



¿Los españoles pueden también ser latinos? La identidad española en la música popular latina actual y el caso de C. Tangana

Can Spaniards also be Latinos? Spanish identity in contemporary Latin popular music, and the case of C. Tangana

Marina Arias

Doctorado en Musicología

Universidad Complutense de Madrid

maaria03@ucm.es

Recibido: 10/11/2019

Aceptado: 12/12/2019

Publicado: 30/ 1/ 2020

Resumen: Este artículo estudia la construcción identitaria del artista español de música urbana C. Tangana durante una etapa específica de su carrera, marcada por la incursión en diversos géneros musicales englobados dentro de la etiqueta de música latina. La apropiación que hace del *reggaeton*, la salsa o el *funk* carioca permiten al artista dar un salto hacia el *mainstream* latino, que actualmente tiene un gran impacto tanto en España como a nivel global. A la hora de abordar el estudio de las identidades se adopta una perspectiva constructivista que, como defiende Timothy Rice, considera su carácter cambiante y dependiente del contexto. También se tiene presente la historia de la industria musical transnacional que comparten América Latina y España, donde además juegan un papel fundamental las comunidades latinas de Estados Unidos. De este modo, observaremos qué aspectos definen la identidad cultural de un artista que, a pesar de inicialmente rechazar su identidad nacional, recupera elementos de ella para definirse en un mercado globalizado que pone en peligro la estabilidad de las identidades a la vez que facilita el surgimiento de nuevas formas.

Palabras clave: identidad española, música urbana, música latina, apropiación, industria musical.

Abstract: This paper examines the identity construction of the Spanish urban music artist C. Tangana during a specific stage of his career, marked by the incursion into a variety of musical genres encompassed within the Latin music category. The artist's appropriation of reggaeton, salsa or funk carioca permits him to enter the Latin mainstream, which nowadays has an important presence in Spain, as well as at a global level. To approach the study of identities, we adopt a constructivist perspective, which, as Timothy Rice suggests, takes into account their changing and context-dependent nature. It is also important to keep in mind the history of the transnational music industry shared by Latin America and Spain, where an essential role is played by the Latino communities of the United States. In this way, we will observe which aspects define the cultural identity of an artist who, although at first he rejects his national identity, recalls some of its elements

to define himself in a globalized market that endangers the stability of identities and, at the same time, facilitates the emergence of new forms.

Keywords: Spanish identity, urban music, Latin music, appropriation, music industry.

La relación entre música e identidad ha sido uno de los temas más abordados dentro de los estudios de música popular en las últimas décadas. Esto se debe a que desde la academia se observa cómo “la música ayuda a construir identidades sociales” (Rice 2007: 25), entendidas como un “proceso experiencial que se capta más vívidamente como música” (Frith 2003: 185). Según Timothy Rice, esto implica aceptar la perspectiva constructivista, gracias a la cual se entiende que las identidades son frágiles, inestables y cambiantes y se construyen con los recursos culturales disponibles en un momento concreto (2007: 24). Así, siguiendo a Stuart Hall, debemos aceptar que el individuo posmoderno no posee una identidad fija, sino que “asume diferentes identidades en diferentes momentos, las cuales no están unificadas alrededor de un ‘yo’ coherente” (1992: 277). Además, la identidad es siempre definida a través de la diferencia, de la comparación con “el otro”. De este modo, la cuestión que nos hemos de plantear al estudiar el fenómeno de las identidades es “cómo este ‘sujeto fragmentado’ se sitúa en términos de sus identidades culturales” (1992: 291).

Hall señala que la identidad cultural nacional es uno de los aspectos principales a la hora de definirnos en el mundo posmoderno y su importancia es tal que tendemos a naturalizarla. Al comprender la nación como una “comunidad imaginada” (Anderson 1983 citado en Hall 1992: 293), esta “entidad política” adquiere un peso simbólico, convirtiéndose en “un sistema de representación cultural” (Hall 1992: 292). Además, la cultura nacional actúa sobre la diferencia tratando de mostrar una cultura unificada. Sin embargo, debido a la globalización, “las naciones modernas son todas híbridos culturales”¹ (297). Esto hace que los individuos busquen nuevas “lealtades culturales” que se encuentran por encima o por debajo del Estado-nación (304). Aun así, dichos individuos no pueden desligarse completamente de su identidad cultural nacional, lo que los hace pertenecer a lo que Hall llama “culturas de hibridación” (310).

Por otro lado, en la cultura popular del mundo mediatizado actual entra en juego la figura del artista pop, cuya identidad, al convertirse en una celebridad, alcanza una difusión y una proyección mayor a la de otros individuos. De este modo, las estrellas pop se hacen “portadoras de valor cultural y popular porque resuenan con determinados estilos de vida y culturas, al tiempo que representan una forma de escapismo de la vida cotidiana y lo mundano” (Shuker 2016: 61). Teniendo en cuenta su potencial como proyectoras de valores culturales, resulta interesante observar de qué modo se construye su identidad. Esto nos permitirá comprender mejor, tanto el fenómeno de las identidades descrito por Hall, como el funcionamiento de las “culturas de hibridación” dentro del marco de la nación moderna.

Desde mediados del siglo pasado, la música popular española ha adquirido gran importancia en el mercado de la música popular latina. Como explica López-Cano (2013) las relaciones entre Latinoamérica y España son complejas. Por un lado, existen numerosos puntos de fricción generados por una historia de invasión y destrucción de las culturas nativas por parte de los españoles, y una suerte de neocolonialismo representado por grandes corporaciones españolas en América Latina. Por otro lado, la emigración en ambas direcciones del Atlántico, el refuerzo de las

¹ Énfasis del original.

conexiones gracias a Internet y, en especial, la existencia de una lengua común; hacen que se reconozca la existencia de una cultura compartida, que a su vez choca con la necesidad de reafirmar las diferencias (López-Cano 2013). De este modo, se ha ido formando un mercado cultural mixto entre España y Latinoamérica donde son consumidos productos “como la literatura, la música, el cine o las series de televisión de ambos lados sin importar su procedencia” (López-Cano 2013: 188).

