

TRABAJO FIN DE GRADO

Ocio y Cultura Urbana HipHop: Chalana Royal Club vs Nocturnia
Lecer e Cultura Urbana HipHop: Chalana Royal Club vs Nocturnia
Leisure and Urban Culture HipHop: Chalana Royal Club vs Nocturnia

Estefanía Franco Álvarez
Dirs.^a María Paula Ríos de Deus
María del Carmen Rodríguez Rodríguez

Grado en Educación Social

2019

RESUMEN:

Ocio y Cultura Urbana Hiphop: Chalana Royal Club vs Nocturnia es un estudio empírico que tiene como objetivo visibilizar la importancia de la cultura urbana hiphop para parte de la población juvenil de la ciudad de A Coruña, específicamente de entre 18 y 35 años, adscrita a esta subcultura y que son posibles usuarios de dos proyectos socioculturales de la ciudad. Este trabajo se plantea desde una metodología cualitativa, que a través de la entrevista y la observación pretende responder a la pregunta de investigación “¿existe una representación real de la cultura urbana hiphop en dos de los proyectos existentes en la ciudad?”. Se concluye que existe representación en el proyecto privado: Chalana Royal Club, pero no en el público: Nocturnia.

PALABRAS CLAVE:

Cultura urbana hiphop, Chalana Royal Club, Nocturnia, identidad, población juvenil, A Coruña.

Índice

1. Introducción.....	3
a) Presentación	3
b) Tema.....	3
c) Objeto de estudio.....	4
d) ¿Por qué debemos trabajar este tema desde la Educación Social?	4
2. Objetivos	6
3. Marco teórico	7
a) Concepto de cultura.....	7
b) La música como concepto cultural y su importancia en el desarrollo de las sociedades	9
c) Aproximación al concepto de cultura urbana hiphop.....	13
d) El caso de A Coruña.....	18
e) ¿Qué es Nocturnia?	21
f) ¿Qué es Chalana Royal Club?	22
4. Metodología	24
5. Análisis y resultados.....	26
a) Análisis de Nocturnia.....	26
b) Análisis de Chalana Royal Club	27
c) Resultados	32
6. Conclusiones y discusión	37
7. Referencias bibliográficas	40
a) Bibliografía.....	40
b) Webgrafía.....	41
8. Agradecimientos.....	43
9. Anexos.....	45

Índice de figuras

Figura I – Imagen 1	10
Figura II – Imagen 2	10
Figura III – Big waves call for bigger boats.....	23
Figura IV – Taller breakdance Nocturnia 2019.....	26
Figura V – ¿Cuál es tu nombre de pirata?	29
Figura VI – Cartel Chalana XI	29
Figura VII – Chalana Royal Fishing Team	29
Figura VIII – Cartel Fish&Beats	31
Figura IX – Relaciones de las categorías	35
Figura X – Anexo I.....	47
Figura XI – Anexo II.....	48
Figura XII – Anexo III	49

1. Introducción

a) Presentación

Ocio y Cultura Urbana HipHop: Chalana Royal Club vs Nocturnia es un estudio empírico que pretende visibilizar los intereses de una parte de la población juvenil de la ciudad de A Coruña, que es el público objetivo de dos proyectos locales de carácter social y educativo: Chalana Royal Club y Nocturnia.

Así pues, este trabajo tiene como finalidad dar una imagen representativa de lo que sería una parte de la población coruñesa partiendo de la comparación de los dos proyectos mencionados anteriormente, y que se encuentran asociados a lo que se conoce por cultura urbana hiphop, siendo uno de los puntos a analizar en el desarrollo del trabajo. Pretende que esa imagen representativa sea conocida en el ámbito público y en el privado, puesto que es importante que la Educación Social visibilice la existencia, la valía y la importancia de las diferentes culturas y subculturas. Además, procura dar cuenta del hecho de que, para que un proyecto funcione, se debe realizar un análisis del público al que va dirigido.

Para este estudio se han utilizado la observación y la entrevista, herramientas de la metodología cualitativa, buscando analizar ambos proyectos desde el punto de vista del investigador, y conocer la realidad desde la perspectiva de las personas participantes y organizadoras de ambos proyectos.

Este trabajo es la transformación de una aproximación empírica informal en un estudio empírico formal. Aun admitiendo que es una temática arriesgada, es influyente en parte de la población juvenil de la ciudad de A Coruña. Me encuentro unida a esta cultura desde el 2008, cuando comencé a bailar en un grupo de competición de hiphop. Desde ese momento, la música que escucho, las actividades de ocio que realizo e, incluso, la gente con la que me relaciono se encuentran íntimamente ligadas a la cultura urbana hiphop, y como mí caso, existen más en la ciudad de A Coruña, lo cual, junto con la aparición de los proyectos Nocturnia y Chalana Royal Club, reafirman la necesidad de un estudio de estas características.

b) Tema

El tema de este trabajo es la cultura urbana hiphop, siendo el objetivo de este trabajo de fin de grado el visibilizar la influencia de la cultura urbana hiphop en la población de A Coruña, jóvenes de entre 18-35 años, que se ve identificada con esta subcultura.

¿Existe una representación realista de la cultura urbana hiphop en los proyectos públicos y privados, teniendo en cuenta que el éxito o fracaso del proyecto depende de la existencia de esa representación?. Para dar respuesta a esta pregunta de investigación, se ha utilizado como ejemplo un proyecto público, Nocturnia, y otro privado, Chalana Royal Club; tratando de averiguar el motivo del éxito de la experiencia privada en lugar de la pública.

c) Objeto de estudio

El objeto de estudio es la población juvenil de la ciudad de A Coruña, participantes de los proyectos, los y las organizadoras y responsables de estos (los cuales se encuentran dentro del rango de edad especificado como juvenil) y que son las personas que están adscritas a este tipo de movimientos, a la vez que son las que sufren la incompreensión par parte de los proyectos públicos.

d) ¿Por qué se debe trabajar este tema desde la Educación Social?

En el *Libro Blanco de la Pedagogía y la Educación Social* (ANECA, 2003) se especifica que una de las áreas de acción de la educación social es el “Desarrollo comunitario, dinamización y animación sociocultural. Cultura y educación no formal (extraescolares, ludotecas, museos, etc.)” (Senent, 2004: p. 33). Si esta idea se extrapola al ámbito de estudio que este trabajo implica, la función del educador o educadora social en cualquier tipo de evento o espacio cultural es posible, y a los ejemplos que nos presenta el texto original, se pueden añadir muchos más, como los que se dan en el contexto de la cultura urbana hiphop: competiciones de diferente índole, charlas formativas e informativas, dinamización y promoción de eventos... Es decir, la cultura urbana hiphop abre un gran arco de participación cultural y social, puesto que es una subcultura en la que los encuentros y eventos están altamente presentes, desde clases de baile de profesores internacionales hasta competiciones de skate entre amigos y amigas; la cultura urbana hiphop es altamente participativa, y por tanto la figura de la educación social puede jugar un papel importante en el desarrollo y organización de eventos, proyectos y programas. En todos los grados o titulaciones similares al de Educación Social, de los diferentes países europeos, se hace referencia al ámbito cultural, ampliándolo también al tiempo libre. (Senent, 2004). Esto quiere decir que la cultura urbana hiphop debe ser analizada como un hecho internacional, puesto que el proceso de globalización, puede aportar datos de interés para trabajar luego a nivel nacional y local.

Los proyectos que se promueven desde la educación social siempre deben tener en cuenta el público al que van dirigidos. En esta línea, la cultura forma parte de la vida de las personas, por lo que es esencial que la educación social observe la cultura, en el caso de este estudio la cultura juvenil. Si el análisis del público al que va dirigido no es realista, el proyecto no funciona, por no estar adaptado a las necesidades e intereses de esa parte de la población.

La población objeto de estudio es la población juvenil de A Coruña, entre 18 y 35 años, y en la cultura urbana hiphop que se da en esta población, ya que son los y las jóvenes adscritos a esta subcultura los que tienen mayores problemas para encontrar proyectos culturales relacionados con ese ámbito.

Los datos de conciertos obtenidos de las páginas HHGroups, Ticketea o Galiciaenconcierto, aportan información sobre el auge que esta cultura ha tenido en la población juvenil de A Coruña y en la ciudad. En el año 2010 se celebraron seis conciertos de rap, y en el año 2018 se triplicó la cifra de conciertos, con 18 conciertos. En 2019, se han confirmado actualmente 25 conciertos de esta cultura.

Obviar este hecho, por parte de las instituciones y de todos aquellos que tienen una labor social puede ser un error, porque está dejando fuera a un numeroso grupo de jóvenes que, también, necesitan espacios donde poder relacionarse, interactuar con el medio y expresarse de un modo formal y, también, a través del arte y la cultura.

2. Objetivos

El objetivo general de este trabajo es visibilizar la importancia de la cultura urbana hiphop para parte de la población juvenil de la ciudad de A Coruña.

Para dar respuesta al objetivo general se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Aportar imagen realista de lo que es la cultura urbana hiphop.
- Dar voz a los jóvenes de la ciudad asociados a esta cultura.
- Detectar los problemas existentes en la oferta cultural de la ciudad relacionada con la cultura urbana hiphop.
- Visibilizar a las asociaciones y proyectos que promueven esta cultura.
- Crear conciencia sobre la importancia y posibilidad de trabajo de la educación social en este ámbito.

3. Marco teórico

a) Concepto de cultura

La RAE (2018) define el término cultura como el “Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.” Es decir, la cultura sería el conjunto de normas, artes, lenguas, costumbres y desarrollo de una sociedad específica.

Giddens (2001) amplía, en su libro *Sociología*, la definición de cultura diciendo que

La cultura tiene que ver con las formas de vida de los miembros de una sociedad o de sus grupos. Incluye el modo de vestir, las costumbres matrimoniales y la vida familiar, las pautas laborales, las ceremonias religiosas y la forma de emplear el tiempo libre.
(p. 51)

Es decir, la cultura hace referencia a la organización y a la creación de una sociedad, e influye en las instituciones sociales como son la familia o el grupo de iguales. Así mismo, se deben entender las formas de vida como el modo en el que vive una persona o un grupo de personas, integrando dentro de esta idea los modos de relación, de consumo, formas de vestir, actitudes, valores o ideologías... (Padilla y Gaffal, 2013)

Giddens (2001) añade a esa definición que los elementos culturales que comparten los miembros de una sociedad son los que permiten que exista comunicación y cooperación entre ellos, puesto que es lo que logra crear un contexto común. Así, la cultura estaría compuesta de elementos tangibles (objetos, símbolos, etc.) y elementos intangibles (creencias, ideas, valores, etc.). En su idea, los valores son los que dan significado al mundo en el que nos desenvolvemos, mientras que las normas serían las reglas de comportamiento que darían vida a los valores de dicha sociedad. No obstante, con el paso del tiempo, esta forma de ver la cultura ha ido cambiando, y tal como afirma Giddens “los valores que orientan nuestra vida íntima han ido evolucionando de forma gradual y natural” (2001: p. 53).

