

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2020-2021

LA ESTÉTICA Y LA ICONOGRAFÍA ARTÍSTICA EN LA MÚSICA CONTEMPORÁNEA: EL CASO DEL TRAP

Disertación: Arte y Publicidad

CELIA GUTIÉRREZ CARBONERO

Tutor/a académico/a: Jesús Félix Pascual

SEGOVIA, 11 de julio de 2021

Resumen

El presente trabajo aborda el género musical del trap como parte de un fenómeno cultural y mediático que ha logrado trascender e influir a distintas esferas del ámbito cultural español. El trap, estilo musical procedente de Estados Unidos, ha visto su mayor evolución en los distintos países de habla hispana. La siguiente disertación comenzará mediante una investigación acerca de sus orígenes y la evolución en los tres territorios dónde su desarrollo ha sido mayor: Estados Unidos, Latinoamérica y España. Para analizar con mayor precisión las piezas musicales seleccionadas se hará una introducción analítica de los aspectos culturales que indiquen en el trap y sus referencias artísticas. Además, se investigará sobre su vinculación, desde una perspectiva filosófica y sociológica, con la cultura capitalista gracias a la obra de Ernesto Castro y Jean Baudrillard.

Palabras clave

Música Trap, Cultura Urbana, Capitalismo, Generación Z, Arte.

Abstract

The present essay addresses the musical genre of *Trap* as part of the cultural and media phenomenon that has managed to transcend and influence different spheres of the Spanish cultural field. *Trap*, a musical style originating from the United States, has seen its largest evolution in the different Spanish speaking countries. The following dissertation begins with a research regarding its origins and evolution in the three territories where its growth has been greatest: the United States, Latin America and Spain. In order to analyze with further accuracy the selected musical pieces, an analytical introduction of the cultural aspects that have a bearing on *Trap* and their artistic references will be made. Furthermore, their correlation from a sociological and philosophical standpoint to the capitalist culture will be investigated, thanks to the work of Ernesto Castro and Jean Baudrillard.

Key words

Trap music, Urban culture, Capitalism, Generation Z, Art.

Índice

1. Introducción	5
2. Justificación del objeto de estudio.....	6
3. Objetivos	7
4. Contextualización	8
4.1. Inicios del movimiento trap: EE. UU.....	8
4.2. Inicios del movimiento trap en España	9
4.3. Inicios del movimiento trap en Latinoamérica.....	11
5. El trap desde la sociología y la filosofía.....	12
5.1. Incidencia del trap en la publicidad: <i>fetichización</i> de las marcas	14
5.2. Vinculación del movimiento con la crisis económica.....	17
6. Estética e intencionalidad en el trap: antecedentes e influencias.....	21
6.1. Costumbrismo	23
6.2. Utilización de espacios industriales	24
6.3. Presencia de la tecnología.....	25
6.4. Moda	26
6.5. Estética Kitsch e iconografía religiosa	27
7. El trap y el feminismo liberal: la politización de los cuerpos y el papel de la mujer.....	30
8. Líricas y temáticas comunes.....	34
9. Análisis de videoclips.....	37
9.1. La noche de anoche- Bad Bunny y Rosalía	37
9.2. Demasiadas mujeres- C. Tangana	43
10. Conclusiones.....	49
11. Bibliografía	53

Índice de imágenes, gráficos y tablas

Imagen 1: Dapper Dan junto al rapero LL Cool J. Fuente: https://highxtar.com/dapper-dan-x-gucci-a-love-	16
Imagen 2: portada Yung Beef. Fuente: Google imágenes.....	21
Imagen 3: portada Yung Beef. Fuente: Google imágenes.....	21
Imagen 4: Vídeo "Be the meister" Rels B X Deva. Fuente: YouTube.....	24
Imagen 5: "Las lavanderas" Francisco Goya (1780). Fuente: goyaenelpadro.....	24
Imagen 6: Pimp flaco usando Wallapop en su videoclip "Nuse". Fuente: YouTube.....	26
Imagen 7: Estética Kitsch. Fuente: https://www.bezzia.com/las-claves-del-estilo-kitsch-en-decoracion/ 28	
Imagen 8: " Llárame" x Zowi. Fuente: YouTube.	29
Imagen 9: "Sólo tú" x Kinder Malo. Fuente: YouTube.....	29
Imagen 10: "From darkness with love" x Cecilio G. Fuente: youtube.....	30
Imagen 11: La Zowi - Putas ft Flynt Hustle . Fuente: YouTube.....	33
Imagen 12: Bounce - Cazzu (3/3 Bonus Trap). Fuente: YouTube.....	33
Imagen 13: las dos Fridas- Frida Kahlo. Fuente: Google imágenes.....	38
Imagen 14: portada Que no salga la luna- Rosalía x Fillip Custic. Fuente: Google imágenes.....	38
Imagen 15: Rosalía con estética de Frida Kahlo. Fuente: Google imágenes.....	39
Imagen 16: estructura central. Fuente: YouTube.....	40
Imagen 17: Plaza Italia (1913)- Giorgio de Chirico. Fuente: Google imágenes.....	41
Imagen 18: arquitectura al claro de luna (1956)- René Magritte. Fuente: Google imágenes.....	41
Imagen 19: escena del videoclip La noche de anoche. Fuente: YouTube.....	42
Imagen 20: La persistencia de la memoria (1923)- Dalí. Fuente: Google imágenes.....	42
Imagen 21: escenas videoclip Demasiadas mujeres- C. Tangana. Fuente: YouTube.....	44
Imagen 22: escena videoclip Demasiadas mujeres- C. Tangana. Fuente: YouTube.....	45
Imagen 23: Clotilde con mantilla- Joaquín Sorolla (1920). Fuente: Google imágenes.....	45
Imagen 24: La duquesa de Alba de negro- Francisco Goya (1797). Fuente: Google imágenes.....	45
Imagen 25: escena videoclip Demasiadas mujeres- C. Tangana. Fuente: YouTube.....	46
Imagen 26: Uneasy Centre- Bridget Riley (2016). Fuente: Google imágenes.....	46
Imagen 27: Cuando me miras- C. Tangana. Fuente: YouTube.....	47
Imagen 28: niños jugando a los dados- Esteban Murillo (1694) Fuente: Google Imágenes.	47
Imagen 29: escena videoclip demasiadas mujeres- C. Tangana. Fuente: YouTube.....	47
Imagen 30: Óleos de Iván Floro para el disco "El madrileño". Fuente: Traveller.....	48
Gráfica 1: Evolución de la deuda pública. Fuente: datosmacro.com.....	19
Tabla 1: ficha técnica. Fuente: Elaboración propia con información obtenida de Filmaffinity.....	37
Tabla 2: Ficha técnica. Fuente: Elaboración propia a partir de Filmaffinity.....	43

1. Introducción

El trap, género musical por antonomasia en el siglo XXI, ha logrado conquistar e inundar todos los escenarios musicales de la última década. Lo que empezó siendo un estilo suburbial o “hecho para unos pocos” es reconocido como identificador de valores de muchos de los jóvenes pertenecientes a la llamada *generación Z*.

La disolución entre este género y otros como el rap o el reggaetón hace que muchos artistas renieguen de ser denominados *traperos*. El discurso de este tiene un marcado carácter biográfico, abordando temáticas como el tráfico de drogas o la sexualidad: “Trap es cantar lo que conoces: no sentirlo como propio sino haberlo vivido. De ahí la identificación de tantos jóvenes: les están contando la verdad” (Jabois, 2018).

La creciente popularización del género junto con la multitud de debates que han logrado sembrar este estilo, dejan entrever que el trap ha conseguido trascender la escena musical, abriéndose paso en temáticas como el feminismo, la apropiación cultural, las estructuras discográficas o la liberación sexual, entre otros.

Respecto a la estructura central del presente trabajo, se realizará una investigación previa acerca de los orígenes y la evolución de este género musical, así como sus influencias tanto musicales como culturales.

A continuación, se desarrollará un apartado analizando desde un enfoque sociológico y filosófico la incidencia del trap, a través de la obra *El trap: filosofía millennial para la crisis en España* (2019), del autor Ernesto Castro. Tras esto se ahondará en la vinculación de la cultura del capitalismo y en concreto el sector del lujo con el presente estilo musical, para entender el porqué de su vinculación y expansión durante los años posteriores a la crisis económica del año 2008.

Después, se desarrollarán los siguientes apartados relevantes a las cuestiones estéticas del trap: antecedentes e influencias culturales, vinculación del trap con el feminismo liberal y análisis de las líricas y temáticas de este género.

Con ayuda del anterior apartado se analizarán dos videos musicales, en los que se trabajarán y estudiarán los distintos significados y representaciones de la simbología empleada en ambos.

El trabajo concluye con el apartado de conclusiones y el listado de las fuentes y referencias empleadas.

2. Justificación del objeto de estudio

La evolución musical es una parte identificadora y relevante en el desarrollo del ser humano. A través de esta podemos apreciar no sólo el avance tecnológico sino también el reflejo social de los posibles cambios o modificaciones en las preocupaciones, los anhelos, los miedos... de la sociedad en un determinado contexto concreto. La publicidad audiovisual requiere de la música para ayudar a la mejor transmisión del mensaje, siendo los jingles una de las piezas publicitarias con mayor capacidad de persistencia de recuerdo.

La elección de la temática de este proyecto se debe a mi pasión acerca del mundo del arte urbano, expresado a través de la música y el baile. Al comienzo de mis estudios de grado me encontré con la asignatura de Arte y publicidad, la cuál me hizo tomar en valor nuevas formas de manifestaciones artísticas que, sin el conocimiento previo de las mismas, no habría apreciado de la misma manera, situación similar a la que me encontré cuando conocí el mundo del trap.

Al cursar la asignatura de Nuevas manifestaciones artísticas, comencé a ver enlaces entre los conocimientos que íbamos adquiriendo y las obras audiovisuales creadas en el trap, en concreto el último tema: la posmodernidad.

Finalmente, la decisión la tomé a partir de la visualización de uno de los videos mencionados en el presente proyecto, *El problema de la estética trap* (Ter, 2019). Tras este visionado decidí realizar mi trabajo de fin de grado enlazando el arte, la publicidad y el trap.

Como podemos apreciar la publicidad avanza hacia el campo de la digitalización, y la conversión de la misma en entretenimiento, haciendo uso de artistas del ámbito urbano para la transmisión del mensaje.

Es por ello por lo que, con el presente trabajo de fin de grado se pretende analizar la vinculación de este movimiento con el desarrollo cultural mediante las técnicas y los contenidos que comprende el grado en publicidad y relaciones públicas.

3. Objetivos

Un objetivo puede definirse como un enunciado a través de cual se explica de forma breve y precisa la finalidad específica de aquello que se pretende lograr. A través de los siguientes objetivos se fundamentará el propósito académico del siguiente trabajo de fin de grado. Estos, se dividen entre objetivos generales, que son los que describen la finalidad última, y los específicos, que tratan de delimitar la investigación.

En primer lugar, el **objetivo general** del presente trabajo será analizar las referencias culturales en las obras audiovisuales del género trap.

Para ello, en segunda instancia, los **objetivos específicos** serán:

- Ahondar en las razones de la incidencia de la cultura capitalista en el género del trap, a través de su lenguaje, influencias y características concretas.
- Reflexionar acerca de la explicación de la elección de las distintas referencias artísticas de las que hacen uso los cantantes de este estilo musical, y así
- Comprender con mayor exactitud la expansión y popularización del trap en España.

4. Contextualización

4.1. Inicios del movimiento trap: EE. UU.

Para hablar de los orígenes de este género musical debemos remontarnos a finales de la década de los noventa, y más concretamente al sureste de Estados Unidos. Durante este periodo, algunas bandas como Dungeon Family¹, Outkast o Guetto Mafia, comenzaron a hacer uso del término *trap houses* para referirse a aquellos lugares donde se producían o distribuían distintos tipos de sustancias adictivas.

Aunque hasta entonces ya se había asociado este término a artistas como UGK* o Master P, no fue hasta 1994 cuando 8Ball & MJG publicaron su álbum *On the outside looking*, que surge la consolidación de esta acepción y la prensa les empieza a denominar *trap rappers* (Besora, 2020).

Durante la década de los 90, canales televisivos como MTV, impulsan el Hip Hop, llevándolo a su época dorada, gracias a su expansión e internacionalización. El trap surge de una evolución del *Gangsta Rap*², y, por ende, del propio hip hop, que, desde sus inicios estuvo marcado por una fuerte carga de revolución social en sus letras. Nace de la necesidad de expresión de la juventud en los barrios marginales de Estados Unidos, tocando temáticas como la pobreza, el proxenetismo o la delincuencia. Es por ello por lo que las ciudades exponentes de este género están claramente marcadas por este factor. Georgia, que en sus inicios fue la cumbre del trap, superaba con creces los índices de pobreza medios del país, lo cual derivó en un incremento notable de la tasa de delincuencia juvenil. La policía de Atlanta formó un grupo denominado *Red Dogs*, con el fin de desarmar e interceptar bandas dedicadas al trapicheo de drogas. Poco a poco fueron saliendo a la luz diferentes abusos policiales ejercidos por estos, lo que generó el caldo de cultivo perfecto para aquellos que se dedicaban a la elaboración de música trap.