Además, en los últimos años en España ha cobrado gran protagonismo la industria musical latina, que se erige como uno de los principales focos de producción junto al mercado estadounidense. En este contexto, artistas españoles que buscan una mayor difusión, ven en Hispanoamérica un nicho de mercado. Este artículo tiene como objetivo determinar de qué modo el artista español de música urbana C. Tangana negocia su identidad nacional desde su posición de artista latino². Siguiendo las ideas sobre música e identidad expuestas por Rice (2013) las teorías sobre identidades culturales defendidas por Hall (1993) veremos qué recursos emplea para definirse como artista. Para ello, analizaremos, basándonos en el concepto de *musical personae* de Auslander (2006), la construcción de su personaje artístico como C. Tangana, en el que confluyen la idea del *self-made man* con el chulo nostálgico, estereotipo de lo español. Después estudiaremos de qué manera C. Tangana se apropia de elementos asociados a la cultura latina para entrar en el mercado de su industria musical. Por último, veremos cuál es la compleja relación que él establece con su identidad nacional, la cual en un principio parece rechazar, para luego abrazar una identidad infranacional, madrileña, con la que se siente más cómodo.

“Me hice a mí mismo”: la construcción del artista en la era de la música urbana

En los últimos años se ha producido un fenómeno particular en la industria musical a nivel global, denominado “nueva ola de música urbana”. El término “música urbana”, sin duda problemático desde sus inicios (Castro 2019), se ha extendido por el imaginario colectivo y hoy en día es el empleado por la industria, los medios de comunicación y el público para referirse a una realidad específica: el ascenso de géneros de música popular que hunden sus raíces en comunidades marginales y, en muchos casos, son herederos de la cultura negra y el hip-hop, como el *dancehall*, el R&B o el trap. Ya en el mundo de la música latina entran en este “cajón de sastre” otros géneros como el reggaeton o el funk carioca, asociados en sus orígenes a las clases bajas de Puerto Rico y Río de Janeiro, respectivamente.

A nivel de producción, la música urbana viene definida por un nuevo paradigma en la creación, marcado por el surgimiento de los *home studios* –es decir, estudios de grabación caseros–, facilitado por el abaratamiento del equipo tecnológico necesario para el DIY –*Do It Yourself*–, como son los micrófonos, las tarjetas de sonido, las controladoras MIDI, los monitores y, en especial, los ordenadores y los programas DAW. Los DAW –*Digital Audio Workstation*– son quizás los responsables principales de este cambio en la producción de música popular, pues ofrecen un abanico de posibilidades creativas a bajo costo inimaginables durante la época de los estudios de grabación profesionales. Junto a ellos, se han definido las figuras del productor y del *beatmaker*, encargados de crear la base musical sobre la que en muchos casos se añadirá la voz del

² Si atendemos los pasos expuestos por José Eboli, director general de Universal (citado en Martel 2011: 309), para crear una estrella de la música latina, podríamos decir que C. Tangana está en la segunda fase: intentado triunfar en el mercado de los latinos de Estados Unidos, tras haberse convertido en un artista muy reconocido en su propio ámbito, España.

artista, aderezada por los efectos pertinentes, entre los cuales destaca el *autotune* –procesador que permite modificar la afinación y la expresión vocal–. Aunque los *home studios* están muy ligados al mundo *amateur*, el éxito de estos géneros musicales ha hecho que artistas y productores se profesionalicen en algunos casos, entrando en las secciones de música urbana que las compañías discográficas han ido creando, aunque en otros desarrollan sus carreras en unas redes alternativas más ligadas al *underground*³.

En España el fenómeno de la música urbana se perfila gracias a una cantidad notable de escenas locales entre las que destacan Madrid y Barcelona, donde se ha dado lugar a un sinfín de nombres que alcanzan el éxito nacional o internacional, como Bad Gyal, Dellafuente, Rels B, Ms Nina, Don Patricio, Rosalía, Yung Beef o C. Tangana, figura de la cual nos ocupamos en este artículo. Considerado “*hitmaker* por excelencia” en el programa de YouTube *El Bloque*, dedicado a la música urbana española, C. Tangana se etiqueta como un artista pop con herencia rapera. En efecto, como explica Ernesto Castro en su particular versión de la biografía artística de C. Tangana, desde 2017 este se encuentra en una etapa marcada por el salto al *mainstream*⁴, el cual se formalizó gracias a sus éxitos y su contrato con Sony Music (2019: 157).

Junto a su versatilidad, otro de los principales atractivos de C. Tangana como caso de estudio, es su elocuencia a la hora de hablar públicamente de su proceso creativo, como se ve en la siguiente cita, donde se define, en la línea de Andy Warhol, como artista total:

Lo que yo hago no es sólo la música que saco, sino todo lo que va alrededor: cómo me muevo en la industria, cómo utilizo la imagen, cómo utilizo los *shows*... todo esto para mí es parte de mi personaje artístico y también de mi obra [...] Intento de desarrollarme como artista completo (*El Bloque* 2018).

Para entender el papel que juega C. Tangana como proyector de identidades culturales dentro de la escena de la música urbana española, debemos poner el foco en su personaje artístico, el cual es representado en el momento de la performance (Auslander 2006: 101). Philip Auslander defiende que la performance musical ha de entenderse como “la representación del yo de una persona dentro del dominio discursivo de la música” (102) y acuña el término *musical personae* para designar la representación del yo que hacen los músicos durante dicha performances. En este apartado estudiaremos cómo C. Tangana construye su *musical personae* a través de la retórica del *self-made man* y de la estética del chulo, dos identidades que, como veremos posteriormente, se entrelazan con la latinidad y la identidad española.

En primer lugar, el *musical personae* que proyecta en este caso C. Tangana se basa en el espíritu del capitalismo, pues el artista defiende que “el arte sin capital no es posible, el arte sin

³ Lo que aquí expongo es mi visión personal como investigadora de la etiqueta de música urbana, que en ningún caso pretendo dotar de carácter categórico, pues es un fenómeno reciente sobre el que queda mucho trabajo por hacer desde la academia. No obstante, al estar hablando de la figura de un artista que se incluye dentro de esta etiqueta, me parece imprescindible dar unas pinceladas sobre los aspectos fundamentales que definen este concepto. Para profundizar más en esta problemática véase: Castro 2019: 47-80.

⁴ En este artículo se emplean los conceptos *mainstream* y *underground* para contraponer, por un lado, aquella música que es más consumida y que dispone de muchos medios para su producción y comercialización, frente a otras músicas que se ubican en los márgenes de los circuitos tradicionales de comercialización y consumo. En el caso de C. Tangana, tras haber pertenecido durante las primeras etapas de su carrera a un ámbito *underground*, la firma de un contrato con una gran compañía discográfica ha hecho que se le califique como artista *mainstream*.