La cultura es flexible, dinámica y adaptativa y dentro de las culturas surgen subculturas relacionadas con subgrupos sociales. Como indica Bauman (2002):

La cultura humana, lejos de ser el arte de la adaptación, es el intento más audaz por romper los grilletes de la adaptación en tanto que obstáculo para desplegar plenamente la creatividad humana. La cultura es un osado movimiento por la libertad, por liberarse

de la necesidad y por liberarse para crear. Es un cuchillo cuyo filo aprieta siempre contra el futuro. (p.335)

Es decir, la cultura busca ser un elemento distintivo de las sociedades, en la que poder expresarse, como personas, de un modo libre.

Se debe hablar, también, de la existencia de una dualidad en el concepto de cultura; puede verse como la cultura que se posee y que cubre necesidades, como podría ser el lenguaje; o como el hecho de “tener cultura/ser culto”, lo que está relacionado con la antigua idea de la alta y la baja cultura. Se entendía por alta cultura a toda expresión cultural que no estuviese al alcance cognitivo, emocional o económico de todo el mundo, como por ejemplo el ballet o el teatro; se conocía por baja cultura los sucesos culturales de masas como puede ser la televisión.

Bauman (2013) explica que, el mundo no se divide en una clase cultural alta y otra baja, sino que los mismos que consumen teatro u ópera es probable que consuman también reality shows y conciertos de new punk. Esto se debe a la expansión de la información y al proceso de globalización y mercantilización al que, en general, el mundo se está viendo sometido.

La cultura se asemeja hoy más a una sección más de la gigantesca tienda de departamentos en que se ha transformado el mundo, con productos que se ofrecen a personas que han sido convertidas en clientes. (...) los estantes rebosan de atracciones que cambian a diario, y los mostradores están festoneados con las últimas promociones, (...). (...) La función de la cultura no consiste en satisfacer necesidades existentes sino en crear necesidades nuevas, mientras se mantienen aquellas que ya están afianzadas o permanentemente insatisfechas. (p. 21)

Ya no se puede ver la cultura como algo perteneciente a las clases altas de la sociedad, las fronteras se han diluido. La cultura depende de la curiosidad y los intereses de cada persona y de la posibilidad de acceso a cierto tipo de información; aunque este consumo sigue reflejando las desigualdades sociales y por tanto continúa siendo un consumo selectivo, en el que interfieren elementos como el dinero y el nivel formativo.

Es importante hacer referencia al hecho de que la sociedad actual es capitalista, está movida por el desarrollo económico y por el consumismo. Bauman (2013) explica que los intereses cambian igual de rápido que las empresas sacan nuevos productos afectando esto también a nuestro consumo cultural.

En otras palabras, ninguna obra de la cultura me es ajena: no me identifico con ninguna en un cien por ciento, de manera total y absoluta, y menos aún al precio de negarme otros placeres. En todas partes me siento como en casa. No se trata tanto de la confrontación entre un gusto (refinado) y otro (vulgar), como de lo omnívoro contra lo unívoro, la disposición a consumirlo todo contra la selectividad melindrosa. (p. 10)

Es necesario especificar la diferencia entre la cultura hegemónica, entendida como el “conjunto de formas de vida y valores difundido por las instituciones dominantes, que corresponde a la distribución del poder cultural a escala de la sociedad más amplia” (Feixa, 2006: p. 268) es decir, toda aquella cultura que viene dada desde las instituciones gubernamentales; y las culturas juveniles, que son el:

conjunto de formas de vida y valores característicos y distintivos de determinados grupos de jóvenes. Manera en que las experiencias sociales de los jóvenes son expresadas colectivamente mediante la construcción de estilos vida distintivos, localizados fundamentalmente en el tiempo libre o en espacios intersticiales de la vida institucional. (Feixa, 2006: p. 269).

Es necesario ampliar la visión de los elementos que caracterizan a un determinado grupo de jóvenes como son la música, la moda, los códigos lingüísticoa y los deportes, entre otros. Y hay que tener en cuenta que, en este mundo de cambios rápidos, la cultura cambia y se adapta rápidamente, e igual de rápido cambia la percepción social y la forma de entenderla.

b) La música como concepto cultural y su importancia en el desarrollo de las sociedades

Hormigos (2008) explica que la música “aparece como un fenómeno ligado a la necesidad del hombre de comunicar sentimientos y vivencias que el lenguaje común no es capaz de expresar” (pp. 41,42). Según esta idea, la música es una forma de expresión para su creador y de empatización con el receptor de esa música. A lo largo del libro, explica que la música unida a una sociedad vendrá estructurada por esta, y que, por lo tanto

la música incorpora significados que se pueden relacionar directamente con la sociedad de la cual son expresión. (...) La música expresa no sólo las emociones y los sentimientos, sino también las ideas y los pensamientos de los seres humanos, a la vez que refleja las características de la sociedad que la produjo. (2008: p. 57).

La música es una forma de expresión por parte de su creador y, también, es una forma de expresión para la persona que la reproduce/consume; aporta datos sobre la época, la sociedad

e incluso el grupo al que pertenece, la ideología a la que se encuentra unida y la identificación de la persona que lo consume. Como explica Hormigos, “la cultura no aparece en el vacío” (2008: p. 143), sino que es fruto de la relación entre diferentes individuos o miembros de grupos. En consecuencia, se debe comprender que la música, como manifestación cultural que es, es importante en la sociedad, “es comunicación entre individuos, refleja la cultura de la cual forma parte” (2008: p. 143).

Las personas se expresan a través de formas culturales y, en el caso de la música implica el uso de un lenguaje específico que forma parte de los universos culturales. Así mismo, y entendiendo que la música forma parte de la cultura también forma parte de los procesos de socialización e influye a lo largo de toda la vida.

Es por esto que no se debe realizar el análisis de la música alejado de la realidad social a la que está unido. Esto se ha ido complejizando con los años. Localizar estilos de música y de moda que estén unidos a un único grupo de personas es complicadísimo, y sin embargo sigue siendo posible, no es igual el grupo de jóvenes que escucha a Drake (Figura I) y el que escucha a Bad Bunny (Figura II), lejos de que en muchos casos sean los mismos, porque aunque ambos están inmersos en la cultura urbana hiphop, pero que no son del mismo estilo musical, no visten igual y su mensaje no es el mismo.



Figura I – Imagen 1

Imagen número 40 de las historias destacadas XVII del perfil de Instagram de Chalana Royal Club.

Fotografía por: Xiana Quintás

Figura II – Imagen 2

Imagen número 31 de las historias destacadas XVIII del perfil de Instagram de Chalana Royal Club.

Fotografía por: Xiana Quintás

La RAE (2018) define el término identidad como la “conciencia que tiene una persona de ser ella misma y diferente de los demás”, la música aporta a las personas identificación, autoafirmación... Seidmann (2015) explica que:

la identidad también se constituye a partir de la diferencia, en tanto me distingo de los otros con quienes comparto un caudal común de experiencias y de quienes me diversifico a partir de aquello que sólo me pertenece a mí (p. 348).

En esta línea, se empatiza con la música, te sientes comprendido por ella, te identificas y es algo que acompaña a lo largo de la vida; también se siente afinidad con otras personas que se identifican con la misma música, se tienen los mismos sentimientos y es lo que crea el “nosotros”, es decir, el sentimiento de pertenencia a un grupo. Esto es algo que los raperos han sabido ver y un ejemplo claro es la explicación de Jay-Z en el programa *No necesitan presentación con David Letterman*,

Creo que el motivo por el que se dice que la música es el lenguaje universal es porque cuanto más sé sobre ti, más me identifico contigo y me compadezco por lo que estas pasando [...] la gente se identifica con mi historia. (min. 36:55)

El estudio “de la música no consiste solo en el estudio de sus formas y estilos, sino también en la descripción de su relación funcional con el medio social” (Hormigos, 2008, p.160). No se deben estudiar únicamente los estilos que existen, sino trabajar sobre la ideología, la imagen, los valores, el lenguaje... La música no es solo sonido, también es imagen y desarrollo conceptual, y como tal, ha de ser analizada.

En esta misma línea, Hormigos explica que, la música tiene una clara función (entre otras) educativa y socializadora, puesto que

se ha utilizado como un elemento importante para socializar al individuo. [...] en la música popular podemos señalar el valor práctico-poético de las letras, que en la experiencia cotidiana como guías de orientación para las relaciones interpersonales y sociales, configurando mecanismos de educación muy efectivos (2008: p.204)

La música como elemento de socialización, siempre ha tenido un gran poder educativo y “ha sido fundamental para la construcción social de identidades y estilos culturales e individuales” (Hormigos, 2008: p.204). Se utiliza en educación infantil para el aprendizaje de

valores, normas, hábitos, etc. Así mesmo, se ha incorporado como asignatura en la escuela, convirtiéndose en el año 1990 en asignatura obligatoria en las etapas educativas de Primaria y Secundaria. La música acompaña a las personas a lo largo de todo su desarrollo vital, y no tenerla en cuenta podría ser un error.

Hormigos (2008) reflexiona sobre la importancia de la música en las sociedades aportando el ejemplo de la música generacional, entendiendo a una generación la define Mannheim (1964) “hechos que marcaron la niñez y la juventud y que tendrían una influencia el resto de la vida”:

Un ejemplo claro de esto lo podemos encontrar en la denominada música generacional. Un conjunto de sonidos y letras que han acompañado a los individuos a lo largo de su proceso de crecimiento y del cual podemos extraer símbolos, valores, normas, etc. Canciones y sonidos que marcan la banda sonora de generaciones enteras. A la hora de comprender la música, de recoger un mensaje de las notas que nacen de un instrumento musical o de percibir el sentido de una canción, debemos ser conscientes de que las interacciones que se producen entre los sonidos y los individuos son el resultado de respuestas aprendidas, pautas personales y patrones culturales. (p.144).

Es decir, la música ha de ser entendida como parte vital de la cultura de una sociedad, y así mismo, como parte indispensable de la vida de las personas que viven en ella.

Se puede concluir que, a la hora de trabajar con personas, la música puede ser un nexo de unión, una forma de comprensión y de relación personal y social. La música puede dar acceso a ideas y conceptos de una persona, pero también de su sociedad, y por lo tanto del contexto al que pertenece. Y es que la música tiene una clara función de transmisión, es decir, es un formato comunicativo (Hormigos, 2008). Y en este formato comunicativo se ha de tener en cuenta la temporalidad y la relación que mantiene con el medio social y cultural. Considerar que el mensaje de la música puede cambiar según se escuche en un momento o en otro, o incluso según el estado anímico del oyente. La música funciona como estimulante de comportamientos y sentimientos y, es por ello, su importancia en las experiencias vitales.

c) Aproximación al concepto de cultura urbana hiphop

El concepto de cultura urbana hace referencia a los movimientos culturales surgidos durante la época moderna en las ciudades, apareciendo entre las nuevas generaciones (ConceptoDefinición, 2019).

