



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

Los imaginarios del dinero en el trap argentino actual
Natalia Tosello
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 5, N.º 2, octubre 2019
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata
La Plata | Buenos Aires | Argentina

Los imaginarios del dinero en el trap argentino actual

Natalia Tosello

nataliatosello@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0002-8768-5676>

Universidad Nacional de Rosario
Universidad Nacional de Quilmes
Argentina

Resumen

En este trabajo se realiza una aproximación a la construcción de los imaginarios del dinero en el trap argentino actual ligados a: la posibilidad de *salir de la pobreza*, al delito, a las mujeres y al éxito. También se analiza cómo la circulación de los contenidos, tanto en letras como en videoclips, aparece altamente ligada a los espacios públicos o colectivos físicos y virtuales, estos últimos de acceso permanente, a demanda, lo cual potencia la capacidad de reproducir la cultura local a nivel global.

Palabras clave

Trap, juventudes, espacio público, dinero

Introducción

El hip hop es una cultura urbana nacida en sectores marginales de Nueva York (Estados Unidos) en la década del 70.

Desde el principio, el hip hop fue una forma de expresión de quienes necesitaban encontrar una voz para ser escuchados. Un medio para encarar

luchas sociales, un marco de contención. A través de sus cuatro pilares¹, graffitis (pintadas en muros y espacios urbanos), rap (recitar o cantar con base funk y batería), break dance (danza urbana) y DJ (música instrumental), en sus diversas combinaciones y formas, ofrecía denunciar las desigualdades y carencias que se vivían en las áreas urbanas de escasos recursos y proponía reflexionar, desafiar o evocar lo que sucedía, estimulando la creatividad y el desarrollo artístico. (Cultura.gob.ar, 17/08/2017)

El rap llegó a Argentina —en principio al conurbano bonaerense— en la década del 80 pero fue recién a mediados de los 90 cuando las expresiones peyorativas —principalmente provenientes de los rockeros— hacia el género fueron disminuyendo y, según explica Muñoz (2018 b, p. 4) “tendrá que esperarse hasta bien entrada la década del dos mil para que el registro musical (discos, singles y videoclips) sea realizado por y para raperos, especialmente gracias a los estudios de grabación caseros y las facilidades otorgadas por internet”.

En tanto, hacia fines de los 90, en Atlanta, zona sur de Estados Unidos, se generaba un subgénero del rap, el trap:

[...] sus temáticas remitían a la crónica de los barrios bajos, la vida delictiva y alardes sobre dinero, droga y sexo. Ya entrado los 2010 alcanza mayor popularidad en Estados Unidos, se expande al resto del mundo y hoy es uno de los sonidos dominantes de la música mainstream. Gracias a la importancia de la industria cultural estadounidense (Ticker 2006) el trap ha tenido una enorme posibilidad de expansión que se cruza con mediaciones específicas de cada lugar en donde se desarrolla. (Muñoz, 2018 a, p.124)

Según Muñoz (ibídem, p. 125) existieron dos fenómenos que posibilitaron la masividad del trap en Argentina, ellos son la audiencia creciente de latin-trap vinculada al *reggaetón* — con Bad Bunny liderando— y el hecho de que varios referentes del *freestyle*² local comenzaran a grabar canciones en este subgénero. E Lo cierto es que el trap —junto con sus letras plagadas de términos centroamericanos— se ha vuelto masivo entre preadolescentes y adolescentes argentinos, encontrando entre sus máximos exponentes a Paulo Londra, con 6 millones de seguidores en Instagram y 12 en YouTube; Duki —recientemente autorenominado Duko— y Cazzu, como una de las referentes entre las artistas femeninas; estos últimos con alrededor de 3 millones de seguidores en Instagram cada uno.

Con todo, lo que proponemos indagar en este trabajo es cómo se construyen los imaginarios del dinero en el trap argentino a partir del análisis de letras de canciones y videoclips, desde la perspectiva simmeliana, entendiendo que el dinero

impacta en “las relaciones entre las personas y en las percepciones que éstas tienen del mundo y de sus propias vidas” (Visconti, 2019 a; p.5).

El trap para salir de la pobreza

Dentro del género del rap es frecuente que raperos, competidores o traperos destaquen las características sobre sí mismos entendidas como fortalezas —acción conocida como *ego trip*—. Sin embargo, según interpreta Muñoz (2018 a, p. 126):

[...] en el caso argentino son estos últimos los que más hablan de su deseo de “hacerse rico”; del consumo y la ostentación de ropa; de las fiestas y de drogas como la cocaína, codeína o el xanax; y bastante del sexo. La épica personal, el posible o real ascenso social, el “descontrol” y una suerte de ‘hedonismo popular’ (Kessler y Merklen 2013) son tópicos que comparten con sus análogos estadounidenses.

En esta línea el autor (Ibídem) asegura que es con el auge del subgénero trap que “en el rap argentino se empieza a citar fuertemente el deseo por el dinero y el consumo de ciertos bienes” y desarrolla:

Esta cuestión se puede conectar con lo que Kessler y Merklen (2013, p. 15) definen como ‘hedonismo’, un rasgo propio de las clases populares en tiempos del kirchnerismo, en que se vive una mejora económica relativa en clases medias y populares, el consumo deviene en signo de cierta respetabilidad social, una forma de distinción y prestigio³.

