ayuda. El mercado digital crece un 22,75% con respecto al año anterior, el cual depende un 75% del *streaming*, ya sea por medio de suscripción a una plataforma —Spotify o Deezer— de no suscripción con anuncios, o el *streaming* con anuncios fijos, como es *Youtube*. En 2015 la tendencia del mercado digital siguió ascendiendo, alcanzando el *streaming* hasta un 80% de los ingresos del mercado digital⁷⁶. Estas cifras provocan que el mercado físico continúe acumulando pérdidas, a excepción del vinilo que sigue en alza con un incremento del 19,6% respecto al año anterior. Datos extraídos de Promusicae, que trabaja a su vez con multitud de datos de diferentes fuentes⁷⁷ para la creación de sus informes e infografías.

⁷⁴ Se recuerda que Violadores del Verso logró su disco de oro en 2006.

⁷⁵ Hay que recordar que en 2009 Youtube sólo tenía tres años de vida.

⁷⁶ Pedro Buil Tercero. y Jaime Hormigos Ruiz, “Nuevas formas de distribución...”, 48-57.

⁷⁷ Cifras del mercado físico: según información facilitada por Avispa, Blanco y Negro, Concert Music, Discmedi, Divucsa, Metanetwork Música Global, Naïve, Nuba Records, Pep's Music, Sony Music, Universal Music y Warner Music. La cifra de mercado físico facilitada por las compañías miembros de Promusicae supone, para el año 2016, el 91% del mercado total español.

Cifras del mercado digital: según información facilitada por Avispa, Divucsa, Blanco y Negro, Metanetwork, Música Global, Roster Music, Sony Music, Universal Music y Warner Music. La cifra de mercado digital facilitada por las compañías miembros de

Estos cambios en las ventas y en la manera de consumir música han producido un cambio en la vieja configuración de la industria discográfica, que se basaba en tres pilares, la venta de discos por parte de las discográficas, la gestión de los derechos de propiedad intelectual por editoriales o la propia casa discográfica y los conciertos, promocionados por los propios músicos o manager. “Las multinacionales vendían discos que empezaban la cadena de valor que explotaban otros”⁷⁸. Actualmente estos tres pilares han cambiado. Como se verá a continuación, en la actualidad la cadena de valor, comienza con el propio artista subiendo sus propios temas a Internet y continúa con una completa autogestión del resto de los procedimientos.

A continuación se incluye un texto que resume perfectamente el cambio de paradigma producido en la industria discográfica, el cual señala una evolución que dibuja nuevos esquemas y modelos de negocio gracias a nuevos agentes culturales que se posicionan mejor que la propia industria clásica arraigada en un modelo caduco.

El sector de la música en la era digital, en especial el de la música grabada, se ve sumergido en una irrefrenable evolución de los paradigmas clásicos del mercado. Esta evolución de la industria discográfica está dibujando un escenario de enfrentamientos diversos entre la propia industria y otros agentes culturales que van posicionándose mejor ante las nuevas tecnologías, lo que empieza a derivar en la aparición de nuevas corrientes de distribución de contenidos, culturales en general y musicales en particular, que están dando lugar a nuevos modelos de negocio. El auge experimentado por el formato mp3 o los sistemas P2P, unido a los nuevos comportamientos sociales de acceso al contenido musical que generaron programas como Kazaa, Emule, o Napster han favorecido

Promusicae supone, en el año 2016 el 86% del mercado total español. Promusicae, “El mercado de la música grabada en España en 2016”, *Promusicae*, 2017.

⁷⁸ Néstor Canclini, Francisco Cruces y Maritza Urteaga, “Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, las editoriales y la música”, *Fundación telefónica* (blog), junio 2012, 171.

la aparición de un modelo de intercambio y consumo musical dinámico y muy difícil de controlar por las estructuras de una industria demasiado anclada en el modelo clásico de negocio que no ha sabido anticiparse al nuevo paradigma . De este modo, a través de la tecnología streaming surgen agentes como Spotify, Apple Music, Tidal, Deezer (y muchas otras) o el portal de videos YouTube que proporcionan un nuevo servicio online de acceso a los contenidos musicales, terminando poco a poco con el formato físico en el que se distribuía la música⁷⁹ .

⁷⁹ Pedro Buil Tercero. y Jaime Hormigos Ruiz, “Nuevas formas de distribución...”, 52-53.

CAPÍTULO 4. EL RAP EN EL NUEVO PARADIGMA MUSICAL

Antes de la llegada del nuevo mercado digital, para escuchar íntegramente el último lanzamiento de un artista, había que esperar a comprar o alquilar el Cd, o en el mejor de los casos, tratándose de Rap que pusieran alguna canción en la radio o en la televisión. Actualmente el paradigma ha cambiado y es habitual que antes de la compra de un disco —bien físico o digital— sea escuchado por *streaming* o incluso se descargue de manera gratuita para saber si merece la pena el desembolso. Los raperos actuales han sabido aprovechar a la perfección esta situación. Sus temas y novedades son autoeditados por ellos mismos a través de diferentes plataformas que permiten una escucha gratuita. La predilecta es Youtube.

4.1.- YOUTUBE COMO NUEVO CANAL DE DISTRIBUCIÓN. REDES SOCIALES

La gran plataforma que alberga infinidad de videos ha logrado convertirse en el canal de distribución y difusión de la gran mayoría de raperos de nueva generación, todo bajo una idea de DIY (do it yourself). Los casos son innumerables, pero se repiten factores comunes, como la ya nombrada autogestión a todos los niveles —música, merchandising, anuncios y promoción de conciertos— además del uso de un canal que ellos mismos gestionan donde suben sus canciones y el manejo adicional de redes sociales. De hecho, muchos de estos raperos hablan sin tapujos sobre este nuevo canal musical en sus canciones, refiriéndose incluso a Youtube como un sello discográfico: “Mi empresa soy yo. Mi sello es Youtube”⁸⁰. Adrián Ruiz, promotor de Rap, habla sobre Youtube y la revolución que ha traído consigo:

⁸⁰ “Rels B-Borracho en el salón”, Youtube video, subido por “Rels B”, 9 marzo 2017. <https://www.youtube.com/watch?v=j5-sRfeMpPg>.

Youtube ha sido verdaderamente lo que ha revolucionado el mercado, no del Rap sino de toda la música, antes te tenías que comprar un disco, ahora lo tienes al alcance, solo necesitas un móvil y una conexión. Es una plataforma que ha puesto muy fácil el tema de la promoción de la música. Lo único que tienes que hacer es subir algo original, algo que guste, tienes que tocar la tecla y encontrar lo que le gusta al público. Es algo que está ahí, es algo imprescindible, no se recuerda el mundo sin Youtube⁸¹.

A este fenómeno de Youtube se refiere también el rapero canario Bejo:

Youtube es el medio para llegar a la gente, antes cuando no había Internet era más complicado tenías que tener acceso a tener un disco, editarlo, que alguien lo compre, que suene por la radio (...) ahora cualquiera puede grabar lo que sea y tenerlo en Internet al alcance de cualquiera, lo puede hacer cualquiera a coste cero, es un boca a boca pero en Internet, la gente lo comparte y poco a poco se va generando un público⁸².

En la actualidad Youtube se ha convertido en la plataforma por excelencia de los nuevos artistas y más concretamente para el género Rap. Chojin ya señaló la necesidad de encontrar canales alternativos a la industria discográfica en 2010:

Si el *mainstream* se empeña en ser esquivo con nosotros a través de los canales ordinarios, habremos de conseguir encontrar senderos ocultos que obliguen a la maquinaria de la industria a incluirnos⁸³.

Esto en parte es debido a que el abaratamiento de las herramientas creativas — micrófonos, mesas de mezclas, altavoces, así como programas de edición y composición de audio o DAW (Digital Audio Workstation)— ha permitido introducirse en la música a una ingente cantidad de grupos

⁸¹ Adrián Ruiz (promotor de Animals Rap), en conversación con el autor. Junio 2017.

⁸² “Entrevista Bejo y DJ Pimp en Alta Fidelidad”, Youtube video, 4:30, subido por Nacho Sánchez, 1 marzo 2017, <https://www.youtube.com/watch?v=vdlx1DZZR7Y>.

⁸³ Chojin y Reyes, *25 años de rima...*335.

noveles que buscan una oportunidad por medio de los nuevos canales digitales como Youtube. Esto acarrea una parte positiva —más oferta, más competitividad entre artistas por tener más notoriedad dando como resultado una mayor creatividad— y una negativa, una saturación del mercado, la cual no solo sucede en el Rap. Además, resulta más complicado que un artista focalice parte de la atención del público y consiga algo de dinero. Es complicado encontrar un género de música popular urbana que no esté completamente lleno de artistas *amateurs* intentando lograr visibilidad, por lo que aportar un toque personal a la obra resulta indispensable.

Refiriéndose a la saturación de Internet, comenta lo siguiente el rapero C.Tangana:

Es lo que pasa con Internet, saca canciones mucha gente pero lo difícil es mantenerse. Es fácil hacerse viral una vez, pero se olvidan rápido porque hay mil cosas pasando todos los días⁸⁴.

También se pronunció El Chojin acerca de la sobreexplotación del género. Su testimonio incluye a Youtube y Myspace como vía para darse a conocer, ésta última totalmente obsoleta en la actualidad:

En una época en la que es tan sumamente sencillo grabar una maqueta, en la que todo el mundo puede tener un Myspace o un canal de Youtube, podríamos pensar que es relativamente fácil poder llegar a tu audiencia potencial sin siquiera salir del cuarto. Eso no es cierto. La oferta es tan abrumadoramente gigantesca que sólo la casualidad puede hacer que alguien que esté navegando a través de la Red acabe en tu espacio escuchándote⁸⁵.

Además de la casualidad, podría decirse insistencia y una manera de trabajar cada vez más profesional —debido a la gran competencia— que

⁸⁴ “Arriba España 9 Jun 17”, Youtube video, 8:30, de una retransmisión en *streaming* del programa radiofónico *Levántate España* en M80, subido por “Arriba España M80”, 9 junio 2017, https://www.youtube.com/watch?v=-aqP7Z4eD_Q&t=839s.