El hiphop era conocido como el rap, base de bombo y caja con una voz que rapeaba por encima. Actualmente, esto ha cambiado y existen otras variantes descendientes de ese estilo musical, desde ritmo de bombo y caja diferentes, hasta el hecho de que ahora no solo se rapea, sino que también se canta [entendiendo esa diferencia en el hecho de que cantar implica melodía y tonalidad, rapear es como recitar un poema encima de una base musical, sin pretensión de afinar o de que el sonido melódico sea bonito]:

Esta cultura urbana es una forma de vida, asociada al hiphop como estilo musical y que:

- Incluye el rap, el trap, el R&B, los afrobeats, el latintrap...
- Acarrea un estilo de vestir específico que está asociado a marcas como Nike, Adidas o Fila por un lado, y Louis Vuitton, OffWhite o Balenciaga por el otro.
- Es una forma de expresión: la producción musical, el graffiti o la moda.
- Conlleva eventos de deportes callejeros (skate, BMX), conciertos, festivales, competiciones de baile, batallas de gallos...

A lo largo de la historia afro-americana, la música ha sido entendida como un modo único y extraordinario de resistencia a la opresión. Kellner (2011) afirma que el góspel surgió como respuesta a la opresión de la esclavitud, el blues como respuesta al racismo institucional; y en esta misma línea, el ragtime y el jazz buscaban una forma de expresión musical para el sufrimiento, la alegría, el pesar colectivo, la expresión individual, la dominación y la resistencia.

Así pues, Feixa (2006) define el hiphop como un estilo juvenil que cuajó en Estados Unidos en los años 60, fruto de la interacción entre jóvenes negros e hispanos en los barrios populares de Nueva York. Combina la pasión por actividades como el break-dance, el skate, el graffiti, la música rap, etc... (p.269)

Con esto, se vislumbra que investigar la cultura hip-hop no versa solo sobre música, sino sobre un concepto cultural amplio que incluye en sí mismo deportes, moda, ideologías políticas...

En la época de los años 70, en Estados Unidos, los grandes raperos crean un estilo de música descendiente del *rhythm&blues*: el rap, como nueva forma de música política, centrada en las experiencias de opresión y lucha en los entornos negros urbanos.

Durante las décadas de los 70 y 80, se produjo la gran expansión de la cultura hip-hop negra urbana, trayendo con ella nuevos estilos musicales de canto y de baile, aglutinando todo lo que implicaba ser afroamericano y su cultura. Con esto también aparecieron el graffiti, el break-dance, los DJs y las fiestas de rap... El rap pasó de ser una simple *performance* a crear nuevas formas de identificación y experiencias, haciéndose visible.

En este sentido, Kellner (2011) explica que:

La música rap articulaba las experiencias y condiciones de los americanos negros que vivían en el ambiente de violencia de los guetos, y se convirtió en un vehículo poderoso de expresión política [...]. La música encendía todo un coro de respuesta y las canciones y álbumes de rap avanzaron hasta los primeros puestos de las listas, [...] ganando fama y notoriedad por su música, cada vez más radical, sorprendente y, a veces, escandalosa. (p.193)

Kellner (2011) afirma que la letra R haría referencia al ritmo y la P a poesía. No obstante, en su versión española, Nach en su canción *Manifiesto* y posteriormente en la canción *Tres siglas* da una definición, diferente, pero no alejada de la versión de Kellner: R de revolución, A de actitud, P de poesía (Nach, 2007 y 2011). O tal y como indican Iglesias y Rodríguez (2014)

se le define como movimiento artístico, musical, popular o cultural; pero también como cultura, subcultura o filosofía, dado que el grupo de personas que están en relación con el hip hop tienen una particular manera de ver, pensar y hacer en sus vidas (p.165).

La cultura hip-hop está ligada a un estilo musical que es el hip-hop, y que dentro de él además del rap, se debe incluir el R&B, el trap, el latintrap, los afrobeats, y las colaboraciones con estilos comerciales como el pop o con estilos de música independiente como la electrónica experimental. Esto unido durante toda su historia, y más en el momento actual, a

la imagen, teniendo esta posibilidad gracias al videoclip. El videoclip da la oportunidad no solo de escuchar la música y verla; ver al cantante, el vestuario, en qué lugar se desarrolla la canción... Tiene la facultad de crear toda una historia a través de la letra y de las imágenes.

Así mismo, el breakdance fue uno de los mayores exponentes de la cultura hip-hop, siendo de los primeros elementos que se unieron a este movimiento cultural. El break surge en la década de los 70, e inicialmente no se bailaba con música rap, sino con música funk o salsa... De ahí las grandes influencias de la música negra antigua que tiene esta cultura.

Otro de los puntos fuertes de esta cultura ha sido el skate, que, aunque por otra parte siempre se ha encontrado asociado al rock/heavy, es el deporte más extendido entre los jóvenes que están asociados a esta cultura, más incluso que el breakdance puesto que su extensión por EEUU y Europa fue mucho más amplia.

La moda, y la nueva cultura de la imagen es algo que no se puede separar del hip-hop. En un inicio de la cultura, el estilo era ropa ancha, grande, de marcas como KarlLani o Timberland. Mientras que, actualmente la moda de esta cultura está asociada a grandes marcas como Nike o Adidas (que se especializaron en zapatillas para el break y el skate) pero también se encuentra unida a marcas de “alta gama”. Marcas como Louis Vuitton, OffWhite, Balenciaga, etc..., se encuentran actualmente asociadas a esta cultura. Otro ejemplo significativo es la aparición de Yeezy, una colaboración de larga duración entre Adidas y Kanye West; es decir, la música ya no es algo que se escucha, sino que es algo con lo que te vistes. Los jóvenes ya no quieren llevar camisetas con mensajes reivindicativos en esta cultura. La imagen ha superado todos los márgenes de la cultura, y el tener una “buena imagen” es más importante que nunca en esta subcultura. Esto se ha visto propiciado en buena medida por la globalización, por el capitalismo, por la cultura de la imagen y por la revolución que internet también ha causado en cuanto a la forma de consumir.

Por último, aunque se puede decir que esta subcultura se encontraba asociada a una reivindicación política, siempre estará supeditada al pensamiento del rapero al que se escucha. Kellner (2011) explica que se ha de tener en cuenta que:

el rap en sí mismo se entiende mejor como foro cultura [...], donde se articulan experiencias, intereses y política. [...]. [...] el rap es en sí un terreno contestado entre diferentes tipos de raperos, con voces, políticas y estilos muy contrastados. [...] es un error generalizar el rap, ya que las diferencias entre los distintos raperos son extremadamente significativas. (p.192)

En la actualidad, dentro de la cultura hiphop se encuentran jóvenes con todo tipo de ideologías, políticas, de pensamiento o relacionales. Uno de los ejemplos de este cambio en España es el paso de Kase O a C. Tangana. Es decir, en el inicio de la cultura en España, Kase O y Violadores del Verso eran el culmen de la cultura urbana hiphop, y su ideología siempre ha sido reivindicativamente social, de izquierdas. Actualmente C. Tangana y AGZ reivindican el consumismo, el tener dinero y el cómo hacerlo. Ambas respetables y reales como parte de la cultura que, aun surgiendo de una reivindicación social, ya no es su único mensaje. Si esto se extrapola a la vertiente internacional, se puede hablar por un lado de las bases del rap, como podrían ser NWA, Ice-Cube o Queen Latifah; y por otra de la ola actual, compuesta por Kanye West, Drake, 6lack, Nicki Minaj o Cardi B.

Reyes (2007) en su artículo *HipHop, graffiti, break, rap, jóvenes y cultura urbana* da una versión [altamente negativa y pesimista] de la cultura, ensalzamiento del ego (lo que actualmente se conoce por egotrip). Para él, toda la cultura está basada en el “ser visto”, no de un modo positivo, sino en relación a la pérdida del factor social que en un inicio era fuertemente marcado en la población asociada a esta cultura.

Otra forma de entender el “ser visto”, no es verlo como egotrip [tomando este término como la egolatría llevada al arte; se habla de egotrip cuando una persona no solo es ególatra, sino que lo deja ver en todos los ámbitos de su vida], sino como auto reivindicación a través de la imagen, bien sea bailando, haciendo una firma o rimando “unas barras” [forma coloquial de llamar a los versos de una canción de rap]. El hacerse ver a nivel social es algo muy complicado. Resulta complejo porque, tal y como es la sociedad actual, no se trata simplemente de hacer un acto social llamativo, la constancia, los números de seguidores, la imagen que se da, las relaciones..., todo el mundo está juzgando todo lo que se hace y el cómo se hace en todo momento. La presión social es grande, y lograr ser “aceptado” por un gran número de personas de tal forma que “seas visible” se hace muchísimo más difícil que en cualquier otro momento de la historia sobre todo en sociedades en las que la cultura hegemónica está tan extendida y aceptada socialmente y en la que se expande la visibilidad gracias a las redes sociales. En este contexto ver la cultura urbana hiphop simplemente como egotrip reduciría la importancia y la valía que tiene muchas personas, puesto que el hiphop da una posibilidad de reivindicarse, reivindicar sus necesidades y derechos, y hacerlo de un modo artístico y cultural [que, correctamente promovido, podría traer también beneficios sociales]. Como bien explica Jay-Z en *No necesitan presentación con David Letterman*

La idea de las batallas de rap empezaron como una especie de competición de baloncesto. Nos desafiábamos. Para poder conseguir el micro y rapear ante el público, tenía que ser muy bueno, el mejor. Por eso intercambiábamos nuestras mejores rimas. No era algo hostil. Solo era una forma de mejorar. Tú dices algo, yo contesto (min: 17:52)

Actualmente no se puede hablar de que solo lo que se entendía por jóvenes (adolescentes) está adscrito a esta cultura, ni que todo lo que se adscribe a esta cultura sería negativo, egotrip o deseo de “ser visto”. Como explican Iglesias y Rodríguez (2014), desde hace años en España hay instituciones y asociaciones que, aún con poco apoyo, tratan de dar visibilidad a este movimiento con el objetivo de trabajar realidades y problemáticas sociales a través de él. Un ejemplo de esto es la asociación Vella Escola en Santiago de Compostela, que se encarga desde hace años, de promover ocio saludable a través de la promoción de la cultura urbana hiphop; a pesar de que después de una gran cantidad de colaboraciones con diferentes ayuntamientos e instituciones gallegas y nacionales, no puede optar a una subvención o a un reconocimiento de su gran labor social. Es aquí donde se reafirma la importancia y valía de este TFG, puesto que el hecho de que el hiphop sea algo tan recurrido para trabajar con jóvenes, e ignorado por las instituciones implica que se está perdiendo un ámbito de actuación y de repercusión social en el que poder transformar y mejorar la realidad social.