¹ Colectivo musical, especializado en *Southern rap*, formado en el año 1992, proveniente de Atlanta, Georgia. Gracias a este grupo, la palabra trap, empezó a resonar entre los amantes del hip hop a finales de los 90.

² Subgénero del hip hop que surge en los años 80 en las zonas del sur de Estados Unidos. Vinculado a movimientos de revolución social antirracista.

Mientras que la música rap ponía el foco principal en sus letras, en el trap cobran relevancia las partes instrumentales, creando los *beats* que hoy en día caracterizan este género, y dejando a un lado la parte más política del rap. Cabe destacar la figura del productor Lex Luger, el cual trabajó y compuso con la mayoría de los exponentes del trap en la década de los 2000 (García, 2020).

4.2. Inicios del movimiento trap en España

Al igual que para hablar del trap en Estados Unidos nos centramos en la ciudad de Atlanta, para hacerlo en nuestro país tenemos que volver la mirada a Granada.

Granada, fue una de las ciudades más afectadas de toda Andalucía en tiempos de posguerra (en la década de 1940). Su población, que en escasos años se había duplicado debido a fuerte red industrial, se verá fuertemente afectada económicamente debido a su exclusión en la Ley de Protección de la Industria Nacional en 1939. Este factor fue clave para entender el escaso desarrollo de la ciudad en comparación al resto de Andalucía, que, a diferencia de Granada, sí vivió una época de desarrollo económico a finales de los 50. En la época de los 80, España, logró potenciar el turismo gracias a varios factores, pero principalmente al trabajo de desarrollo económico por parte de los gobiernos desde la salida de la dictadura franquista. La entrada de España en el euro (2002) supondrá un encarecimiento de todos los servicios y, por ende, una notable disminución del interés turístico español, y es aquí cuando se decide hacer una remodelación del sistema, fomentando e incentivando un turismo nacional, tanto rural como cultural (Ponferrada, 2015). Esto influirá al gobierno a la hora de tomar la decisión de fortalecer las redes de transporte existentes, creando nuevas autovías que den paso a las grandes capitales a Andalucía. Aun así, Granada no pudo levantarse del decrecimiento económico causado anteriormente, y finalmente, en los primeros años del siglo XXI se vio inmersa en unas ratios de pobreza que superaban con creces el índice nacional, llegando a que casi un 40% de su población en el año 2013 se encontrara en riesgo de pobreza. Como ya hemos visto anteriormente, la pobreza genera el caldo de cultivo idóneo para el aumento de prácticas relacionadas con la delincuencia o el narcotráfico. Además de las condiciones económicas ya mencionadas, Granada, debido a su posición geográfica, es foco de las principales redes de narcotráfico del país. Por lo

que podemos apreciar, la historia de esta ciudad tiene ciertas similitudes con Atlanta, por lo que, en cierta parte, es lógico que la evolución en lo que al trap se refiere también lo sea.

Los inicios de este estilo musical en nuestro país se los debemos al grupo denominado *Kefta Boys*. Mientras que en España el culto a rap canónico todavía era muy evidente, en Estados Unidos la experimentación en este género llevaba años avanzando. Es por ello por lo que, cuando este grupo salió a la luz, se vio amedrentado por numerosas críticas con motivo de su ruptura de los estándares expuestos. Internet, que para el año 2013 ya estaba más que consolidado, dio el empujón necesario a múltiples grupos que luchaban por tener un hueco en la escena musical de nuestro país. Este fue el caso de *Kefta Boys*. Sus inicios, como los de muchos otros, comenzaron a través de las plataformas SoundCloud y Youtube, mediante *mixtapes*³ auto editadas. Pero su explosión en el panorama nacional se dio cuando los cantantes del ya mencionado grupo decidieron unirse con algunos de los componentes del grupo de rap madrileño *Corredores del bloque*. Así es como apareció en España *PXXR GVNG*. Su trayectoria fue breve, durando sólo desde el año 2013 hasta el 2017, aun así, logró establecer y sentar en España las bases necesarias para la expansión del trap en el territorio nacional. Una vez obtuvieron el reconocimiento por parte de la industria, decidieron cambiarse el nombre a *Los Santos*, en mi opinión, haciendo referencia a que ya no eran las mismas personas, de procedencia humilde que habían tenido que luchar contra las críticas para tener un espacio reconocido, sino que venían a establecerse como los apóstoles que predicar y expanden su palabra para que otros tengan las mismas oportunidades (Villain, 2020).

Situación similar se vivió en Murcia en la segunda mitad del 2010. El Instituto Nacional de Estadística reflejó la cruda realidad que vivía esta ciudad para el año 2015: Murcia sería la primera ciudad en la tasa de riesgo de pobreza con un índice del 37,2% (García, 2020: 45). La representación del trap nacional en Murcia la encontramos en la localidad de Espinardo, consolidándose como uno de los focos principales del género a nivel nacional. Dos artistas primordiales de este movimiento son Fat Montana y Seko, que, a

³ Recopilaciones de canciones de uno o varios artistas, en las que tanto la letra como la melodía pueden ser recuperadas de canciones anteriores con derechos de autor.

diferencia de otros traperos, renegaban de rap español desde sus comienzos. Se enfocaron desde un principio en tomar como referencia el estilo que se estaba llevando a cabo al otro lado del charco, en Atlanta. Estuvieron interesados en el sonido *del rap dirty*, perteneciente a los Estados Unidos, combinándolo con otros como el flamenco o el reggaetón. Es decir, fueron precursores del estilo de música trap que actualmente se está llevando a cabo en nuestro país, allanando el terreno a artistas de generaciones posteriores como C. Tangana o Rosalía.

4.3. Inicios del movimiento trap en Latinoamérica

Sin ningún lugar a dudas, si queremos hablar de la profesionalización o consolidación del trap, tenemos que irnos a distintos países de Latinoamérica. Pese a no tener la misma trayectoria que el estadounidense, el trap latino ha logrado evolucionar tantísimo en la última década que ha llegado a consolidarse como el género más escuchado en multitud de países. Quizá, su creciente popularidad se deba a que las temáticas expuestas mediante las letras y las imágenes en los videoclips tratan aspectos más comunes y más fácilmente identificables que en el trap más cercano al rap. Sus comienzos, se asientan con una mayor anterioridad a lo que lo hacen en España. Sus principales exponentes serán aquellos que con anterioridad se dediquen a la producción de reggaetón, y aunque, en un principio tocaran temáticas más cercanas a la delincuencia o el narcotráfico, poco a poco se dieron cuenta de que éstas no resultaban tan atractivas para el público y fueron paulatinamente centrándose en temas como el amor y sus subtemáticas (celos, rupturas, cuernos...).

Aunque podríamos hablar de cantantes como Arcángel, Anuel AA u Ozuna como sus precursores, la figura más reseñable del trap en Latinoamérica es sin lugar a duda Bad Bunny, que fue quien logró expandir fuera del continente las producciones que se estaban haciendo.

Lo que podemos concluir en este punto es que el trap es un género que no está delimitado en lo que a sus aspectos formales se refiere, ya que en cada país se ha adaptado a los géneros musicales predominantes cuando éste llegó. En el caso de

España, entremezclándose con el flamenco, el pop o el rap, y, en el caso de Latinoamérica con otros estilos como el reggaetón, la cumbia o incluso la salsa.

5. El trap desde la sociología y la filosofía

La música es una de las expresiones creativas más íntimas del ser, ya que forma parte del quehacer cotidiano de cualquier grupo humano tanto por su goce estético como por su carácter funcional y social. La música nos identifica como seres, como grupos y como cultura, tanto por las raíces identitarias como por la locación geográfica y épocas históricas. Es un aspecto de la humanidad innegable e irremplazable que nos determina como tal (Ángel, Camus y Mansilla, 2008: 18).

La música, desde una perspectiva sociológica, ha de entenderse como una disciplina artística creada como un elemento dinámico dentro del sistema social, es por ello que, su concepción se debe analizar desde una perspectiva de evolución social, es decir, la música evoluciona de forma dependiente a lo que lo hacen los intereses, preocupaciones y engranajes sociales (Cano Le tiec. s/f).

Es una parte fundamental de la vida en sociedad, cohesionada con el ocio y el entretenimiento, pero, además, tiene la capacidad de fomentar los distintos valores primarios intrínsecos al ser humano, como puedan ser el crecimiento personal y el autoconocimiento. Se puede categorizar como un vehículo comunicativo de la expresión socio-artística del propio autor, que, a través de diferentes elementos formales como la armonía o los ritmos explora su Yo y lo expone a la sociedad (Ángel Alvarado, Rolando. 2013).

Por estas razones, el abordaje de la música desde una perspectiva sociológica es un debate muy recurrente dentro de este campo. Debido a su complejidad han existido distintas teorías a lo largo de la historia, desde Max Weber en su obra *Los fundamentos racionales y sociológicos de la música* (1921), hasta Ernesto Castro, filósofo de la llamada generación *millennial* que persigue profundizar en las temáticas y preocupaciones de nuestra sociedad actual. Para entender más allá de las cuestiones meramente estéticas

del trap, profundizaré en una de sus obras más reconocidas *El trap: filosofía millennial para la crisis en España* (2019).

Como bien nos explica el autor de esta obra, desde su popularización en el año 2016, la definición de lo que es o no la música trap ha estado sometida a un debate constante, incluso por parte de los propios artistas contemporáneos. Algunos entienden ese concepto como algo más metafórico o del sentido intrínseco del propio género, y otros los categorizan a través de sus elementos armónicos o sus bases.

Para Ernesto Castro (2019), el trap es definido como “la metamúsica de la crisis en España” (p. 36), entendiendo este concepto como una realidad social, que, aun surgiendo de la propia idea de “música” trasciende a partir de esta, logrando llegar a conceptos y escenas de mayor amplitud. Se entiende por trap una sinécdoque de la música popular urbana, es decir, cambiar la parte por el todo, logrando así amplificar o desdibujar sus propios límites. Al igual que paso con la música punk, donde esta no se ciñe a la propia producción, sino que engloba una estética y unos valores que por su significado tienen la capacidad de cohesionar y forjar la creación de un grupo social de características determinadas.

Podemos encontrar en la historia de ambos, patrones de comportamiento que, por casualidad o causalidad, se han ido repitiendo. Aquí nos encontramos con dos momentos concretos que logran representar esto a la perfección. El primero de ellos, cuando a Billie Joe Armstrong, vocalista del conocido grupo *Green Day*, le preguntaron en una entrevista “¿Qué es el punk?”, a lo que él respondió dando una patada a un cubo de basura y diciendo “Esto es punk”. Y, en segundo lugar, en la entrevista concedida en el *Primavera Sound* por Yung Beef, en la que, tras la inevitable pregunta de qué es el *Trap*, él respondió haciendo un llamamiento a uno de sus compañeros, que, de forma errática apareció en el escenario (con un chaleco antibalas y una piedra de hachís), acompañando el discurso del cantante que afirmó: “Eso es trap. Y toda la mierda que han decío’ en los periódicos, nada” (Primavera Sound, 2018).

Aunque encontramos numerosas similitudes entre la esencia de ambos géneros, el mayor paralelismo es que, pese a que ambos movimientos se concibieran como intencionadamente contestatarios y subversivos, el capitalismo ha logrado

despolitizarlos y banalizar su discurso, convirtiendo a ambos en un simple objeto mercantilizable.

5.1. Incidencia del trap en la publicidad: *fetichización de las marcas*

La asociación de valores, cultura e identidad es una de las herramientas fundamentales dentro de la creación de un concepto de marca. El proceso de compra en la era de internet se ha visto modificado por la expansión de los medios y redes de comunicación, que han tenido que adaptarse a los nuevos formatos. Una comunicación de marca capaz de trascender a ámbitos más amplios que el meramente comercial debe estar basada en sus conceptos intangibles, que elaboran su propia identidad a través de la conciliación entre los valores económicos y los sociales.