⁸⁵ Chojin y Reyes, *25 años de rima...*, 342.

trata de aportar un toque de originalidad tanto en música y líricas como en la realización del videoclip, si es que lo hubiere. Esto es en mi opinión lo que lleva a un artista de Internet a destacar sobre el resto, no creo que sea en exclusiva una cuestión de casualidad.

Tabla 1. Alguno de estos nuevos artistas y los nombres de sus canales de Youtube.

NOMBRE DEL ARTISTA	NOMBRE DE SU CANAL EN YOUTUBE
Kidd Keo	Kidd Keo
Ajax y Prok	Ajax y Prok
Pimp Flaco Kinder Malo	Dora Black
C.tangana,Manto,Jerv.agz	Agorazein
Bejo	Bejo
Jarfaiter	Jarfaiter LC
Lasser y Cráneo-	Cráneo Media
Pedro Ladroga	Ladrogalab
Foyone	Gharuda
Rels B	Rels B/Skkiny flakk
Dete y P.Beter	1991 Hooks

Por otra parte, es necesario señalar las contraprestaciones de la plataforma. Youtube está monopolizando los nuevos talentos. Empezar a hacer Rap, Rock, Heavy o una música popular urbana sin apoyo mediático o discográfico supone que se necesita hacerse visible a través de Youtube, y como se abordará posteriormente, la casi obligatoriedad de acompañar todas las canciones con un videoclip. Además, la plataforma genera ingresos gracias a la publicidad que inserta en los videos con gran número de visualizaciones, por lo que premia en lugares destacados o sugiere música con gran número de seguidores. Logrando éxito en los vídeos, Youtube aporta los medios para mantener al artista, pero desde la

perspectiva de alguien que acaba de comenzar, es necesario conseguir visibilidad entre una abrumadora cantidad de artistas que se dedican al mismo género musical. A esto mismo se refería un artículo en tiumag.com:

El nuevo paradigma en el que YouTube nos pone todo a nuestro alcance es en realidad una nueva forma de esclavitud. Los jóvenes artistas de hoy en España saben que no podrán triunfar sin YouTube y sin cientos de miles de suscripciones a su canal. Y va más allá de la música: YouTube ha generado su propio modelo de “celebridad” en el que “creadores” de todo el mundo basan su repercusión en el índice de audiencia que consiguen alcanzar dentro de la plataforma. Los reconocemos en todos los ámbitos: la cocina, la moda, el arte, la tecnología, los videojuegos...⁸⁶.

Cabe preguntarse dónde queda el papel de los grandes sellos en lo que respecta a estos nuevos grupos de Rap y su nueva forma de trabajar. Como se verá más adelante, se han producido acercamientos y contratos con artistas emergidos de Youtube, pero no es posible asegurar que esta sea una línea a seguir. La situación resulta delicada, ya que no se puede asegurar que en escasos años este modelo no haya quedado obsoleto⁸⁷. En la era de Internet los cambios se suceden a una mayor velocidad, los modelos de consumo se vuelven caducos en pocos años y provocan contradicciones:

La novedad del momento actual es que la crisis se produce en un entorno contradictorio. Al tiempo que la industria está en la cima de su poder como consecuencia de los procesos de concentración y transnacionalización, empieza a ser vulnerable porque los consumidores actúan como si las discográficas y todo el andamiaje empresarial anexo no fuese a ser necesario nunca más. Es cierto que

⁸⁶ Joseph, “¿Por qué Youtube convierte a los artistas en creadores de contenidos?,” *Tiumag* (blog), 14 febrero 2017, <http://www.tiumag.com/features/columns/youtube-convierte-los-artistas-creadores-contenidos/>.

⁸⁷ La prueba está en la plataforma Myspace, que hace diez años fue de gran éxito y en la actualidad, prácticamente no existe.

los conflictos con sus consumidores “son batallas que la industria se ha acostumbrado a librar y ganar”, pero esta vez el terreno del conflicto es el “nuevo y desconocido” territorio de Internet⁸⁸.

Según la cita anterior, es posible asegurar que no solo los consumidores, sino que los propios artistas independientes —y en el presente caso, la mayoría de raperos actuales— proceden también como si las discográficas y todas las redes que han tejido a su alrededor no fueran necesarias. El triunfo de un modelo de autoproducción como Youtube, alejado de los grandes sellos es un claro ejemplo de ello.

Además, una plataforma como Youtube se complementa, con el uso de las redes que hacen los raperos, véase Facebook, Instagram, Twitter, Snpachat y una larga lista de redes sociales, que les permite mantener un contacto directo con sus seguidores, brindando así una situación que no se había visto antes en la industria musical. Los mensajes de los artistas llegan al público sin ningún filtro y viceversa, por ello hoy en día los artistas están mucho más expuestos a la opinión del público. Esta nueva vía de comunicación permite hacer consciente al público de los productos que oferta los artistas, como música, merchandising y fechas de conciertos, entre otros. De la misma manera, el público comparte e interacciona con las publicaciones de los artistas, otorgando mayor visibilidad al contenido.

Adrián Ruiz daba su visión sobre el Rap y la relación las redes sociales:

Las redes sociales han afectado a la hora de la publicidad, ponen todo mucho más al alcance. Tú tienes Facebook, Instagram o una cuenta de Twitter, y hay una persona en la otra punta del planeta con otra cuenta de Twitter y gracias a eso te puede seguir, y estar en relativo contacto y estar al corriente de tu vida, en el mundo de la música esto sirve para saber cuándo tu artista saca temas, hace bolos o pone a la venta merchandising. Ha afectado mucho en lo que es el

⁸⁸ Néstor García Canclini, Francisco Cruces y Maritza Urteaga, “Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales”, 171.

mundo de la promoción, los artistas que tienen gran número de seguidores en redes sociales, tienen más facilidad para tener una repercusión mayor. Ha afectado fundamentalmente a la hora de la promoción y ha ayudado a mostrar al artista como un poco más humano⁸⁹.

4.2- LA DICTADURA DE LO ESTÉTICO Y LA DESTRUCCIÓN DE LA CONCEPTUALIDAD DEL ÁLBUM

El uso de Youtube como plataforma predilecta de los raperos implica un uso del recurso audiovisual junto a las canciones. Pocos grupos de Rap actuales que publican discos en formato físico⁹⁰, la tónica general de los artistas actuales es subir sus canciones a Youtube, normalmente acompañadas con videoclips, debido a que gran parte del público deja de prestar atención al tema si únicamente recibe el estímulo auditivo. Los videoclips del género Rap que pueden encontrarse en la plataforma son originales, generalmente realizados con bajo presupuesto. Rels B se refería a la necesidad del formato visual en la escena actual:

A.C -Para vosotros, no existen las discográficas pero existe Google. Es una pasada que el canal de distribución sea Youtube, esta canción (suena *Tienes el don*-Rels B) hay mucha gente que no la ha oído por la radio pero tiene 12 millones de reproducciones. (...) Claro, como tu distribuidora es Youtube y es audiovisual, ya los proyectos los puedes pensar visuales.

R.B -Si de hecho hay que pensarlos visuales, ahora mismo sin visual...es complicado, para cualquier artista, no hablo de nosotros,

⁸⁹ Ruiz, conversación.

⁹⁰ Salvo excepciones, los únicos que editan discos en formato físico son raperos consagrados como SFDK, Kase.O, Rayden o Porta, quienes siguen distribuyendo sus discos en las grandes superficies. Entre las excepciones podemos encontrar a Rels B o el colectivo Fanso.

incluso artistas internacionales ya no sacan canciones con una imagen, la gente ya... por los ojos y por las orejas no solo por las orejas.⁹¹

Adrián Ruiz responde a una pregunta sobre su opinión acerca de la supeditación de la música a la imagen:

Realmente la música no está supeditada a la imagen, la música es música y ya está. Lo que si que es cierto es que es mucho más sencillo venderlo junto a una imagen. Esta situación es algo que el público español ha dictado y cada vez hay mas público español que sigue está música y todos “comen por los ojos”. La estética es súper importante no a la hora de hacer música si no a la hora de venderla. Si lo que quieres es llegar a algo en este sector tienes la obligación de hacer videos⁹²

También se encuentran referencias al fenómeno audiovisual de Youtube en el *Libro blanco de la música*:

Otro de los efectos de la explotación digital ha sido el resurgimiento del vídeo como un elemento clave para cualquier estrategia de distribución y promoción de un producto de música grabada. Sumados al nivel de exposición y al posible efecto viral de los vídeos en línea, el acceso gratuito y legal a vídeos en línea significa ingresos para las compañías de producción de música generados, por lo general, en la publicidad que es desplegada alrededor del vídeo⁹³.

La viralidad del videoclip se patenta acudiendo a alguno de los canales citados y viendo la diferencia en el número de visualizaciones que encontramos entre canciones sin videoclip y con videoclips. Como ejemplo se presenta el caso del rapero canario Bejo, donde la canción “No me mires así” sin videoclip y publicada el uno de mayo, tiene un

⁹¹ “Rels B, Ahora la música tiene que ser visual también”, Youtube video, 2:50, subido por “Vodafone Yu”, 21 abril 2017. <https://www.youtube.com/watch?v=FBk71hEHMas&t=854sç>.

⁹² Ruiz, conversación.

⁹³ *Libro blanco de la Música*, 121.

significativo número menor de visitas que el tema “Mucho” publicado junto a un videoclip con solo una semana de diferencia, el día ocho de mayo⁹⁴.

The image shows two screenshots of YouTube video player interfaces for the channel 'BEJO'. The top screenshot is for the video 'BEJO - No me mires así', published on May 1, 2016, with 142,881 views, 2,442 likes, and 29 comments. The bottom screenshot is for the video 'BEJO - MUCHO (VIDÉO)', published on May 8, 2016, with 5,873,484 views, 42,063 likes, and 4,036 comments. Both videos show a 'Suscribirse' (Subscribe) button with 121K subscribers.