Como se explicará posteriormente en el desarrollo del trabajo, se ha de tener en cuenta que, como la cultura cambia y actualmente ya no se rige por los antiguos valores o preceptos que se adscribían a esta, ya no se debe hablar de la misma forma de trabajar. Estas transformaciones apoyan la advertencia de Reyes (2007) sobre la desinformación sobre esta cultura, que puede dividirse en la desinformación de los medios de comunicación y la desinformación de los teóricos ajenos al hiphop. Es importante entender que la desinformación de los medios de comunicación ha provocado que la información que la población tiene sobre esta cultura sea confusa, contradictoria en muchas ocasiones y con datos poco precisos. Por otro lado, la desinformación de los teóricos ajenos a la cultura urbana hiphop hace referencia a que, en los textos en los que se trabaja sobre esta temática hay confusiones conceptuales, como tratar las pintadas de graffiti, o interpelar a todo el asociado a la cultura urbana hiphop con el nombre de bboy o bgirl en el caso de una mujer. Añadir a esto que la problemática no parte solo del hecho de que las nomenclaturas sean desconocidas, sino que esa desinformación muchas veces es simplemente despreocupación; el ejemplo del

término bboy o bgirl es algo muy claro, puesto que este término únicamente hace referencia al bailarín (además de que el uso del término bgirl es mínimo, dando apenas visibilidad a las chicas bailarinas de breakdance). La B no es de malo (bad en la versión inglesa), sino que parte del término “break” del break dance, es decir, que solo hace referencia a la danza. Los chicos que practican skate serían skaters, las personas que hacen graffitis son grafiteros, y los que se dedican a ser los maestros de ceremonias de los eventos son los speakers...

d) El caso de A Coruña

Como parte de todo el desarrollo de la cultura urbana hiphop no se puede ignorar el proceso de globalización, sin el cual no sería posible que la cultura urbana hiphop se desarrollase de forma similar aquí que en Estados Unidos. El proceso de globalización, incentivada por la aparición y desarrollo de internet, ha llevado a que, por ejemplo, la juventud española escuche música en otros idiomas. La globalización ha propiciado que la música, la imagen, las ideas, no se queden solo en el ámbito de su creador y su entorno, sino que llegan a la otra punta del mundo y pueden ser respaldadas por ellas. Esto explica el hecho de que las ideologías también se exportan, y se adaptan a las situaciones de cada sociedad aun teniendo los mismos preconceptos de base. Con esto se puede decir que, para cuando el hiphop llegó como movimiento cultural a España también lo hizo con un sentido reivindicativo, dándole a la juventud que se unió a esta una forma de representación con la que se sentían identificados, pero que de inicio no provenía de su país.

La globalización es un proceso homogeneizador por el cual aparece una creciente interdependencia entre los diferentes pueblos, regiones y países del mundo que se produce a medida que las relaciones sociales y económicas se extienden por la tierra (Giddens, 2001). Este proceso se ha visto apoyado por el gran avance de las tecnologías de la información y la comunicación (cultura de masas), que además de aumentar la cantidad, aumentan también la velocidad de las interacciones.

Socialmente hablando, se debe decir que la globalización influye en la vida íntima, personal y cotidiana, puesto que incentiva el contacto con el entorno próximo y con otras realidades, redefiniendo así las antiguas instituciones sociales y la formación de nuestra identidad. El concepto que tienen los individuos de sí mismos y de sus conexiones con el resto de las personas se ve altamente alterado, puesto que la globalización también produce un auge del individualismo, y aunque la adaptación es mejor en el entorno que rodea a las personas, esto

por un lado obliga a ser más abiertos y reflexivos pero, por otro lado, hace que se busque la autoafirmación de la propia identidad.

Con estos conceptos claros, se puede decir que la población de A Coruña ha aceptado muy bien ciertas marcas, ideas o formas de vida que, anteriormente, no pertenecían a su tipo de sociedad (tal como podrían ser el Starbucks o el Cabify) y aunque la globalización no tiene por qué ser necesariamente positiva (en parte también ha provocado que desigualdades como la pobreza o ciertos tipos de violencia se vean incrementados) en este caso se puede decir que este desarrollo ha sido posible gracias a ella.

La población coruñesa se ve inmersa en el proceso globalizador, incentivado por las redes sociales y por Internet, el ser una población históricamente emigrante, cuestión que no ha dejado de suceder con los años, y que actualmente provoca que las personas no se conformen solo con conocer sus ciudades, sino que aprovechan el tener gente fuera para conocer otros sitios, y con ello, aumentar sus conocimientos culturales.

Históricamente, como Reyes (2007) explica, se debe tener en cuenta el desarrollo en el aspecto musical que España ha tenido, siendo actualmente uno de los países que están en el punto de mira a la hora de generar novedades de este género musical. Reyes nos habla en especial de la mejora que hubo en cuanto a la producción de bases, así como el desarrollo de las letras y las temáticas que se presentan. Hace hincapié también en el nivel que se ha adquirido en las competiciones, conocidas como batallas de gallos, y cómo también se ha avanzado en este punto, teniendo como referencia indiscutible el hecho de que la RedBull Batalla de Gallos (competición internacional de freestyle en la que las rimas se hacen en el momento, es una batalla entre dos raperos en la que se van respondiendo por turnos) lleva unos años celebrándose en diferentes ciudades de España.

Se debe mencionar en este punto al evento O Marisquiño, que se celebra en Vigo, generalmente el segundo fin de semana de agosto, y que también es referente internacional en eventos de la cultura urbana hiphop, teniendo una duración de 4 días, y en las que se juntan citas tan importantes como campeonatos que suman puntos para las clasificatorias mundiales de Skate y BMX, así como la competición nacional de Descenso.

En cuanto al tema que en este trabajo incumbe, es de vital relevancia el hecho de que tanto a nivel de Galicia como a nivel de A Coruña, se cuenta con músicos reconocidos en el género del hiphop, lo cual, si eres seguidor de esa cultura, hace que tenga incluso un atractivo mayor.

No obstante, y en el resto de los casos, la globalización ha posibilitado que la música hiphop lleguen a nuestros reproductores, se cuelen en las listas de más escuchados y suenen en los locales de fiesta de la ciudad.

La cultura urbana hiphop tiene su auge en A Coruña hacia finales de los 80, principios de los 90, donde se encuentran referencias a conciertos de rap o a competiciones de baile. Se puede hablar de grupos como Acaracan Crew o Nigga Please en los inicios y de D.L. Blando o Tokyo Neon Lighths en la actualidad.

Alba Fernández (bailarina y coreógrafa coruñesa) afirma para *La Opinión A Coruña* “El hiphop es a lo que los jóvenes se parecen, o a lo que quieren parecerse”. Tal y como se explica en un artículo del periódico *La Voz de Galicia*, desde el año 2007 se puede ver en la ciudad un gran auge de esta cultura, dando también buena cuenta de ello el ayuntamiento, que desde aquel momento ha estado promocionando todo tipo de eventos relacionados con la cultura.

Conciertos como el FUC (Festival Urbano de A Coruña) que se celebraba en las gradas del parque de Santa Margarita; o eventos más recientes como la competición de baile “*The World is Yours*”, son el claro ejemplo de que la cultura urbana hiphop ha calado profundamente en la ciudad.

Ese impacto también queda reflejado en la existencia de ciertos proyectos existentes en la ciudad; los dos proyectos sobre los que tratará este TFG: Nocturnia y Chalana Royal Club.

El primero pertenece al Ayuntamiento, y se compone de un conjunto de actividades, entre las cuales se encuentran algunas actividades referidas a la cultura urbana hiphop. El segundo es un proyecto promovido individualmente por Judah GT con la colaboración de Paco Quintás, productor musical de la ciudad y diseñador gráfico, respectivamente, que, con la colaboración de otros DJs, fotógrafos y el apoyo del Playa Club Coruña (local hostelero de la ciudad), crearon una fiesta que se celebra una vez al mes y que es, actualmente, una de las punteras del país, no solo por los artistas que acoge, sino por su forma de transmisión de la cultura. No se trata solo de que en la fiesta puedas escuchar desde la música más actual del panorama hasta la primera canción de los Beastie Boys que se considera rap, sino que hablamos de que a través de sus redes promueven también la historia de esta cultura, así como sus principios y valores y de interacción con la población.

Teniendo en cuenta que “En la sociedad actual, [...] la música puede referirse a un mundo que no se reduce meramente a sonidos” (Hormigos, 2008, p. 265), la música se ve vinculada aquí a una subcultura como es la cultura urbana hiphop, y no pueden analizarse separadas.

e) ¿Qué es Nocturnia?

Nocturnia es un programa de ocio saludable, ofertado por la Concejalía de Participación e Innovación Democrática, y financiado por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Esta información y la se presenta que posteriormente, esta extraída de la página web del Ayuntamiento de A Coruña.

Es un proyecto multidisciplinar, lo cual quiere decir que no se centra solo en un tipo de actividades o no las centra solo hacía un colectivo o temática, pero es el único proyecto público promovido por parte de las instituciones públicas que trabaja en cierta forma la cultura urbana hiphop, y por lo tanto el único que se puede tomar como referencia en la ciudad como proyecto público.

El objetivo general del proyecto es “fomentar propuestas de ocio participativo, socioeducativo, de carácter lúdico y abierto en las que poder aprovechar el potencial educativo del ocio”. El proyecto pretende crear hábitos saludables de ocio a través de un programa de ocio variado con actividades que favorecen nuevos intereses y aficiones.

Está orientado hacia la población de la ciudad de entre 12 y 30 años, especificando que, con la celebración de las últimas ediciones se ha puesto mayor ímpetu en las actividades dirigidas especialmente a la sección de la población de entre 12 y 17 años.

Las actividades se desarrollan en fin de semana, en horario de tarde/noche (generalmente, entre las 20:00 y 00:30 h). Se desarrollan en espacios institucionales: centros cívicos o sociales, polideportivos, bibliotecas y espacios urbanos como ciertos barrios de la ciudad. Las actividades se dividen en dos ediciones, la primera de febrero a julio; y la segunda de octubre a diciembre, teniendo el programa una duración total de 9 meses.

Es importante recalcar y poner en valor que colaboran con asociaciones de la ciudad que participan en las actividades que se realizan: la Asociación Movimento Xove, la Asociación Coruñesa de Skaters o la Asociación Cultural Manicómicos.

Se trata de un programa gratuito, pero con plazas limitadas. Para apuntarse se abre un formulario online a través del cual uno se puede inscribir para reservar plaza; o bien puede acudir a alguno de los centros cívicos y sociales de la ciudad y cubrir un formulario en papel

con el que también quedará inscrito. Las plazas se asignan por orden de llegada de la solicitud de plaza y, generalmente, están abiertas de lunes a jueves de la semana de la realización de la actividad.

f) ¿Qué es Chalana Royal Club?

Chalana Royal Club es una fiesta surgida en 2016 de la mano del DJ coruñés Judah GT y con la colaboración de Paco Quintás (conocido como Dosce Works como diseñador gráfico). Aunque se puede hablar de algún evento previo, como la celebración del aniversario de la tienda VAZVA, el inicio se da en noviembre de 2016, celebrándose la primera Chalana en el conocido Playa Club Coruña, y habiendo sido la fiesta número 30 este pasado mes de mayo de 2019. Aún así, y unido a Chalana surgió otro evento unido también al Playa Club Coruña, siendo este Fish&Beats (posteriormente se verá el sentido de la mención a este evento de ampliación de lo que es Chalana).

Tratando de responder simplemente a un “¿qué es Chalana Royal Club?”, la respuesta corta sería: “una fiesta”. Pero se estaría olvidando aquí del cambio que a supuesto para los jóvenes de la ciudad asociados a la cultura urbana hiphop. Si vemos la biografía de su página de Instagram (la que utilizan en su mayor parte como forma de comunicación con los asistentes a la misma), la definición que ellos dan de sí mismos es “Música urbana de los 7 mares”.

Chalana Royal Club (Figura III) se celebra un viernes al mes, en horario de 00:30 a 06:30 h., aproximadamente. Hasta el mes de febrero de este año era gratuita; a partir del mes de marzo se comienza a cobrar 5€ a partir de la 01:30 h. Esta idea es del local en el que se celebra la fiesta [no se puede olvidar que, a fin de cuentas, es un local de fiesta y quiere sacar beneficio de los eventos que celebra].