Jean Baudrillard, filósofo y sociólogo de origen francés, teoriza acerca de estos conceptos mediante sus análisis dentro del campo de la publicidad. En su obra *Crítica a la economía política del signo* (1972) ahonda en los límites de la publicidad, calificando a esta nueva era dentro del estadio del “fetichismo de la mercancía”. Durante el proceso de construcción de marca podemos apreciar cuatro categorías fundamentales, las dos primeras siendo ya teorizadas por el filósofo Karl Marx en su primera obra *El capital* (1867). En primer lugar, tenemos el valor de uso, referido a la propia utilidad del objeto de consumo, seguido de este nos encontramos el valor de cambio económico, que será el precio que pagar para la obtención de este. A estos valores Baudrillard añade dos más que explicarían la construcción actual del concepto de marca. El valor simbólico, que representaría la capacidad del objeto mercantilizable para transmitir ideas o valores y asociarlas al mismo. Éste se da de forma individualizada en cada consumidor ya que los simbolismos representados en ese objeto de consumo estarán ceñidos a tu propio comportamiento o actitud en tu papel de consumidor. Por último, estaría en valor signo, que son aquellos valores que la marca quiere representar de forma unánime en todo su público. Así pues, el primero podría estar basado en tu experiencia personal con el producto (asociaciones, recuerdos, sentimientos...), mientras que el segundo es compartido por un público amplio (sensación de lujo, exclusividad, pertenencia a un estatus social...)

[...] la fetichización de la mercancía es la del producto vaciado de su sustancia concreta de trabajo y sometido a otro tipo de trabajo, un trabajo de significación, es decir de abstracción cifrada –producción de diferencias y de valores-signos–, proceso activo, colectivo, de producción y reproducción de un código, de un sistema, investido de todo deseo desviado, errante, desintrincado del proceso de trabajo real y transferido sobre lo que precisamente niega el proceso de trabajo real. Así, el fetichismo actual del objeto se vincula al objeto-signo vaciado de su sustancia y de su historia, reducido al estado de marca de una diferencia y resumen de todo un sistema de diferencias (Baudrillard, 1972:95).

La trasmutación de un objeto de uso en valor/signo es debido a la publicidad, dónde ya no aparecería la lógica de clase ceñida a la propiedad de los medios de producción, sino a la construcción de significaciones, donde la producción, como hemos mencionado anteriormente, estará ligada a la creación de sus intangibles. Según Jesús Ibáñez, sociólogo español dedicado al análisis de la sociedad de consumo, la publicidad ve su punto de inflexión tras el *crack* de 1929 y la reconversión capitalista a la que este da lugar. Anterior a este, existía un capitalismo de producción, en el que la publicidad era referencial, es decir, se refería al propio objeto anunciado. Mientras que, en el capitalismo de consumo, la publicidad es estructural y trata de atribuir indicaciones significativas al producto (Almela Caro, 2007).

La saturación de estímulos publicitarios debido a la multitud de medios existentes hace que las marcas pretendan huir de aquellos mensajes de contenido explícitamente comercial y opten por otros más desdibujados con el entretenimiento, con el fin de aumentar su credibilidad y responder a las demandas comerciales actuales. Una de las herramientas de marketing más popular en los últimos años es el uso de personajes públicos como representantes o embajadores de marca, lo que facilita a esta la asociación de ciertos valores ya atribuidos a esa figura de la escena pública.

Numerosas marcas del sector de la moda de alta costura como Versace o Gucci se han convertido en iconos representativos dentro de la cultura urbana. En una era dónde lo visual cobra gran importancia, la falsa “democratización del lujo” no es algo irrelevante.

Como hemos podido apreciar, el hip hop no solo se basó en ser un movimiento meramente musical, si no que trascendió a otros ámbitos que le permitieron establecerse como un movimiento de lucha social de las clases más desfavorecidas. En la década de los 80, en plena explosión de la cultura hip hop, aparece la figura de Dapper Dan, un diseñador afroamericano que consiguió acercar a los artistas del mundo del hip hop el sector de la moda de lujo. En su taller ubicado en Nueva York, producía y confeccionaba prendas de bajo coste a las que bordaba el logo de grandes marcas como Gucci o Louis Vuitton. Rápidamente se convirtió en el diseñador favorito de los raperos estadounidenses, a los que facilitó la visibilización de sus aspiraciones a través de su vestimenta, en un país donde el racismo y el clasismo se llevaban la vida de multitud de ellos de forma diaria. (Pérez y Rodríguez, 2018).



Imagen 1: Dapper Dan junto al rapero LL Cool J. Fuente: <https://highxtar.com/dapper-dan-x-gucci-a-love->

Otro ejemplo de la inmersión de la moda de lujo en la cultura del hip hop se lo debemos al grupo denominado los *Lo Life*. Esta comunidad, que nace en la ciudad de Brooklyn, comienza a interesarse por los productos de la marca Polo Ralph Lauren, y deciden nombrarse bajo este término a través de la simplificación de la palabra Polo. Su intención fue desmitificar y deconstruir las significaciones atribuidas a Ralph Lauren a través de la apropiación de esta a una subcultura muy reñida con el *target* de la propia marca.

Este tipo de adaptaciones, junto con la popularización exponencial que tuvo este movimiento en las dos últimas décadas del siglo pasado, permitieron la conversión del hip hop de un movimiento de subcultura a cultura. Dapper Dan y el grupo de *Lo Life* supieron materializar y acercar al género el sueño de estos cantantes de poder deshacerse de los tabúes impuestos por pertenecer a distintas clases sociales.

Tras estos hechos, numerosas marcas a principios de la década de los 2000 comenzaron a hacer alianzas con los raperos más emblemáticos del panorama del hip hop. Algunos ejemplos de esto son la unión del cantante Snoop Dog con la marca Tommy Hilfiger o la de Versace y Tupac (Mangana, 2020: 12).

Como podemos apreciar la cultura del rap estadounidense siempre ha ido de la mano de grandes marcas, por lo que no es de extrañar que lo mismo ocurra en el caso del trap, donde estas asociaciones trascienden a más ámbitos que el meramente textil. En esta década nacen numerosos traperos que deben sus nombres a estas marcas, como puede ser el caso de Gucci Mane, Jay Versace o en el caso de España la cantante Chanel. Aun así, la significación de las asociaciones en el hip hop y en el trap tiene una diferencia radical; mientras que los primeros se apropiaban de estas como parte de una reivindicación social, los segundos pretenden llevar a cabo un culto al lujo, posiblemente porque los primeros allanaron el terreno y facilitaron el acceso a este a los segundos.

Actualmente el interés entre marcas como Gucci y los traperos es mutuo, al contrario que ocurría en los 80. Las marcas se ven beneficiadas ya que los cantantes moldean su imagen de marca, y los cantantes expresan su estatus social y económico a través de estas.

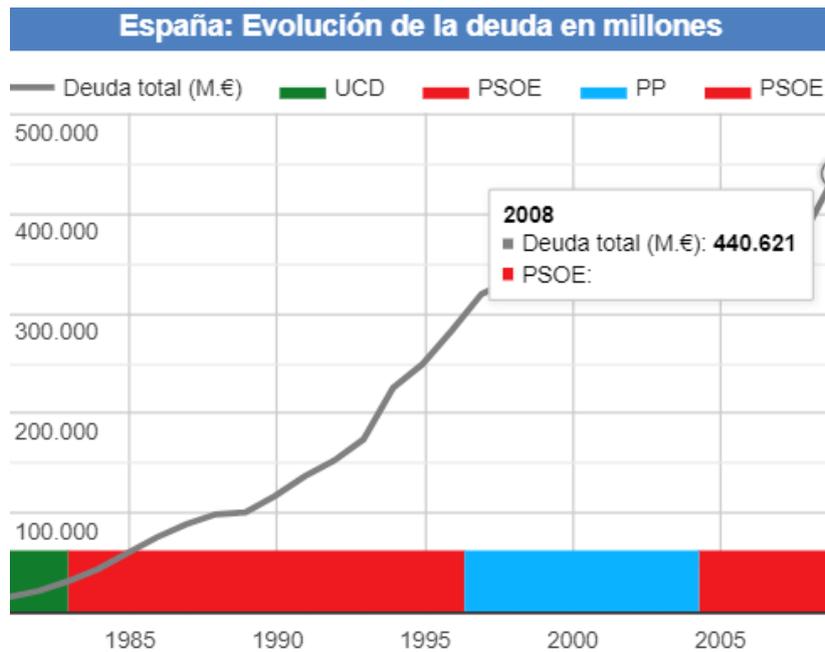
5.2. Vinculación del movimiento con la crisis económica

El año 2008 estuvo marcado por una de las peores crisis financieras vividas a lo largo de la historia, y aunque estalló en el año 2007 en Estados Unidos, los efectos de esta no se empezaron a notar de modo global hasta comienzos del 2008. La presión ejercida sobre los distintos países afectados desencadenó otras crisis, como la de la deuda pública. Los préstamos y las hipotecas sub-prime o de alto riesgo fueron uno de los focos de esta crisis, ya que los deudores de estas no tuvieron la solvencia económica suficiente para

pagar los créditos hipotecarios en los que se habían visto inmersos. Para ese entonces, el tipo de interés en EEUU era inferior a un dos por ciento, siendo esta una de las cifras más bajas en los últimos años. Por ello, los inversores de Wall Street, fijándose en el mercado inmobiliario, intentaron ofrecer unos productos financieros con un mejor interés. Surgió la aparición de las CDO (obligación colateralizada mediante deuda), en las que los bancos de inversión venden las hipotecas categorizadas mediante su riesgo. Así que, si las familias que rentaran estas viviendas no pudieran pagar sus hipotecas, los bancos de inversión podrían quedarse con estas y venderlas a un valor mayor que el inicial. Y aquí vino uno de los principales problemas: se concedieron hipotecas a compradores que no podrían devolver esos préstamos, sin avales, ni entradas, e incluso sin unos ingresos fijos que acreditaran su solvencia. El problema vino cuando, aquellos bancos que pensaron que el precio de la vivienda no bajaría, se dieron de bruces con la realidad: la explosión de la burbuja inmobiliaria. La compra masiva de viviendas debido a su supuesta “alta rentabilidad” disparó sus precios, que, como era previsible, debido a los impagos volvió a desplomarse en un periodo muy corto de tiempo, por lo que muchas familias abandonaron sus hipotecas para pagar menos por otras debido a este desplome. Los bancos de inversión tuvieron que ser rescatados por el gobierno, provocando una crisis del crédito que, a su vez, hizo que los mercados se congelasen.

La afección que todo esto supuso en el resto de los países, viene de la mano de que la globalización, los mercados y las economías de los distintos continentes se encuentran hiperconectados mediante las infinitas redes comerciales.

En España, no solo se financiaba la compra de hipotecas, sino que también se acreditaba y financiaba a las empresas constructoras. Esto hizo que los precios de la vivienda se disparasen debido a la construcción masiva, y que nuestra deuda pública con el banco central europeo se triplicase. Muchas empresas tuvieron que cerrar dejando unos índices de paro desmesurados (García, 2020),



Gráfica 1: Evolución de la deuda pública. Fuente: datosmacro.com

Para el año 2013, cuando salieron a la luz los primeros indicios del trap en nuestro país, el índice de paro juvenil nacional se estimaba en un 57% (RTVE, 2013). Y como ya hemos hablado con anterioridad, este hecho provocó que muchos de estos jóvenes intentaran buscarse la vida a veces de formas poco lícitas. De alguna forma, este estilo, junto con el rap más puro, supo reflejar la frustración y la desesperanza desoladora que se vivía en el país por aquella época. La diferencia entre la actuación de estos dos géneros durante el periodo de crisis es, que mientras que el rap más canónico siguió con un discurso moralista, el trap supo reflejar una expresión mucho más hiperindividualista con la que estos jóvenes podrían sentirse más identificados.

Los *traperos*, lejos de buscar una vía de escape de la crisis a través de la autoafirmación, lo hacen ahondando en sus propios problemas. Yung Beef, *trapero* perteneciente al grupo anteriormente mencionado PXXR GVNG, afirmaba en una entrevista para Ernesto Castro (2018) que no hay que tenerle miedo a la pobreza. Este hecho se vincula de forma directa con el concepto del dinero como algo efímero, característico de una persona que ha vivido en una constante crisis económica. Mientras que en la época de los 90, la compra de discos suponía casi el total de los ingresos de las compañías discográficas, en nuestra época este no representa ni el 20% de los mismos. La crisis económica, junto

con plataformas como Emule o BitTorrent, hicieron que la industria musical cayera en picado. Muchos de los artistas que anteriormente podrían haber firmado contratos con discográficas a nivel internacional, ya no lo podían hacer debido a la negativa de estas por fichar en sus equipos musicos que no fueran facilmente comercializables. Había que cambiar de forma estructural la propia presentación del rap que se estaba comercializando en España. Y aquí es cuando se introdujo el concepto de artista multidisciplinar en la escena de Rap. Con esto, muchos artistas adaptaron su forma de producir su música a través de no sólo la escenificación, si no de los propios elementos formales que componían a esta: aumentando los BPM (Beats Per Minute) de las canciones, dando más importancia a las bases que a las líricas, contratando bailarines para los conciertos, haciendo uso del autotune...

Todos estos cambios incentivaron la introducción de este nuevo género en la escena musical española. Patricia Rovés, filósofa y presentadora del festival Primavera Sound, realiza en uno de sus podcasts una reflexión acerca de esta evolución. Según ella, lo singular del rap nacional era un intelectualismo hermético que consistía en citar a filósofos que ellos ni nosotros nos habíamos leído, es decir, la filosofía imperante de que “ser listo te sacara de la pobreza”. Al contrario de esto, en el trap, se erradica ese intelectualismo, para dar al oyente una visión más honesta y menos “tallada”, rompiendo todos esos prejuicios moralistas que se reivindicaban en el rap (Rovés, 2019).