Esta lógica presentada por Muñoz puede observarse, por ejemplo, en algunas de las canciones de Ecko, quien en su tema *Freestyle* canta:

Esto lo digo sin relojes, sin cadenas, sin anillos
Sin lujos, sin detalle, flow de calle, desprolijo (yeah)
De cero a cien lo hice sencillo, inventaron tanta mierda y no pueden
sacarme el brillo.
Volvió el dealler de skills, versión 2.0
Only businnes, frito chicken, par de bitches y dinero
Soy de los primeros, lo saben los que estuvieron
Mis negocios son redondos, por eso es que sumo ceros.
Digan lo que quieran, estar expuesto en contra juega
Pero quién va a discutir los logros de mi carrera.
Y no lo digo por mis temas ni por to'as las salas llenas, sino *que a los 19*
salvé a una familia entera.
Aunque esperaban que sea otra cosa, que tenga una carrera y que sea color
de rosas..

Hice renegar a Natalia y a Rosa
Hasta verme en un gran Rex y se sintieron orgullosas.
El más versátil, no el más rapero
Ando siempre en deportivos, de conjunto, flow villero
También de Supreme, de Gucci porque ahora puedo
Pero me crié escuchando cumbia, love para el Ghetto.
Hasta que a los 8 mi tía llegó, de Europa
cuando el disco de Calle 13 salió
Empecé a escribir mis letras de reggaeton, y ahora en cualquier disco
vacilan con mi canción.
Y el que diga que no, (oh) es un FEKA
Se sabe que soy el más fuerte en las discotecas
Ahora sí que hago con mi disco-teka
Yo no volví a hacer rap, vine a cerrar bocas abiertas.
Me dicen Young Golden (eh) y no hay cuna de oro
Familia trabajadora, horas de romperse el lomo
De chico sobrevivíamos con un sueldo solo
Mi casa se llovía y ahora llueve de todo.

Esta letra cuenta una historia basada en *salir* de la pobreza a través del esfuerzo puesto en la música, que se repite en numerosos temas de trap argentino; aunque, también siguiendo a Muñoz (2018 a, p. 128), no se evidencia que el género del rap se sitúe en la práctica de una clase social en particular:

Así, se dan cuestiones interesantes. Por un lado, es cierto que existen nichos en que estética y clase social parecen estar más fuertemente vinculados, especialmente en grupos de clase media que no reivindican para nada tal etiqueta, y en el "rap villero", que sí lo hace. Por otro, hay fenómenos cross-over asociados al trap y el freestyle que tienen públicos y artistas que se han vuelto más transversales, especialmente entre los más jóvenes. Por último, hay otro conjunto de nichos en que la diferencia generacional y de clase se hace menos clara, y se privilegia la diferencia por cuestiones estéticas, como cuando se distingue al rap boom-bap del rap villero.

En otro *single*, *Desde cero*⁴ (2019), Ecko vuelve a hacer alarde de conservar sus amistades anteriores a la fama y, principalmente, de su ascenso socio económico:

Sigo con lo' mismo' desde el día cero
Donde no había fama, tampoco había dinero (¡No, no!)
Salú' por lo' que se fueron
Y el dedo del medio pa' to' lo' que no creyeron

Poco' saben saben lo que me busqué, yeh (iWuh, wuh, wuh!)
El tiempo invertido y toa' la mala que pasé, yeh (iWuh, wuh, wuh!)
No creo en nada, nunca a nadie le recé
De rodillas ante nadie, siempre firme y de pie
Yo sigo con la ambición de mi primera canción
Aunque ahora en Instagram ya tenga má' de un millón (Woh, woh)
Pero eso nada cambió
El respeto y la lealtad la calle me la enseñó (iAy!)
Y ahora vivo como quiero
Gasto como quiero (Ajá)

La letra funciona como anclaje —en términos barthianos— de las imágenes del videoclip oficial ya que este destaca principalmente la presencia del dinero *palpable* en dólares.



Aquí aparece la idea de "tactilidad monetaria" abordada por Ferrer (1996, p.79). "Escurren electricidad entre los dedos: salario, préstamo, propina, soborno, vuelto, compra, limosna el dinero pasa de mano en mano" (Ibídem). El dinero que circula en el video: *contante, sonante* y en dólares —moneda tan estimada por el pueblo argentino—, también representa el movimiento en cuanto *ascenso social*. La movilidad, según Bauman, (2008, p.8) "asciende -en la posmodernidad-al primer lugar entre los valores codiciados" porque la libertad de movimientos es siempre una mercancía "escasa y distribuida de manera desigual". La movilidad implica en este sentido cambiar de vida, de espacios físicos (viajar), la posibilidad de encontrar cierto descanso en la posesión del dinero y de comprar con él lo que antes no se podía: en este caso dos chicas que aparecen sentadas junto al cantante y que representan a los dos "cueros" que están a su merced.