Figura III – *Big waves call for bigger boats*

Imagen extraída del perfil de Instagram de Chalana Royal Club. Diseño por: Dosce Works

Chalana Royal Club tuvo sus inicios con Judah GT, y durante las primeras fiestas el era el único dj. Al poco tiempo los carteles comenzaron a estar compartidos por Judah GT y uno o dos DJs de la ciudad o del territorio gallego y nacional, como podrían ser Wax.Dee, El Afilata, IAM.NEKE, G.Rich, Royce Rolo o Fabianni. El cobro de la entrada ha implicado la posibilidad de traer a DJs con mayor repercusión exterior como Selecta o Steve Lean. Además, a las Chalanas se deben incluir los conciertos o *show case* (como un concierto en tiempo reducido, los *show case* son en mitad de las sesiones de los DJs, y suelen tener una duración aproximada de unos 30 minutos) como han podido ser los de Sticky MA, Pepe:Vizio o D.L. Blando, siendo algunos de los artistas de la cultura urbana hiphop que están, actualmente, en auge.

Un dato curioso y relevante, es el porqué “Chalana Royal Club”. Cuando le pregunte a Judah GT en su momento la respuesta fue simple “siempre nos ha gustado ir de pesca” ... El mar es algo de lo que las personas que viven en A Coruña se sienten orgullosas; el mar caracteriza a esta ciudad y que el nombre elegido para la fiesta fuese “Chalana Royal Club” consiguió darle otro nexo de unión diferente a los asistentes que son coruñeses.

La razón principal de su éxito es que, Chalana Royal Club además de ser una fiesta a la que ir a escuchar música que te gusta, se convierte en un lugar de encuentro que te permite estar cómodo. Chalana es un punto de encuentro para toda la población asociada a la cultura urbana hiphop, ofreciendo la oportunidad de ver en directo a artistas de nivel nacional.

4. Metodología

Este trabajo de investigación se planteó desde una metodología cualitativa. Amezcua (2000) explica que los métodos cualitativos investigan los fenómenos sociales, en los que se persiguen determinados objetivos, dando importancia al conocimiento de la realidad desde una perspectiva propia del individuo o población, captando el significado particular que a cada hecho atribuye el propio protagonista.

Las herramientas cualitativas utilizadas fueron la observación y la entrevista semiestructurada.

La observación trata de captar la realidad social y cultural de una sociedad o grupo social determinado, mediante la inclusión del investigador en el colectivo objeto de estudio, con la idea de que existen muchas realidades que no pueden ser observadas de forma unitaria, por lo que cabe una diversificación en la interpretación de dicha realidad. La fuente de los datos son las situaciones naturales, siendo el investigador el principal instrumento de recogida de datos (Amezcua, 2000).

Se recogió la información utilizando un cuaderno de campo para dar soporte a la observación donde se plasmaron las reflexiones e impresiones obtenidas a lo largo del estudio. Se han realizado 20 observaciones, entre Chalana y Nocturnia.

Las entrevistas semi-estructuradas son reuniones para conversar e intercambiar información entre el entrevistador y el entrevistado, a través de preguntas y respuestas, logrando una comunicación y construcción conjunta de significados del tema de estudio (Hernández, 2010).

El entrevistador tiene una guía de preguntas y la libertad de introducir temas adicionales para precisar conceptos y obtener mayor información sobre los temas deseados.

Se realizó una petición formal, a través de email, a la organización de Nocturnia, explicando el objeto de la investigación sobre cultura urbana hiphop. Patricia Lesta, la encargada del proyecto respondió afirmativamente y que se debía cubrir el formulario habitual para anotarse en las actividades de Nocturnia (Anexo I). Así, se pudo asistir a la actividad de breakdance.

Se ha asistido a las fiestas de Chalana por el interés en la cultura urbana hiphop, en la música y por trabajar en ellas (Amezcua, 2000).

Las entrevistas semiestructuradas (Anexo II) tuvieron una duración aproximada de entre 20 minutos y 30 minutos, las cuales se iniciaron con un total de 7 preguntas, y que en ciertos casos conllevaron a más preguntas para la realización de aclaraciones. Finalmente, se cuenta con un total de 5 entrevistas semiestructuradas, que se realizaron a los organizadores de Chalana Royal Club, al tallerista de la actividad de breakdance, y otras dos a asistentes a los dos diferentes proyectos.

Para la utilización de las imágenes se utilizó un consentimiento informado conforme las imágenes serían utilizadas para el desarrollo de este TFG (Anexo III). Los datos de los participantes se han tratado con la confidencialidad que garantiza la normativa actual vigente, Ley Orgánica 15/1999 del 13 de diciembre de Protección de datos de carácter personal, con el objetivo de proteger el tratamiento de los datos personales, las libertades públicas y los derechos fundamentales.

5. Análisis y resultados

a) Análisis de Nocturnia

En la programación de la primera edición de este año únicamente se encontraron dos actividades relacionadas con esta cultura: un taller de break dance y un taller de DJs. En el resto de actividades se podrían encontrar cosas que se adaptasen, como los laboratorios de danza (aunque están más orientados a la danza contemporánea que a otros estilos) ... Es decir, dentro de la oferta pública se encuentran pocas cosas, y que en ningún caso se encuentran relacionadas entre sí, no existe conexión ni continuidad entre las actividades.



Figura IV – Taller breakdance Nocturnia 2019
Imagen extraída del perfil de Instagram de Nocturnia. Fotografía por Patricia Lesta

El desarrollo de la actividad, así como los contenidos que se imparten en ella, dependen en todo caso de la persona que imparte el taller. En este sentido, depende de la implicación del profesional y de su interés por como mostrar o representar la cultura urbana hiphop.

En general se puede hablar de que se ofrece una contextualización de lo que es la cultura, tanto a nivel histórico como conceptual. En el caso de la actividad de breakdance (Figura IV), la parte teórica se trabajó en base a la historia del hiphop y de su aparición. La actividad de DJs fue rica a nivel conceptual, pero no quedó claro el cómo surge el dj o cuál es su importancia. Y como explica Jay-Z en *No necesitan presentación con David Letterman* “el objetivo era hacer que la gente se interesara por el dj”, y eso es lo que explico el dj, sin

explicar por exemplo el gran avance que en su momento logró Dr. Dre al conseguir ser el primer dj en “pinchar” en un local de fiesta.

Es decir, el hecho de que dependa del tallerista la cantidad de información que se da sobre la cultura o la elección del tipo o contenido de la información, puede provocar un desconocimiento o incomprensión en los participantes.

En la actividad de breakdance se explican conceptos básicos como pasos de baile que forman parte de la cultura, incluso dando la explicación de su nombre y el porqué de su aparición.

En el caso de la actividad de dj, se explico el scratching, pero no se contemplaron los ritmos musicales básicos de la cultura. El tallerista no facilitó el conocimiento realista de la cultura.

El número de participantes establecido eran 15 personas, y en ninguno de los dos casos se cubrió el cupo de participación, asistiendo entre 10 y 12 participantes a cada una de las actividades. Como veremos más adelante, la participación en Chalana Royal Club es muchísimo mayor (alrededor de unos 600 asistentes en cada fiesta), y, después de la investigación realizada, la conclusión es que la diferencia versa en la distribución o promoción del programa así como en los contenidos. La diferente cantidad de participación de uno de los proyectos a otro está claramente relacionada con la cantidad de información que participantes tienen de ambos. Sin ir más lejos, preguntando al azar a público objetivo de ambos proyectos de un modo informal, la mayor parte de la población analizada en este estudio ni siquiera conoce el programa Nocturnia. Es decir, el problema no sería solo el que la representación que se hace de la cultura urbana hiphop no siempre es la más adecuada, sino que además la promoción que de Nocturnia se hace tampoco está llegando a todas aquellas personas que realmente podrían estar interesadas en la participación en las actividades.

Nocturnia tiene la posibilidad de ser un proyecto con una gran potencialidad social, pero primero habría que invertir tiempo en lograr que tanto los profesionales que trabajan en el proyecto, como las instituciones y los organizadores, pudiesen realizar un análisis realmente profundo sobre los intereses de los participantes y sobre como mejorar el proyecto, logrando de esta forma que fuese, por un lado, más realista para con las expresiones culturales a las que trata de dar visibilidad, y más atractivo para la población a la que va dirigido.

b) Análisis de Chalana Royal Club

El análisis de Chalana conllevó un trabajo de observación más arduo, puesto que se realiza una vez al mes. Además de la fiesta (la cual se realiza un viernes al mes), es relevante la

interacción que se desarrolla con los asistentes a través de Instagram, que es el nexo de unión y constancia que tienen con los participantes.

Se debe comenzar explicando la relevancia de Judah GT y Paco Quintás, no solo como creadores de Chalana Royal Club, sino como referentes. Judah GT pincha en todas las Chalanas y Paco Quintás es el Brand manager [profesional encargado de la gestión estratégica de la marca. Su tarea es diseñar, ejecutar y supervisar la estrategia de marca, para lo que colabora estrechamente con otras áreas de la compañía como comunicación, marketing, finanzas o comercial (Santomé, 2018)].

Judah GT es un referente de la cultura urbana hiphop en nuestra ciudad y, a su vez, es conocido a nivel nacional por sus producciones musicales. Ha estado en el cartel de eventos musicales el Sonar y colaborado con grandes artistas del panorama nacional como Sticky M.A. o C. Tangana. Además, se preocupa por la transmisión de esta subcultura, y de que esa transmisión sea atractiva y realista es algo de valorar y agradecer.

Paco Quintás, también conocido como Dosce Works, es un diseñador gráfico de Porriño, que comenzó en el mundo del graffiti. Actualmente reside en Barcelona, y trabaja diseñando para grandes empresas de moda y música. Paco fue el encargado de crear todo el imaginario de Chalana Royal Club, desde el nombre, hasta la imagen que presenta su Instagram. El cómo se realizan las publicaciones, la “liberación” de las fotos (una forma de incentivar la expectación en cuanto al evento que consiste en que la semana en la que se celebra Chalana se comparten en un enlace de WeTransfer las fotos que Xiana Quintás [la fotógrafa] haya sacado en la Chalana anterior), la interacción con los asistentes, la relación con empresas patrocinadoras y la gestión de las redes sociales. Paco se ha vuelto tan importante y conocido en el desarrollo de las Chalanas como el propio Judah al interactuar con la gente a través de la cuenta de Chalana.

Uno de los nombres para referirse a Judah es “el capitán”, y es que, en consonancia con la referencia marítima del nombre, esto también se ha extrapolado a la forma en la que se menciona a la gente que asiste a las Chalanas, “chalaneiros y chalaneiras” o “marineros y marineras”. Su imagen corporativa está orientada al mar, recurriendo en todo momento a imágenes, iconos y personajes relacionados con él (Figuras V-VII).



Figura V – ¿Cúal es tu nombre de pirata?