Se podría pensar que todo este desarrollo musical en Youtube está acabando con el concepto de álbum. Es cierto que el formato álbum⁹⁵ tanto digital como físico no ha muerto y que muchos de estos nuevos raperos editan los discos recopilando todas las canciones previamente subidas a Youtube, ahora sin videoclip. Esta puede ser también una estrategia adoptada por los propios raperos para entrar en otras plataformas de *streaming* como son Spotify o Deezer, las cuales no permiten el visualizado de videoclips, por lo que se hace necesario un formato álbum para participar en las mismas.

Lo que definitivamente llega al público en Youtube son las canciones individuales con una gran producción audiovisual, pero faltas de un concepto general o relación entre ellas. Evidentemente existen bastantes excepciones al respecto, como *Werther* de Niño Maldito, *La Nave Almendra* de Escandaloso Xpósito o *Cosmonáutica* de Erick Urano. Estos

⁹⁴ Imágenes extraídas del propio canal de Youtube de Bejo, consultado el 05/06/2017.

⁹⁵ Entendido como una colección de canciones aunadas bajo un título, que guarda o no una idea conceptual con el objetivo de ser distribuido comercialmente.

son discos que mantienen una idea, concepto o sonido orgánico a lo largo de todas las canciones, desde el principio hasta el final. A esto mismo se refiere el Mc Escandaloso Xpósito en la canción *Aislados*: “Menos temas sueltos y más discos con concepto”⁹⁶. Otra visión, aportada por Elio Toffana señala cómo el Cd se ha convertido en un objeto más de merchandising: “Hoy en día los discos se han convertido en merchandising como las camisetas, realmente está toda la música online y es dónde tiene que estar, para mi Internet lo ha sido todo”⁹⁷.

El periodista y crítico Lutxo también se refiere a la desaparición del álbum en la entrevista concedida para este trabajo:

Antes del *streaming* y Youtube, Napster y mp3 ya se cargaron el álbum. Esos dos inventos propiciaron una regresión a la cultura del single. Los aficionados disponen de prácticamente toda la música que se ha registrado en el planeta a golpe de clic, lo que les lleva a buscar el “temazo” en detrimento de esa obra conceptual y artísticamente más compleja, que es lo que entendemos como álbum. La muerte del formato físico también ha influido en esto, claro.

El álbum ha muerto, igual que la novela. Que estos dos géneros artísticos se perpetúen no es más que una reminiscencia de la industria, que necesita formatos que monetizar, y de músicos nostálgicos que todavía creen en el poder de transmitir una narración a través de varias canciones⁹⁸.

Youtube parece ser la plataforma más generalizada, pero entre las excepciones también se encuentran otros grupos que distribuyen sus trabajos en formatos físicos menos habituales como el vinilo⁹⁹ o casete¹⁰⁰.

⁹⁶ “Aislados”, *La nave almendra*, Escandaloso Xpósito (2015).

⁹⁷ “Entrevista a Elio Toffana”, Youtube video, 5:00, subido por “Vodafone Yu”, mayo 2017. <https://www.youtube.com/watch?v=U9i9gfLLiHw&t=345s>.

⁹⁸ Pérez, conversación.

⁹⁹ El colectivo Fanso, Erik Urano y Zar1, Edu Omega, estas suelen tener copias muy limitadas orientadas a un mercado más reducido, que se suelen agotar con rapidez.

¹⁰⁰ Entre los casos más actuales se encuentran las cintas del colectivo Fanso: *Dalsy* (2016) y *Acid House* (2015) fueron editados en cinta de casete, las cuales se agotaron rápidamente.

4.3- NUEVO TRATAMIENTO EN LOS MEDIOS

Indudablemente, el Rap —y Trap— goza de una gran popularidad entre la juventud. Existe una gran cantidad de grupos publicando nuevo material a diario, algunos con propuestas verdaderamente innovadoras. Además, el público acude cada vez con mayor afluencia a los conciertos de Rap. Elio Toffana, rapero perteneciente al colectivo *100tifik*, se pronuncia de la siguiente manera respecto al momento que vive el Rap en la actualidad: “A mí me encanta, yo creo que es un momento buenísimo para el Rap, es un arco iris hay “cincuenta mil estilos”, y eso es enriquecedor te puede gustar más uno u otro, pero tienes donde elegir¹⁰¹.”

Adrián, promotor en Animals Rap también señala la pujanza del género:

Yo tengo una expresión que es: el Rap es el nuevo Pop. Antes en el instituto los que llevábamos estética de raperos éramos los más raritos, siempre estábamos catalogados. Sin embargo, si vas ahora a un instituto, raro es el chaval que no esté escuchando Rap si no está escuchando un estilo de música más Trap. Ahora mismo la música Rap es lo que predomina entre los jóvenes y esto cada vez va a más y más. Por lo que la industria cada vez más y más se va a interesar por estos grupos¹⁰².

Es necesario señalar que Internet también ha permitido que las antiguas revistas y fanzines que se dedicaron al Rap en la década de los noventa y década de los dosmil, se transformen en webs y videoblogs dedicados a la difusión del género, a través de entrevistas, análisis o artículos. Cryptomagazine, Beatburger, Showbizness o HHGroups son sólo algunos de ellos a los que hay que sumar canales de Youtube exclusivos a tratar el Rap como *DetodayRap*, *SitofonkTV* o *LobolabTV*. Otros medios

¹⁰¹ “Entrevista a Elio Toffana”, Youtube video, 5:00, subido por “Vodafone Yu”, mayo 2017, <https://www.youtube.com/watch?v=U9i9gfLLiHw&t=345s>.

¹⁰² Ruiz, conversación.

más generalistas muestran interés, como “Los 40 principales”. Sobre esta nueva relación del Rap con los medios Lutxo opina:

Antes solo existía El Rimadero en Radio 3 y, bueno, en Siglo XXI también ponían cosillas de rap. Ahora también está La Cuarta Parte, que se emite diariamente y arriesga un poquito más con sus propuestas. Siempre me ha parecido clave que el rap esté presente en Radio 3, que es una empresa pública y, por lo tanto, más divulgativa que comercial, que se escucha por toda España y que es, seguramente, la radio que más y mejor divulga la música popular de los últimos cien años en el país. Desgraciadamente, el indie es la principal seña de identidad de la cadena, en los eventos de Radio 3 siempre suelen aparecer los mismos artistas y la música negra está, generalmente, bastante maltratada o infra representada.

Yu me parece de puta madre, en serio. Dani Mateo ya inició esta tendencia hace bastantes años en “Noche sin tregua”. Mola mucho que programas como estos, un morning show de la radio como Yu o un late night de televisión como fue Noche sin tregua, lleven a artistas de Hip hop a sus programas. Cuando yo era chaval, el rapero que salía en la tele solía aparecer como un friki más en formatos del palo de “El diario de Patricia”, y los músicos que aparecían en televisión se enfrentaban siempre a las mismas preguntas, “¿Qué se diferencia Rap de hip hop”, los cuatro elementos y todas esas mierdas¹⁰³.

El caso de los 40 principales resulta paradójico pues, en 2010 El Chojin escribía lo siguiente:

Es muy difícil triunfar cuando la radio musical te boicotea. La emisora más importante de España en lo musical es sin duda Los 40 Principales. Ellos tienen como política no incluir Rap español en sus rotaciones (por el momento sólo Porta ha sonado en los 40)¹⁰⁴.

Sobre el programa Yu de los 40 principales, Lutxo añade lo siguiente:

¹⁰³ Pérez, conversación.

¹⁰⁴ Chojin y Reyes, *25 años de rima...*, 329.

En cualquier caso, me da la sensación de que Yu y los medios más *mainstream* solo se acercan a dos tipos de artistas Hip-hop: la vieja escuela, adocenada y que ya no resultan incómodos para el pensamiento imperante y esa nueva generación que viene al rebufo de la moda del Trap. Sigue faltando un interés verdaderamente cultural por los artistas del rap de nuestro país en los medios. Pero, por lo general, hay un desinterés bastante claro por la música, en general, en toda la esfera mediática española¹⁰⁵.

El cambio de rumbo de los medios queda claro, cuando un programa de los 40 Principales es comentado con tanta frecuencia en los medios de Rap especializados. El viraje mediático también queda patente en la prensa escrita, en el número 20 del Tentaciones —un suplemento de regalo con El País— en el que salía el que probablemente sea el rapero más famoso a nivel nacional C.Tangana y recientemente el periódico La Vanguardia dedicaba un especial a los traperos que iban a actuar en el Sónar. Otro ejemplo puede ser el último programa del famoso showman Andreu Buenafuente, que cuenta entre sus colaboradores habituales con el rapero y ganador de la batalla de gallos, Arkano o la canción introductoria del último show del humorista José Mota *El Acabose*, la cual es realizada por El Langui, del grupo La Excepción.

Realizando un análisis retrospectivo hacia la imagen que proyectaban los medios en los comienzos del género, se puede observar una mejoría en el tratamiento por parte de la prensa y medios de comunicación con respecto al Rap. La aparición del Rap en festivales ajenos al género es ya una realidad y demuestra la popularidad del mismo. Existen artistas de Rap español que participan en el Primavera sound o en el Arenal sound, unos festivales que nada tienen que ver con el género. El último en llamar la atención ha sido la edición 2017 del Sónar en Barcelona —el festival de música electrónica y de vanguardia por

¹⁰⁵ Pérez, conversación.

excelencia de España y uno de los más reconocidos de Europa— que cuenta en su cartel con un considerable número de raperos españoles actuales como son Bejo, C.Tangana, Kinder Malo & Pimp Flaco entre otros. La inclusión del género en lugares en los que hasta ahora había estado vetado puede ser debido a que el Rap está cobrando gran popularidad entre la juventud, en un movimiento de escucha que se traslada de abajo a arriba de modo circular, es decir, del público llega a los grandes medios y desde allí se programa para atraer a la juventud. Lo subraya también Pablo, productor del colectivo Club33:

A.C-Pablo tú llevas un montón de tiempo produciendo para un montón de gente has sacado cosas con un montón de sellos, el otro día hablábamos... llámalo Trap llámalo como quieras... hay un movimiento musical nuevo y diferente: en una semana 150.000 visitas, son números que prueba que de verdad hay mucha gente a la que le gusta.