6. Estética e intencionalidad en el trap: antecedentes e influencias

Como vamos a poder apreciar en algunas de las piezas audiovisuales a analizar en este proyecto, la estética del trap en nuestro país, a grandes rasgos y sin querer englobar a todos los artistas en un mismo saco, se basa en una ornamentación de deformación de la belleza, el culto de lo estéticamente diferente, lo transgresor. En España, nos encontramos con una filosofía visual “aceleracionista”, que no busca el regreso a un pasado idealizado sino más bien una aceleración del movimiento capitalista llevándolo a sus propios límites, esto se puede apreciar en distintos videoclips de PXXR GVNG.



Imagen 2: portada Yung Beef. Fuente: Google imágenes



Imagen 3: portada Yung Beef. Fuente: Google imágenes

También nos encontramos con que su estética también se basa en las composiciones e incluso descomposiciones del modelo o las estructuras de clase estipuladas en nuestro país. En muchas piezas audiovisuales se puede apreciar cómo mediante su estética hay una clara deconstrucción de los clichés de clase, entremezclándose elementos pertenecientes a una clase alta, con otros vinculados a un nivel de vida encorsetado en la pobreza.

Otro hecho importante, es su presencia a través de los medios digitales, como nunca antes otro género lo había hecho. Su origen y consolidación van de la mano de su “memetización”⁵. Este movimiento, previo a su salto a los medios masivos, logra su

⁵ Convertir una idea, movimiento o pensamiento en *meme*, a través de su ridiculización.

expansión mediante las redes sociales. Las temáticas costumbristas, ironizan en cierta medida sobre el discurso de la propia música, y aquí nos podemos encontrar canciones como *Burger King* de Lory Money o *Burlaos'* de Dudu (Castro Córdoba, 2018).

Para entender la intencionalidad estética del trap, nos vamos a remontar al término de subcultura, el cual apareció por primera vez tras la década de los cincuenta del siglo XX (Comunicólogos, s/f) Las teorías de estudios culturales nacen en la escuela de Birmingham, alrededor de la década de 1960, en Reino Unido. Esta institución se centra en el análisis de los procesos sociales y su desarrollo mediante los elementos o factores culturales. A su parecer, la cultura será el conjunto de todas las prácticas sociales y sus propias interacciones, las cuales son, en gran medida, creadas y transmitidas mediante los medios de comunicación. Para Raymond Williams (1958), uno de los autores pertenecientes a esta escuela, la definición de cultura vendría determinada por tres componentes esenciales: su visión antropológica, su definición como forma de expresión de valores, y su percepción como análisis de las formas de vida. Y estas tres convergen en una visión de la cultura de connotaciones politizadas, entendiendo que, a pesar de que su concepto sea “diseñado” por los medios, es la clase obrera la que mantiene a lo largo de su historia una constante renegociación de sus significados. De esa renegociación aparece el concepto de contracultura y subcultura (Rowan, s/f).

La primera se define como un conjunto de creencias, tendencias, y modos de organización social que se oponen sistemáticamente a aquellos establecidos en la sociedad, movilizándolo a las masas y permaneciendo en un periodo histórico prolongado.

Mientras que la subcultura, será también un conjunto de creencias cuya intencionalidad será su diferenciación con la cultura hegemónica, pero que no pretenderá una movilización social en forma de liderazgo cultural, sino una convivencia con el resto de ellas (Sanicrex, s/f).

En esta resignificación de conceptos y valores los jóvenes serán sujetos activos que se apoyarán en los movimientos culturales predominantes en su generación (como pueden ser el punk, o el hip hop, y, por extensión el trap) para llevar a cabo ese proceso.

6.1. Costumbrismo

Muchas de las imágenes recurrentes dentro de los diferentes simbolismos del trap son las escenas costumbristas. El costumbrismo, según la Real Academia Española, “es una tendencia o movimiento artístico que refleja los usos y costumbres de la sociedad, referidos a una región o país concreto y al conjunto de su folclore tradicional.”

Este tipo de imágenes representan uno de los conceptos más importantes del trap, reflejar la cotidianeidad del cantante en cuestión para lograr una mayor cercanía e identificación con el público.

Esta técnica se ha usado a lo largo de la historia del arte, con la evidente intencionalidad de dar una mayor importancia a aquellas costumbres que, por cotidianas, nos pasan desapercibidas, apreciar la belleza de lo cercano dotándole del valor que por ello se merece.

Mediante esta corriente estética se pone en valor el presente, junto con las propias costumbres que describen esa época concreta. El costumbrismo como movimiento, es una expresión de la verdad que acontece. Una de las principales características de este movimiento, es la subjetividad de la obra, la plasmación en ésta de la propia realidad del autor. Numerosos críticos que han profundizado acerca de la intencionalidad de este estilo pictórico formulan dos posturas contrapuestas: la primera de ellas, describiendo la intención del propio artista, como ya he mencionado, con el simple reflejo de la realidad, y la otra en que la intención de este estilo reside en un sentido crítico o ético de análisis de esa misma realidad (Elbibliote, s/f).

Como también hemos hablado en el punto de la estética del trap, el reflejo de la realidad que quieren representar los cantantes vinculados a este género es opuesto al de las grandes producciones que por ejemplo se hacen en el género pop, donde, lejos de representar una realidad cotidiana, se muestran escenas idílicas, en escenarios poco habituales, que alejan al espectador de sentirse identificado con ellas. Al contrario que en el pop, en el trap se muestra una realidad sin decorar, se le abre la ventana al mundo en el que vive el artista, de forma cruda y poco pulida. En relación con el costumbrismo, podemos encontrar similitudes en multitud de obras que han pasado a la historia de la

pintura española como *La vieja friendo huevos* de Diego Velázquez (1618) o *Niños comiendo uvas y melón* de Bartolomé Esteban Murillo (aproximadamente 1650).

El costumbrismo, ya sea en formato lienzo en el siglo XVII o en un *reality show* del siglo XXI, tiene una gran acogida debido a que la sociedad tiene un interés innato de conocer el detalle de las vidas de otras personas que están a su alrededor, o bien para identificarse con ellas, o bien para su propia obtención de deseos aspiracionales. Convertir lo cotidiano en algo digno de admiración.



Imagen 4: Vídeo "Be the meister" Rels B X Deva. Fuente: YouTube



Imagen 5: "Las lavanderas" Francisco Goya (1780). Fuente: goyaenelpadro

6.2. Utilización de espacios industriales

El auge de la industrialización de las empresas asiáticas llevo a la desindustrialización en occidente. Muchas empresas españolas decidieron externalizar su producción y cerrar las fábricas que tenían en sus territorios para así lograr reducir los costes de producción. Tras esto, muchas fábricas abandonadas de nuestro país no se readaptaron ni se reconstruyeron para su posterior utilidad. Estos espacios fueron en gran medida ocupados por artistas urbanos de diferentes ámbitos, ya sea de una forma más simbólica, a través de los grafitis, o de una más directa, mediante su uso como centro de reunión de ensayos para el baile. "Los espacios son tanto producto como productores

de la vida social; de ahí la utilidad de abordar el estudio del espacio socialmente construido para comprender las dinámicas sociales” (Mora, 2018: 18).

Si entendemos la concepción de espacio, al igual que la del tiempo, este no es más que un constructo social delimitador. La capacidad social está en poder decodificar y deconstruir estos mismos reasignándoles un nuevo significado. En el caso concreto del hip-hop, la conexión entre el espacio público y sus prácticas está íntimamente relacionada, hasta el punto en el que se les denomina “artistas urbanos”. Este género, que en sus orígenes estuvo muy determinado por una defensa a un colectivo marginado como las personas negras estadounidenses o los migrantes extranjeros, optó por una estrategia de visibilización en ámbitos públicos, que generara a su vez un espacio relacional. El rol que aquí presenta la apropiación de esos espacios abandonados tiene que ver con la legitimación y la atribución de valor de las prácticas de danza urbana.

6.3. Presencia de la tecnología

La generación de artistas que componen o producen trap está claramente marcada por haber crecido con la expansión de internet y todas las nuevas tecnologías que esto ha conllevado. Este hecho ha acercado y facilitado la producción de piezas musicales sin necesariamente tener los recursos necesarios para ello, democratizando y haciendo más accesible la producción. Los traperos, han vivido la crisis del disco compacto y la ascensión de la digitalización de la música. Además, también ha normalizado el uso de elementos como el *autotune*. Desde su concepción el trap entiende que su herramienta comunicativa tiene que partir de la honestidad, de una perspectiva real de sus vivencias, sin edulcorar. Mientras que muchas de las producciones audiovisuales siguen “negando” la presencia de las tecnologías o los dispositivos tecnológicos en el día a día, en estos videoclips aparecen constantes referencias del uso de esta.

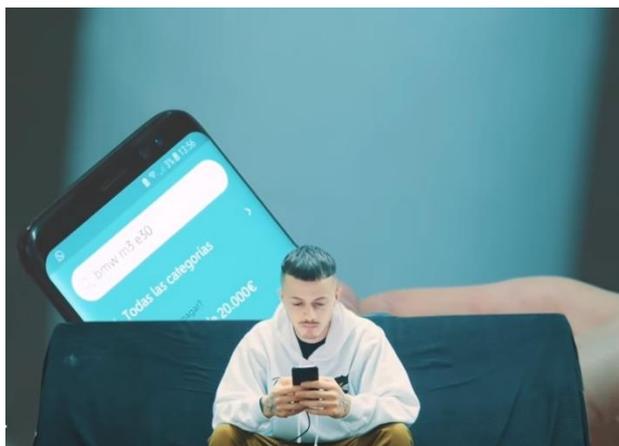


Imagen 6: Pimp flaco usando Wallapop en su videoclip "Nuse". Fuente: YouTube

6.4. Moda

Otro factor clave en la reproducción social del trap es la moda. Es muy común entre los diferentes estilos musicales que estos se sumerjan en unos valores estéticos determinados que consigan clarificar con un único golpe de vista el género musical al que pertenecen, véase la estética rock, punk o hiphop: “Antes de escucharte la gente te ve, y cuando te miren tiene que sonar algo” (Jon Bastiste citado en Román, 2021).

Al igual que ocurre a través de sus líricas, el trap pretende despojarse de cualquier ámbito protocolario, mezcla alta costura como Dior, con elementos de uso urbano como el chándal. Internet hace eclosionar la interferencia de la música urbana en la moda, haciendo que, artistas como Bad Gyal o Rosalía posen para grandes marcas del sector de la moda de lujo (Gotor Silva, 2019; Muchotrap, 2018).

Un elemento determinante en la expansión de una estética concreta o un estilo a través de la música es el público consumidor de esta. En este caso concreto, nos encontramos con que, en su gran mayoría el trap es consumido por un público adolescente, el cual está en época de exploración identitaria, y construye su estética a través de elementos que, además de ayudarle a pertenecer a un grupo social, logren identificar sus valores:

Los modos en que los llamados “adolescentes globales” se relacionan con la industria cultural y en particular con lo audiovisual para configurar sus estrategias identitarias, por ejemplo, parecerían dar acabada cuenta de la magnitud de este cambio. La constitución de sus grupos de pertenencia y sus

políticas de diferenciación se dan en base a los discursos y productos proporcionados por la industria del estilo y por los relatos mediáticos que, más allá de la seducción, realizan constantemente clasificaciones socioculturales, juicios morales sobre cómo se es y cómo se debería ser, proporcionan una completa educación sentimental. En efecto, la hegemonía de esta cultura audiovisual se hace patente en la industria del estilo, donde el mundo de la música, la moda, el diseño de marcas, y en general, los *modus operandi* que hacen al prestigio de las profesiones creativas, delinean la versión posmoderna de una nueva y particular visibilidad de la diferencia, revalorizada hoy como marca definitoria de cada uno de los estilos –predominantes y múltiples– cuya última función parecería ser la de trazar las coordenadas a partir de las cuales se configura un *Yo* (Sabsay, 2009: 76).

6.5. Estética Kitsch e iconografía religiosa

El kitsch es un estilo artístico que nace en Alemania en la segunda mitad del siglo XIX. El auge económico lleva a la burguesía a querer alcanzar los estándares culturales de la aristocracia, para ello, se recurre a la producción de multitud piezas de imitación, pero de una muy baja calidad. Por ello, se denominó a estas piezas “kitschen”, es decir, “chapuza” en alemán.