Por otra parte, los “millones” en el trap no solo aluden al dinero, sino también al número de las reproducciones en YouTube, Spotify, o seguidores en Instagram — “Aunque ahora en Instagram ya tenga má' de un millón”—, que, igualmente, potencian la posterior venta de entradas en shows y por lo tanto, influye en el cachet de los músicos (Muñoz, 2018 a, 124). Exactamente a esto refieren frases como “subo ceros” que pueden escucharse también con la voz de Paulo Londra:

*Aunque digan que soy un bandolero solo soy un blanco buscando dinero
Que tiene en cuenta la gente que estuvo
Antes que sus repros tuvieran tantos ceros
(de Por lo mío)*

Ahora voy bien, ahora voy bien
*Tengo jaguares que están comiendo tus evitas de cien
Tengo un estilo caro, caro
Ya lo sé mi negro
Y no me comparo, sino que me alegro
Que to' estos nabos, que me están diciendo
Que nada yo valgo, mientras subo ceros
Ahora me gané mi ropa, me gané mi plata
Me gané mi chica...
(de Luna llena)*

Época trap

“[...] el dinero constituye la realidad más evidente de las formas del ser de la época, la dirección privilegiada del sentido”, dice Gómez (2005, p.43). En esta línea podemos considerar que las representaciones del dinero en el trap argentino forman parte del imaginario del público de este subgénero, integrado por preadolescentes y adolescentes.

Tal como dijimos más arriba, el trap en nuestro país se vio favorecido por la difusión de música y videos en diferentes plataformas. Sin embargo, lo que los traperos hacen en redes sociales como Instagram no es solo difundir productos acabados —como puede ser un videoclip en YouTube— sino que también construyen relaciones con los seguidores a través de la publicación de *historias* con fragmentos de su vida personal, sus giras, mezclas con producciones fotográficas de gran calidad en las *noticias* y con *transmisiones en vivo* en las cuales interaccionan con cualquier otra persona, en cualquier parte. Todo este contenido

se multiplica, asimismo, a través de las cuentas fandom que reúnen material generado en otras redes o en medios masivos tradicionales.

En principio, lo que se nos hace evidente es que los mensajes —principalmente aquellos audiovisuales— fluyen por las redes, se reproducen y, a la vez, se transforman a partir de nuevas etiquetas, ubicaciones, contactos, es decir, sentidos. Es de este modo como, la circulación de los contenidos —palabras, música, imagen fija o imagen en movimiento—, se desarrolla en un espacio público o colectivo (Ricart, 2013, pp. 24/25) diferente al tradicional: el virtual.

El movimiento generado es instantáneo, a demanda, y desde cualquier punto geográfico. Es por ello, creemos, que el trap argentino alcanza incluso al público internacional. Algunos de sus referentes, como Londra⁵ —cuyo tema *Adán y Eva* superó las 580 millones de reproducciones de YouTube en 7 meses— han logrado una interacción fuera de los límites experimentados por otros cantantes en un tiempo récord. Esto muestra que las distancias físicas ya no configuran un obstáculo⁶ (Bauman, 2008, p.103) y, considerando las edades de los seguidores y seguidoras, también puede evaluarse que otra barrera que comienza a desaparecer es la parental. Ejemplo de ello fue un recital liderado por Duki y Cazzu (el 10 de junio de 2019) en Ushuaia —a 3200 km de Buenos Aires—, en el que asistieron alrededor de 6000 personas (Redint.com, 11/06/2019) con un promedio de edad de 14 años (según la observación presencial realizada).

En relación con las letras de las canciones del trap, si bien se identificaron con el género rap —y subgéneros como el *gangsta*— iniciado en Estados Unidos, consiguieron adaptarse y “fluir” en conjunción con la cultura local, en una liquidez que —contrariamente al localismo anunciado por Bauman (2008)— atraviesa naciones y clases sociales. Asimismo, el fenómeno del trap desplegado en la Argentina contemporánea puede ser calificado como una moda, entendiendo que la necesidad constante de cambio favorece su surgimiento (Kracauer, 2009, pp.149-150).

En este contexto, el dinero dentro de los imaginarios del trap argentino se convierte por momentos en un objetivo en sí mismo en tanto sinónimo del éxito. No queda claro si el objetivo final es poseer más dinero que otros —conforme al *egotrip*—, obtener la posibilidad de adquirir bienes *a piacere* o *salvarse* como sería ganarse la lotería, pero sí se evidencia que los billetes conforman un símbolo⁷ del que se apropian los/as traperos/as exitosos/as y que es valorado por su público.

Aquí, fragmentos del tema *Billetes*, perteneciente a Duki, Khea y Neo Pisteá, una verdadera oda al dinero y a lo que este pueda comprar:

Hice tanto' billete' que ya no puedo contarlo'

Mami, quiero que me ayudes a gastarlo' (Que me ayude)

Tanto' billete' que ya no puedo contarlo'
Mami, quiero que me ayudes a gastarlos
[...]Quiere ropa, zapato', carteras y taco' (Zapato; y taco')
Hangear, pasá' el rato; la tocan, lo' mato (Rato; trr)
Quiere ropa, zapato', carteras y taco' (Y taco')
Hangear, pasá' el rato; la tocan, lo' mato
[...]Quiere su vestido Chanel
Quiere cinco estrella' de hotel (Yeh)
Calvin Klein, Paco Rabanne
Le extendí la Santander
Que quiere, que quiere su vestido Chanel
Quiere cinco estrella' de hotel (Eh)
Saint Laurent, Victoria's Secret
Le extendí la Santander

En este orden, consideramos válido recuperar la visión de George Simmel (2013, p. 578) —o al menos desde su transliteración al castellano—, que, a pesar de haberse planteado hace más de un siglo, resulta posible de pensarse en la actualidad posmoderna:

La ausencia de algo definitivo en el centro de la vida empuja a buscar una satisfacción momentánea en excitaciones, sensaciones y actividades continuamente nuevas, lo que nos induce a una falta de quietud y de tranquilidad que se puede manifestar como el tumulto de la gran ciudad, como la manía de los viajes, como la lucha despiadada contra la competencia, como la falta específica de fidelidad moderna en las esferas del gusto, los estilos, los estados de espíritu y las relaciones. En esta organización de la vida, la importancia del dinero se deduce como simple conclusión de todas las premisas que se han venido desarrollando a lo largo de este libro. Basta con la mención de su función doble: *el dinero se encuentra, por un lado, en el mismo orden que todos los otros medios e instrumentos de la cultura, que se anteponen a los fines íntimos y últimos y acaban por suprimirlos y eliminarlos* —la cursiva es nuestra—. En parte, debido a la pasión que su deseo despierta, en parte por su vacío interno y su mero carácter transitorio, el dinero pone claramente de manifiesto la carencia de sentido y las consecuencias de aquella interpolación teleológica; en este sentido, pues, el dinero es únicamente la manifestación gradualmente más elevada de todas aquellas y ejerce su función de distanciarnos de nuestros objetivos de modo más puro y más completo que las otras instancias técnicas de mediación, pero no de forma

fundamentalmente distinta; el dinero, por tanto, no se muestra como algo aislado, sino como la expresión más perfecta de tendencias que se manifiestan por debajo de él en una serie sucesiva de fenómenos. Por otro lado, sin embargo, el dinero trasciende esta serie, ya que es el intermediario a través del cual se producen aquellos órdenes finales particulares, que experimentaron tal transformación. El dinero atraviesa estos órdenes como medio de los medios, como la técnica de la vida exterior, sin la cual las técnicas concretas de nuestra cultura no se hubieran manifestado.

En suma, las representaciones del dinero hasta el momento esbozadas dentro del subgénero trap, emergen como inherentes y compatibles a la cultura hip hop en cuanto a su característica posmoderna de movimiento y urbanidad⁸. Aunque no necesariamente la exaltación del dinero en todas sus formas se concreta en otros subgéneros del rap. Por ejemplo, en el *boom bap* (rap clásico), desde una concepción contraria, el contenido temático es utilizado como una herramienta de protesta y sublevación ante el sistema económico capitalista.

Ganarlo y ostentarlo, la base de tener dinero

El trap argentino también incluye en sus letras las formas legítimas del grupo para ganar dinero y, por tanto, el éxito. Una de esas maneras es el trabajo arduo antes de la fama, como hemos descrito más arriba, otra es la ilegalidad y otra, el intercambio del cuerpo por dinero, en especial el de las mujeres. Abordamos aquí una generalización y no casos particulares de artistas que se diferencian por el contenido de sus producciones.

Con respecto a la transgresión de la ley, las letras suelen asociarse a la venta de drogas: “los míos les venden a los que los tuyos le compran”, dice Duki en *Tumbando el Club*. Por su parte, BARDERO\$ —dúo que hace trap y rap, integrado por C.R.O y Homer— tiene al dinero como un tópico constante, como puede verse en la estética de su nombre con el signo pesos. Al mismo tiempo, sostienen una perspectiva de clase que justifica la ilegalidad. Así es que en *Mony*⁹, dicen:

Negro ando en busca de money y la quiero pa' mi
Creo que me lo merezco por to' lo que ví
Solo les dejo mi clase no vine a mentir
Perdón si no queda droga ya la dividí
Bardero\$ click, negro
Esto no es música, es droga
Oh, malas ideas
Es mejor que en esta ni me veas

La tengo que ganar como sea
Si soy tu Dios, es mejor que me creas
Hace tiempo corté la correa
Voy ganando mi propia pelea
Nunca fui uno de los que abandona
Lo sabe mi madre y los que me rodean
Yo no busco sonar criminal ni robar el lugar que hace tiempo dejaron
Solo quiero poder fabricar la sustancia ilegal que en su vida probaron
Si lo que hago está bien o está mal, ya lo voy a olvidar es asunto arreglado
Si no hay cuentas ni mierda que hablar, solo queda marchar a atender el
mercado
Otro día que esquivo drogado
El trabajo me tiene cansado
La comida la paga el prensado
La ganancia está bajo candado
Mis negros siguen acostumbrados
A este ritmo tan acelerado
De vender pa' comprar de comer y gastar en lo que tanto nos ha costado
Ando en busca de money ando en busca de money y la quiero pa' mi (*La*
quiero pa' mi)
Ya pagamos la compra está lista la torta nos toca invertir (*Nos toca invertir*)
Hay mucha gente tonta que opina y no afronta lo que hay que vivir (*Lo que*
hay que vivir)
Yo quiero triplicar mi salario mensual unos años antes de morir
[...] Por la capital, aprendí a flotar
Por los 7 lagos con maleducados que saben rulear
No me mires mal, te pueden buscar
A todos mis vagos les dejo el legado que nadie me supo dejar
No juegues, te vas a quemar
No busques, me vas a encontrar
Hace tiempo que vengo con varios problemas que no se pueden remediar
Pero para qué contar igual no van a escuchar
No importa si acabas
Hagas lo que hagas la mierda nunca va a cambiar