Pablo-Es una nueva estructura completamente, es algo que crean ellos (refiriéndose al Mc Recycled J y el resto de productores del colectivo Club33 que están a su lado) orgánico, no es una cosa de los medios ni nada, es algo que se hace en las redes, puro orgánico. Digamos que los dinosaurios no tienen el control. Está guay porque ellos tienen el control de cien por cien de su obra.

A.C- Pero claro por ejemplo Recycled tú te haces el tema, te lo producen, hacéis todo juntos lo sacáis en Internet, lo reventáis y luego vuestros fans van a vuestros conciertos... sin intermediarios.

Recycled J. -Sí, es increíble¹⁰⁶.

¹⁰⁶ “Club33 y Recycled J:Yo hago trap leal” , Youtube video, 5:00, por “Vodafone Yu”, 22 enero 2017, <https://www.youtube.com/watch?v=a1Uw2KdgZvo>.

4.4.- “ARTISTAS 2.0” Y SU RELACIÓN CON LA INDUSTRIA DISCOGRÁFICA

El uso de plataformas como Youtube tiene como consecuencia el alejamiento de los grandes sellos, siendo el público en última instancia el que decide lo que es popular.

Sobre la relación que han mantenido y mantienen las discográficas con el Rap se pronunciaba de la siguiente manera Lutxo:

Los sellos grandes se han acercado al Rap a cuentagotas, contratando a artistas ya rodados. Apuestas seguras para cubrir una parte más o menos marginal del mercado. Existen casos como el de Porta, que sacó su primer disco con Universal. Pero todo sabemos cómo acabó esa historia. Porta es buen ejemplo de cómo funciona la escena española. Una multi puede hacer un buen trabajo de marketing y colar 40.000 copias de un disco de este pelaje. Pero la escena del hip hop española ha salido adelante desde lo más bajo, las maquetas, el *underground*, y la han sostenido cuatro frikis (...), poco a poco, se han convertido en 400, 4000... Pero que no dejan de ser unos frikis. Por eso es tan poco permeable al trabajo de marketing de las grandes discográficas, que llegaron tardísimo a esta movida y la despojan de sus señas de autenticidad¹⁰⁷.

Adrián Ruiz explica su visión de los sellos discográficos y cómo cada vez se acerca más al género Rap:

Para la industria es necesario, tienen que seguir alimentándose, para ello necesitan ir renovándose e ir cogiendo los nuevos grupos. En este caso, los grupos punteros en España se dedican al Rap, los sellos discográficos tendrán que ir mejorando sus condiciones económicas, de derechos y cláusulas. Y al final esperemos que esta música se convierta en una referencia¹⁰⁸.

¹⁰⁷ Pérez, conversación.

¹⁰⁸ Ruiz, conversación.

Aquí pueden leerse las palabras de Rels B —uno de los raperos con más éxito en la actualidad, sin un disco editado, que ha realizado varias giras por Latinoamérica y España— cuando se le pregunta sobre la importancia de las discográficas en el Rap actual. “Cualquier chaval que esté creciendo ahora en Internet [...] puede hacerlo por si mismo, sin necesidad de esa peña que te quita el dinero y demás”¹⁰⁹.

El concepto de autogestión o D.I.Y (do it yourself) rara vez se había visto de manera tan clara en el Rap como en la actualidad, probablemente solo comparable a la época de las maquetas. La mayoría de raperos que tienen notoriedad —es decir, millones de reproducciones en Youtube y numerosos seguidores en redes— siguen autoeditando sus trabajos y organizando sus giras, merchandising y estrategias de marketing por ellos mismos. Aun así, las compañías siguen ofreciendo a estos raperos la oportunidad de unirse a su circuito comercial, mucho más amplio y con mayores medios económicos, pero por normalmente con un menor control creativo de la obra, además de otras contraprestaciones ya descritas con anterioridad.

Desde el punto de vista de un gran sello discográfico, resulta relativamente sencillo localizar nuevos artistas punteros. Basta con observar las distintas redes en las cuales se mide la popularidad en número de visualizaciones, seguidores y escuchas —independientemente de éxito o calidad— de un artista y a continuación valorar la posibilidad de realizar una inversión. Es un movimiento cada vez más común por parte de los grandes sellos; Sony music fichó a la Pxxr Gxng y les distribuyó un disco; recientemente C.Tangana.y Nikone han firmado otro contrato también con Sony. Hay que subrayar que hasta el momento del contrato todos estos artistas trabajaban de forma autogestionada o con su propio sello.

¹⁰⁹ “Entrevista a Rels B (Concierto Bilbao-Sala Fever)”, Youtube video, 1:40, subido por “Artículo19”, 13 febrero 2017, <https://www.youtube.com/watch?v=Bnm6q5ifKeU>.

Lutxo señala las ventajas de fichar por un gran sello discográfico, estableciendo una relación con el concepto de autenticidad en el Rap:

Con la promoción de una grande como Universal tienes una presencia que no puedes conseguir con el sello que te acabas de abrir con tus colegas. Por lo tanto, tu radio de acción es mucho más grande y tienes la posibilidad de llegar a un público mucho mayor. Incluso a gente que jamás pensó que iba a acabar comprando un disco de Rap. Una vez más, sin embargo, se da el hecho de que el Hip-hop es un estilo diferente. Hay un componente callejero y político que no le han conseguido arrebatarse y, hasta ahora, ha hecho muy difícil introducirlo en determinados ambientes. La gente que se interesa por este estilo, raperos o no, saben identificar fácilmente la autenticidad del artista. Y este es un mundo en que la autenticidad es clave. ¡Si hasta la cultura tiene una palabra para identificar a los que van de raperos, pero no lo son!¹¹⁰

Pero entonces, ¿dónde ha quedado la labor del sello discográfico? Atendiendo al Rap Español actual, la respuesta parece compleja, teniendo en cuenta la gran capacidad de autogestión que poseen estos grupos. A este respecto se refiere el director de Sony Music España, cuando se le pregunta por la necesidad real de realizar un contrato con una discográfica hoy en día a un músico que ya tenga éxito en la plataforma Youtube y se autogestione a todos los niveles.

Lo único que podemos ofrecerle al que parece que tiene todas las áreas controladas, es el equipo humano tu solo decides crearte una estructura, un pequeño complejo empresarial, con todas las cargas de responsabilidad que eso implica, a la hora de seguir creciendo necesitas asociarte con una compañía, que te de ese servicio, que te

¹¹⁰ Pérez, conversación.

permita seguir creciendo y puedas seguir centrándote en la música sin preocuparte de negociaciones, de cobros, etc.¹¹¹.

Otro de los puntos a destacar en las nuevas relaciones entre artista y discográficas es la nueva vía que tienen los artistas de conseguir financiación para sus proyectos, al margen del apoyo económico que la compañía prestaba al firmar el contrato. Verkami, My Major Company o Kickstarter son plataformas de la llamada economía colaborativa, que facilitan una financiación colectiva por medio de aportaciones realizadas por usuarios —los llamados mecenas— a través diferentes canales de transferencia de dinero en la red como PayPal, sin ningún tipo de intermediario, el llamado micromecenazgo o crowdfunding. Este tipo de modelo de financiación ha sido usado por varios grupos de Rap como Meswy (2013), El Chojin (2014), Nerviozzo (2015), Gordo master (2015) y Chukky (2017), generalmente para financiar la creación de un álbum. Habitualmente los raperos que se deciden por este tipo de financiación tienen ya una trayectoria definida, así como un volumen de público capaz de respaldar su propuesta.

Los artistas solicitan dinero a través de las plataformas de crowdfunding a cambio de recompensas para sus seguidores¹¹². El problema de este tipo de financiación es que no existe ninguna garantía para los fans de que las ofertas se lleven a cabo, o incluso de que el proyecto se termine. Fue conocido el caso del rapero Nerviozzo, del grupo de Duo-Kie, quien fue denunciado conjuntamente por los seguidores que habían participado en la campaña de su disco, porque incluso con el objetivo para la producción del álbum conseguido y superado con creces —gracias a las aportaciones de su público consiguió el objetivo de 12.000 euros— el disco vio la luz con un enorme retraso e incumpliendo las

¹¹¹ Frankie Pizá, "La cara y la cruz de la música actual no tiene sello discográfico", *Tiumag* (blog), 14 febrero 2017, <http://www.tiumag.com/features/columns/la-cara-la-cruz-la-musica-actual-no-sello-discografico/>.

¹¹² Por ejemplo, aportando 5 euros se ofrece a una copia física del disco cuando esté producido, o por una inversión de 15 euros se incluye el mismo disco firmado más una camiseta.

promesas que se realizaron al anunciar su campaña. Estas fueron la exclusividad del disco para los mecenas y los consabidos objetos de marketing como camisetas o pósters. En cuanto a la primera, el disco se colgó en Internet de manera precipitada, accediendo a él mediante descarga gratuita y los segundos, nunca llegaron. Tras la denuncia, Nerviozzo hizo un comunicado pidiendo disculpas y prometiendo cumplir su palabra¹¹³. Este tipo de financiación se ha vuelto tan habitual que incluso se encuentran frases en canciones de Rap refiriéndose a ello: “como grupos consagrados pidiendo pasta en el Verkami”¹¹⁴.

4.5.- ¿NUEVAS RELACIONES CON LA INDUSTRIA?

