

PE0932- TRABAJO DE FIN DE GRADO DE PERIODISMO

Modalidad C2: Elaboración de una publicación
digital especializada

MEDIO ESPECIALIZADO EN *FREESTYLE*



"RAP DESDE UN PUNTO DE VISTA DIFERENTE"

Javier García García-Rayó - 20918423S

Curso: 2018/2019

Tutora: Maria Teresa LaTorre Lazaro

URL: <https://punchlinerapmedio.wixsite.com/punchline>

ÍNDICE

RESUMEN Y ABSTRACT	1
1. INTRODUCCIÓN	2
1.1 Presentación del producto.....	2
1.2 Justificación del Proyecto.....	3
1.3 Objetivos.....	4
1.4 Imagen corporativa.....	6
2. FASE DE PREPRODUCCIÓN	7
2.1 Gestión con las fuentes.....	7
2.2 Selección de contenidos y justificación.....	9
2.3 Previsión de gastos.....	11
3. FASE DE PRODUCCIÓN	12
3.1 Justificación de las secciones y estructura	12
3.2 Justificación del diseño.....	13
3.3 Redes sociales.....	15
3.4 Interactividad e interacción	15
4. FASE DE POSTPRODUCCIÓN	16
4.1 Plataforma web	16
4.2 Creación de contenidos para la web	16
5. VALORACIÓN FINAL	17
5.1 Conclusiones.....	17
5.2 Propuestas.....	18

6. EXECUTE SUMMARY	19
6.1 Introduction.....	19
6.2 Objectives and justification	19
6.3 Preproduction phase	22
6.4 Production phase	22
6.5 Postproduction phase.....	23
6.6 Final evaluation.....	23
7. WEBGRAFÍA	24
8. ANEXOS	24

“A ti, siendo un aficionado a la cultura como yo. Luchemos por dignificar el rap y situarla donde se merece”

(PUNCHLINE)



Resumen:

En primer lugar, en este documento vamos a proceder a desarrollar la memoria de nuestro Trabajo de Fin de Grado de Periodismo, en el que nos hemos decantado por la línea C, concretamente la modalidad C2, que abarca a realizar una publicación digital especializada. El nombre de la página web es "**PUNCHLINE**", una plataforma destinada a cubrir los diferentes eventos que acontecen en el mundo del *freestyle*. También trabaja por derrocar los prejuicios impuestos a una cultura musical digna solo por su origen callejero. El objetivo es, a través de un buen ejercicio periodístico, hacer llegar a la gente buena información para que así pueda conocer de forma clara todo lo que envuelve el rap.

Desde que la web echó a rodar nos hemos querido centrar en conocer y dar voz a lo más importante de este género musical, su gente, las personas que aman esta cultura. Por ello, hemos realizado crónicas de eventos, periodismo de agenda, reportajes o entrevistas a raperos locales y de renombre, todo ellos buscando informar al lector.

Abstract:

First of all, in this document, we will proceed to develop the report of our Final Degree Project in Journalism, in which we have opted for the C line, specifically the C2 modality, which includes making a specialized digital publication. The website's name is "PUNCHLINE", a platform designed to cover the different events that take place in the freestyle world. Also above all, it works to overthrow the prejudices imposed on a musical culture that is worthy for its street origins. The objective is, through a full journalistic exercise, to get people good information so that they can clearly know everything that surrounds the rap.

Since the web started up we have wanted to focus on knowing and giving voice to the most important of this musical genre, its people, the people who love this culture. For this reason, we have made chronicles of events, journalism agenda, reports or interviews with local and renowned rappers, all of them seeking to inform the reader.

1. INTRODUCCIÓN

<<Tus hijos no van a clase porque escuchen rap. Tus hijos escuchan rap porque tienen clase>> Esta frase del rapero Nach podría resumir en cierta manera la situación del hip hop a lo largo de su historia. PUNCHLINE nació por la motivación y ganas que tuvo un aficionado a la cultura de mostrar al ciudadano qué es verdad y qué es mentira de todo lo que se dice alrededor de esta corriente urbana. El desconocimiento crea una opinión equivocada, irrelevante. PUNCHLINE trabaja para discernir la verdad de lo falsamente impuesto.