En este relato se ofrece una historia de pobreza que se complementa luego con otras letras y videos con la idea del consumo. En este sentido, Rodríguez Alzueta (2016, p.113) plantea:

Estamos hablando de las transgresiones que tienen como telón de fondo no solo a la pobreza relativa, esto es, a la pobreza experimentada como algo injusto, sino el consumo encantado. Ya lo dijo el Indio Solari: "Si Nike es la cultura, Nike es mi cultura". Si para existir tengo que tener esas zapatillas, empieza a correr porque voy a ir tras ellas. Dijo Young: "La humillación de la pobreza encuentra su solución 'mágica' en el culto del consumismo, en jóvenes que aprenden las marcas BMW, Nike y Gucci desde una edad temprana, que valoran a los diseñadores, a los relojes y a las buenas joyas. Porque a diferencia del mercado laboral, la sociedad de consumo permite una fácil y universal entrada –las zapatillas de deporte y las cadenas de oro están al alcance de la mano–. (...) Sin embargo, son consumidores deficientes, el mercado le da la bienvenida a las microempresas al mismo tiempo que ostenta la riqueza, mientras excluye a los pobres. La respuesta del consumismo simplemente agrava la privación relativa en lugar de aliviarla". (Young, 2012, 80)

Es en este punto, luego de alcanzada la ganancia del capital, en el que el dinero se transforma en consumo orientado a la ostentación. Las marcas de ropa y de autos costosos tanto como las joyas son ejemplos concretos de ello. Narrar en las letras y mostrar en imágenes de Instagram o en videoclips lo que se adquirió forma parte de la representación de ese éxito alcanzado. Ni siquiera existe una elaboración compleja en los productos audiovisuales a través de variadas figuras retóricas, solo se utiliza la hipérbole: aquello que se consiguió, se muestra de la manera más representativa posible¹⁰. En el caso de *Tumbando el club Remix*¹¹ de Neo Pisteá en colaboración (*feat*) con otros 8 traperos (C.R.O, Obie Wanshot, Ysi A, Keha, Lucho, Coqueén Montana, Marciano's Crew y Duki) y Cazzu, los protagonistas se exponen con cadenas de oro y tapados de piel, unidos como grupo, interpretando un tema que ha sido valorado por algunos medios como el "himno al trap argentino".



Otra de las tantas letras en las cuales el trap argentino habla del dinero y lo muestra es la reciente canción *I'm a Hitboy* de Khea y Duki:

Salgo a la calle *on my flip flops* (En pantuflas)
Estoy más pegado que Abel Pintos (Ya lo saben)
Dicen que soy el niño libre (Na na na na na)
Yo soy lo opuesto a jesucristo, yeah
#Mododiablo son Sex Pistols (No le pegan)
Ella viene y la desvisto (Saco todo)
Guardé la droga en la Ziploc (En la Ziploc, Ziploc)
En la mochila llevo un kilo
I'm a hitboy, I'm a hitboy
Por más que no quieran, no van a poder pararnos
I'm a hitboy, I'm a hitboy
Mírame, mami, estoy puesto para ser millonario
[...] Baby, I'm a hitboy (Hitboy)
100 ka en los anillos (100 ka)
Weed, paca y brillo
Como el Obie dijo (Voy con la mo')
Tiro y te la meto como Fisher (Fisher, Fisher)
Mis negros mientras tanto bailan tisher (Duko)
Mirá como se está vistiendo Guille (Te quiero, papi)
Yo mientras tanto contando billes, billes, billes

En ella se sintetiza de algún modo la idea construida del éxito desde el título: el chico hit. Igualmente, se manifiesta la figuración de tactilidad en contar los “billes”; el poder de consumo en los 100 kilates de los anillos y en la vestimenta; la ilegalidad en la droga que guardan en la mochila; la capacidad de ser millonario, que puede asociarse también a la fama en las redes y plataformas¹³ y, por supuesto, en estas pocas líneas tampoco queda ajena la figura de la mujer: “ella viene y la desvisto”. En el video, el dinero cae del cielo mientras los traperos hacen lo suyo y la edición también.



14

La posibilidad de ganar dinero a partir de la explotación del cuerpo de la mujer se vuelve un tema controversial en el trap. El rol de la mujer está, a simple vista, limitado al de objeto de deseo y de uso: "puta", "gata" o "chapiadora"¹⁵. Sin embargo, las traperas suelen darle una vuelta más a esos motes, asumiendo su cuerpo con el potencial erotizante pero a su vez destacando el disfrute de esa situación. En *Chapiadora* Cazzu dice:

Chapi, chapi, chapi, chapi

Pensando en el money, papi, a todas horas

Tengo una gata que cuenta billetes todo el día, parece contadora

En la cartera va un rimel, labial, perfume y una calculadora

Chapi, chapi, chapi, chapi

Las que cuentan money son las que no lloran

En lo particular, esta actitud de Cazzu la ha llevado a confrontar con algunos grupos de mujeres feministas, pero, finalmente, lo que apuesta a demostrar, es la gobernanza que ejerce sobre su propio cuerpo. Así es como en *Mucha data* difundido días atrás, expresa:

(¿Hola? ¿Hola?)

Te habla mi contestadora

Si no te atiende el teléfono, seguro que no quiero hablar con vo'

(¿Perra? ¿Perra?)

Y de toda' la mejor (iWuh!)