Actualmente, C.Tangana¹¹⁵ ha firmado un contrato con Sony music, en lo que se dice que ha sido uno de los contratos más remunerados desde hacía tiempo en el mundo del Rap. Él mismo manifestó haber firmado “el contrato más grande en España de tol gremio”. C.Tangana es un joven rapero que está marcando la línea del nuevo Rap - Trap , a través de un modelo musical que se aleja de los estándares del Rap y se acerca al Pop y *mainstream* introduciéndose en medios de comunicación donde hasta el momento el Rap no se había escuchado. Recientemente habló de las razones que le llevaron a firmar un contrato con una gran multinacional, cuando el movimiento generalizado en el Rap actual es la autogestión.

Antonio Castelo (...) estás haciendo lo contrario que hace mucha gente ahora cuando vienen artistas (...) la mayoría se están autoeditando, ¿por qué coges y firmas con una discográfica?

C.Tangana Porque yo llevo toda la vida luchándolo, toda la vida currándolo, trabajándolo (...) Al final hemos conseguido que se

¹¹³ Para más información al respecto, así como los comunicados oficiales de Nerviozzo y la plataforma de afectados, véase: Pablo Izcue “Así se encuentra el conflicto de *Colapso Nerviozzo*”, *HHgroups (blog)*, 20 mayo 2016, <http://www.hhgroups.com/editorial-hiphop/personales/el-colapso-crowdfunding-de-nerviozzo-6083/>.

¹¹⁴ “La soledad del corredor de fondo”, *Trap Mirror*, Los Chikos Del Maíz, 2015.

¹¹⁵ Podría decirse sin temor a equivocarse que es una de las mayores figuras mediáticas existentes en el Rap/Pop entre la juventud española, con una carrera labrada desde los 15 años.

abran las puertas a la posibilidad de un contrato que yo pueda hacer lo que yo quiero hacer pero también tener unas garantías y trabajar a nivel profesional como todo el mundo que quiere un contrato indefinido, esto no es un contrato indefinido pero te da esas garantías, que uno sabe que no se va a tener que preocupar de lo que le va a pasar el mes que viene. Yo no he querido inventar el mundo, yo quiero hacer lo que quiero, si estas completamente fuera no afectas al sistema, no afectas a los motores.

A.C ¿Qué ha pasado desde entonces (refiriéndose a la anterior entrevista) hasta ahora para firmar ese contrato con Sony?

C.T Yo creo que en general la de la música urbana en nuestro idioma está en un punto en el que cualquier marca, cualquier empresa que se dedique a la música, cualquier sello discográfico están en otra posición de la que había antes. Antes éramos un sector marginal y ahora de repente somos algo que puede estallar.¹¹⁶

Este movimiento es de suma importancia en el Rap español, debido a que se está introduciendo en nuevos círculos comerciales y mediáticos. C.Tangana manifiesta en sus entrevistas la intención de que su música se vuelva popular y *mainstream*, como lo es el Rap en Estados Unidos, y lo más importante, pese a haber fichado por una gran discográfica. El rapero quiere que la relación artista-industria no se vea marcada por una retrospectiva del pasado y se trabajen por nuevas vías de colaboración entre ambos, como no limitar la tarea creativa del artista y reducir los porcentajes de ganancias de las discográficas. Por el momento, estas ideas han conseguido una gran repercusión; días después de firmar el contrato, salía a la luz una nueva canción que logró posicionarse en poco tiempo en el top de virales a nivel global en Spotify. Además, es un claro movimiento de las discográficas grandes para no perder una importantísima parte del mercado como es la población joven. Dio más detalles al respecto en una entrevista en la cadena radiofónica M80.

¹¹⁶ “C.Tangana nos trae billetes 3:00”, Youtube video, subido por Vodafone Yu, 26 mayo 2017, <https://www.youtube.com/watch?v=UdtTynpamcE&t=371s>.

-¿Cuántas ofertas tuviste encima de la mesa? ¿Y qué tenía la oferta de Sony que no pudiste rechazar?

C.T- Llevábamos mucho tiempo negociando con todas la *majors*, firmar ahora mismo con una compañía discográfica es muy difícil si quieres conservar tu autonomía, tu creatividad de crecer como quieras. Entre eso y que te ofrezcan los medios y que te pongan lo que tú te mereces...

--¿A ti te lo han respetado? ¿Has puesto tus condiciones?

C.T- Si, yo me hecho famoso en Internet, y de forma independiente completamente, y haciendo bolos y organizándolos yo, vengo de otro modelo que es el modelo que ahora se está llevando. (modelo de autogestión)

Creo que Sony ha fichado a alguien como yo con mi perfil independiente, porque se está actualizando. Si las discográficas quieren sobrevivir tienen que estar de la parte de los nuevos artistas¹¹⁷.

Los últimos movimientos de la industria podrían abrir una nueva vía para que futuros raperos de éxito surgidos del modelo autogestionado, reflexionen y terminen aceptando los contratos que les ofrecen las multinacionales. Eso sí, con cambios en lo que se refiere a porcentajes de beneficios, poder creativo o derechos de autor. Es algo que ya han hecho grupos como Pxxr Gxng, Nikone o el propio C.Tangana con Sony Music.

¹¹⁷ “Arriba España, 3ª parte”, Youtube video, subido por M80, 9 junio 2017, https://www.youtube.com/watch?v=-aqP7Z4eD_Q&t=839s.

CONCLUSIONES

Como resultado del trabajo presentado se ha demostrado el hecho de que la evolución del Rap en España ha estado supeditada a distintas actitudes frente a la industria discográfica y los medios: para el caso de las discográficas, se ha observado una relación nula en la época de las maquetas, posteriormente un desarrollo del género a través de sellos independientes dedicados al Rap, para después, cuando el género había alcanzado cierto grado de popularidad, las grandes casas discográficas comenzaron a interesarse por el Rap, ya que era una música en alza. Después de unos años en los que el Rap se mantuvo en su pequeño nicho a mediados de la década pasada, gracias a la llegada de nuevos estilos como el Trap en 2011, la estandarización de Youtube como formato y el abaratamiento de herramientas creativas comienzan a aparecer una gran cantidad de grupos noveles que de forma autogestionada logran una popularidad creciente complementando su música con el uso de redes sociales. Lo que antes eran maquetas caseras, hoy son videos en Youtube. Lo que antes era *el boca a boca*, hoy es el *me gusta* y compartir en redes sociales y lo que antes era un sello independiente, hoy es Youtube, entre otras plataformas. El momento en el que se encuentra el Rap recuerda mucho al momento de transición de las maquetas y primeros discos editados con sellos independientes a la firma de contratos discográficos que sucedió a mitad de la década pasada, debido a la similitud en la forma autogestionada de trabajar de la época de las maquetas y sellos específicos del Rap, que ya cambió con la llegada de las grandes discográficas, como puede ocurrir ahora.

El transcurrir de la historia de los mass media con respecto al Rap ha demostrado que, salvo honrosas excepciones ya señaladas, sólo se han interesado por el género cuando éste ha empezado a tener popularidad, imitando el movimiento de las discográficas.

Lo que todavía no se puede asegurar es el camino que tomará el Rap respecto a la industria; existen dos vías a explorar, o bien se continua con un modelo de autogestión basado fundamentalmente en la plataforma Youtube —y otras como bandcamp— o se avanza hacia un modelo fundamentado en los grandes sellos discográficos, aunque con condiciones no tan abusivas por parte de las compañías y una mayor independencia creativa del artista. Ésta última vía no conlleva el abandono de la plataforma Youtube, como bien han demostrado los raperos que ya han realizado fichajes con multinacionales. Existe una posibilidad de que se avance hacia un futuro en el que convivan ambas maneras de trabajar la música. Existen numerosas posibilidades e interrogantes sobre el futuro del género y su relación con la industria. Hace quince años no se podían hacer previsiones sobre el desarrollo de una plataforma como Youtube, por lo que cabría pensar que nuevas evoluciones tecnológicas terminarían por señalar significativos cambios en la industria. El futuro del género Rap se está gestando hoy.

ANEXOS: ENTREVISTAS

ANEXO 1: ENTREVISTA A LUTXO PÉREZ

Lutxo Pérez lleva más de diez años escribiendo sobre música. Comenzó haciendo radio en Irola Irratia en 2001 y unos años después empezó a escribir en blogs. Como periodista musical especializado en música negra ha escrito para Spinner España y Serie B. En 2013 publica el libro “Catarsis Rocksteady” *La edad dorada de la música jamaicana, una crónica sentimental*¹¹⁸. A partir de la publicación del libro, es colaborador en Radio 3 en los programas Sateli 3, Alma de León y La Casa del Dub y hace divulgación de la historia de la música jamaicana en charlas por toda España. También pincha discos en fiestas y festivales como el Rototom. Su último proyecto escrito llevó por título “Por qué los jamaicanos corren tan rápido” y fue publicado en tres entregas por Crypta Mag.

1.- ¿Cómo empezaste a interesarte por el mundo del Rap?

En la universidad, tuve la enorme suerte de encontrarme con Juan. Él y yo vivíamos puerta con puerta en una residencia de estudiantes en Santurce y los dos teníamos clases por la tarde. Así que, como les ha pasado a muchos, me metí en el Rap porque me crucé con el rapero más friki de su barrio.

Yo ya había picoteado canciones, conocía a Frank T, 7 Notas 7 Colores... Pero él ya llevaba metido varios años hasta las trancas en el hip hop. Hacía grafiti (firmaba “OJK” –Obi Juan Kenobi-) y tenía una colección increíble de Cds y maquetas. En un cajón tenía todas las cintas míticas de la primera época del hip hop español, desde Bufank a El Hermano Ele... En aquella época acababa de salir el primer disco de la Mala, que sonaba mucho en la residencia. A mí, sobre todo, me gustaba una estrofa de un tío que no sabía pronunciar las erres que empezaba el tema ‘Especies y Especies’. Luego

¹¹⁸ Lutxo Pérez, *La edad dorada de la música jamaicana, una crónica sentimental* (Madrid: 33 ediciones serie, 2014).

me enteré que era Kamikaze. Por ahí empezamos. Una mañana, Juan me estuvo instruyendo, poniéndome todos sus cachos en las canciones de CPV, colaboraciones con el Meswy, 7 Notas... Desde aquel día, Kamikaze se convirtió en alguien muy importante para mí. Luego me enganché a 7 Notas, Kase O... Y acabé enfermo de esta movida de rimar sobre ritmos.