Este estilo tendrá una serie de características definitorias:

- Horror Vacui: *miedo al vacío*. Los ambientes de estética kitsch se caracterizan por no seguir un patrón armónico, que genere un equilibrio, sino producir un ambiente sobrecargado y desordenado.
- Superelecticismo: consiste en la mezcla de estilos diferentes en un mismo ambiente, ya que no se debe pensar en el conjunto sino en la pieza individual.
- Coleccionismo: recuperación de objetos, bien por su valor simbólico o por su valor estético. No es necesario seguir una línea determinada.
- Predominio de colores saturados y llamativos.
- Mezcla de texturas y tejidos que generen impacto visual y capten la atención.



Imagen 7: Estética Kitsch. Fuente: <https://www.bezzia.com/las-claves-del-estilo-kitsch-en-decoracion/>

El Kitsch tiene una visión de consumo aceleracionista con la premisa de que el ser humano “consume para producir y produce para consumir”. Este estilo pone de manifiesto la actitud social con relación al valor del objeto. Debido a este constante ciclo productivo, el kitsch realiza una búsqueda constante de nuevos medios de reproducción y popularización. En la búsqueda de nuevos discursos de carácter popular, nos encontramos con la iconografía religiosa, tomada por esta estética y “obligada” a despojarse de sus simbolismos y a desprenderse de espacios de culto. Puede que el inicio de esta visión fueran los altares caseros, donde podemos encontrar una diversidad de objetos de ofrenda, en muchas ocasiones posicionados de forma anárquica. Esta imaginería religiosa, debido a su desacralización, se ha tildado en muchas ocasiones de vulgar, por lo que, intrínsecamente, encuentra relación con el Kitsch (Lantanainteriorismo, 2020).

Esta relación de la producción con un valor aceleracionista de crecimiento sin límites, coincide con la producción de música trap. Esta da una mayor importancia a la cantidad que a la calidad, ya que busca en muchas ocasiones la satisfacción del deseo constante del público. También cabe destacar que muchos de los artistas urbanos dedicados a la producción proceden de zonas muy humildes, e incluso de barriadas donde el culto y la fe religiosa son algo muy arraigado. Por estas razones no sorprende la vinculación de este movimiento con una iconografía religiosa de estética Kitsch (Patricia Elena, 2007).

También hay que entender la importancia que tiene en España la iconografía católica, ya no sólo por su valor simbólico, sino también por su relevancia artística. Estos iconos, tienen atribuidos ciertos valores que bien se pueden dissociar de su significación religiosa, aquí nos encontramos, con que, la Zowi, en el videoclip de su canción *Llámame*, hace uso de la imagen de la virgen María, en su iconografía de Dolorosa, para expresar su resignación.



Imagen 8: " Llámame" x Zowi. Fuente: YouTube.

Otro elemento iconográfico usado en el trap son las velas, que desde una perspectiva religiosa simbolizan la esperanza y la luz del camino de Dios. En el siguiente ejemplo nos encontramos con el artista Kinder Malo, para su videoclip *Sólo tú*, haciendo uso de estas para expresar la lucha individual por sus sueños, intentando eludir todo aquello que quiera coaccionarte o manipularte para no conseguirlos.



Imagen 9: "Sólo tú" x Kinder Malo. Fuente: YouTube

En la siguiente canción, nos encontramos con que Cecilio G, autor de la canción *From darkness with love*, hace uso de un espacio sacro, como es un cementerio como lenguaje visual para expresar el entierro de ese amor tras una ruptura, titulado esta canción en forma de “carta post mortem”.



Imagen 10: "From darkness with love" x Cecilio G. Fuente: youtube

7. El trap y el feminismo liberal: la politización de los cuerpos y el papel de la mujer

Para entender el papel que engloba la mujer dentro del mundo de géneros como el trap o incluso el reggaetón hay que comprender primero las bases de lo que se conoce como feminismo liberal.

Entendemos el feminismo como un conjunto de movimientos sociales, políticos y económicos que luchan por la reivindicación de la posición de la mujer en distintas áreas dónde han tenido de forma reiterada una posición subordinada frente a los hombres. Existen dentro de él distintas corrientes que tienen diferentes enfoques de lucha dependiendo del contexto de vulnerabilidad de sus afectadas, véase el afrofeminismo, el ecofeminismo o el feminismo islámico.

En la primera ola, acontecida en las décadas de los 70 y los 80, se da lo que se conoce como el movimiento de las sufragistas, donde sus integrantes luchan por la

reivindicación de la mujer en la esfera de la igualdad legal. En esta etapa, la corriente feminista empezó a hacer eco en los medios públicos, buscando la visibilización de la opresión y la búsqueda de nuevas estrategias de reivindicación social. Durante este periodo nacen asociaciones como NOW (Organización Nacional de Mujeres), lideradas por figuras como Betty Friedan, una de las teóricas feministas más importantes de su generación. El movimiento liberal, hace una crítica la distinción entre lo público y lo privado, promoviendo el papel de la mujer en la esfera pública y reivindicando su posición relegada al ámbito privado y doméstico.

Tras esta etapa, en la década de los 90, se empiezan a cuestionar las bases del movimiento, y, sobre todo, el foco de la lucha. Nace lo que conocemos como feminismo radical. Aparecen numerosas teóricas como Kate Millet, quienes centran el problema en su raíz, es decir, el patriarcado, explicando que la lucha contra la opresión debe darse desde los cimientos de este, modificando las políticas existentes en pos de lograr la igualdad social.

La diferencia radical entre ambos movimientos, y la más visible, es en las cuestiones sociales. Mientras que el feminismo liberal se basa en la defensa de la regulación gubernamental de ciertos aspectos, el movimiento radical pretende la abolición de la prostitución, la pornografía o la gestación subrogada, entre otros. Es decir, para el feminismo radical el cuerpo y la intimidad no son objetos mercantilizables, mientras que, para el feminismo liberal, la decisión de mercantilizarlo o no, está en la individualidad de cada una. Así pues, las mujeres pertenecientes al movimiento liberal defenderían el uso de su cuerpo como parte de un movimiento político de empoderamiento femenino (Saturnino, 2017; Tejido, 2020).

Aun así, esta estrategia como forma de empoderamiento femenino, es de dudosa fiabilidad, ya que como bien dice Ernesto Castro en su libro *El trap: filosofía moderna para la crisis en España* (2019: 167) al patriarcado le dan igual las intenciones: estos videoclips ofrecen justo lo que los hombres demandan, un cuerpo hipersexualizado.

Como hablábamos con anterioridad, este género tiene numerosas similitudes con el punk, otra analogía entre este y el trap, es que este movimiento trató (en cierta medida) de descosificar la figura de la mujer que tanto se había expandido con el rock y el

estereotipo conocido como *las groupies*. En este género la estética tenía un marcado carácter andrógino, y las prendas en muchas ocasiones no estaban atribuidas a un género concreto. Así pues, la intención de muchas artistas de desprenderse de la sexualización existente logró dar sus primeros frutos. En el mundo del trap, son las propias artistas las que reafirman su propia sexualidad a través de su imaginario, y recalifican y reapropian términos con los que los raperos de generaciones anteriores se referían a ellas de forma despectiva (*bitch, ratchet, puta...*).

Esta transvaloración de lo que en principio eran insultos, se la debemos en gran parte a la artista granadina La Zowi, quien es ahora considerada una de las cantantes pioneras del género en España, y la mujer más reconocida de la escena del trap en nuestro país. Un ejemplo de esta reapropiación de significado es el del término *ratchet*⁶, cuyo significado podría acercarse a “desgraciada, miserable o desdichada”. En palabras de la propia artista “Una *ratchet* es una chavala de barrio que combina ropa del Bershka con imitaciones de las grandes marcas. Al sentirse excluida en el sistema en el que vive, se preocupa más por tener las uñas bien hechas que por votar en las elecciones” (Zowi, citado en Lazzo, 2018).

En este caso las uñas en la cultura urbana obtienen una significación concreta dentro del empoderamiento femenino, simbolizando la emancipación de la mujer del ámbito de las tareas domésticas, y reivindicando su papel dentro de un trabajo de carácter más intelectual.

Otro continuo en el imaginario trap son las referencias al mundo de la prostitución, hecho muy cuestionado por parte de las defensoras del feminismo radical. Esto podemos encontrarlo en videoclips de La Zowi en el caso de España o de Cazzu en el caso del trap latinoamericano.

⁶ Escrito *wretched*. Término proveniente del dialecto nacido en los guetos de Luisiana.

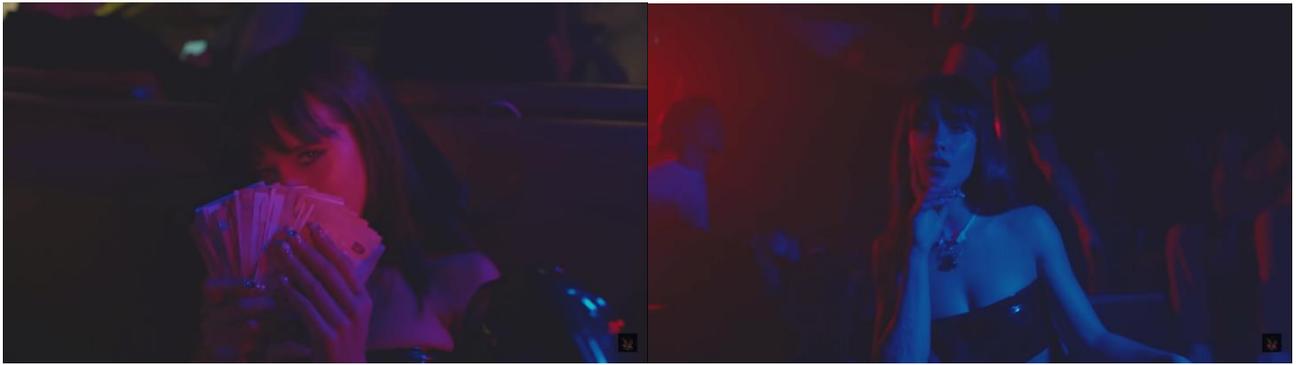


Imagen 11: La Zowi - Putas ft Flynt Hustle . Fuente: YouTube



Imagen 12: Bounce - Cazzu (3/3 Bonus Trap). Fuente: YouTube

Tras la publicación de ambos videos numerosas mujeres se pronunciaron acerca de la representación romantizada del trabajo de prostitución que algunas de las artistas de este género normalizan en sus piezas audiovisuales. Es el caso del artículo publicado por la activista Yolanda Domínguez, quien responde al videoclip de La Zowi en el artículo publicado para el periódico de Huffington Post *¿Es la Zowi un icono feminista?* (Domínguez, 2019) El papel de un icono de masas adolescente requiere para la autora un proceso de autoanálisis y autocritica que debería estar muy medido, La Zowi, lejos de esto, ofrece una visión sesgada y romantizada del oficio, que es favorable al *status quo* del sistema capitalista actual.

8. Líricas y temáticas comunes

Al igual que pasó con su género ascendiente el hip-hop, el trap se compone y alimenta de una jerga o lenguaje específico que muestra las realidades asumidas por estos cantantes. En este género hay un marcado carácter autobiográfico, donde los cantantes intentan plasmar a través de sus líricas sus modos de vida. El narcisismo que oscila como una constante en los discursos del trap no es algo fortuito, es la presentación de sus realidades marginales y de cómo en parte la delincuencia, en parte la música, han ayudado a desprenderse de ellas. Para ello, hacen uso de términos como *chapo*⁷, *dealer*⁸ o *josear*⁹, exaltando sus personajes hasta autocategorizarse como narcotraficantes. Nos encontramos con un ejemplo de esto en una de las canciones más reconocidas del grupo Los Santos (antiguo PXXR GVNG), *La familia* (2016):

Crecí pobre *like* a *chapo*,

Gané rango *like* a *capo*,

Tengo al pueblo como Pablo,

Puedes llamarme Luciano.

Otra temática recurrente en la esfera del trap es el dinero, que, enlazado a lo anterior, tiene en distintos artistas dos etapas claramente diferenciadas; en su ausencia y su presencia.

Este género estuvo marcado desde sus comienzos por su explosión dentro de los ámbitos marginales de los distintos países que fue recorriendo, por lo que no es de extrañar que el dinero sea uno de los temas recurrentes de estos artistas, quienes en muchas ocasiones tuvieron que recurrir a actividades delictivas para, entre otras cosas, poder tener dinero para grabar y producir sus propios videoclips. La música en muchas de estas letras se presenta como una inversión.

⁷ Término proveniente de la cultura mexicana, tras la aparición del narcotraficante El Chapo Guzmán (Joaquín Guzmán Loera).

⁸ Se conoce como *dealer* a la persona cuyo oficio es vender o distribuir droga.

⁹ Anglicismo de adaptación al castellano proveniente del término *Hustle*, cuyo significado podría traducirse como “buscarse la vida”.

Todos tenemos que comer.

Dios nos perdone,

Aprendí como mover.