En tu vida no vas a conocer ninguna pibita como yo (Yo)

[...] Puta (Put), jaja, puta pero no tarada

Debería ser abogada: no se me escapa ninguna jugada

980k solo en enero, pa'

En el año son cien má'

Llueve money, quiero má'

[...]Si no te atiende el teléfono, seguro que no quiero hablar con vo'
(¿Perra? ¿Perra?)
Y de toda' la mejor (iWuh!)
En tu vida no vas a conocer ninguna pibita como yo
Que lo haga como yo
Que tenga lo que yo
Me vive tirando, pero está intentando hacerlo como yo, eh
Largué tanta data que toda' tu' gata' me odiaban, hoy me rinden culto
Ella se pone sata si le hablo de plata y convierte en halago el insulto
Me mira como si estuviera loca, ¿y qué?
A callarle la boca ya me acostumbré
Actuando como si supiera meno' 'e lo que sé
Yo no peleo por cuero, mami, quédate con él

En esta letra se pone de manifiesto una vez más la ganancia de dinero como sinónimo del éxito, a la vez que aparece la “pelea” o *beef* con otras competidoras como parte característica del subgénero, pero lo que nos interesa destacar es el cómo se posiciona al hombre, desde la perspectiva de una mujer heterosexual, en el lugar del “cuero” —como veíamos que se hacía con las mujeres en la canción de Ecko—. Por lo cual se evidencia que la reducción de las personas a objetos y valoración del cuerpo del/la otro/a anulando sus sentimientos no es unidireccional (del hombre hacia la mujer). Algo similar sucede en las canciones de otra referente, Dakillah, que en *Oro negro* dice:

Ganando oro negro, ah
Haciendo money en negro, eh
Y ellos hablando de más
Para poder ganar y no tener más días negros
[...]Los tengo a los dos metidos en la cama
Baby, soy level god
Yo los amo cuando ellos me llaman
Sabes que con otro estoy
Si nunca fui su dama me acuesto en el medio
Y nadie se entera de nada
O por lo menos hasta ahora nadie se enteró
'Tamos de party, sabemos estar flex
Pero yo no, papi, no quiero estar flex
Sólo dame pasti' que ya andamos flex
Loba, no te hagá' la loca que si le doy droga lo hago tu ex

En el video¹⁶ de la canción se unifican en imágenes la ganancia de dinero con la visión de los hombres como “sirvientes” de los deseos de la cantante o del personaje creado para el audiovisual. Por segundos, incluso, puede verse cómo el grupo que aparece en la foto le “tira” dólares a dos hombres que —enmascarados— pelean cuerpo a cuerpo entre sí.



17

El mismo concepto desde una estética diferente se repite en *Actitud*¹⁸ en el que se muestra que Dakillah junto a dos hombres que atienden sus deseos en la figura de una especie de “mozos”, en imágenes intercaladas con otras acciones como lo son el “disparar” billetes —por supuesto, dólares— con una máquina.



19

En la letra se escribe:

Dice que sobra actitud
Pero actitud veo poca
Hablan del money y del hood
Porque les jode ver que otro nos toca
La buena sin hablar de usted
O de su vida loca
Baby, esto es pa' tu baby
Que cuando me escucha me mira
Y se saca la ropa
Dice que sobra actitud
Pero actitud veo poca
Hablan del money y del hood
Porque les jode ver que otro nos toca
[...]Yo no quiero a alguien caro
Que me compre los zapatos
Hago mi plata yo sola
[...] Ahora te habla Dakillah
Pero todavía es morena
Viviendo un estilo de vida como cualquiera
No me como las historias de minas
Que por ser minas creen que pueden ser raperas
Sólo estoy afrontando la gira
Haciendo mis historias puestas en rimas
Yo no quiero Rebook, ni Mac
No me digan Nike o Adidas
Voy a hacer una marca que sea mía
Pa' llevar puesta todos los días
Para no olvidarme quien era
Pero tampoco perder la expectativa
Dice que sobra actitud
Pero actitud veo poca
Antes querían ser rappers
Ahora dicen que son rockstars
Así que no escuches a nadie
Contá los cuatro de copas
Un día todos nos morimos

Pero por ahora a nadie le importa...

Otra vez las temáticas del trap se condensan en pocas líneas con la novedad estética de una joven vestida con rosa pastel que lejos de identificarse con una perspectiva machista, desafía al género opuesto y al propio en la misma línea con guiños en los que aluden a competidores y competidoras —“actitud”, en alusión a letras de Cazzu y “rockstar” en referencia a un tema de Duki—. Igualmente aparece la idea de sostener intacta la humildad de los orígenes pero a la vez distanciarse de ellos con la posesión del dinero, acompañada de la fluidez y rapidez de la vida posmoderna y de la juventud en la que las consecuencias son poco visibles a corto plazo: “Un día todos nos morimos pero por ahora a nadie le importa...”.

En líneas generales los videos de trap suelen mostrar más detenidamente o con mayor ahínco el cuerpo de la mujer que el del varón. Ello puede evidenciarse, además, en los videos de *La Joaqui* y de *Agus Padilla*, otras dos traperas conocidas dentro del movimiento. En este sentido (Visconti, 2019 b, p. 8) recorre un artículo de Laura Mulvey surgido a mediados de los años 70 en el que justamente el cine clásico construye y naturaliza jerarquías entre lo masculino, en tanto sujeto activo que mira, y lo femenino, como objeto pasivo de esa mirada sumisa. Las chicas eligen cómo mostrarse, discuten con su propio género y con los hombres de la misma manera, en medio de un contexto en el que un gran sector de la Argentina pide a los espacios políticos, por ejemplo que haya #FeministasEnLasListas²⁰.