⁵ Auslander elabora su teoría sobre la *musical personae* basándose en el estudio del *personaje* del actor de cine que hace Daniel Graver (2003).

público no vale la pena” (Castro 2019: 137). C. Tangana alude aquí a un referente español, Salvador Dalí, artista catalán surrealista del siglo pasado que alcanzó gran reconocimiento en su época, pero que también fue criticado por “venderse”⁶. Las referencias a Dalí y Warhol se combinan de manera efectiva con la retórica del *self-made man* del hip-hop estadounidense, caracterizada por remarcar el “venir de abajo” y “haberlo logrado” a través del trabajo duro y gracias al talento. Este discurso supone la culminación del sueño americano, que hunde sus raíces en el nacimiento de la cultura empresarial en Estados Unidos en la década de 1830 (Thillet 2006) y que aparece reflejado en el tema “Cabernet Sauvignon” (2018), cuya introducción dice:

Me hice a mí mismo (eso es)
 Me puse Dios de nombre, en el pecho un Cristo (bling, bling)
 Siempre brindáis con lo mismo (uh)
 Me gusta el oro, soy chulo, joven y listo, (uh)
 Salgo de la Limo, me siento De Niro (uh)
 Salvaje y con estilo, multiplatino (uh)
 Su culo muy gordo, su gusto muy fino (eso es)
 Solo un Dios puede elegir su destino
 Abriéndome otra de Rosé mientras tú opinas de mí
 Se te ve muy pequeño desde aquí
 ¿Quién quiere tu respeto cuando tengo un millón?

A nivel musical escuchamos una producción firmada por Lost Twins, productor sevillano que aborda el hip-hop desde una perspectiva experimental. En la introducción encontramos elementos relacionados con el jazz, como *hi hats*, contrabajo en *pizzicato*, acordes de novena en el piano y motivos de carácter improvisado de la flauta travesera. Todo ello se combina con sonidos de cristal, que pueden evocar tanto copas de champán como el “bling, bling” que hacen las cadenas de oro al chocar (Thillet 2006: 2) y que se ha convertido en el término que define la estética ostentosa del hip-hop. Blin bling es además un modelo de virilidad, donde la mujer se convierte, junto al dinero, las joyas o los autos lujosos, en uno de los bienes materiales con valor simbólico que rodean y dan valor al hombre exitoso según exige el sistema patriarcal (Bourdieu 1998 citado en Carballo 2006). Pero frente a ese personaje que alcanza el éxito en solitario, C. Tangana muestra un lado más humano al hacer en el otro (minuto 1:29) un extenso *shout-out*, es decir, una expresión pública de gratitud, a sus compañeros –todos hombres, eso sí–.

En segundo lugar, junto a esta retórica del *self-made man* que toma del hip-hop estadounidense, existe otra faceta de la *musical personae* creada por C. Tangana que entronca con el imaginario cultural español. Se trata del personaje del chulo, persona que obra con jactancia y

⁶ El propio título de la mixtape, *Avida Dollars* (2018), apodo despectivo que dedicó André Bretón a Salvador Dalí por “hacer de sí mismo una marca rentable” (Fischer 2017) es una declaración de intenciones, pues también C. Tangana recibió críticas por firmar un contrato discográfico con Sony Music.

arrogancia⁷, y que aparece, tanto en las letras y el tono de voz con el que aborda diferentes versos de sus temas⁸, como en el lenguaje corporal que emplea en la mayoría de sus videoclips⁹.

Los videoclips de C. Tangana son abordados en muchos casos desde una perspectiva nostálgica, como es el caso de “Bien duro”, que la prensa española relacionó con el cine quinquí de los años 80 (Ojeda 2018). El cine quinquí fue un género de cine comercial que se desarrolló especialmente entre 1977 y 1987 cuya temática se centraba en relatar las aventuras y desventuras de adolescentes que pertenecían a las clases marginales. Los efectos de la crisis de 1973 se percibieron en España durante la década siguiente, aumentando el desempleo y sumiendo a una generación completa en el desencanto y el nihilismo (Castelló Segarra 2018). Este tipo de cine explotó la figura del quinquí¹⁰, con una estética que se caracterizaba por el tremendismo, el sexo, la acción y la drogadicción (Castelló Segarra 2018: 114).

Siguiendo las ideas de Castro, está claro que se puede establecer una conexión entre esa época y la actual, marcada por otra crisis –la de 2008– y por otro género musical, el trap. Como explica este autor, trap es el nombre bajo el cual la prensa española ha agrupado un sinnúmero de propuestas musicales, todas ellas muy diferentes entre sí. Sin embargo, no cabe duda de que este género derivado del rap y surgido en Atlanta a mediados de los 80 en un contexto social marcado por el tráfico de drogas, es uno de los protagonistas del desarrollo de la escena de música urbana española. El mundo visual que crea Rogelio, director del videoclip de “Bien duro”, se acerca a esto, pero en lugar de incidir en problemáticas como las drogas o la delincuencia, hace del mundo quinquí un escenario en el que se desarrolla un drama amoroso. Así, el personaje chulesco de C. Tangana se relaciona con estas figuras no desde la actividad como tal, sino desde la estética nostálgica que mira hacia un pasado que guarda bastante relación con el presente.

Esta correspondencia entre pasado y presente se hace patente cuando escuchamos la canción “Bien duro”, un reggaeton creado por el productor neoyorquino DVLP, conocido por sus trabajos en el mundo del hip-hop y que en los últimos años ha dado un giro hacia la música latina, colaborando con artistas como J. Balvin, Fuego o Anitta. El reggaeton se ha convertido en las dos últimas décadas en el género de música urbana latina por excelencia. Roy Shuker (2016) explica la necesidad que tienen los artistas de renovarse para llegar a nuevas audiencias –lo que en la mayoría de los casos también destruye un porcentaje de los seguidores iniciales–, en un terreno donde la continuidad de una carrera profesional se combina con el cambio.