Ahora tenemos

Mucho más *money* que fe.¹⁰

La siguiente etapa marcada por una presencia excesiva del dinero, ya sea de forma implícita en sus letras o de forma explícita en sus videoclips, guarda una gran relación con la visibilidad de marcas del sector de lujo en las piezas audiovisuales, como ya mencionamos en el punto [cuatro](#) del presente trabajo. Esta temática se puede presentar o bien con connotaciones negativas (los problemas que conlleva tener dinero) o bien con connotaciones positivas (la comodidad que otorga la estabilidad económica). Estas últimas se muestran en conjunto en uno de los videoclips de la cantante española Rosalía, en su tema *F*cking Money Man* (2019):

Billetes llorando

Dios nos libre del dinero

Bilioso como un veneno

Dios nos libre del dinero x3

(vistiéndolo, contándolo, queriéndolo...)

[...]

Dinero quiere dinero

Yo no lo quiero pa' na'

Por reyes y presidentes, con la carita cortá'

¹⁰ Kaydy Cain- más dinero que fe (2019).

La sexualidad es otro de los temas presentes en el género. Mientras que para el reggaetón el amor de ceñía al constructo de amor romántico, monogámico y heteronormativo, en el mundo del trap y, sobre todo, en las mujeres de este estilo, nos encontramos con una estructura mucho más liberal del terreno sexo-afectivo. Aunque no deja de haber una marcada influencia por las imposiciones patriarcales, en el trap se comienza a cuestionar estas estructuras y las practicas relacionales. Así pues, se habla de poligamia, relaciones homosexuales, o sistemas relacionales lejos de la normatividad. Hay que destacar a artistas como Ms Nina o Chanel, quienes han logrado abrir debate en torno a estos temas.

Otra característica primordial en las líricas del trap es el mestizaje de diferentes idiomas en sus narrativas. Este hecho se debe a que los propios artistas crecieron en barrios en muchos casos marginales, donde convergían una multitud de culturas de distintas procedencias. Entre estas, destacamos el uso del caló, el árabe o jerga de origen latinoamericano:

Dice que la pongo mala, *yallah yallah*

Undebel, que bonita es la mañana

[...]

¿Cómo e' que le e'plica' a un sapo?¹¹

¹¹ Canción *El cigala* de PXXR GVNG (2016).

9. Análisis de videoclips

9.1. La noche de anoche- Bad Bunny y Rosalía

Introducción

Este videoclip fue lanzado el día 14 de febrero de este año mediante el canal de Youtube de Bad Bunny¹³, como parte de su *disco El último tour del mundo*.

Título	La noche de anoche
Año	2021
Duración	3 minutos
País	Puerto Rico
Dirección	Stillz
Fotografía	Chris Ripley
Productora	WeOwnTheCity
Distribuidora	Rimas entertainment

Tabla 1: ficha técnica. Fuente: Elaboración propia con información obtenida de Filmaffinity

Antes de comenzar con el análisis del presente videoclip cabe destacar que la cantante catalana hace un uso constante de las referencias artísticas en todas las producciones que componen su obra. Así pues, su segundo disco, *El mal querer* (2018), formado por un total de 11 canciones, está claramente marcado por la obra *Flamenca* (1287), novela de autor desconocido, que relata en sus diferentes capítulos una relación de amor tóxico. Para la creación de la imagen visual contó con el artista contemporáneo hispano croata Filip Custic, quien elaboró las portadas de cada uno de los temas inspirándose en la obra de la artista mexicana Frida Kahlo.

Un ejemplo de esto sería la portada de la canción *Que no salga la luna* (correspondiente al capítulo 2: la boda), donde la cantante relata el acto de unión entre ella y su marido, desde la voz de él, en un ritmo de flamenco experimental. Para su elaboración el artista toma como referencia el cuadro *Las dos Fridas* (1939) de Frida Kahlo, el cual narra la dualidad de las dos personalidades de la protagonista: la Frida soltera del pasado, con

¹³ Canal oficial del artista Bad Bunny: https://www.youtube.com/results?search_query=bad+bunny

la Frida casada de su presente. La unión de ambas se representa mediante la conexión de las arterias de una sobre el cuerpo de la otra, pudiéndose apreciar así que, aunque esta conexión es dolorosa, ha sido algo mediado entre ambas. Mientras que, en la reinterpretación de Filip Custic, esta se da mediante unas esposas de oro por lo que podemos deducir que esta unión no es un hecho consensuado.



Imagen 14: portada Que no salga la luna- Rosalía x Filip Custic. Fuente: Google imágenes



Imagen 13: las dos Fridas- Frida Kahlo. Fuente: Google imágenes

Las referencias de Rosalía a la artista mexicana se han dado a lo largo de toda su carrera artística, en numerosos videoclips y en eventos públicos como los premios Grammy. Aunque la propia artista no se haya pronunciado sobre el tema, mi creencia es que la figura de Frida le sirve a Rosalía como representación de sus valores a través de los elementos más simbólicos de su estética, como las cejas pobladas. Frida Kahlo es un icono de la cultura feminista, ya que dentro de sus obras hablaba de forma abierta de temas en su momento tabúes como la maternidad, el aborto o la sexualidad, además no seguía los estereotipos ni los estándares de belleza y asumía una expresión de género lejos de lo normativo. Otro punto común de la artista con Rosalía, y hecho que probablemente también incitara a la cantante para hacer uso de su estética, es la reivindicación por parte de ambas del patrimonio cultural de sus países de origen.

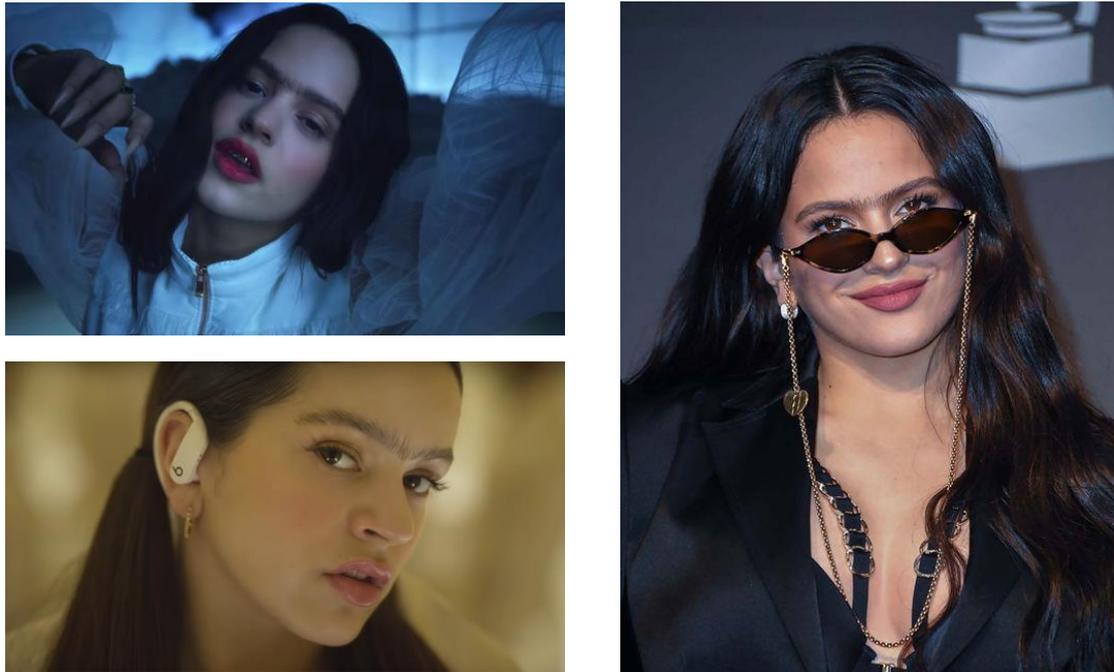


Imagen 15: Rosalía con estética de Frida Kahlo. Fuente: Google imágenes

Trama, escenografía y referencias

Esta canción nos relata la historia de dos amantes, que, tras haber tenido un encuentro la noche anterior, hablan de sus inseguridades en el amor debido a relaciones pasadas.

Pese a haber sido una noche inolvidable para ambos, se muestran reacios a seguir con la relación a causa del miedo. La historia, se muestra tanto en la parte sonora como visual haciendo uso de distintos elementos que realzan y potencian el mensaje de la canción. El primero de ellos y con el que nos encontramos en las primeras secuencias de este videoclip es, como he mencionado con anterioridad, las cejas de la cantante con un estilo marcado y tosco que podrían evocar las de la pintora mexicana Frida Kahlo. La personificación de Rosalía con esta estética genera una metáfora visual entre ambos personajes, de la que podemos interpretar el sufrimiento de Frida por su relación tóxica con Diego Rivera, en la cantante.

Tras esta escena, se va abriendo el plano hasta encontrarnos con Bad Bunny, quien aparece en la mayor parte del videoclip en la parte baja de la estructura central, dando una sensación de superioridad de la cantante frente a él.



Imagen 16: estructura central. Fuente: YouTube

La estructura central que engloba toda la obra está formada por dos tramos de escalera y dos arcos de diferentes tamaños. Esta pieza toma como referencia varias obras, en primer lugar, y más evidente, la obra del surrealista René Magritte *Arquitectura al claro de luna* (1956). Esta pintura, debido al contraste de los colores planos y la sencillez, crea en el espectador la sensación de soledad, al igual que la escenografía de esta pieza audiovisual. Las escaleras en ambos no llevan a ningún sitio concreto, transmitiendo así el tono de desesperanza que casa de forma idónea con el discurso de la canción.

Otra referencia que podría ser fuente de inspiración para el equipo artístico de la producción de este videoclip es la obra del pintor Giorgio de Chirico, el cual trabajaba en pinturas basadas en la arquitectura y las estructuras sencillas de colores claros formadas por arcos de medio punto. Su estilo, la pintura metafísica, ejerció una clara influencia sobre los artistas surrealistas, como el mencionado Magritte.



Imagen 18: *arquitectura al claro de luna* (1956)- René Magritte. Fuente: Google imágenes



Imagen 17: *Plaza Italia* (1913)- Giorgio de Chirico. Fuente: Google imágenes

Un símbolo distintivo en esta pieza es el árbol que nos encontramos en la parte izquierda. Este se encuentra vacío y deshojado pero repleto de lo que parecen ser unas telas finas de color blanco, que es el único elemento que no aparece estático en la escena, sino que debido al aire se encuentra en constante movimiento. Tanto los colores del cielo como esta estructura recuerdan a la obra surrealista de Dalí, y más concretamente a su cuadro *La persistencia de la memoria* (1931). En ella, nos encontramos un ambiente sombrío claramente diferenciado por unas figuras en forma de relojes de un material maleable y líquido. Al igual que en el videoclip analizado son los únicos objetos que generan dinamismo y salen de la racionalidad. Con el mismo significado que en la obra de Dalí, a mi parecer el equipo artístico ha intentado expresar la visión de las relaciones pasadas y las inseguridades de los protagonistas en forma de un objeto volátil capaz de desprenderse de las ataduras de los árboles si el viento es capaz de desatarlas. En mi opinión el árbol representa el amor, un amor que atado al constructo del ideal romantizado se ha visto despojado de toda ornamentación (hojas y flores) y sobre el que cuelgan los traumas pasados en forma de unas delicadas telas. Al igual que ocurre con la obra de Dalí, en la que tu sensación es que esos relojes se van a acabar derritiendo por completo y por ende, desapareciendo, simbolizando el paso del tiempo y la fugacidad de la vida, en esta pieza audiovisual la sensación es la misma, el viento acabará haciendo desaparecer esas telas.



Imagen 19: escena del videoclip La noche de anoche. Fuente: YouTube

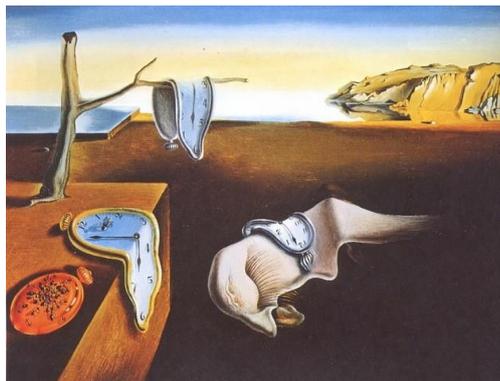


Imagen 20: La persistencia de la memoria (1923)- Dalí. Fuente: Google imágenes

Por último, tenemos otro elemento trascendental en este videoclip que es el fuego, que aparece en escena desde que el protagonista de este toca la piel de la cantante, siendo cada vez más notorio, hasta finalmente arder sus cuerpos por completo.

Es evidente por estas razones que la intención de esta obra es la creación de un ambiente surrealista, capaz de explorar lo irracional y el impulso. Este movimiento pretendía impulsar la parte onírica del Yo y despojarse de cualquier tipo de objetividad.

En mi opinión personal, las referencias al surrealismo son una declaración de intenciones de la historia que nos están contando, haciendo ver que ambos deben dejarse llevar por esa parte que les genera el impulso de estar juntos, sin pensar en los

traumas pasados que puedan llegar a tener. Es por esa razón que los protagonistas, una vez se dejan llevar por ello, arden juntos mientras se abrazan y acarician.