2.- ¿Cómo ves la actual relación entre los grandes sellos discográficos y el mundo del Rap? ¿Y entre lo sellos independientes? ¿Afecta al tipo de público que consume esta música?

Hay que tener en cuenta que desde hace años (décadas) el “mundo del Rap” ya se convirtió en *mainstream* en Estados Unidos. No solo porque Biggie, Jay-Z y todos estos se pusieran a vender discos como locos. A principios de siglo XXI, todos los artistas superventas americanos un poco acartonados se acercaron a las producciones de Hip-hop para darse un barniz de modernismo. Basta mencionar a Timbaland, que ha trabajado para Madonna, Demi Lovato, Miley Cyrus...

España es otro rollo, claro. Los sellos grandes se han acercado al Rap a cuentagotas, contratando a artistas ya rodados. Apuestas seguras para cubrir una parte más o menos marginal del mercado. En España nunca se ha apostado por artistas de Rap emergentes desde las multinacionales. Existen casos como el de Porta, que sacó su primer disco con Universal. Pero todo sabemos cómo acabó esa historia. Porta es buen ejemplo de cómo funciona la escena española. Una multi puede hacer un buen trabajo de marketing y colar 40.000 copias de un disco de este pelaje. Pero la escena del Hip-hop española ha salido adelante desde lo más bajo, las maquetas, el *underground*, y la han sostenido cuatro frikis como mi amigo Juan que, poco a poco, se han convertido en 400, 4000... Pero que no dejan de ser unos frikis. Por eso es tan poco permeable al trabajo de marketing de las grandes discográficas, que llegaron tardísimo a esta movida y la despojan de sus señas de autenticidad.

Muchas de las compañías supuestamente independientes en España son copias de las grandes a pequeña escala. Quiero decir, funcionan igual que Universal y todas estas, establecen las mismas relaciones contractuales con sus músicos, son igual de beligerantes con artistas que no les siguen el rollo... Pero tienen menos dinero. Algunas, como Zona Bruta, acabaron convirtiéndose en parte de grandes compañías como Warner. Aunque trata sobre otro estilo musical, el libro de Nando Cruz 'Pequeño Circo', sobre la historia del indie en España, pone negro sobre blanco hasta donde llega la supuesta independencia de esas pequeñas empresas que empezaron a proliferar a partir de los 90.

Por supuesto, hay sellos verdaderamente independientes en España. Disqueras que creen en el potencial artístico de la gente que sacan, que miman sus trabajos, no presionan al artista y que, en general, no trabajan para cumplir unos objetivos comerciales sino meramente artísticos. Pero esto, en muchos casos, creo que es la consecuencia de otra triste circunstancia, que muchos artistas ya han renunciado a vivir de esto. Sacan discos, dan conciertos... pero tienen sus curros "de verdad" para llenar la nevera. El Hip-hop es una parte muy importante de sus vidas, pero, a efectos prácticos (económicos), no supone mucho más que un hobby.

Y, por supuesto, el tipo de público que consume esta música depende de la industria que la maneja. Ahí están teóricos, desde Marx hasta Adorno, que nos explican los entresijos de los productos culturales en la economía capitalista. Porta es, otra vez, el mejor ejemplo. Con la promoción de una grande como Universal tienes una presencia que no puedes conseguir con el sello que te acabas de abrir con tus colegas. Por lo tanto, tu radio de acción es mucho más grande y tienes la posibilidad de llegar a un público mucho mayor. Incluso a gente que jamás pensó que iba a acabar comprando un disco de Rap. Una vez más, sin embargo, se da el hecho de que el Hip-hop es un estilo diferente. Hay un componente callejero y político que no le han conseguido arrebatar y, hasta ahora, ha hecho muy difícil introducirlo en determinados ambientes. La gente que se interesa

por este estilo, raperos o no, saben identificar fácilmente la autenticidad del artista. Y este es un mundo en que la autenticidad es clave. ¡Si hasta la cultura tiene una palabra para identificar a los que van de raperos, pero no lo son!

Con esto quiero decir que puede que hasta gente de Nuevas Generaciones acaben escuchando un tema de Rap, pero creo que el género, hasta ahora, no ha tenido tanto calado en este tipo de audiencia como lo ha tenido, por ejemplo, el indie. Una nueva generación de artistas y la irrupción de nuevos géneros que se entremezclan con el Rap parecen estar cambiando esta circunstancia.

3.- Que opinión te genera la situación del Rap entre los medios clásicos generalistas (radio, televisión) ¿crees que ha habido avances respecto al pasado? por ejemplo el programa de Yu en los 40 principales en el que han entrevistado a multitud de raperos.

Antes solo existía el Rimadero en Radio 3 y, bueno, en Siglo XXI también ponían cosillas de Rap. Ahora también está La Cuarta Parte, que se emite diariamente y arriesga un poquito más con sus propuestas. Siempre me ha parecido clave que el Rap esté presente en Radio 3, que es una empresa pública y, por lo tanto, más divulgativa que comercial, que se escucha por toda España y que es, seguramente, la radio que más y mejor divulga la música popular de los últimos cien años en el país. Desgraciadamente, el indie es la principal seña de identidad de la cadena, en los eventos de Radio 3 siempre suelen aparecer los mismos artistas y la música negra está, generalmente, bastante maltratada o infrarrepresentada.

Por otro lado, sí que ha habido un avance enorme en cuanto a la presencia de raperos en los mass media española. Kase O se ha pateado todas las emisoras punteras del país para presentar su nuevo disco. Te puede gustar más o menos, parecer más o menos desfasado, pero representa la escena Hip-hop, es una voz autorizada. Que sea gente como él la que salga

hablando de Rap en la Ser o en la Razón, que se valore su trayectoria y se le trate como a un artista serio me parece un avance.

Yu me parece de puta madre, en serio. Dani Mateo ya inició esta tendencia hace bastantes años en “Noche sin tregua”. Mola mucho que programas como estos, un morning show de la radio como Yu o un late night de televisión como fue Noche sin tregua, lleven a artistas de Hip-hop a sus programas. Cuando yo era chaval, el rapero que salía en la tele solía aparecer como un friki más en formatos del palo de “El diario de Patricia”, y los músicos que aparecían en televisión se enfrentaban siempre a las mismas preguntas, “¿Qué se diferencia Rap de Hip-hop”, los cuatro elementos y todas esas mierdas?

Es importante que, en su representación en los medios, el Hip-hop ya sea un género cuyas señas de identidad estén digeridas y que a sus artistas se les trate como artistas, precisamente, y no como a bichos raros.

En cualquier caso, me da la sensación de que Yu y los medios más mainstreams solo se acercan a dos tipos de artistas Hip-hop: la vieja escuela, adocenada y que ya no resultan incómodos para el pensamiento imperante, y esa nueva generación que viene al rebufo de la moda del Trap. Sigue faltando un interés verdaderamente cultural por los artistas del Rap de nuestro país en los medios. Pero, por lo general, hay un desinterés bastante claro por la música, en general, en toda la esfera mediática española.

4.- ¿Beneficia o perjudica a un grupo de Rap la contratación por parte de una gran discográfica?

Este es un debate muy viejo, extensible a muchísimos géneros, que creo que ya debería estar superado. En mi opinión, creo que, si el contrato con una multi está bien formulado, siempre debería ser positivo para el artista. C Tangana, que acaba de firmar por Sony, expresaba hace poco su opinión

en Yu. Una compañía grande te asegura una estabilidad laboral, mayores medios para dar rienda suelta a tus proyectos artísticos, girar en condiciones dignas, buena promoción...

Pero luego, supongo que esta elección depende de los artistas, de sus aspiraciones artísticas y profesionales, su ideología, compromiso político... Pero también de su estatus, número de seguidores... Actualmente, es posible vivir de la música desde una aparente independencia. Pero la independencia discográfica no significa independencia de las marcas, por ejemplo. Puedes vender tu alma artística a Sony, a Red Bull o a Calvin Klein, para mí no hay mucha diferencia. De hecho, casi prefiero a los artistas que se venden a compañías dedicadas a la cultura del entretenimiento porque, a estas alturas, no creo que los de las grandes disqueras vayan a los músicos con una pistola a decirles qué es lo que deben de hacer, cómo deben sonar...

La verdadera independencia, que se gestó en la escena de Manchester de los 70, se ha vuelto a dar a cuentagotas. Las compañías verdaderamente independientes son casi marginales. La autoedición es la verdadera independencia hoy día. Ahora, con internet, salirte del circuito industrial del disco es más fácil que nunca. Pero creo que el hecho de grabar un disco para una u otra compañía es un asunto que, por lo general, importa bien poco a los aficionados. Es una cosa que tiene mucho impacto en la escena, pero que tiene muy poco fuera de ella.

Por eso insisto en que todos los artistas deberían ser lo suficientemente inteligentes para saber qué decisiones tomar para ser coherentes con su arte, sus principios y sus aspiraciones profesionales.

5.-¿Crees que las nuevas maneras de escuchar música (*streaming*, Youtube...) han llevado a la destrucción del formato álbum tal y como era planteado hasta ahora?, (es decir un disco con principio y final además de un concepto general sobre el que versa el disco). No

es que en la actualidad haya desaparecido tenemos casos como el *Werther* de Niño Maldito, o *La Nave Almendra* de Escandalso Xposito. Pero a nivel general es algo que se ve cada vez menos.

El álbum, tal y como lo planteas, es un invento del siglo XX que ha tenido un recorrido muy, muy corto. Seguramente, va desde el ‘Sgt. Peppers’ de los Beatles (1967) hasta finales de la década de los 90.