Como señala Shuker, “la construcción de la imagen y el personaje de una estrella de la música popular puede cambiar a través del tiempo, en ciertos momentos bajo el calculado intento de redefinir la audiencia y el atractivo del artista” (Shuker 2016: 62). Al entrar en el mundo del *mainstream*, C. Tangana, quien durante la primera década de su carrera hizo rap, comenzó a incidir

⁷ Como veremos en el último apartado, la chulería de C. Tangana también se relaciona con la ciudad de Madrid, donde “chulo” se emplea para referirse a una “persona de las clases populares de Madrid, que afecta guapeza en el traje y en el modo de conducirse” (Diccionario en línea de la RAE, 5ª acepción de la entrada de “chulo/chula” <https://dle.rae.es/?w=chulo>) [consulta 1/2020]

⁸ Escúchese, por ejemplo, cómo interpreta el verso “cuando estamos mal” en el tema “Bien duro” (2018) entre los minutos 0:25 y 0:30. El tono que emplea da la sensación de que el cantante sonríe con arrogancia, suspiro jactancioso incluido, al expresar que, aunque tenga problemas en una relación amorosa, él sabe encontrar otro tipo de diversiones que le distraen del sufrimiento que debería causar una situación así.

⁹ Siguiendo con el mismo ejemplo, puede verse cómo la forma de caminar o de fumar de C. Tangana en “Bien duro” –canción grabada, además, desde un contrapicado (minuto 0:10 a 0:33)– definen un personaje chulesco.

¹⁰ En este caso, “quinquí” es una expresión peyorativa para referirse a una “persona que comete delitos o robos de poca importancia”.

en la latinidad de su música para así incorporarse a la industria musical latina, que en el contexto actual es, desde Miami, uno de los mercados más potentes a nivel global.

“El dembow de Dominicana, el ron me llega de La Habana”: la latinización de C. Tangana

“C. Tangana reinventa el género latino con ‘Mala mujer’”, reza la nota de prensa que Sony Music dedicó al lanzamiento de este hit del verano de 2017. Un tema fruto de la hibridación y difícilmente clasificable, en el que los periodistas ven “una pizca de *afrobeat*, cuarto y mitad de *dancehall* y toda la energía del *dembow* caribeño”, mientras C. Tangana ve un bolero del siglo XXI (Castro 2019: 153). Ambos coinciden, sin embargo, en que esta producción de Alizzz es donde se escucha por primera vez el sonido “más latino” de C. Tangana. Pero ¿qué entendemos por latino?

La latinidad es un concepto complejo y cambiante que, siguiendo a Llano Camacho, podemos tratar de acotar a través de un “triple hilo”, compuesto por la dimensión geográfica, las identidades sociales y culturales, y los géneros musicales (Dorier-Appril: 2000 citado en Llano Camacho 2015). Según Juan Flores –que estudia la identidad latino-estadounidense–, la comunidad latina se representa a sí misma a través de la memoria, las experiencias, los deseos, las historias y las utopías que comparten. De esta forma, lo latino no se define solo desde la concepción imperialista estadounidense, es decir, no se define solo como “el otro”, sino también desde dentro de la propia comunidad, donde el país de origen se convierte en la base de este sentimiento identitario, y “es siempre a través de sus ópticas nacionales particulares que los latinos tienden a visualizar una América Latina general o un ‘nosotros’ latino” (Flores, 1997: 188).

Dentro de estas dinámicas de identidad y diferencia, el poder que tiene la música para vivir las identidades se refleja en la asociación de ciertas prácticas musicales con la latinidad. Así, la música latina es una etiqueta creada desde la industria musical estadounidense para referirse a un conjunto de géneros formado por la música tropical, el pop latino, el rock latino y la música urbana latina, conocida también como *hurban* (*hispanic + urban*) (Keith Negus 2005 en Llano Camacho 2015). De este modo, desde la industria musical se mercantilizan ciertos géneros bajo la etiqueta de “latino”, lo que posibilita que las audiencias asocien estas músicas a dicha identidad, aunque esto no evite que se generen controversias en torno a qué géneros y artistas tienen derecho a entrar dentro de tal etiqueta. Teniendo en cuenta lo expuesto, en este apartado analizaremos algunos de los temas de C. Tangana que entrarían dentro de la etiqueta de la música latina por presentar elementos característicos del reggaeton, la salsa o el funk carioca.

Al retomar el ejemplo de “Mala mujer”, escuchamos el inconfundible ritmo del dembow, básico a la hora de hablar del reggaeton, un género musical cuya latinidad se ha enfatizado desde principios del 2000 (Marshall 2008). La nueva ola de música urbana latina está encabezada por este género musical de orígenes panameños y puertorriqueños, al que C. Tangana expresa directamente su agradecimiento con el verso “Dios bendiga al reggaeton, Dios bendiga a Daddy [Yankee]”¹¹. La base rítmica de “Mala mujer” se combina además con tumbaos de piano y *samples* de percusión que remiten al mundo de la salsa, mientras que los sonidos sampleados de la cuica nos hacen pensar en la samba brasileña (minuto 2:00). La producción del tema está firmada por Alizzz, productor de referencia en el panorama español y responsable de la parte musical de

¹¹ En “Llorando en la limo”, hit incluido, junto a “Mala mujer” en *Avida Dollars* (2018).

muchos trabajos de C. Tangana. Formado en la música electrónica, Alizzz está apostando por la creación de un “nuevo pop español” desde el cual reinventar el sonido latino¹².

Por otra parte, la salsa, género musical latino por antonomasia, se sitúa en primer plano en dos temas posteriores de C. Tangana: “Para repartir” y “Pronto llegará”, ambos lanzados en 2019. Además de que su videoclip está ambientado en La Habana postrevolucionaria, “Para repartir” es un giro más hacia lo latino, firmado de nuevo por Alizzz, en una producción que explora los límites experimentales de mezclar hip-hop y música cubana. En él encontramos elementos asociados a la salsa que autores como Quintero Rivera (1987 citado en Aparicio 1998) tildan de liberadores frente al sistema marcado por la música estadounidense, como las descargas –pasajes virtuosísticos– o la polirritmia construida sobre la clave, esta última añadida por la autora. El soneo, alternancia de estrofa improvisada del solista y estribillo del coro, también aparece al final de este tema, pero resulta mucho más evidente el uso que se hace de este en “Pronto llegará”, donde aparece “sampleado” el coro de la canción “El día de mi suerte” (1973) de Héctor Lavoe. C. Tangana colabora en este tema con Darell, artista puertorriqueño exponente del reggaeton y trap latino. Los productores Ill Blu y Alizzz mezclan elementos de la salsa con otros del reggaeton actual, como filtros de frecuencias automatizados que ayudan a remarcar la dirección de la frase musical en un estilo inaugurado por el tema “Te boté” (2017), también de Darell. Otra vez el pasado –en este caso el mítico de los salseros de los 70– se combina eficazmente con el reggaeton, el sonido latino de la actualidad.