Imagen extraída del perfil de Instagram de Chalana Royal Club. Diseño por: Dosce Works



Figura VI – Cartel Chalana XI

Imagen extraída del perfil de Instagram de Chalana Royal Club. Diseño por: Dosce Works



Figura VII – Chalana Royal Fishing Team

Imagen extraída del perfil de Instagram de Chalana Royal Club. Diseño por: Dosce Works

La temática marítima no solo ha conseguido ser atrayente por si misma, sino que en especial ha creado una conexión con los asistentes que son gallegos. Todos y todas en nuestras casas tenemos a algún familiar que es o ha sido marinero, o a día de hoy tenemos a amigos o amigas trabajando en el mar. El mar es algo muy gallego y en A Coruña es en uno de esos lugares donde se vive con pasión. Es por ello que la conexión de Chalana con la población de la propia ciudad es tan grande. Así mismo, uno de los principales patrocinadores de la fiesta es Náutica, una marca de ropa streetwear que también centra sus líneas de ropa en el mar, tomando iconos marineros para ello.

Chalana ha creado una fiesta en la que la juventud, unida a esta subcultura, pueda asistir a escuchar la música que le gusta y a socializar, y ha creado toda una identidad que interactúa con el público de la fiesta, consiguiendo un vínculo con los asistentes a Chalana que no es solo la asistencia a una fiesta mensual. Esto queda reflejado en el hecho de que incluso existe un grupo de WhatsApp al cual uno se puede unir a través de un enlace disponible en su perfil de Instagram.

Otra cuestión a tener en cuenta de Chalana es su forma de transmisión de la cultura. Y es que, como se comentaba ya en el apartado de presentación, Chalana no ha estado compuesta solo de Chalana Royal Club, sino que existió otro evento orientado a la cultura, pero que no trabajaba con la música más actual de esta. El evento paralelo del que se debe hablar es Fish&Beats (Figura VIII). Fish&Beats fue una fiesta que se celebraba un sábado al mes, en paralelo a Chalana, durante los meses de abril a noviembre de 2018, y en ella se pinchaban los clásicos del Hip Hop y del R&B. Surge como respuesta a la gente que anteriormente se encontraba adscrita a esta subcultura y que echaba de menos escuchar los clásicos de esta cultura, al mismo tiempo que consiguió que los que todos y todas las asistentes a las fiestas conociesen los inicios de esta cultura.



Figura VIII – Cartel Fish&Beats

Imagen extraída del perfil de Instagram de Chalana Royal Club. Diseño por: Dosce Works.

Así pues, se puede afirmar que Chalana es transmisor de la cultura y se ha convertido en un lugar de encuentro, así como un lugar de aprendizaje y conocimiento de la cultura urbana hiphop.

Otro de los actos de Chalana que se debe tener en cuenta como evento es su preocupación por la promoción de lo local. Y es que, además de Judah, en las Chalanas siempre se puede contar mínimo con otro DJ. En esta línea y, desde que se empezaron a realizar las Chalanas, se ha dado la ocasión a DJs de la ciudad y/o de la comunidad autónoma de participar como DJs invitados, haciendo con esto un acto de promoción de los artistas locales de un valor incalculable, porque, teniendo la oportunidad de poder traer a grandes DJs, se ha tratado en todo momento de impulsar la cultura urbana hiphop que existe en la ciudad, los productores que tenemos aquí, los DJs de aquí, artistas tanto coruñeses en particular como gallegos en general. Su promoción de la cultura tiene una valía en cuanto a la cultura urbana hiphop y una gran importancia para la promoción de los artistas locales y del territorio gallego.

En la misma línea, se debe mencionar el hecho de que Chalana siempre ha trabajado con fotógrafos de la ciudad. En un inicio el fotógrafo fue el coruñés David Broths (nombre de su perfil de Instagram), y actualmente es Xiana Quintás, natural de Porriño, la fotógrafa de Chalana Royal Club. Así mismo, cuentan con Alba Fernández (trabajadora en el Aquarium Finisterrae) como colaboradora y ayudante en la organización de Chalana. Es decir, al final “todo queda en casa” y el trabajo se desarrolla incluso en este sentido en la base de promoción de lo local.

Hablar de Chalana Royal Club, incluye algo de lo que sus propios creadores no son conscientes, y es que Chalana Royal Club se ha convertido en una referencia para los jóvenes adscritos a esta subcultura porque les ha proporcionado un lugar donde poder ser y estar, libremente, sin sentirse juzgados por su forma de vestir o de ser. La identificación con el grupo de iguales, poder sentir que no eres el único al que le gusta algo, hay gente que lo piensa y lo vive de la misma forma es algo importante en el desarrollo humano, y Chalana ha logrado que todo aquel que se sienta adscrito a la cultura urbana hiphop en A Coruña se sienta aceptado.

Añadir aquí que, Judah GT y Paco Quintás, como principales creadores y promotores de este proyecto, no son conscientes de todo lo que han supuesto para una sección de la población que se sentía “abandonada”, no tenían un lugar donde ir a pasar su tiempo de ocio nocturno, ni mucho menos un proyecto como Chalana, con el cual interactuar en su día a día, y no solo durante un viernes al mes.

Chalana Royal Club, se ha convertido por méritos propios, y por el gran esfuerzo de todas las personas implicadas, en el evento de ocio de referencia de la cultura urbana hiphop en A Coruña, y que, además, le ha dado un lugar en el mapa de esta subcultura a A Coruña, a los seguidores de esta cultura, y a los creadores locales de esta cultura. Les ha proporcionado un espacio en el que poder compartir sus gustos e intereses con otros jóvenes que los comparten.

c) Resultados

El análisis de la información recogida a través de la observación y las entrevistas permitió extraer una serie de categorías.

La codificación P(Nº entrevistado)_1 hará referencia a las entrevistas semiestructuradas; el código P(Nº entrevistado)_2 hará referencia a las entrevistas no estructuradas; y las codificaciones Ob_(NOC/CHA)(Nº) hará referencia a las diferentes observaciones realizadas en ambos proyectos.

Cultura urbana hiphop

Subcultura unida a la música hiphop, que conlleva un estilo de vestir, modos de relación, modos de expresión artística y modos de pensar. Relacionado desde sus comienzos con las “calles” (entendidas estas como zonas de barrios marginales donde los problemas sociales eran cuantiosos).

“Está relacionada con las vivencias de los participantes”. (P1_1)

“Incluye signos, símbolos, idiomas, formas de relación, música...”. (P2_1)

“Surgió ligado a “las calles”, a los barrios marginales de las ciudades, era su forma de expresar sus problemáticas y ser escuchados”. (P2_2)

Actividades

Actividades artísticas y deportivas unidas a la cultura urbana hiphop, siendo estas: el hiphop (como estilo musical y como estilo de baile) y el rap, la producción musical, el graffiti, el breakdance, el skate y la moda streetwear.

“Existen representaciones artísticas de todo tipo dentro de lo que es cultura urbana hiphop: deportes, imagen, danza...”. (P2_1)

“Como actividades podemos incluir el graffiti, el breakdance, el rap, el trap, el hiphop (como estilo musical y como danza), el skate...”. (P4_1)

La moda es actualmente una de las formas de expresión más importante que usan estos jóvenes... Las marcas que visten, como lo combinan, todo está relacionado también con su visión de la cultura urbana hiphop. (Ob_CHA4)

Agentes

Identifica a los participantes de la cultura urbana hiphop: los DJs, los graffiteros, los bboys y bgirls, los diseñadores y diseñadoras de moda streetwear, los productores musicales, los raperos, los artistas callejeros, los skaters y los consumidores de la música unida a esta subcultura.

“Existen diferentes personajes dentro de esta cultura: el bboy o bgirl, el DJ, el rapero, los graffiteros, los skaters... Todo un abanico de personalidades diferentes , pero todos unidos por una subcultura”. (P4_1)

A Chalana asisten personas muy diferentes, aunque todas unidas por un gusto musical, esto se nota especialmente en lo que hablan sobre sus actividades del día a día. (Ob_CHA7)

La base de la cultura urbana hiphop está en la música, pero en base a esa música se han creado toda una clase de subrepresentaciones de la cultura, en los que la música siempre está presente aunque no siempre sea el elemento central. (Ob_NOC1)

Referentes

Define a todas las personas o marcas significativas que se asocian a las actividades anteriormente definidas. Así, en esta definición se han dividido en locales, nacionales e internacionales, siendo estos:

- Locales: D.L.Blando, Judah GT, Nigga Please, Asma, OtherSB, Glandes Clan, Indecisos Crew, Galirockers...
- Nacionales: Kase O, C. Tangana, Ajax y Prok, Violadores del Verso, BDSkatecompany, Asman, Madrid City Breakers, Malagansters, Nueva Escuela Española, Bad Gyal, Rels B, Steve Lean...
- Internacionales: Drake, Kanye West, Travis Scott, Lil Uzi Vert, Tinashe, Missy Elliot, Ciara, Bad Bunny, Beastie Boys, Michael Jackson, Boa Mistura, MAN-O-MATIC, OffWhite, Supreme...

“Para mí, referentes serían Nike en su línea Urban Lifestyle, Adidas, OffWhite, Yeezy, Trasher...”. (P3_1)

“Dr. Dre, Prod. 888, Biggi, Dj Griff, Travis Scott, Kanye West, Playboicarti...”. (P1_1)

“Lil Uzi Vert, MHD, Recycled J, Ajax y Prok, Royce Rolo, Kaixo, Dellafuente...”. (P2_1)

“En el mundo del baile podemos hablar de Madrid City Breakers, Malagansters, Bboy Issey, Bboy Grazy, Glandes Clan, NEE (Nueva Escuela Española – breakdance), The Real Kidz, The Lab... Existen muchos ambos diferentes dentro de la danza en el cual se pueden ver a grandes bailarines asociados a la cultura urbana hiphop”. (P4_1)

Hay muchos más artistas que salen en esta fiesta, tanto nacionales como internacionales, y que quizás son más seguidos por la población asociada a esta subcultura, como podrían ser Drake, Bad Gyal, Bad Bunny, Sean Paul, D.L. Blando, C. Tangana, Violadores del Verso. (Ob_CHA2,3,4,5,6,7,9,13)

Música

Define donde está el límite de lo que se considera cultura urbana hiphop, que no se limitaría solo a los estilos básicos del hiphop y del rap, sino que actualmente es mucho más amplia, acogiendo a otros estilos como el trap, el latín trap, los afrobeats, el R&B... Así pues, la gama y diversidad musical inmersa en esta cultura es mayor, aunque continúa estando caracterizada por unos bajos marcados y una voz que “suelta unas barras” por encima de la base.