9.2. Demasiadas mujeres- C. Tangana

Introducción

El siguiente videoclip pertenece al artista español conocido como C. Tangana y fue lanzado el 8 de octubre de 2020 como parte de su álbum *El madrileño* que saldría en febrero del año siguiente, 2021.

Título	Demasiadas mujeres
Año	2020
Duración	3 minutos
País	España
Dirección	Santos Bacana
Fotografía	Arnau Valls Colomer
Productora	Little Spain y Sony Music
Distribuidora	Youtube

Tabla 2: Ficha técnica. Fuente: Elaboración propia a partir de Filmaffinity

A través de esta pieza audiovisual, el protagonista C. Tangana nos invita a sumergirnos en lo que es su entierro como artista a través de una performance visual mediante la que nos narra cómo fue su vida pasada y las razones del nacimiento de su nuevo Yo, identificado como El Madrileño. En esta nueva etapa el cantante profundizará en nuevos ritmos que combinan lo urbano con la música tradicional como los boleros, la rumba o el flamenco.

En esta pieza se pretende transportar al espectador a la España castiza y rural de hace unas décadas, hecho que se puede apreciar desde un principio a través de los recursos técnicos empleados en su composición: el formato 4:3, el grano o la baja calidad visual de alguna de las escenas, haciéndonos ver que el narrador de esta historia quería transportarnos a su propio pasado.

Respecto a la música el tema se introduce mediante la marcha *El amor*, de Rosario de Cádiz (2018), composición elaborada con cornetas y tambores, dos sonidos muy

recurrentes dentro de la música de carácter religioso, que evoca las marchas que acompañan a los pasos de la semana santa española. Mediante esta referencia podemos intuir que el artista hace uso de esto para evidenciar su muerte y resurrección, haciendo un símil entre su persona y Jesús de Nazaret.

Más tarde, la música que recorrerá el resto del videoclip estará formada por un *sample*¹⁴ de la canción *Campanera*, de Joselito, interpretada en la película *Saeta del ruiseñor* (1959), que se fusionará con la música urbana a través de elementos como *autotune* y sintetizadores que nos trasportan a una música mucho más actual.

Trama, escenografía y referencias

La película anteriormente mencionada, *Saeta del ruiseñor*, no sirve de referencia exclusiva para la sonoridad de la canción, sino que hace también alusión a ella en la parte gráfica del videoclip. El protagonista de ambas historias es un niño, de familia humilde y criado en el entorno rural de la España profunda. Además, ambos son guiados por un personaje clave en ambas tramas: un sacerdote.

El elemento icónico de todo el videoclip es el folclore español el cual estará presente mediante simbología religiosa, vestimenta, escenografía...

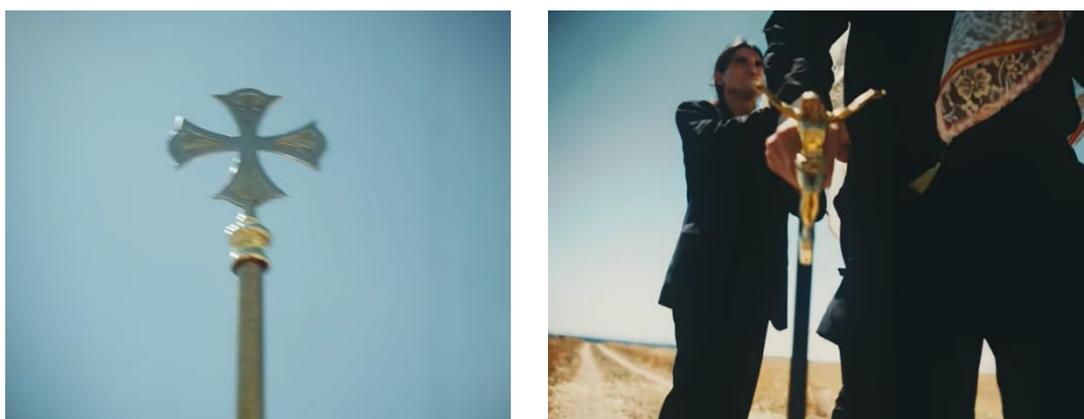


Imagen 21: escenas videoclip Demasiadas mujeres- C. Tangana. Fuente: YouTube

¹⁴ “En música, los anglicismos *sample* (muestra) de un sonido grabado en cualquier tipo de soporte para reutilizarla posteriormente como un instrumento musical o una diferente grabación de sonido. Se elabora, así, una mezcla o sucesión de secuencias de canciones o vídeos que además pueden estar transformados mediante efectos.” (Wikipedia, 2021)



Imagen 22: escena videoclip Demasiadas mujeres- C. Tangana. Fuente: YouTube

La mujer es la protagonista de la trama del videoclip. Estas mujeres acuden al entierro del que fue o es su amante, vestidas con mantillas y peinetas negras, elementos característicos de la vestimenta femenina de tradición española y que encontramos representada en gran parte del recorrido artístico de Francisco de Goya, u otros artistas también de ámbito nacional como Joaquín Sorolla.



Imagen 23: Clotilde con mantilla- Joaquín Sorolla (1920). Fuente: Google imágenes



Imagen 24: La duquesa de Alba de negro- Francisco Goya (1797). Fuente: Google imágenes

Tras esto aparecen múltiples escenas donde se nos presenta a cada una de las protagonistas de manera individualizada sobre un fondo claramente influenciado por el arte óptico y más concretamente por Bridget Riley, aunque con un toque estético actual, a través del uso de luces estroboscópicas, aludiendo a la fiesta como elemento de conexión entre las mujeres y el protagonista, historia que también menciona durante la letra de la canción. Esos fondos de círculos concéntricos, de carácter hipnótico, pueden también relacionarse con algunos experimentos anteriores, que influyeron en el *op art*, como los llevados a cabo por Marcel Duchamp y que se materializaron, por ejemplo, en su película experimental *Anémic Cinéma* (1926).



Imagen 25: escena videoclip Demasiadas mujeres- C. Tangana. Fuente: YouTube



Imagen 26: Uneasy Centre- Bridget Riley (2016). Fuente: Google imágenes

El equipo artístico de la productora Little Spain toma este elemento para expresar de forma visual que todas estas relaciones han supuesto para el protagonista de la historia una situación hipnótica, a través de la creación de ilusiones y trampantojos por los que él ha ido cayendo una y otra vez. Estas tortuosas relaciones se muestran mediante esta referencia artística en forma de secuencias de muy corta duración para mostrarnos la manera fugaz en la que estas se han presentado en su vida debido a su forma de amar destructiva.

Mientras esto ocurre C. Tangana relata al cura cada una de las razones por las que se dieron estas rupturas amorosas, con la finalidad de poder morir libre de pecado. Todas estas separaciones amorosas también se simbolizan mediante iconografía religiosa, y

mas concretamente, con la crucifixión de Jesucristo, donde hace alusión a que es la traición la que le ha llevado a esta muerte anunciada. A pesar de esto, en ningún momento se nos muestra la forma en la que el protagonista muere, debido a que esto ya nos los presentó el artista en su videoclip de *Cuando me miras* (2019).



Imagen 27: Cuando me miras- C. Tangana. Fuente: YouTube

Además de los elementos iconográficos de la cultura católica también se nos muestran varias escenas de carácter costumbrista, uno de los elementos característicos dentro de la música trap, como hablamos en el punto [cinco](#) del trabajo.



*Imagen 28: niños jugando a los dados- Esteban Murillo (1694)
Fuente: Google Imágenes.*



Imagen 29: escena videoclip demasiadas mujeres- C. Tangana. Fuente: YouTube

Para el disco *El madrileño*, el autor ha contado con la ayuda del pintor oriundo de la ciudad de Mataró, Iván Floro. Este artista de aprendizaje autodidacta, y estilo a caballo entre el expresionismo y el realismo, refleja en sus obras temáticas como la niñez, los recuerdos, o la cultura popular española. Es por ello por lo que su trabajo casa a la perfección con el disco del autor C. Tangana. (González, L. 2021)



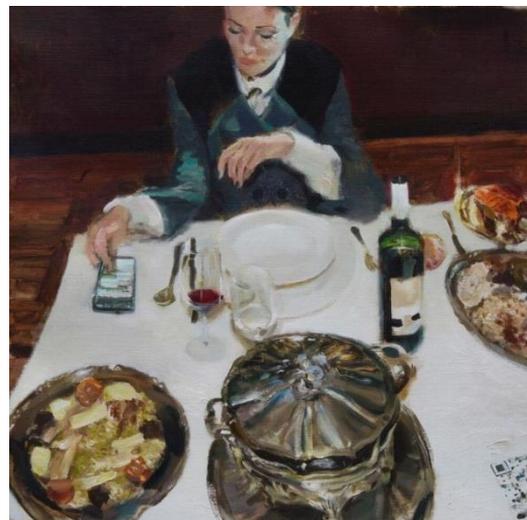
Carátula del Disco



Portada "Demasiadas Mujeres"



Portada "Tú me dejaste de querer"



Portada "Comerte entera"

Imagen 30: Óleos de Iván Floro para el disco "El madrileño". Fuente: Traveller

10. Conclusiones

El presente trabajo surgió con la idea de relacionar los diferentes aspectos teóricos y artísticos aprendidos a través de este grado universitario con uno de los estilos musicales más criticados del panorama actual: el trap. Las líricas, la imaginería y las prácticas y bailes relacionados con este estilo se han visto sometidas a múltiples afirmaciones peyorativas por parte de la sociedad.

Con el trascurso de este trabajo y la investigación que ha conllevado, me es posible concluir que, visto de manera superficial, el trap puede relacionarse con ciertos modos de vida que distan muchísimo de lo considerado normativo, pero que, gracias a este análisis se ha podido indagar en ciertos aspectos que nos han hecho ver el trap como un fenómeno capaz de trascender a esferas sociales en las que el debate es necesario.

Este género es un parte de una evidencia evolutiva; muchos de los valores sociales están siendo cuestionados por la llamada generación Z. Muchos de los debates que este género engloba son el reflejo de esto:

- La liberación de la mujer en el ámbito sexual
- Las estructuras abusivas de las discográficas
- La apropiación cultural

Hemos observado como, en su propia evolución y expansión, ha pasado de calificarse como un género anticultural a retenedor de la cultura, valores y pensamientos de toda una generación marcada por situaciones económicas de recesión y escasez. Además, pese a surgir como un movimiento considerado desde la propia perspectiva de los autores españoles como plenamente crítico con la cultura capitalista, vemos como, tras el paso de los años, las industrias del *mainstream* han logrado adueñarse del género hasta su conversión en un estilo musical cuyo fetiche esencial es el hedonismo y sublimación al sector de lujo.

Comprendemos gracias a esto, que este género, al igual que muchas vanguardias artísticas necesita de una comprensión previa para facilitar su entendimiento. Este estilo musical ha conseguido su adaptación y explosión en el panorama musical español debido a que ha logrado transmitir y representar ciertas sensibilidades que en otros

géneros musicales no se estaban tratando. Muchos de los artistas que recorren el trap provienen de realidades con las que un gran número de personas se pueden sentir identificadas, su jerga y sus temáticas logran acercar al espectador al mundo del propio cantante, y pueden observar como en muchas ocasiones sus preocupaciones y sus modos de vida no distan tanto de los suyos. Las métricas sin edulcorar, el vocabulario excesivamente coloquial y la escenografía costumbrista generan un *engagement* indiscutible en un público joven con el que comparten vivencias. Además, hemos observado tras la realización de este proyecto como el trap es un género marcadamente politizado, ya sea de forma directa, con las opiniones de los propios artistas (véase a C. Tangana en la entrevista del Primavera Sound de 2019 diciendo que el rey es un gilipollas) o de forma indirecta a través de sus mensajes en su música (el caso de la Zowi y el feminismo liberal). Y como todo hecho politizado es lógico que genere controversia y, por ende, existan a su alrededor defensores y detractores.

Pese a que este género tuviera sus orígenes en Estados Unidos, la realidad es que su expansión se debe a las producciones hispanohablantes, que por primera vez han logrado escalar al primer puesto a escala mundial, otro hecho al que deben su éxito.

Podemos observar en la parte más visual de los videoclips como, al igual que ocurre con el movimiento de la posmodernidad, muchas de las piezas visuales buscan la recompensa del espectador en la búsqueda de referencias, ya sea a través de la elección de obras artísticas o en las referencias a canciones clásicas del reggaetón. Como ejemplo de esto último tenemos el disco de *Los Advengers* (2019), producción elaborada por un total de 6 artistas del panorama del reggaetón en Latinoamérica, donde son constantes las referencias al reggaetón más clásico, generando una recompensa cultural a aquel que consiga discernirlas.