Otro éxito de C. Tangana y Alizzz, relacionado estrechamente con el reggaetón, es “Booty” (2018), logrado en esta ocasión junto a la cantante latina-estadounidense Becky G con una letra que combina partes en inglés y en español, esta canción tiene una clara vocación de atraer al público latino de Estados Unidos, donde el bilingüismo es característico, especialmente entre las nuevas generaciones. Heredera de estrellas latinas transnacionales como Jennifer López, Becky G muestra un personaje artístico versátil, que domina tanto el hip-hop estadounidense como el pop latino. El videoclip de la canción, ambientado en una mansión, muestra a un C. Tangana chulesco obsesionado por las nalgas de Becky G, en un tono casi paródico. La hipersexualización y la racialización de la mujer latina aparece matizada por la actitud empoderante de la letra de Becky G. Otra colaboración en la que una artista latina adopta la imagen de *femme fatale* frente a C. Tangana es “No te debí besar” (2019), con la chilena-estadounidense Paloma Mami. Alizzz se inspira nuevamente en el reggaeton, aunque en este caso propone una textura más íntima, con menos elementos, entre los que destacan una base de dembow con un kick bastante comprimido y las bocinas características del reggaeton (minuto 2:38). El videoclip, también de Rogelio, presenta algunas dosis de acción y violencia, y narra una historia de pasión sexual. Estos temas contribuyen a la construcción del personaje heterosexual e hipermasculino de C. Tangana, quien interpreta su *musical personae* de chulo en ambos videoclips.

Quedan por señalar otros dos singles significativos en la producción “latina” de C. Tangana. Por un lado, tenemos “Traicionero” (2018), el tema de dembow dominicano de Cromo X, del cual C. Tangana compró los derechos para hacer una nueva versión junto al artista original (Mendoza 2018). El dembow dominicano está estrechamente emparentado con el reggaeton, pero a nivel local se definió como género independiente desde mediados de los 90 y en los últimos años ha adquirido

¹² Como explica en una entrevista para *Tiumag*, “vivimos otro de esos momentos raros donde el pop latino está saturado [...] la música pop ahora mismo es uno de los géneros musicales más versátiles y donde uno más libremente puede experimentar” (Ripoll 2019).

un reconocimiento internacional gracias a artistas como El Alfa. Este género musical se diferencia del reggaeton por “la densidad de los samples, la rapidez de *tempi*, los refranes rudos y repetitivos” (Marshall 2019). En este caso C. Tangana colabora con Cromo X. y con el sello mexicano NAAFI para revitalizar una canción que tuvo impacto local. Esto ha llevado al artista a enfrentarse en los medios de comunicación con el término “apropiación cultural”, cuya controversia ha generado intensos debates en España desde hace algunos años¹³. La respuesta de C. Tangana ante estas acusaciones es simple: dice vivir en un mundo globalizado en el que se puede tomar influencias de cualquier género musical aunque no pertenezca a tu propia identidad cultural, siempre y cuando se haga desde el respeto. El artista añade que sin duda el tener la oportunidad de viajar a los sitios de donde surgen esas “otras músicas” es beneficioso y aporta autenticidad a sus creaciones:

A mí me gustaba el dembow, pero te vas allí, te bebes una botella de añejo, estás en un carro del año del catapún, ves a la peña, te enteras de la escena y ves que todos están haciendo dembow y es otra cosa [...] No es tanto por la legitimidad, que también está bien porque te da crédito, sino más bien por vivir esa experiencia, por no hacerlo desde el ordenador, ahora tengo la posibilidad, me voy ahí y es mucho más divertido [...] Me he apropiado de todo. Todos. No siento que me esté aprovechando de nadie por empaparme de otras culturas (*El Bloque* 2017).

Más alejado del debate sobre la apropiación cultural queda el tema “Pa’ llamar tu atención” (2018), que cuenta con la colaboración del exponente del funk carioca brasileño MC Bin Laden. Decimos esto porque el tema de Alizzz, como bien señalan desde el sitio web *Jenesaispop*:

No se adapta exactamente al funk brasileño: apenas hace algunos guiños a ese particular estilo, sobre todo en la manera de tratar las percusiones, como una batucada minimalista, y los compases de piano, igualmente secos. También en esos retazos de flauta travesera, que se convierten en uno de los mayores ganchos de la canción. Si suena en Brasil, aun contando con una acertada intervención de MC Bin Laden, será en un espacio más pop (Guillén 2019).

De todas formas, “Pa’ llamar tu atención”, con la participación en portugués de MC Bin Laden sigue siendo otro experimento para incluir a C. Tangana en un nuevo nicho del mercado latino, que se caracteriza por su aislamiento frente al resto de países latinoamericanos a causa del idioma: Brasil (Martel 2011).

Como hemos visto en este apartado, dentro de la producción latina de C. Tangana, la mayor parte de los temas son fruto de colaboraciones entre este y artistas de origen latino. Volviendo a las redes transnacionales de la industria musical, podemos entender que estas colaboraciones tienen como objetivo final atraer el interés de la audiencia española y latinoamericana a un punto común: el tema conjunto que han creado dos o más artistas que triunfan en sus respectivos mercados locales. A largo plazo esto se traduce en el intento de crear un mercado cultural transnacional que facilite que “un producto creado en un país pueda ser vendido en todo el mundo hispano-hablante” (López-Cano 2013: 191). En el caso que nos ocupa, la *musical personae* de C. Tangana y las

¹³ Mientras que estudiosos como Burke (2010: 105) definen la apropiación cultural como el proceso por el cual una cultura toma elementos de otra para construirse a sí misma, desde una perspectiva amplia que contempla tanto los aspectos negativos –como el plagio, la descontextualización y el desequilibrio entre apropiador y cultura apropiada– como los positivos –en especial su potencial creativo– en la cultura popular actual se ha extendido una visión negativa de este fenómeno. En España, un ejemplo de ello son las innumerables críticas que ha recibido la artista española Rosalía por apropiarse del flamenco. Aunque su objetivo es reivindicar una mayor presencia de personas de la comunidad gitana en la industria cultural, caen irremediadamente en una concepción esencialista de música e identidad, según la cual solo los gitanos tienen derecho a hacer flamenco.

producciones de Alizzz son los productos que desde la industria musical española se pretende exportar a través de las vías de esta escena transnacional de música urbana latina.