“Es que lo que ahora se entiende por música dentro de la cultura urbana ya no es solo el hiphop y el rap... Ahora esta el trap, el latin trap, los afrobeats... y los DJs trabajamos con todo eso como una realidad... El R&B ha ido yendo y viniendo sin desaparecer en ningún momento, en cambio el dubstep pudo considerarse un tiempo dentro, hasta que se paso a la electrónica...”. (P1_2)

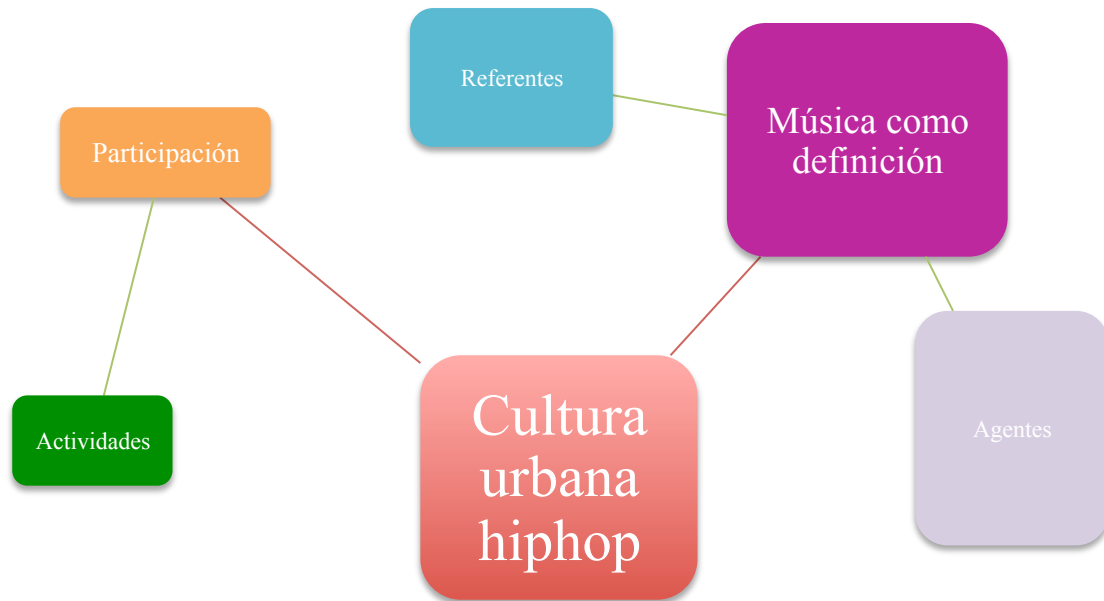


Figura IX – Relaciones de las categorías

El gráfico representa las categorías extraídas de la investigación y el como se relacionan entre ellas

Tal y como se puede ver en el gráfico de relaciones (Figura IX), la cultura urbana hiphop (que en nuestra sociedad ha de ser entendida como una subcultura, no es la cultura hegemónica) está formada por la música que la define y por la participación social que la desarrolla. Está representada por diversos agentes y referentes que son los que le dan textura a esta cultura, y por las actividades que estos agentes y referentes llevan a cabo como parte de la cultura urbana hiphop.

La cultura urbana hiphop está definida por el estilo musical al que está unido, pero junto con esto surgieron diferentes agentes (djs, graffiteros, bboys, mcs...) que son los que representan a esta cultura. Con la aparición de los agentes, también surgieron los referentes, entendiendolos como agentes importantes dentro de la historia, el desarrollo y el avance de la cultura urbana hiphop. Los referentes desarrollan actividades que son definitorias de la participación social dentro de la cultura urbana hiphop, siendo algunas de estas el breakdance, el graffiti, el skate, la producción musical y el rap.

Los resultados extraídos de los análisis aportan las referencias sobre lo que es y lo que no es cultura urbana hiphop, así como los aciertos y errores de los proyectos presentados.

En el proyecto público analizado no se encuentra una representación realista de la cultura, puesto que, aun trabajándose conceptos que están relacionados no se mantienen y no tienen una constancia en los participantes más allá de lo que dura la actividad. La publicidad y la

cantidad de interacción realizada con los participantes no parece ser suficiente, puesto que, en casi ningún caso se llenan las actividades y, en buena medida, es porque la población destinataria no es consciente de su existencia. En esta misma línea, como la información y la relación son escasas, no se logra crear en los usuarios un conocimiento global de lo que implica la cultura urbana hiphop, lo que dificulta la identificación con la misma. Se puede decir, entonces, que en el proyecto público responde negativamente a la pregunta de investigación, añadiendo que los proyectos existentes son insuficientes y poco profundos para poder mostrar la totalidad de lo que la cultura urbana hiphop representa.

En el análisis de los resultados del proyecto privado, se puede decir que sí se encuentra una representación realista de la cultura, puesto que, en base a las categorías obtenidas, consigue dar una imagen real y profunda que la del proyecto público. El proyecto privado busca, por un lado, una interacción continua con el público, que es constante y se incrementa especialmente la noche del evento. Existe una preocupación por la creación de una imagen, que, también, incentiva el sentimiento de pertenencia y, por lo tanto, el nivel de identificación de los jóvenes de la ciudad con esta subcultura. Se preocupa por la promoción de los creadores locales, incentivando con esto el consumo que los jóvenes de la ciudad a favor de ellos. Se concluye pues, que responde afirmativamente a la pregunta de investigación, que se demuestra en las categorías, además de los datos de participación e interacción de los asistentes a las fiestas, que son más altos que los de las actividades del proyecto público.

6. Conclusiones y discusión

El proyecto público (Nocturnia) responde negativamente a la pregunta de investigación frente a la respuesta afirmativa del proyecto privado (Chalana). Los proyectos existentes son insuficientes y poco profundos para mostrar la totalidad de lo que la cultura urbana hiphop representa. Los datos de participación e interacción de los asistentes a las fiestas son más altos en las actividades del proyecto público.

En Nocturnia, se puede encontrar formación sobre los inicios de la cultura pero no se relacionan con las categorías analizadas, ni se relacionan entre ellas, de tal forma que la información que los participantes extraen es fragmentada e inconclusa.

En Chalana Royal Club se encuentra formación en formato informal, cercano a los participantes del evento, preocupación por la promoción de lo local, interés por forjar un sentimiento de pertenencia a un grupo y una interacción constante con los participantes, que hace que la información sea duradera y produzca un conocimiento y una reflexión real sobre que la cultura urbana, sobre lo que representa y con lo que se identifica: historia, referentes y actualidad.

Esta conclusión da más consistencia al hecho de la incomprensión que los jóvenes adscritos a esta cultura sienten en la ciudad de A Coruña, puesto que ni si quiera las instituciones públicas son capaces de lograr dar un lugar, una voz o una herramienta de expresión que se ajuste a las necesidades de este grupo.

Se debe hablar de la incomprensión a la que se ve condenada esta subcultura, sobre todo por falta de información. Y es que en el ámbito público cuando, por ejemplo, se habla de graffiti, se hace con una connotación negativa de “han destrozado una pared/metro/edificio”. La cultura urbana hiphop es muchísimo más que vandalismo o banalidad, es expresión cultural en estado puro; es autoreivindicación; es cultura musical; es colaboración y comprensión entre sus seguidores; es empatía con el artista y con el que lo ve/escucha... La cultura urbana hiphop como forma de vida ha demostrado ser de las más cooperativas, no se compite por ser el mejor, sino para compartir con el resto el cómo has llegado ahí; compartes “barras”, pasos de baile, formas de pintar...

Es importante hacer gran hincapié en la necesidad de que se preste una atención real, desde la Educación Social, puesto que, para que los proyectos tengan éxito han de estar orientados a

la población a la que están orientados. Así, la Educación Social, con su vocación inclusiva, debería dar visibilidad y salida a esta subcultura, aprovechándose de que se puede trabajar, con los más jóvenes, todo tipo de temáticas, desde actividades culturales, hasta encuentros para trabajar valores y convivencia. Se debe ver la cultura urbana hiphop como una forma de vida a la que cierta parte de la población se encuentra adscrita y que, por lo tanto, es un modo de identificación para ellos y ellas y ha de ser promovida como tal.

Es importante mencionar que la Educación Social puede ayudar, en facilitar el reconocimiento a las personas con las que se trabaja. En el caso de Nocturnia se percibe la falta de reconocimiento a Samuel Galán, como creador y colaborador continuo con el Ayuntamiento en proyectos de esta índole. Aun siendo su colaboración tan continua, cuando se entra en la página de información de Nocturnia, salen nombradas todas las empresas colaboradoras, pero Samuel no se menciona. Samuel es otro de los grandes promotores de la cultura urbana hiphop en A Coruña, habiendo creado el grupo Danza Coruña (grupo informativo sobre eventos, competiciones, clases, formaciones y todo lo asociado al mundo de la cultura urbana hiphop y del baile) y la competición The World Is Yours, de la cual vivimos en 2018 su cuarta edición. Samuel es una persona invisible para muchos de los jóvenes de la ciudad que se encuentran adscritos a esta subcultura.

Este TFG demuestra la falta de información y de preocupación de las instituciones por realizar proyectos realistas y, ahí, la Educación Social puede ser la encargada de promover un cambio en el reconocimiento, la promoción de lo local y el conocimiento del público al que se dirige el proyecto. No es tan importante la tipología, como que sus objetivos, finalidades y metodologías sean realistas y estén adaptadas al contexto en el que se realiza.

Así surge la discusión en base a que, también, se debe hablar de la promoción cultural de lo local que se podría hacer a través de proyectos que estuviesen unidos a esta cultura, puesto que se cuenta con un gran número de artistas y creadores en la ciudad, o de la ciudad, que se hayan adscritos a esta subcultura y que por lo tanto pueden colaborar en estos proyectos. Mencionar, el suceso de las Naves de Metrosidero que han estado funcionando, hasta el 2018, como un centro social ocupado con el nombre de “La Insumisa” y en el que se desarrollaban, sobre todo, actividades vinculadas con las diferentes culturas urbanas y, en especial, a la cultura urbana hiphop. Contaba con actividades variadas e, incluso, con una mini skatepark indoor para los días de lluvia. “La Insumisa” tenía la potencialidad de ser un gran proyecto,

pero no contou con el apoio de institucións públicas como el Ayuntamiento de A Coruña o la Universidad. Con el hecho de que las naves no estaban funcionando como se había propuesto en un primer momento, el Ayuntamiento decidió retirar la concesión de centro social ocupado. En este punto se propuso un sistema asambleario por el cual se volvería a realizar un proyecto de uso sociocultural para las naves, de este proceso asambleario solo se enteraron dos empresas, Dinamo Xestión de Actividades Socioculturais y Vella Escola, ambas asociadas, por otros proyectos, al ayuntamiento. No tiene sentido que un proceso asambleario que, se supone quiere promover la participación local, este cubierto solo por dos empresas, una de ellas de Santiago de Compostela, se preocuparan por la promoción de lo local coruñés.

A lo largo del desarrollo del TFG he ido entendiendo que el desconocimiento al que está sometida esta subcultura está conformado por la desinformación y la mala información. Puesto que, en muchas ocasiones, incluso a los adscritos (sobre todo a los más jóvenes) les cuesta dar definiciones claras sobre que es hiphop. Aun teniendo claro que la sociedad avanza rápidamente y que por ello delimitar es complicado, es importante que se desarrollen proyectos sobre cualquier temática, que estén trabajadas en profundidad y que la información que se aporte a la población sea verídica, sobre todo, si se identifican con ella.