1.1 Presentación del producto

PUNCHLINE, es un medio especializado en *freestyle* que busca ofrecer a la gente un producto informativo de calidad, desmarcándose de lo ofrecido por los escasos medios que hay especializados en esta corriente musical. No ofrecemos solo información, somos conscientes de que esta cultura se ha extendido gracias al boca a boca de la gente y por ello consideramos que la opinión es fundamental. De ahí el lema de “RAP DESDE UN PUNTO DE VISTA DIFERENTE”, ofreciendo al usuario, artículos de opinión o vídeos propios indagando en facetas del rap ignoradas por la mayoría de medios.

En esta página web hemos aprovechado las características que ofrece el ciberperiodismo, tal como son la hipertextualidad, interactividad y multimedialidad. Es por ello que todo lo que producido tiene una cierta relación entre sí ya que buscamos un *target* que abarca desde jóvenes de 16 años a adultos de más de 25.

Además, también nos centramos en producir un contenido visual atractivo, lleno de imágenes propias, podcast y vídeos, adaptándonos así a el tipo de productos que están acostumbrados a consumir los aficionados debido al auge de plataformas como *Youtube* o *Twitch*.

Todo ello dirigido a ofrecer un información amplia y de calidad y demostrar que el rap es una cultura llena de sentimiento, igualdad, respeto y amor.

1.2 Justificación e interés del Proyecto

El rap es un género musical que está en auge gracias a las plataformas digitales. Pese a esto, debido a su poca vida en comparación con otros géneros como el pop o el rock, no se conocen todas las facetas que abarca y debido a su origen marginal ha sido rechazado por gran parte de la población.

PUNCHLINE no trata de hacer campaña sobre los puntos positivos de la cultura. Este medio tiene como objetivo primordial exponer a ojos del usuario aspectos desconocidos de este género musical invitando a este último a que los lea. Con ello, nos aseguraremos que quien recurra a nosotros tenga a su entera disposición información relevante y que con ella, pueda tener una base de conocimiento verídica con la que posteriormente forjará su opinión personal sobre el rap.

Este medio surgió por la indignación que nos producía escuchar comentarios juzgándonos por gustarnos este género musical. Al no contar con una retórica digna para ser rapero, pensamos en crear un medio de comunicación en el que ejercer periodismo veraz, campo en el que sí nos desenvolvemos bien. Al final, toda ayuda es poca y como aficionado al *freestyle* nos sentimos con la obligación de hacerlo.

Decidimos embarcarnos en este proyecto porque, en nuestra opinión, es la mejor manera de afrontar la salida al mundo laboral que nos viene. Consideramos que la creación de un medio especializado, era una buena oportunidad para ser nuestros propios jefes, organizarnos a nuestra manera y ver de qué éramos capaces sin la supervisión de nadie más que nosotros. Además también era una oportunidad clara de disfrutar de una libertad periodística que quizá no gocemos en nuestros primeros años de profesión.

1.3 Objetivos

Nuestro principal objetivo es ofrecer un servicio a todo aficionado al rap dado que los medios convencionales no dan voz a una corriente musical, como hemos dicho, históricamente mal vista. El rechazo de los medios tradicionales en vista de los prejuicios impuestos en la cultura nos animó a crear un medio para llenar ese vacío informativo contrastado y veraz. Tenemos la necesidad de diferenciar entre los objetivos generales y específicos:

Objetivos generales:

Informar: La página cuenta con un apartado de actualidad donde se pueden encontrar las noticias más relevantes relacionadas con el *freestyle*. Los pocos medios de comunicación que existen se centran en informar sobre las noticias que acontecen olvidando de esta forma la importancia del periodismo de agenda, encargada de informar de los diferentes eventos que se realizan a lo largo del año. También otorgamos una importancia notable a las crónicas de los eventos más importantes del circuito. Nuestro objetivo es ser un medio de comunicación hecho por un aficionado para los aficionados a la cultura.