“Pa’ que me escuche toa’ España”: C. Tangana aka El Madrileño¹⁴

En su capítulo sobre cómo ha sido percibida la música popular española en Latinoamérica, López-Cano presenta a Los Churumbeles de España, un grupo formado en la Barcelona de los años 40 que, aunque no fue muy famoso en España, alcanzó gran éxito en América Latina. Centrados principalmente en una estética marcada por el “toreo, los cigarros y el coñac” (López Cano 2013: 190), Los Churumbeles se convirtieron en “los verdaderos embajadores de lo más típico y tónico de la música española” (189). De modo similar, en esta sección veremos cómo C. Tangana, al trasladarse a Los Ángeles, recupera parte de su identidad como español para explotarla en el mercado de la música latina estadounidense.

Como en el resto de los países, en España la música construye y refuerza un determinado discurso cultural nacional. En la introducción de su libro sobre música e identidad española, Celsa Alonso presenta el conflicto que rodea a esta identidad nacional. La identidad cultural española, marcada por los estereotipos de orgullo, religión, pasión y amor por la propia tierra, es vista en muchas ocasiones como algo negativo (Boyd 2000 citado en Alonso 2010). En la actualidad, una parte considerable de la población española no se siente identificada con estos estereotipos ensalzados durante la dictadura y que ahora siguen vinculados en algunos casos a movimientos políticos de derecha¹⁵. C. Tangana comulga con este rechazo al decir “Yo no quería nacer en España” (Quino Petit 2019). Sin embargo, pese a esta tajante afirmación, el artista sigue usando la identidad española como parte de su *musical personae* tras el salto al mundo de la música latina.

Lo primero que llama la atención es su acento. C. Tangana sigue empleando el acento castellano en sus canciones, frente a otros artistas españoles que, debido a su fuerte conexión con América Latina, han modificado su forma de hablar¹⁶. Esto está estrechamente relacionado con su vinculación identitaria a Madrid: no sólo su acento, sino su apodo –El Madrileño–, sus letras y su imagen remarcan su identidad madrileña. La propia visión de la escena urbana española que sostiene muestra un claro rechazo de lo español: “queríamos salirnos del rap español, no queríamos ser un rapero español [...]. Por eso, la reivindicación de un nuevo rap que nace en Madrid y luego se va haciendo en otros sitios” (Álvarez, Enric y Santi Baró 2019).

Su compromiso con la escena madrileña refleja una actitud localista que, retomando los apuntes de Hall (1992), es muy característica del mundo global en el que vivimos. Madrid también le permite construir la idiosincrasia chulesca de su *musical personae*: “Madrid me aporta todo. Me gusta el papel que desempeña lo castizo en la cultura española. La chulería madrileña, la determinación, el sentimiento de acogida...” (Quino Petit 2019). Sin embargo, desde fuera de España estos adjetivos se entienden como algo “español”; en una entrevista que concedió a la

¹⁴ “Aka” o “a.k.a.” es la abreviatura de “also known as” –“también conocido como”–, muy empleada en el mundo de la música urbana para referirse a los distintos sobrenombres que recibe un artista. Es una práctica bastante representativa de la cultura de internet, llegando en algunos casos a la parodia o autoparodia por parte de los propios artistas.

¹⁵ El ejemplo más evidente es el uso de la bandera como símbolo de una ideología de derecha por algunos partidos como Vox o el Partido Popular, cuando en principio debería ser un símbolo representativo de todos los españoles.

¹⁶ Sería el caso del catalán Juan Magán, exponente del electrolatino desarrollado en España, por el cual el artista y DJ ha recibido críticas en diversas ocasiones.

revista *Remezcla*, al hablar sobre el videoclip de “Bien duro”, el artista confiesa que la intención era jugar con “el prototipo de macho ibérico que el cine español ha creado” (López 2018). Así, a pesar de renegar la identidad cultural española, C. Tangana admite que “me guste o no, está dentro de mí” (López 2018).

Y no solo eso, sino que el artista sabe que su primer nicho de mercado es España. Tanto es así, que hizo incluso una performance de esta idea al estrenar su canción “Un veneno” (2018) cuando actuó como artista invitado en el concurso musical televisivo *Operación Triunfo*¹⁷. De hecho, la canción fue concebida expresamente para esa ocasión, en la que tuvo oportunidad de cantar frente a los telespectadores españoles versos como “Pa’ que me escuche toa’ España” o “es un veneno cruel y violento que estáis alimentando / que va a hacer que me mate, mientras todos seguís ahí mirando”. “Un veneno” es la colaboración entre C. Tangana, el artista y cantaor flamenco El Niño de Elche y Raúl Refree, productor de álbumes de flamenco como *Los Ángeles* (2017), de Rosalía, o *Granada* (2014), de Silvia Pérez Cruz. La letra es un canto a los peligros ocultos del éxito, a la ponzoña de la fama, lo que muestra a un *self-made man* más humano que no trata de esconder sus defectos. Musicalmente escuchamos un tema que se mueve entre la rumba cubana y la rumba catalana, con elementos asociados a lo español, como la cadencia andaluza que la guitarra española de Niño de Elche hace sobre el verso “toreando recuerdos que arden” (2:19), siendo el toreo otro estereotipo asociado a la identidad española. La composición se completa con un contrapunto de jaleos, recurso habitual en el mundo del flamenco. Incluso la carátula del *single*, que recuerda con cierta nostalgia a los casetes de rumba (Guillén 2018), refuerza tópicos de españolidad:



Figura 1: Captura de pantalla realizada por la autora de la vista de reproducción en Spotify del single “Un Veneno” (2018) de C. Tangana. Disponible en <https://bit.ly/2NWecJr> [acceso 11/2019].

¹⁷ Puede verse la actuación en <http://www.rtve.es/alacarta/videos/ot-2018/ot-2018-gala-9-tangana-canta-veneno/4851825/> [acceso 12/2010].

Sin embargo, el videoclip de “Un veneno” vuelve a mirar hacia el mundo latino estadounidense –elemento atractivo para la audiencia española por su exotismo– pero en este caso desde la perspectiva del emigrante. En el clip podemos ver cómo C. Tangana y la modelo española Laura Sánchez recorren sitios míticos de Los Ángeles como El Hotel Chateau Marmont y el restaurante cubano La Floridita (Exposito 2018). En el reportaje de Quino Petit sobre la estancia de C. Tangana en Los Ángeles, lugar donde está filmado el videoclip de “Un veneno”, el artista explica que se considera “un nómada” y que precisamente esa condición de viajero sin rumbo fijo fue la que le hizo adoptar el sobrenombre de “El Madrileño”:

Ahora me quiero ir de Madrid, con independencia de este enamoramiento con Los Ángeles, porque siempre he vivido allí. Y necesito cosas nuevas. Alimentar mi cerebro, mi ojo, mi oído. Cuando entendí esto, cuando quise irme, fue cuando me puse El Madrileño. Eso es lo que me trae hasta aquí, a Los Ángeles. O lo que me ha llevado a Cuba. Mi lugar es el viaje. El nómada. El tío que se está moviendo (Quino Petit 2019).