Antes del *streaming* y Youtube, Napster y mp3 ya se cargaron el álbum. Esos dos inventos propiciaron una regresión a la cultura del single. Los aficionados disponen de prácticamente toda la música que se ha registrado en el planeta a golpe de clic, lo que les lleva a buscar el temazo en detrimento de esa obra conceptual y artísticamente más compleja, que es lo que entendemos como álbum. La muerte del formato físico también ha influido en esto, claro.

El álbum ha muerto, igual que la novela. Que estos dos géneros artísticos se perpetúen no es más que una reminiscencia de la industria, que necesita formatos que monetizar, y de músicos nostálgicos que todavía creen en el poder de transmitir una narración a través de varias canciones.

Afortunadamente, esos músicos nostálgicos que todavía elaboran álbumes partiendo de una premisa artística mantienen viva la esperanza de que todavía queden grandes LPs por llegar. En Valladolid tenemos buenos ejemplos. Como los dos discos de Erik y Zar 1. En concreto, ‘Cosmonáutica’ es una de esas raras excepciones. Discos que mantienen viva una llama que, para la mayoría de la gente que escucha música, ya se extinguió hace más de una década.

ANEXO 2. ENTREVISTA A ADRIAN RUIZ

Adrián Ruiz es promotor musical y fundador de *Animals Rap*, ha trabajado con raperos de la talla de Nikone, Foyone, Jarfajter, El Coleta, Mucho Muchacho...Es jefe de la sala Kerala de Valladolid.

1.- ¿Cómo comenzasteis en el mundo de la promoción musical?

Por gusto, es algo que siempre me había gustado, tanto el tema del Rap como montar eventos, empecé montando otro tipo de eventos fuera de la música en directo, sobre todo fiestas. Llegado a un punto decidí ponerme a organizar conciertos.

¿Habéis trabajado en exclusiva con artistas de Rap?

Sí, Todos los grupos que están en nuestra agencia están en exclusiva con nosotros.

2.-Cómo ves la actual relación entre los grandes sellos discográficos y el mundo del Rap?

Ahora mismo por parte de los sellos discográficos la veo necesaria, el Rap es un estilo de música que hasta ahora existía y digamos que se tenía en cuenta a la hora de los conciertos pero todavía no se había abierto al mercado, o la industria no se había interesado por ello, sin embargo actualmente el Rap es un estilo de música que mueve gran cantidad de gente en redes sociales, en Youtube y en directo cada vez le gusta más a los chavales jóvenes por lo que a los sellos lógicamente les comienza a interesar.

¿Y entre los sellos independientes?

Un sello independiente puede ofrecer lo mismo que uno grande, en mi opinión las multinacionales todavía tienen que aprender bastante de lo que es el Rap, al fin y al cabo no es lo mismo que otros estilos de música y no se debería mover igual. Un sello independiente más afín al estilo o con más experiencia quizá si pueda ofrecerte una mejor experiencia, pero evidentemente va en función del sello.

¿Creéis que los grandes sellos tienen algo que ofrecer que favorezca al artista?

Si y no, sí que puede ofrecer cosas buenas al artista como expandir más su mercado y a nivel general pueden hacer que el Rap se introduzca en nuevos medios. Aunque por otro lado yo personalmente no soy muy devoto de los grandes sellos, es cierto que en determinados momentos pueden ofrecer al artista una oportunidad como financiarle un disco que él no se podría permitir producir, pero también es cierto que en estos casos el artista ve una parte ínfima de los ingresos generados por el disco. Es una relación que va en función del acuerdo, el artista y la música. Yo creo que hay artistas que lo que les hace grandes es no formar parte de un gran sello, no por el sello en sí, si no porque va un poco en contra de lo que ellos representan.

¿Beneficia o perjudica a un grupo de Rap la contratación por parte de una gran discográfica?

Realmente no, no influye para nada sí que es verdad que hay grupos que al estar en un gran sello como Sony, Warner o Universal, obtienen prestigio, pero también hay otros grupos que si fichan por una multinacional acaban de tirar toda su carrera musical por la borda. Ni perjudica ni beneficia, sí que es verdad que a algunos grupos les puede dar un poco de renombre, pero ese mismo renombre lo pueden conseguir otros grupos *underground* que pueden obtener el mismo caché y prestigio. El sello al final lo único

que hace es ayudarte con la promoción y sacarte un disco, puede ayudar a que tu carrera sea más grande pero yo creo que no es indispensable.

3.- ¿Cómo veis el devenir de la industria discográfica en lo que respecta al Rap, teniendo en cuenta que últimamente se han visto movimientos que pueden marcar un nuevo camino entre los artistas más jóvenes? (El fichaje de C.Tangana o Pxxr Gxng por Sony music)

Yo tengo una expresión que es: “el Rap es el nuevo Pop”. Antes en el instituto los que llevábamos estética de raperos éramos los más raritos, siempre estábamos catalogados. Sin embargo, si vas ahora a un instituto raro es el chaval que no esté escuchando Rap está escuchando un estilo de música más Trap o a Natos y Waor. Ahora mismo la música Rap es lo que predomina entre los jóvenes y esto cada vez va a más y más. Por lo que la industria cada vez más y más se va a interesar por estos grupos.

Para la industria es necesario tienen que seguir alimentándose, para ello necesitan ir renovándose e ir cogiendo los nuevos grupos, en este caso los grupos punteros en España se dedican al Rap, así los sellos discográficos tendrán que ir mejorando sus condiciones, y contratos. Y al final esperemos que esta música se convierta en una referencia.

4.- Centrándonos en aspectos extramusicales ¿Cómo veis la escena actual en Youtube?, como la casi obligatoriedad de sacar un videoclip por tema, lo que yo he llamado la “dictadura de lo estético” en Youtube, por la cual las canciones tienen muchas más repercusiones si van acompañadas de un videoclip, dando la sensación a veces de una música supeditada a la imagen.

Youtube ha sido verdaderamente lo que ha revolucionado el mercado, no del Rap si no ya hablando de toda la música, antes te tenías que comprar un disco, ahora lo tienes al alcance, solo necesitas un móvil y una

conexión. Es una plataforma que ha puesto muy fácil el tema de la promoción de la música. Lo único que tienes que hacer es subir algo original, algo que guste tienes que tocar la tecla y encontrar lo que le gusta al público. Es algo que está ahí, es algo imprescindible, no se recuerda el mundo sin Youtube.

Realmente la música no está supeditada a la imagen, la música es música y ya está. Lo que sí que es cierto es que es mucho más sencillo venderlo junto a una imagen. Esta situación es algo que el público español ha dictado y cada vez hay más público español que sigue esta música y todos “comen por los ojos”. La estética es súper importante no a la hora de hacer música si no a la hora de venderla. Si lo que quieres es llegar a algo en este sector tienes la obligación de hacer videos.

5.- ¿Creéis que las nuevas maneras de escuchar música (*streaming*, Youtube...) han llevado a la destrucción del formato álbum tal y como era planteado hasta ahora?, (es decir un disco con principio y final además de un concepto general sobre el que versa el disco). No es que en la actualidad haya desaparecido tenemos casos como el *Werther* de Niño Maldito, *La Nave Almendra* de Escandalso Xposito o *Vía Digital* de Pedro Ladroga. Pero a nivel general es algo que se ve cada vez menos.

Realmente yo creo que no se ha destruido se ha modernizado, si que es verdad que antes había que sacar un disco, con su libreto, sus ilustraciones y publicarlo como fuera dónde pudieras y ahora todo esto se ha facilitado, realmente hay muchísimos grupos que siguen sacando álbum y maquetas, pero no se llevan al formato físico, simplemente se cuelgan en Youtube y otras plataformas, y éstos siguen teniendo un principio y un final. Mismamente en nuestros grupos de la agencia, hay artistas que giran cuando han sacado un disco. También hay otros que se han labrado la carrera a base de singles y canciones sueltas, todo forma parte de algo. La gente sigue sacando trabajos pero se distribuye de diferente manera,

muchas veces lo que se hace es sacar trabajo y todo son audiovisuales, lo vas sacando poco a poco y todos forman parte de un todo. El concepto sigue estando, lo único que se ha modernizado.

6.- ¿Cómo creéis que han cambiado las redes sociales (Instagram,facebook twitter) y las nuevas maneras de consumir música (la plataforma Youtube, Spotify, inmediatez gracias al *streaming* y la práctica totalidad de la música popular urbana a golpe de click) en el mundo del Rap?

Las redes sociales han afectado a la hora de la publicidad, ponen todo mucho más al alcance, tu tienes Facebook, Instagram o una cuenta de Twitter, y hay una persona en la otra punta del planeta con otra cuenta de Twitter y gracias a eso te puede seguir, y estar en relativo contacto y estar al corriente de tu vida, en el mundo de la música esto sirve para saber cuándo tu artista saca temas, hace bolos o pone a la venta merchandising. Ha afectado mucho en lo que es el mundo de la promoción, los artistas que tienen gran número de seguidores en redes sociales, tienen más facilidad para tener una repercusión mayor. Ha afectado fundamentalmente a la hora de la promoción y ha ayudado a mostrar al artista como un poco más humano.