Conclusiones

Tal como expusimos anteriormente, los imaginarios del dinero en el trap atraviesan todos sus ejes temáticos: pobreza, esfuerzo, amistad, sexo, drogas (“descontrol”), ilegalidad y, por sobre todo, el dinero aparece como sinónimo del éxito, constituyendolo como una característica identitaria del subgénero. Si el éxito es el objetivo, entonces el dinero también lo es. Los billetes, siempre representados en dólares en los videoclips analizados, son aquello que se puede contar, palpar, guardar, pero sobre todo, lanzar. El dinero *llueve, cae*, como del cielo, con todas las contradicciones que esta interpretación conlleva en cuanto al trabajo realizado para *lanzarse* al éxito. El dinero se *gana* en el trap y su posesión funciona como un reproductor de fama y como un *ego trip*: tener dinero es una cualidad que permite, a su vez, *ganarle* a otro/a, pero para demostrarlo hay que mostrarlo. Con todo, el dinero puede exhibirse también en forma de pieles, joyas, autos, consumo en general, incluyendo drogas y sexo, en tanto servicio adquirible. El

dinero, en épocas de volatibilidad y liquidez, se vuelve un símbolo del éxito que muchos/as jóvenes construyen como un ideal de vida.

El espacio público, antes protagonizado por las plazas, se virtualiza. El contenido se expone ante los/as jóvenes a demanda y prácticamente sin supervisión parental, potenciando la capacidad de reproducir la subcultura, incluso, de vincularla a cualquier otro lugar del globo: las barreras kilométricas nacionales e internacionales se diluyen a través del *streaming* y los/as consumidores/as de trap se multiplican al ritmo en que lo hacen los billetes de sus principales referentes.

Finalmente, el dinero en el trap, convertido casi por completo en la manera de demostrar el éxito, configura un valor que no se traslada del todo —o no siempre— al valor de cambio, sino que se constituye como un valor superior incluso, al de la belleza, equiparado, solo tal vez, con el del talento.

Bibliografía

- Ávila, P. (2007). *Y tú también te vas. La representación de la Nación en el papel moneda argentino*. Adriana Hidalgo Editora. Buenos Aires.
- Bauman, Z. (2008) [1998]. *La globalización. Consecuencias humanas*. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires.
- Bonitzer, P. (2007). *La metamorfosis, en Desencuadres. Cine y pintura*. Santiago Arcos. Buenos Aires
- Cultura.gob.ar (17/08/2017). *Glosario de términos de hip hop*. Recuperado de: https://www.cultura.gob.ar/glosario-de-terminos-de-hip-hop_4515/
- Ferrer, C. (1996). *Una moneda valaca en El ojo mocho. Revista de crítica cultural*, nro. 7/8, otoño, pp. 77-83.
- Gómez A. (2005). *El dinero y las palabras. Conexiones insospechadas*. Prometeo. Buenos Aires.
- Joly, M. (2009). *Introducción al análisis de la imagen*. La Marca Editora. Buenos Aires.
- Kracauer, S. (2009) [1920]. *Georg Simmel en: Construcciones y perspectivas. El ornamento de la masa 2*, Gedisa, Barcelona.
- Muñoz, S. (2018). a- *Entre los nichos y la masividad. El (t)rap de Buenos Aires entre el 2001 y el 2018*. Resonancias: Revista de investigación musical. Vol. 22, N.º43, julio-noviembre 2018, pp. 113-131. Recuperado de: <http://resonancias.uc.cl/en/N%C2%BA-43/entre-los-nichos-y-la-masividad-el-t-rap-de-buenos-aires-entre-el-2001-y-el-2018-en.html>

----- b-¿Cuándo va a "explotar"? Sentidos y mediaciones del rap en Buenos Aires entre 1984 y el 2001. *Question*, Vol. 1, N.º 60, octubre-diciembre 2018.

doi:<https://doi.org/10.24215/16696581e114>

Redintdf.com (11/06/2019). *Duki y Cazzu trajeron su trap al fin del mundo*.

Recuperado de: <http://www.redintdf.com/ushuaia/duki-y-cazzu-trajeron-su-trap-al-fin-del-mundo/>

Ricart, N., Remesar, A. (2013). Reflexiones sobre el espacio público. *Revista científica de la Universidad de Barcelona*. N° 25. Recuperado de:

<http://revistes.ub.edu/index.php/waterfront/article/view/18792>

Rodríguez Alzueta, E. (2016). *Hacer Bardo* Provocaciones, resistencias y derivas de jóvenes urbanos. Laboratorio de Estudios Sociales y Culturales. Universidad Nacional de Quilmes. Malisia. La Plata.

Simmel, G. (2013) [1900]. *Filosofía del dinero*. Capitán Swing. Madrid.

Simmel, G. (1986) [1903]. *Las grandes urbes y la vida del espíritu* en *El individuo y la libertad* (Ensayos de crítica de la cultura). Ediciones Península, Barcelona.