7. Referencias bibliográficas

a) Bibliografía

- Amezcua M. Metodología cualitativa El Trabajo de Campo Etnográfico en Salud. Una aproximación a la observación participante. *Index Enferm (Gran)*. 2000;30:30-5.
- Hernandez Sampieri R, Fernandez Collado C, Baptista Lucio M del P. Metodología de la investigación [Internet]. 5a.edición Hill MG, editor. 2010, p. 656. Disponible en: <http://www.casadellibro.com/libro-metodologia-de-la-investigacion-5-ed-incluye-cd-rom/9786071502919/1960006>
- Bauman, Z. (2002). *La cultura como praxis*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Bauman, Z. (2013). *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Becerra, J. (18 de septiembre de 2007). Tras la pista del “hiphop” coruñés. *La Voz de Galicia*. Recuperado de: https://www.lavozdegalicia.es/noticia/coruna/2007/09/18/tras-pista-hip-hop-corunes/0003_6151167.htm
- Carballo, E. (15 de marzo de 2015). “El hiphop es lo que los jóvenes españoles se parecen, o a lo que quieren parecerse”. *La Opinión A Coruña*. Recuperado de: <https://www.laopinioncoruna.es/coruna/2015/03/15/hip-hop-jovenes-espanoles-parecen/937094.html>
- Dosce Works. (2017). *Chalana Royal Fishing Team*. [Figura]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/BcfdP9GlgST/>
- Dosce Works. (2017). *Cartel Chalana XI*. [Figura]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/BbmZ9nSlKp2/>
- Dosce Works. (2017). *Cartel Fish&Beats*. [Figura]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/Bi9aDRYFTPt/>
- Dosce Works. (2018). *¿Cuál es tú nombre de pirata?*. [Figura]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/BrFXbnMH0IA/>
- Dosce Works. (2019). *Big waves call for bigger boats*. [Figura]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/ByDCq8KI2L5/>
- Feixa, C. (2006). *De jóvenes, bandas y tribus*. Barcelona: Ariel.
- Giddens, A. (2001). *Sociología*. Madrid: Alianza.
- Hormigos Ruiz, J. (2008). *Música y sociedad*. Madrid: Actor.
- Iglesias, L. y Rodríguez, A. (2014). *La «cultura hip hop»: revisión de sus Posibilidades como herramienta educativa*. Santiago de Compostela: USC.

- Kamen, J., Wilkes, J., Sirulnick, D. (productores) y Bonfiglio, M. (director). (2018). *No necesitan presentación, con David Letterman*. Estados Unidos: Radical Media/Worldwide Pants.
- Kellner, D. (2011). *Cultura mediática*. Madrid: Akal.
- Mannheim, K. (1964). *Sociología del conocimiento*. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Generaci%C3%B3n#Generaciones_en_la_sociolog%C3%ADa
- Nocturnia. (2018). *Taller breakdance Nocturnia 2019*. [Figura]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/Bv6tmqbnt7-/>
- Padilla, J. y Gaffal, M. (2013). *Formas de vida y juegos del lenguaje*. España: Plaza y Valdés Editores.
- Quintás, X. (2019). . [Figura]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/stories/highlights/17963776612243751/>
- Quintás, X. (2019). . [Figura]. Recuperado de: <https://www.instagram.com/stories/highlights/18025223929191298/>
- Reyes, F. (2007). *Hiphop, graffiti, break, rap, jóvenes y cultura urbana*. Revista Estudios de Juventud, N° 78. Madrid: Injuve.
- Ruiz Olabuénaga JI. Metodología de la investigación cualitativa. 5a Edición. Deusto U de, editor. Bilbao; 2012. 1-341
- Santomé, I. (2018). *El brand manager: qué es, funciones, habilidades y herramientas de trabajo*. Recuperado de: <https://www.aggylon.es/es/articulo/0/0/todo/54/el-brand-manager-que-es-funciones-habilidades-y-herramientas-de-trabajo>
- Seidmann, S. (2015). Identidad personal y subjetividad social: educación y constitución subjetiva. *Cadernos de pesquisa*. Recuperado de: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-15742015000200344&script=sci_abstract&tlng=pt
- Senent, J. (2004). *Libro Blanco de la Pedagogía y la Educación Social*. Volumen I. Bilbao: Universidad de Deusto.

b) Webgrafía

- <http://www.coruna.gal/cmix/es/conocenos/otros-recursos-de-la-concejalia-en-juventud/programa-nocturnia?argIdioma=es>
- <https://www.instagram.com/nocturniacoruna/>
- <https://www.instagram.com/chalanaclub/>
- <https://www.instagram.com/dosceworks/>

<https://www.instagram.com/xianaquintas/>

<https://www.instagram.com/judahgt/>

<https://www.youtube.com/watch?v=8pumVT4GKAk>

<https://www.youtube.com/watch?v=bAWQb4zLh3M>

<http://www.hhgroups.com/conciertos/la-coruna/>

<https://galiciaenconcierto.com/>

<https://www.ticketea.com/search/?term=a%20coru%C3%B1a>

8. Agradecimientos

Comenzaré pues, agradeciéndoles infinitamente a Paula y Carmen, directoras de este TFG su paciencia y sus crecientes ganas de tratar de entender la cultura urbana hiphop, sus esfuerzos por ayudarme en el desarrollo de este trabajo, y el gran aprendizaje que considero que ha sido para las tres este TFG. Agradecerles también el haber aceptado sumergirnos en este viaje, que a diferencia de otros estudios que puedan estar relacionados con la innovación educativa, este traía consigo un apego emocional a la temática que a veces dificultabas las correcciones que este trabajo ha ido sufriendo a lo largo de su redacción.

Así mismo, agradecer indiscutiblemente a Paco Quintás toda su paciencia y apoyo, sus ganas de aportar, y que de lo que se vea en este trabajo no sea solo un pequeña parte de todo lo que implica Chalana Royal Club. Gracias por contestarme al teléfono a horas intempestivas, y gracias por ofrecerme ser “reportera” durante las Chalanas, ha facilitado muchísimo la realización de este trabajo. En esta misma línea, agradecer también a Judah GT, Alba Fernández, Xiana Quintás, David Broths, y demás marineros y marineras de Chalana Royal Club por aguantar todas mis preguntas indiscretas, y estar siempre disponibles para que esta investigación, y por lo tanto este trabajo, pudiesen ser llevados a cabo.

Agradecerle también a Samuel Galán, compañero en esta aventura. Gracias por ayudarme a reflexionar cuando embarrancaba; y gracias por hacerme ser consciente de hasta que punto siguen mal las cosas para una cultura tan extendida como es la cultura urbana hiphop. Sí mismo, agradecerle a Patricia Lesta el permitirme participar en Nocturnia y verlo desde dentro, ver cómo se desarrollan las actividades y estar dispuesta a responder a todas mis preguntas.

Gracias también a José Manuel Olivo, que ha soportado mis agobios y frustraciones a lo largo de estos 4 meses. Hizo también posible mi asistencia al 25 Aniversario de SFDK, lo cual me hizo reflexionar una vez más sobre todo lo que puede abarcar un único “movimiento”. Ha sido una persona vital en el desarrollo de este TFG, y sin su paciencia infinita, y sin su intención de hacer siempre reflexionar a la gente, no creo que ni el análisis de los proyectos, ni el desarrollo conceptual que se ve a lo largo de este trabajo, hubiese sido posible.

Gracias también a la Universidad de A Coruña y a mis compañeros de aula por estos 4 años, han sido intensos, pero aun con todo el esfuerzo, el sudor, el sufrimiento y el estudio, considero que salgo formada como para poder desempeñar un gran papel como educadora social.

Por último, pero para nada menos importante, mil gracias a Marta, Andrea, Xiana, Yoli, M^a Jesús, Neso, Paula y Ana... Vuestro aplomo en el apoyo durante este último trabajo ha sido lo único que ha logrado que realmente creyese que el hacer este trabajo fuese posible.

9. Anexos

Anexo I



Obradoiro de breakdance



CUÁNDO: 09/03/2019



INSCRIPCIONES 04/03/2019 16:00 - 07/03/2019 12:00



 INSCRÍBETE
8 PLAZAS DISPONIBLES



FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN

¿A cuántas personas quieres inscribir?



INICIAR INSCRIPCIÓN

HORARIO: De 21.00 a 23.00 horas.

DIRECCIÓN: [Centro Ágora](#). Lugar Gramela 17. 15010 A Coruña

PRECIO: Gratuito.

REQUISITOS: Idade: de 12 a 30 anos.

Dinamizado por Samuel Galan



Obradoiro de breakdance

CUÁNDO: 09/03/2019

FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN

Tiempo disponible para finalizar su inscripción: 14:33

Datos para la inscripción 1

Selecciona asistente: ✓

Añadir nuevo asistente

** MI USUARIO **

Acepto la política de privacidad de Coruña Smart City

CANCELAR INSCRIPCIÓN

ENVIAR INSCRIPCIÓN

HORARIO: De 21.00 a 23.00 horas.

DIRECCIÓN: [Centro Ágora](#). Lugar Gramela 17. 15010 A Coruña

PRECIO: Gratuito.

REQUISITOS: Idade: de 12 a 30 anos.

Dinamizado por Samuel Galan

Datos para la inscripción 1

Selecciona asistente:

Nombre: *

Primer apellido: *

Segundo apellido:

Sexo:

Correo electrónico: *

Teléfono: *

Fecha de nacimiento: *

Ciudadanos de la Unión Europea (UE):

País de procedencia:

Nº Documento de Identidad:

Ciudadanos de fuera de la Unión Europea:

Pasaporte:

Acepto la política de privacidad de Coruña Smart City

Anexo II

Preguntas de la entrevista semiestructurada:

1. Que es para ti la cultura urbana hiphop?
2. Cual es tu relación con la cultura urbana hiphop? (Ámbito en el que trabajas o te has movido en ello)
3. A nivel público (es decir, la población, instituciones, empresas...) sientes que se entiende el concepto de cultura urbana hiphop?
4. Que opinas de la actual representación que se da de la cultura urbana hiphop?
5. Tus inicios en la cultura urbana hiphop en Galicia
6. Que opinas sobre la cultura urbana hiphop en A Coruña?
7. Tus referentes de cultura urbana hiphop (nacionales e internacionales).

Anexo III

Modelo de consentimiento informado:



Consentimiento informado para uso de imágenes

Estefanía Franco Álvarez

Dirs: María Paula Ríos de Deus, María del Carmen Rodríguez Rodríguez

Grado en Educación Social

Facultad de Ciencias de la Educación

Universidade da Coruña

El TFG "Ocio y Cultura Urbana Hiphop: Chalana Royal Club vs Nocturnia" pretende ser representativo de la población que asiste a los proyectos Chalana Royal Club y Nocturnia, y por ello las imágenes son necesarias para dar soporte y validez a esta investigación. Es por ello que solicito el derecho de cesión de uso de las imágenes encontradas en RRSS de ambos proyectos, así como las proporcionadas por la organización de ambos eventos, a través de la cumplimentación del siguiente formulario:

Estefanía Franco Álvarez como investigadora principal de este estudio pide su consentimiento para poder publicar las imágenes que se le han facilitado.

Don/Doña _____ con DNI
_____ autorizo a Estefanía Franco Álvarez a un uso académico de
mis fotografías facilitadas dentro de la relación investigadora para poder ser publicados
en:

- El TFG "Ocio y Cultura Urbana Hiphop: Chalana Royal Club vs Nocturnia".
- Filmaciones o presentaciones destinadas a la defensa del TFG.
- Fotografías para revistas o publicaciones de ámbito relacionado con el mundo académico.

En _____, a _____ de _____ de 20__]