C. Tangana encarna en estas declaraciones la identidad posmoderna definida por Hall, en la que el individuo es “producto de nuevas diásporas creadas por las migraciones poscoloniales” (Hall 1992 citado en Llano Camacho 2015: 45). Al mismo tiempo, esto confirma la teoría de que en muchos casos es desde la posición de convertirse en “el otro” cuando un grupo o un individuo se re-identifica con su cultura de origen (45). Así, paradójicamente, el sentimiento de nostalgia hace que C. Tangana, quien rechaza firmemente lo español como parte de su identidad, se una a cantar con sus compatriotas “Y viva España” en un restaurante cubano de Los Ángeles (Quino Petit 2019).

Conclusiones: españolidad y latinidad en C. Tangana

Esta investigación ha tratado de esclarecer un fenómeno desarrollado dentro del marco de la música urbana actual, que todavía no ha sido abordado con detenimiento desde los estudios de música popular. El estudio de la identidad artística de C. Tangana nos ha permitido observar cómo se articulan las identidades culturales nacionales en el mundo posmoderno a través de la música, donde no solo juega un papel importante el artista, sino también los productores musicales que trabajan con él. A pesar de su rechazo a lo español, C. Tangana explota algunos aspectos asociados a esta identidad bajo la reivindicación de lo madrileño. Estos elementos son, en su mayoría, los derivados de juegos de espejos “donde la mirada ajena desde fuera, desde otros países, ha sido tan importante como la propia mirada de España hacia sí misma” (Saz 1998 en Alonso 2010: 83). Así, al convertirse en “el otro”, el artista parece reconciliarse con la españolidad, lo que refleja el carácter inestable y cambiante de las identidades expuesto por Rice (2007).

De todas formas, la identidad nacional no se conserva de manera pura, sino que está matizada por elementos asociados a lo latino, cumpliéndose la idea de Hall (1992) de que los individuos pertenecen a culturas de hibridación. La incursión de C. Tangana en la música latina le ha permitido abrirse camino en el mercado musical transnacional descrito por López-Cano (2013), mercado musical que ha experimentado un gran crecimiento en las últimas décadas. Los elementos latinos y españoles se combinan de manera coherente gracias a una *musical personae* que reitera estereotipos del *self-made man* y del chulo madrileño. Otro factor de cohesión es la estética nostálgica que se muestra en el universo audiovisual de los videoclips, cuyo análisis queda abierto para futuras investigaciones, ya que también juegan un papel fundamental en la construcción de significados.

Por último, es importante señalar que este estudio sobre la producción artística de C. Tangana nos ha permitido observar lo que Burke denomina como uno de los posibles resultados de la hibridación cultural. La mezcla que hace este artista de la cultura latina y de lo español puede considerarse un ejemplo de lo que Burke llama “creolización del mundo”, posibilidad de síntesis y surgimiento de nuevas formas culturales como resultado de la globalización (Burke 2010: 149). Desde su personaje de chulo, C. Tangana mira al presente y al pasado para generar nuevos productos que en muchos casos resultan difíciles de clasificar, diluyendo los bordes entre música latina y española.

Bibliografía

- Alonso, Celsa. 2010. *Creación musical, cultura popular y construcción nacional en la España contemporánea*. Madrid: ICCMU.
- Anderson, Benedict. 1983. *Imagined Communities*. Londres: Verso.
- Aparicio, Frances R. 1998. *Listening to Salsa: Gender, Latin Popular Music, and Puerto Rican Cultures*. Wesleyan University Press.
- Auslander, Philip. 2006. “Musical Personae” en *TDR: The Drama Review*, 50/1, www.posgrado.unam.mx/musica/lecturas/interpretacion/complementarias/perspectivaFenomenologica/Auslander_Musical%20Personae.pdf [acceso 12/2019].
- Boyd, Carolyn. 2000. *Historia patria: política, historia e identidad nacional en España, 1875-1975*. Barcelona: Pomares.
- Bourdieu, Pierre. 1998. *La dominación masculina*. Barcelona: Ediciones Anagrama.
- Burke, Peter. 2010. *Hibridismo cultural*. Sandra Chaparro Martínez trad. Madrid: Ediciones Akal.
- Carballo, Priscilla. 2006. “Reggaeton e identidad masculina” en *Intercambio*, 3/4: 87-101.
- Castelló Segarra, Jorge. 2018. “Cine quinquí. La pobreza como espectáculo de masas” en *Filmhistoria online*, 28/1-2, <http://revistes.ub.edu/index.php/filmhistoria/article/view/28319/29057> [acceso 11/2019].
- Castro, Ernesto. 2019. *El trap: filosofía millennial para la crisis en España*. Madrid: Errata naturae.
- Dorier-Apprill, Elisabeth. 2000. *Danses “latines” et identités, d’une rive à l’autre... Tango, cumbia, fado, samba, rumba, capoeira...* Francia: L’Harmattan.
- Frith, Simon. 1996. “Music and Identity” en *Questions of Cultural Identity*. Stuart Hall y Paul du Gay eds. SAGE Publications Ltd.
- Graver, David. 2003. “The Actor’s Bodies” en *Critical Concepts: Performance*. Philip Auslander (ed.), 157–74. Londres: Routledge.
- Flores, Juan. 1997. “The Latino Imaginary: Dimensions of Community and Identity” en *Tropicalizations: Transcultural Representations of Latinidad*, Frances Aparicio y Susana Chávez-Silverman (eds.). Londres: University Press of New England.
- Hall, Stuart. 1992. “The Question of Cultural Identity” en *Modernity and its futures*. Stuart Hall, David Held y Tony McGrew Cambridge: Polity Press, 274-316.
- Llano Camacho, Isabel. 2015. “La salsa en Barcelona: inmigración, identidad, músicas latinas y baile”. Tesis doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona.
- López-Cano, Rubén. 2013. “Coda: Spanish Popular Music through Latin American Eyes, en *Made in Spain. Studies in Popular Music*. Silvia Martínez y Héctor Fouce eds. Nueva York: Routledge: 187-195.