The Urban Roosters (17/11/2015). *Beatbox: el quinto elemento*. Recuperado de:

<https://blog.urbanroosters.com/beatbox-el-quinto-elemento/>

Visconti, M. (2015). *Cine y dinero. Imaginarios ficcionales y sociales de la Argentina (1978-2000)*. Tesis Doctoral de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires en Artes. Recuperado de:

http://repositorio.filo.uba.ar/bitstream/handle/filodigital/6045/uba_ffyl_t_2015_91_0207.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Visconti, M. (2019). a- *Más allá de la teoría económica: las significaciones del dinero en Georg Simmel. Imaginarios del dinero en las tramas ficcionales y sociales de la Argentina*. Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad Virtual de Quilmes. Recuperado de:

https://posgrado.uvq.edu.ar/pluginfile.php/147662/mod_resource/content/0/CLAS E_1.pdf

----- b- *La exaltación del dinero como clave moral de una época. Sobre La parte del león. Imaginarios del dinero en las tramas ficcionales y sociales de la Argentina*. Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad Virtual de Quilmes. Recuperado de:

https://posgrado.uvq.edu.ar/pluginfile.php/151266/mod_resource/content/0/CLAS E_10.pdf

18 DE AG

Notas DE 2017 A LAS 11

¹ Aunque ya se habla de un quinto pilar que sería el beatbox, es decir, aquellos sonidos efectuados con las cuerdas vocales (que emulan el sonido de otros instrumentos para crear música), basados en patrones de ritmo y melodía (The Urban Roosters, 17/11/2015).

² El *freestyle* o estilo libre es otro subgénero del rap en el que dos o más raperos compiten entre sí sobre bases electrónicas o realizadas con la práctica de *beatbox*.

³ Una interpretación similar puede leerse en Simmel (2013, p. 596) cuando, en referencia al 1900, señala: "En el momento actual, precisamente gracias al aumento de los ingresos, las clases inferiores son presas de una excitabilidad que, según la posición de partido de cada uno, se puede calificar de codicia y afán de novedades o de desarrollo y fuerza innovadora saludables, pero que, en todo caso, con una mayor estabilidad de los ingresos y los precios —que, también, implica la estabilidad de las distancias sociales—, no se habrían producido".

⁴ Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=43n7n_I-eqs

⁵ Aunque vale diferenciar que en líneas generales este artista se destaca por promover dentro de sus canciones temáticas ligadas a la amistad, el amor romántico y alejarse del consumo de drogas o aquello que puede ser tildado como "descontrol".

⁶ En este sentido, Bauman (2008, p.27), explica: "Sobre este espacio territorial/urbanístico/arquitectónico, el surgimiento de la red global de información ha impuesto un tercer espacio cibernético al mundo humano. Los elementos de este espacio, dice Paul Virilio, 'no están provistos de dimensiones espaciales sino inscritos en la temporalidad singular de una difusión instantánea. En lo sucesivo, no se puede separar a las personas por medio de obstáculos físicos o distancias temporales. Con la interfaz de las terminales de los ordenadores y los monitores de vídeo, las distinciones entre aquí y allá pierden todo significado'".

⁷ En cuanto al tipo de signo peirciano que mantiene una relación de convención con su referente (Joly, 2009, p.40).

⁸ En este sentido, Simmel (2013, p. 560) destaca el alejamiento del ser humano de la naturaleza y el consecuente distanciamiento físico de los objetos mediado por el dinero. Así lo explica Visconti (2015, p. 29): "[...] Simmel da cuenta del funcionamiento 'monetarista' que rige la vida moderna a partir de fenómenos particulares que expresan una transformación de los valores 'espirituales' en conexión con el dinero. Los comportamientos, modos de pensar, deseos, maneras de proceder, actitudes, estados de ánimo, preferencias y actos (ligados al dinero) observados por este autor, marcan un cambio en las escalas de valores morales, éticos y también en lo que hace a las nuevas formas de valorar las cosas y la vida en general, a lo que los individuos consideran prioritario o irrelevante, etc.".

⁹ Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=68oZC3SDXhc>

¹⁰ En ese proceso de abstracción de lo cualitativo y material a lo cuantitativo y abstracto es importante el intermedio de la fase ornamental del dinero, las joyas, ya que es el elemento más flexible y ya mediado sobre su naturaleza material que encamina rotundamente al dinero en su evolución simbólica. (Ávila, 2007, p.45)

¹¹ Con 75 millones de visitas a junio de 2019. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=5bdIRS9-Dh8>

¹² Captura de pantalla de *Tumbando el club*.

¹³ De hecho el videoclip oficial, disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=yZRbO3X2uyE>, cosechó más de 12 millones de reproducciones en 17 días (del 5 al 22 de junio de 2019).

¹⁴ Captura de pantalla del videoclip de *I'm a Hitboy*.

¹⁵ Una mujer que acompaña a un hombre por dinero.

¹⁶ Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=IjaeXWiIxzW>

¹⁷ Captura de pantalla del videoclip *Oro negro*.

¹⁸ Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=ju3mEXrZBwo>

¹⁹ Captura de pantalla de *Actitud*.

²⁰ *Hashtag* que resultó tendencia en Twitter durante la jornada del 22/06/2019 en la que se cerraron las listas de candidatas de cara a las Elecciones Primarias Abiertas, Simultáneas y Obligatorias (PASO) a nivel nacional.