BIBLIOGRAFÍA

- Buil, Pedro y Jaime Hormigos. “Nuevas formas de distribución de la música popular en la cultura contemporánea”. *Methaodos. Revista de ciencias sociales* 4, núm.1 (2016): 48-57.
- Chang, Jeff. *Can't Stop Won't Stop: A History of the Hip-hop Generation*. Londres: Ebury Press, 2007.
- Cruces Villalobos, Francisco coord. *Las culturas musicales: Lecturas de etnomusicología*. Madrid: Trotta, 2008.
- Frith, Simon. “Hacia una estética de la música popular”. *Las culturas musicales: Lecturas de etnomusicología*, editado por Francisco Cruces Villalobos, 133-172. Madrid: Trotta, 2008.
- Gilbert, Jeremy y Ewan Pearson. *Cultura y políticas en la música dance*. Traducido por Nuria Rimbau. Barcelona: Paidós Comunicación, 2003.
- Hager, Steven. *Hip-hop: The Illustrated History of Break, Rap Music and Graffiti*. New York: St Martins press, 1984.
- Kartomi, Margareth. “Procesos y resultados del contacto entre culturas musicales”. En *Las culturas musicales: Lecturas de etnomusicología*, editado por Francisco Cruces Villalobos, 357-382. Madrid: Trotta, 2008.
- Ladrero, Valentín. *Músicas contra el poder, canción popular y política en el siglo XX*. España: La oveja roja, 2016.
- Libro Blanco de la música*. Promusicae y Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, 2013.
- Martins, Rosana. *Hip-hop. Cultura y participación la visibilidad de la juventud en las periferias urbanas*. Barcelona: Incom UAB, 2015.
- Merriam, Alan. “Usos y funciones”. En *Las culturas musicales: Lecturas de etnomusicología*, editado por Francisco Cruces Villalobos, 209-227. Madrid: Trotta, 2008.
- Nattiez, Jean. *Music and Discourse: Toward a Semiology of Music*. New Jersey: Princeton University Press, 1990.
- Olmos, Jorge. *Cultura Hip-hop y Rap español, una aproximación desde la literatura*. Trabajo fin de grado, Universidad de Valladolid, 2017. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/22579>.

- Pérez, Lutxo. *La edad dorada de la música jamaicana, una crónica sentimental*. Madrid: 33ediciones serie, 2014.
- Reyes, Francisco y Chojin. *Rap: 25 años de rima, un recorrido por la historia del Rap en España*. Barcelona: Viceversa, 2010.
- Saveedra, Fernando. *El grafiti de firma. Un recorrido histórico social por el grafiti de ayer y hoy*. Madrid: Minobitia, 2014.
- Shaw, Arnold. *Black Popular Music in America, From the Spirituals, Minstrels and Ragtime to Soul, Disco, and Hip-hop*. Londres: Schirmer Books, 1986.

RECURSOS AUDIOVISUALES

- “Arriba España 9 Jun 17”. Youtube video, 8:30, de una retransmisión en *streaming* del programa radiofónico *Levántate España* en M80. Subido por “Arriba España M80”, 9 junio 2017, https://www.youtube.com/watch?v=-aqP7Z4eD_Q&t=839s
- “C.Tangana nos trae billetes 3:00”. Youtube video. Subido por Vodafone Yu, 26 mayo 2017, <https://www.youtube.com/watch?v=UdtTynpamcE&t=371s>.
- “Club33 y Recycled J:Yo hago trap leal” . Youtube video, 5:00, por “Vodafone Yu”. Subido 22 enero 2017, <https://www.youtube.com/watch?v=a1Uw2KdgZvo>.
- “Documental Hip-hop España (Spanish players 2)”. Youtube video, de un documental realizado por Patric Taladriz en 2008. Subido por “Puracdroga sin cortar”, 25 noviembre 2015, <https://www.youtube.com/watch?v=Zlu1T5aopQk>.
- “Dos platos y un micrófono. 30 años de Hip-hop en España”. Youtube video, de un programa especial emitido en La2 de RTVE, emitido el 23 febrero 2015. Subido por “Kebabamigo”, 12 diciembre 2015, <https://www.youtube.com/watch?v=HeqIgjuzwA>.
- “Entrevista a Bejo y DJ Pimp en Alta Fidelidad”. Youtube video, 4:30. Subido por Nacho Sánchez, marzo 2017, <https://www.youtube.com/watch?v=vdlx1DZZR7Y>.
- “Entrevista a Elio Toffana”. Youtube video, 5:00. Subido por “Vodafone Yu”, mayo 2017, <https://www.youtube.com/watch?v=U9i9gfLLiHw&t=345s>.

- “Entrevista a Rels B (Concierto Bilbao- Sala Fever)”. Youtube video, 1:40 .
Subido por “Artículo19”, 13 febrero 2017,
<https://www.youtube.com/watch?v=Bnm6q5ifKeU>.
- “Entrevista a Violadores del verso, Noche sin tregua”. Youtube video, a partir de
7:00. Subido por “el mejor rap”, 20 marzo 2010.
<https://www.youtube.com/watch?v=1uiUomZ2LX0>.
- “Jump street TV 2 (1985)”. Youtube video, de una retransmisión de TVE
1985. Subido por “lenecay” 6 junio 2013,
<https://www.youtube.com/watch?v=58Ku-JpH8GA>.
- “Lola Flores, Rap de ¡Ay Alvariño!”. Youtube video. Subido por Manuel Pérez ,
22 octubre 2011, <https://www.youtube.com/watch?v=AONN1YY5F2K>.
- “Rels B, Ahora la música tiene que ser visual también”. Youtube video, 2:50.
Subido por “Vodafone Yu”, 21 abril 2017,
<https://www.youtube.com/watch?v=FBk71hEHMas&t=854sç>

RECURSOS WEB

- Administrador blog. “Los discos de oro del Rap español”. *Terapia Hip-hop*
(blog), 17 febrero 2009,
<http://www.terapiahiphop.com/2009/02/17/los-discos-de-oro-del-rap-espanol/>.
- Agencia Efe. “La Excepción da una colleja a las discográficas”. *El País (versión
blog)*, 27 marzo 2009,
http://cultura.elpais.com/cultura/2009/03/27/actualidad/1238108404_850215.html.
- Aguiar ,Luis y Bertin Martens. “Digital Music Consumption on the Internet:
Evidence from Clickstream Data”. *European Commission Joint Research
and Centre Institute for Prospective Technological Studie*,
2013.<http://ftp.jrc.es/EURdoc/JRC79605.pdf>
- Álvarez, Alicia. “C.Tangana y Yung Beef nos ayudan a diferenciar el Trap del no
Trap”. *Beatburger* (blog), 15 de junio 2017,

<http://www.beatburguer.com/especiales/yung-beef-y-c-tangana-nos-ayudan-a-diferenciar-el-trap-del-no-trap/>.

- Arcos , Eduardo. “¿Qué es y cómo funciona la Ley Sinde?, en términos simples y sencillos”. *Hipertextual* (blog), 25 enero 2011, <https://hipertextual.com/2011/01/que-es-la-ley-sinde>
- Campero, Horacio. “El negocio de la música”. *El negocio de la música* (blog), 1 marzo 2008, <http://elnegociodelamusica.blogspot.com.es/2008/01/3-quin-es-que.html>.
- Canclini, Néstor, Francisco Cruces y Maritza Urteaga. “Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en las artes, las editoriales y la música”. *Fundación telefónica*, junio 2012.
- Caravaca, Rubén. “La gestión de las músicas actuales”. *Agencia de Cooperación Internacional para el Desarrollo* (blog), 2013, http://www.aecid.es/galerias/programas/Acerca/descargas/musica_enteo.pdf.
- Carmelo, Miguel. “30 años de Rap en España”. *Non stop people* (blog), 17 Julio 2015, <http://nonstoppeople.es/30-anos-de-rap-en-espana/>.
- Cartwright, Robin. “What's the story on the radio payola scandal of the 1950s?”. *The straight dope* (blog), 31 agosto 2004, <http://www.straightdope.com/columns/read/2176/whats-the-story-on-the-radio-payola-scandal-of-the-1950s->
- Cat, Soul. “Entrevista Francisco Reyes, profesor universitario de Hip-hop”. *Actibohiphop.com* (blog), 2006, <http://www.activohiphop.com/entrevista-francisco-reyes-profesor-universitario-de-hip-hop-23.php>.
- Izcue, Pablo. “Así se encuentra el conflicto de *Colapso Nerviozzo*”. *HHgroups* (blog), 20 mayo 2016, <http://www.hhgroups.com/editorial-hiphop/personales/el-colapso-crowdfunding-de-nerviozzo-6083/>
- K, Siller. “Historia breve de la industria musical”. *Promoción musical.es* (blog), 2012, <http://promocionmusical.es/historia-de-la-industria-musical/>
- González, Miguel. “30 años de Rap en España”. *Non stop people* (blog), 17 Julio 2015, <http://nonstoppeople.es/30-anos-de-rap-en-espana/>.

- Mondéjar, Jordán . “Origen de la cultura Hip-hop en España”. *Historia del hip-hop en España* (blog), <https://sites.google.com/site/historiadelhiphopenespana/origen-de-la-cultura-hip-hop-en-espana-1>.
- Novoa, Jaime. “La industria musical en España en los últimos 5 años, de dónde venimos y hacia dónde vamos”. *Genbeta* (blog), 17 octubre 2012, <https://www.genbeta.com/multimedia/la-industria-musical-en-espana-en-los-ultimos-5-anos-de-donde-venimos-y-hacia-donde-vamos>.
- Piza, Frankie. “¿Por qué Youtube convierte a los artistas en creadores de contenidos?”. *Tiumag* (blog), 14 febrero 2017, <http://www.tiumag.com/features/columns/youtube-convierte-los-artistas-creadores-contenidos/>.
- Promusicae, “El mercado de la música grabada en España en 2016”, *Promusicae*, 2017,
- Vázquez, Sebastian. “La industria musical frente al cambio de paradigma”. *Cultura.rwx* (blog), 2010, <http://culturarwx.net/2010/11/musica-en-libertad-matias-lennie/>.

RECURSOS SONOROS

TEMAS

Story 2, “CLPPNG “,Clipping, 2014

Mis disculpas, Canción distribuida en Youtube , Residente, 2017

¿Dónde está Wifly? , “2001 Odisea en el lodo” , SFDK, 2001

Luck of Lucien, “People’s Instinctive Travels and Paths of Rhythm”. A tribe called Quest ,1990

Borracho en el salón, distribuida en Youtube, Rels B,2017

Aislados, ”La nave almendra”, Escandaloso Xpósito, 2015

ALBUMS

“Werther”. Niño Maldito,. Entik records 2016

“Negu Gorriak”. Negu Gorriak. Oihuka 1990

“Cosmonáutica”. Erick Urano y Zar 1.Gamberros pro 2014

“Dalsy”, Fanso. Guayaba records 2015

“Acid House”, Fanso. Guayaba records 2016