- Marshall, Wayne. 2008. “Dem Bow, Dembow, Dembo: Translation and Transnation in Reggaeton” en *Song and Popular Culture*, 53: 131-151.
- _____. 2019. “Representing Dembow Dominicano”, <http://wayneandwax.com/?p=9262> [acceso 11/2019].
- Martel, Frédéric. 2011. “Miami, la capital pop de América Latina” en *Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*. Núria Petit Fontseré trad. Madrid: Taurus: 301-316.
- Negus, Keith. 2005. *Los géneros musicales y la cultura de las multinacionales*. Barcelona: Paidós.
- Quintero Rivera, Ángel. 1987. *Music, Social Classes, and the National Question in Puerto Rico*, https://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/wp178_music_social_classes_and_the_national_question_of_puerto_rico.pdf [acceso 12/2019].
- Rice, Timothy. 2007 “Reflections on Music and Identity in Ethnomusicology.” *Musicology* 7, <http://www.doiserbia.nb.rs/img/doi/1450-9814/2007/1450-98140707017R.pdf> [acceso 11/2019].
- Roy Shuker. 2016. *Understanding Popular Music Culture*. Nueva York: Routledge.
- Saz, Ismael. 1998. *España: la mirada del otro*. Madrid: Marcial Pons.
- Thillet, Ana Rosa. 2006. “La representación de la marginalidad por parte de la industria del reggaetón en Puerto Rico”. Maestría en Desarrollo Social, FLACSO Programa Cuba, La Habana.
- Waxer, Lise. 2002. *Situating Salsa: Global Markets and Local Meanings in Latin Popular Music*. Nueva York: Routledge.

Discografía

- C. Tangana. 2018. *Avida Dollars*. Sony Music Entertainment España. Formato digital.
- _____. 2018. “Bien duro”. Sony Music Entertainment España. Formato digital.
- _____. y MC Bin Laden. 2018. “Pa’ Llamar Tu Atención”. Sony Music Entertainment España. Formato digital.
- _____. y Becky G 2018. “Booty”. Sony Music Entertainment España. Formato digital.
- _____. y Cromo X 2018. “Traicionero”. Sony Music Entertainment España. Formato digital.
- _____. y Niño de Elche. 2018. “Un veneno”. Sony Music Entertainment España. Formato digital.
- _____. 2019. “Para Repartir”. Sony Music Entertainment España. Formato digital.
- _____. y Darell. 2019. “Pronto llegará”. Sony Music Entertainment España. Formato digital.
- _____. y Paloma Mami. 2019. “No te debí besar”. Sony Music Entertainment España. Formato digital.
- Lavoe, Héctor y Willie Colón. 1973. “El día de mi suerte” en *Lo Mato*. Craft Recordings. Formato digital.

Artículos de prensa en línea

- Exposito, Suzy. 21/11/2018. “See Madrid Rapper C. Tangana’s Sultry Hollywood Jaunt in ‘Un Veneno’ Video” en *Rolling Stone*, disponible en <https://www.rollingstone.com/music/music-latin/c-tangana-un-veneno-video-watch-759406/>

- Fischer, Andrea. 27/03/2017. “‘Ávida Dollars’, el juicio surrealista al que fue sometido Dalí por comercializar su arte” en *Cultura colectiva*, disponible en <https://culturacolectiva.com/arte/avida-dollars-apodo-de-salvador-dali> [acceso 11/2019].
- Guillén, Raúl. 22/11/2018. “La canción del día: C. Tangana se reinventa en ‘Un veneno’, restando argumentos a sus haters” en *Jenesaispop*, disponible en <https://jenesaispop.com/2018/11/22/347560/la-cancion-del-dia-c-tangana-se-reinventa-en-un-veneno-restando-argumentos-a-sus-haters/> [acceso 11/2019].
- _____. 26/01/2019. “C. Tangana tenía razón y ‘Pa’ llamar tu atención’ es ‘un tema bien guapo” en *Jenesaispop*, disponible en <https://jenesaispop.com/2019/01/26/353442/c-tangana-tenia-razon-pa-llamar-tu-atencion-es-un-tema-bien-guapo/> [acceso 11/2019].
- Lopez, Julyssa. 28/06/2018. “C. Tangana’s Wild ‘Bien duro’ Video Was Inspired by Classic Spanish Films of the 80s & 90s” en *REMEZCLA*, disponible en <https://remezcla.com/releases/music/ctangana-bien-duro-video-premiere/> [acceso 11/2019].
- Mendoza, Erich. 29/05/2018. “C. Tangana le dio vida nueva a ‘Traicionero’ en esta collab con Cromo X” en *Lifeboxset*, disponible en <http://www.lifeboxset.com/nota/176416/de-traiciones-y-fiestas-en-republica-dominicana-date-lo-nuevo-de-c-tangana-cromo/> [acceso 11/2019].
- Ojeda, Jaime. 29/06/2018. “El videoclip de ‘Bien duro’ de C. Tangana es un homenaje al cine quinquí” en *Darba*, disponible en <https://darbaculture.com/2018/06/29/el-clip-de-bien-duro-de-c-tangana-es-un-homenaje-al-cine-quinqui/> [acceso 11/2019].
- Quino Petit. 09/06/2019. “C. Tangana, viaje al fin de la noche en Los Ángeles” en *El País Semanal*, disponible en https://elpais.com/elpais/2019/06/04/eps/1559672521_969360.html [acceso 11/2019].
- Ripoll, Antoni. 25/01/2019. “Whoa Music: apuntalando el nuevo paradigma pop” en *Tiumag*, disponible en <http://www.tiumag.com/features/columns/estreno-whoa-music/> [acceso 11/2019].

Audiovisuales

- Álvarez, Enric y Santi Baró. 11/10/2019. “De lo urbano a lo divino: C. Tangana o cómo renunciar a ser camarero para alcanzar el éxito” en *Mixtape*. España: RTVE, documental *online*, disponible en <http://www.rtve.es/playz/20191011/urbano-divino-tangana-como-renunciar-ser-camarero-para-alcanzar-exito/1981167.shtml> [acceso 11/2019].
- El Bloque. 29/05/2018. “El Bloque 03 - C. Tangana ft. Capullo de Jerez, Damed Squad, Jedet, Brat Star, Yung Beef, Alizzz”, programa musical en *YouTube*, disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=3HDDNXOlRDe> [acceso 11/2019].