Entendemos así que el trap, más que un modelo musical, es el reflejo de una actitud, como ocurría en el caso del punk, de ahí su éxito exponencial. Otro hecho importante para la expansión del género es la facilidad de acceso a nuevos creadores, desdibujando las líneas entre productor y espectador, brindando una oportunidad laboral nueva en un panorama de trabajo desolador, por ello la vinculación del trap como la nueva metamúsica para la crisis, es la transmisión de la realidad de los jóvenes creada por y para ellos. Mientras que en otros géneros productores y músicos oscilan entre

diferentes edades, en el trap la diferencia es que todos ellos son jóvenes, por lo que comprenden las realidades de estos. La generación del trap ha visto su vida construida desde internet, y los artistas de este género han logrado construir en base a esta una parcela donde puedan transmitir sus realidades, generando una conversación constante entre este y su público. El trap no se basa en el talento, sino en la captación que consiga transmitir tu discurso en base a su veracidad.

Respecto a los objetivos elaborados al comienzo del proyecto podemos concluir que:

A partir del análisis previo al desglose de los videoclips, hemos podido desgranar las referencias artísticas no sólo en ambas piezas sino en las diferentes obras que nos hemos ido encontrando en la elaboración de los distintos epígrafes del proyecto. Así como su intencionalidad u otras partes esenciales en la creación de un trabajo creativo como el lenguaje y las temáticas.

Partiendo del objetivo general “analizar las referencias culturales en las obras audiovisuales del género trap”, concluimos que las diferentes formas de expresión artística en el mundo de la globalización se encuentran interconectadas a través del bagaje cultural de aquellos que las producen. Tanto el arte como la música son dos de los lenguajes más íntimos y profundos del ser humano ya que nacen de una expresión creativa que el habla es incapaz de comprender.

En segundo lugar, y citando uno de los objetivos específicos mencionados con anterioridad “ahondar en las razones de la incidencia de la cultura capitalista en el género del trap” podemos observar la vinculación evidente de este movimiento con la cultura capitalista desde sus orígenes al calificarse como movimiento fuera de esta escena, hasta su más profunda disolución con el mismo, mediante las colaboraciones y el culto al sector del lujo. En España en concreto nace de la necesidad expresiva de los jóvenes y sus preocupaciones, en gran medida causadas por la situación de recesión económica, es por ello que el autor Ernesto Castro califica a esta como “metamúsica de la crisis” ya que nace y evoluciona a través de esta. Mediante esta reflexión hemos podido

comprender el tercero de los objetivos específicos planteados, el porqué de la notoria evolución en España de este género.

Finalmente, creo que podrían vincularse otras líneas de investigación al presente trabajo de fin de grado como puede ser el enlace de este con la cultura de la posmodernidad y la vinculación de las ideologías de artistas de sendos movimientos, un ejemplo de esto nos lo encontramos con Shepard Fairey (creador de la marca *OBEY*) y el artista C. Tangana. Ambos, de ideología anticapitalista y mensaje similar, acaban por trabajar para el sistema capitalista. En el Primero de los casos donde el artista estadounidense, abiertamente crítico con el capitalismo, crea su marca propia de ropa, y en el segundo de ellos, de discurso similar firmando para una de las mayores discográficas a escala mundial, Sony Music. ¿Su intencionalidad es burlar al capitalismo estando dentro, o más bien se han sublevado a las ventajas de formar parte del engranaje?

11. Bibliografía

- (s.a) (2020). C. Tangana: Demasiadas mujeres (Vídeo musical). *Filmaffinity*.
<https://www.filmaffinity.com/es/film209892.html>
- (s.a) (2021). Bad Bunny & Rosalía: La noche de anoche (Vídeo musical). *Filmaffinity*.
<https://www.filmaffinity.com/es/film599447.html>
- Almela Caro, A. (2007). *Jean Baudrillard y la publicidad*. Facultad de ciencias de la información. Universidad Complutense de Madrid. 134-140.
<https://core.ac.uk/download/pdf/38818481.pdf>
- Ángel Alvarado, Rolando. (2013). *La música y su rol en la formación del ser humano*. Facultad de ciencias sociales, Universidad de Chile.
[http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/122098/La musica y su rol en la a formacion del ser humano.pdf](http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/122098/La_musica_y_su_rol_en_la_formacion_del_ser_humano.pdf)
- Angel, R; Camus, S. y Mansilla, C. (2008). *Plan de Apoyo técnico musical dirigido a los profesores de Educación General Básica, principalmente en NB1 y NB2*. Tesis de Pregrado. Universidad de Playa Ancha. Valparaíso.
- Bad Bunny (14 de febrero 2021). *La noche de anoche*. [video]. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=f5omY8jVrSM>
- Besora, M. (2020, 11 de febrero). *Brevísima historia de la música trap*. CCCBLAB.
<https://lab.cccb.org/es/brevisima-historia-de-la-musica-trap/>
- C. Tangana (8 de octubre 2020). *Demasiadas mujeres*. [video]. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=ZIFri4ez IE>

- Cano Le tiec, S. (s.f). *Implicaciones filosóficas en el trap*.
https://www.academia.edu/42013521/IMPLICACIONES_FILOS%93FICAS_DEL_TRA
[P](#)
- Castro Córdoba, Ernesto (2019). *El trap: filosofía millennial para la crisis en España*. (Tercera ed.). Madrid: Errata Naturae.
- Castro Córdoba, Ernesto (13 de diciembre de 2017). *Yung Beef con Ernesto Castro*. [video]. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=VbEcfV-z9-s>
- Castro Córdoba, Ernesto (2018, 11 de marzo). *El trap desde un punto de vista filosófico* [video]. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=L-9dcT4lwp4&t=2459s>
- CAZZU Canal Oficial (24 de abril 2020). *Bounce*. [video]. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=joXI5A8fiVc>
- Comunicólogos. (s.f). *Comunicación y estudios culturales*.
<https://www.comunicologos.com/teorias/comunicaci%C3%B3n-estudios-culturales/>
- Dominguez, Y. (2019). *¿Es la Zowi un icono feminista?*. Huffingtonpost.
https://www.huffingtonpost.es/yolanda-dominguez/es-la-zowi-un-icono-feminista_a_23653791/
- Elbibliote. (s.f) *La pintura costumbrista*.
<http://elbibliote.com/resources/Temas/html/1796.php>
- García, J. (2018). *Historia del trap*. (Segunda ed.). Bilbao: autoeditado Jon I. García.

- Gotor Silva, R. (2019). *La inclusión de la moda de lujo en las tendencias urbanas por la música trap: Del elitismo a los barrios*. (Trabajo Fin de Grado Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla.
- González, L. (8 de febrero 2021). *Iván Floro: el artista que se encuentra tras las portadas de C. Tangana*. Traveller.
<https://www.traveler.es/experiencias/galerias/ivan-floro-artista-portadas-c-tangana/2998/image/159132>
- Jabois, M. (25 de enero de 2018). *¿Qué es y qué pretende el trap?*. El País.
https://elpais.com/cultura/2017/06/17/actualidad/1497721450_630219.html
- Josep, G. (2020, 14 de abril). *La crisis del 2008: síntomas, causas y efectos*. Mejor banco.
<https://www.mejor-banco.com/crisis-2008/>
- Kaydy Cain (25 de marzo de 2019). *Más dinero que fe*. [video]. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=f8UJDzkq5PA>
- Lantanainteriorismo. (8 de abril de 2020). *Estilo Kitsch*.
<https://www.lantanainteriorismo.com/es/blog-lantana/estilos-decorativos-kitsch>
- Lazzo, A (2018). *Dinero, putas y drogas: la Zowi nos define el trap*. Wag1mag.
wag1mag.com/la_zowi/
- La vendición records (14 de noviembre de 2018). *La Zowi - Putas ft Flynt Hustle (Moonlight Remix)*. [video]. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=QQjKSc-PWaY>

- Mangana Ríos, M. (junio 2020). *La vinculación de las marcas de lujo con la cultura urbana: gucci y trap*. Facultad de ciencias de la información. Universidad Complutense de Madrid.
<https://eprints.ucm.es/id/eprint/62839/1/LA%20VINCULACI%C3%93N%20DE%20LAS%20MARCAS%20DE%20LUJO%20CON%20LA%20CULTURA%20URBANA-%20GUCCI%20Y%20TRAP..pdf>
- Mora, A.S. (2018). *Cuando estar afuera es donde hay que estar: espacio público, subalternidad y legitimación en el break dance y en la danza contemporánea*. Universidad nacional de la plata. 19-22.
https://www.researchgate.net/publication/322607451_CUANDO_ESTAR_AFUERA_ES_DONDE_HAY_QUE_ESTAR_ESPACIO_PUBLICO_SUBALTERNIDAD_Y_LEGITIMACION_EN_EL_BREAK_DANCE_Y_EN_LA_DANZA_CONTEMPORANEA
- Muchotrap (17 de mayo de 2018). *Moda trap y ropa trap. El trap es estilo*.
<https://muchotrap.com/2018/05/17/moda-trap-ropa-trap/>
- Patricia Elena. N. (30 de octubre de 2007). *La iconografía religiosa como un elemento de moda o diseño*. Facultad de diseño y comunicación, Universidad de Palermo. 24-36.
https://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/13%20Maturana.pdf
- Pérez, L. (25 de julio de 2018). *DAPPER DAN X GUCCI | A LOVE STORY*. Highxtar
<https://highxtar.com/dapper-dan-x-gucci-a-love-story/>
- Ponferrada, M. L. V. (2015). *Evolución del turismo en España: el turismo cultural*. *International journal of scientific management and tourism*, 1(4), 75-95.
- Primavera Sound. (1 de junio de 2018). *Opening Press Conference with Yung Beef, Bad Gyal, C.tangana. Alicia Álvarez Vaquero*. [video]. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=94weDwt5lrk>

- PXXR GVNG (5 de mayo 2017). *El Cigala*. [video]. Youtube.
https://www.youtube.com/results?search_query=el+cigala+trap
- Rodriguez, R. (23 de junio de 2018). *Dapper Dan, el sastre que plagiaba a las firmas de lujo y acabó fichado por Gucci*. El país.
https://elpais.com/elpais/2018/06/15/eps/1529055740_035750.html
- ROSALÍA (3 de julio de 2019). ROSALÍA - *F*cking Money Man (Milionària + Dio\$ No\$ Libre Del Dinero) (Official Video)*. [video]. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=eQCpjOBJ5UQ>
- Rot, M (Rovés, P). (11 de febrero de 2019). *El lenguaje en la música*. PrimaveraSound.
<https://www.primaverasound.com/es/radio/shows/red-velvet/red-velvet-el-lenguaje-en-la-msica>
- Rowan, Jaron (s.f). *Estudios culturales*. (8-10). Universidad Oberta de Catalunya.
http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/62086/1/Teor%C3%ADa%20de%20la%20cultura_M%C3%B3dulo%205_Estudios%20culturales.pdf
- RTVE. (25 de abril de 2013). *La tasa de paro juvenil escala al 57,2% en el primer trimestre, hasta los 960.400 desempleados*.
<https://www.rtve.es/noticias/20130425/tasa-paro-juvenil-escala-572-primer-trimestre-hasta-960400-desempleados/649220.shtml>
- Sabsay, Sabrina. (2009). *Por los rumbos de la economía visual: identidades, cuerpos y estéticas*. En *Visualidades sin fin; imagen y diseño en la sociedad global*, compilado por Leonor Arfuch y Verónica Devalle. Buenos Aires: Prometeo.
- Saturnino, J. (1 de abril de 2017). *El cuerpo de las mujeres*. elDiario.es.
https://www.eldiario.es/opinion/zona-critica/cuerpo-mujeres_129_3488977.html

- Tejido. L. (6 de marzo de 2020). *8M: Las diferencias entre feminismo liberal y feminismo radical: las materias sociales en las que discrepan*. 20 minutos.
<https://www.20minutos.es/noticia/4178120/0/diferencias-feminismo-radical-liberal-materias-sociales/>
- Sanicrex. (s.f) *Teoría de comunicación social. Cultura y contracultura*.
<https://sanicres.wixsite.com/comunicacionsocial/contracultura-y-subcultura>
- Ter. (2019, 15 de mayo). *El problema de la estética trap* [video]. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=Vn3T0hMODRc>
- Ter. (2019, 2 de julio). *¿Por qué se usan cruces en el trap?* [video]. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=hTfyJEqLETQ>
- Tu TFG. (2020, 21 de septiembre). *¿Cómo plantear correctamente los objetivos de un TFG?*
<https://tutfg.es/como-plantear-los-objetivos-de-un-tfg>
- Villain, J. (2020, 11 de octubre). *De Kefta Boys y Corredores de Bloque a Los Santos: hablemos de la influencia de Pxxr Gvng*. The medicine.
<https://themedizine.com/p/influencia-pxxr-gvng>
- Wikipedia. (11 de junio 2021). *Dugeon Family*.
https://es.wikipedia.org/wiki/Dugeon_Family
- Wikipedia. (29 de junio 2021). *Sample*.
<https://es.wikipedia.org/wiki/Sample>