Entretener: Desde su aparición en los 70 en EEUU, el hip hop siempre ha cumplido una labor fundamental que no es otra que la de entretener, no solo al que lo practica sino también al fan. Mediante el uso de las redes sociales, y aprovechado la interactividad que estas ofrecen, nuestro medio de comunicación ha tendido la mano al usuario mostrando su faceta más cercana y humorística hacia este. Dicha faceta la hemos mostrado sobre todo en Instagram, la red social más consumida por nuestro *target*. *Instagram* nos ha permitido hacer desde *gifts* hasta *stories* destacadas para el uso y disfrute del seguidor. En *Youtube*, hemos subido entrevistas completas a raperos reconocidos y locales. Algunas de las entrevistas han sobre pasado el centenar de visitas.

Hacer partícipe al público (*feedback*): Desde Punchline sabemos la importancia que tiene el aficionado a esta cultura teniendo en cuenta que este es el motor de la cultura. En Punchline, el usuario cuenta con la libertad de poder hacernos llegar sus propuestas y sugerencias para mejorar la web y con ello la cobertura del hip hop.

Objetivos específicos:

Seguimiento de la actualidad: Ofrecer la información más relevante de lo acontecido en el mundo del rap a través de la elaboración de piezas periodísticas como noticias, crónicas de eventos celebrados o noticias de agenda para que el usuario este al tanto de las fechas más relevantes en cuanto a eventos que todavía no se han celebrado.

Derrocar los prejuicios: A través de todas las secciones que dispone el medio, se trata de mostrar las facetas más relevantes de la cultura para así favorecer un buen conocimiento. De esta forma conseguiremos que el usuario se informe correctamente y no por falsas habladurías.

Dar voz a la mujer y con ella a la igualdad: En PUNCHLINE apostamos por la igualdad real en el cultura. Por ello, mediante el ejercicio periodístico queremos dar voz a todas aquellas raperas que por falta de oportunidades y no de talento se le ha privado de participar en competiciones. Bien es cierto, que esta cultura siempre ha estado ligada más al sector masculino pero también es verdad que cada día son más las mujeres que empiezan a rapear y desde PUNCHLINE queremos ofrecerles nuestra ayuda, apoyándolas y dándolas a conocer.

Apostar por los nuevos talentos: Como pasa en muchos deportes, el *freestyle* se ha convertido en un foco mediático debido a su auge en la última década. Las grandes empresas han visto un nicho de mercado a explotar con el fin de obtener un beneficio económico propio. Es por esto, que los gallos que llevan ya varios años en la cultura ya tienen un nombre hecho y disponen de oportunidades para seguir creciendo. Por otra parte, la gente que está empezando no dispone de oportunidades de demostrar su valía y esto se traduce en mucho talento desperdiciado. Desde PUNCHLINE, apostamos por los nuevos talentos y por ello les hemos dedicado una sección denominada: "picos con talento". En ella, realizamos entrevistas a gente desconocida pero con unas ganas e ilusión increíble, aspectos que en PUNCHLINE, valoramos mucho.

1.4 Imagen corporativa:

¿Qué es Punchline?

Punchline es un proyecto de final de carrera fruto de la necesidad de crear un medio a medida de las necesidades requeridas por todo amante al freestyle. Estos, históricamente, han tenido que aguantar burlas a adjetivos despectivos hacia su persona por el simple hecho de escuchar un estilo musical margiando por los medios de comunicación convencionales.

Este proyecto surgió en verano de 2018 cuando en medio de una de las muchas "batallas" (término utilizado para nombrar a las quedadas entre raperos) un hombre, acompañado de su esposa, pasó por donde estábamos y dijo: "¡Qué gentuza! Mira que ponerse aquí en medio con la música a toda leche". Fue cuando esto me dio la idea. La causa de comentarios como estos, se debe a la falta de información que la sociedad siempre ha recibido acerca de este género urbano. El rap siempre ha sido asociado con vandalismo, desescolarización o criminalidad y en cambio es una vertiente musical que promueve la igualdad, denuncia problemas sociales como la violencia de género, el racismo o el bullying y ha hecho que países de habla hispana estén más unidos que nunca.

La web en principio, se ceñirá a unas dinámicas específicas que dicta el trabajo de final de carrera. Sin embargo, una vez finalizado este periodo de evaluación, especificaremos una nueva carta con los nuevos objetivos del medio donde se incluirán nuevas ideas o proyectos que tengamos en mente. En cuanto a las publicaciones, seguiremos líneas periodísticas clásicas como lo son las entrevistas o noticias pero también sacando partido de las herramientas tecnológicas por lo cual, también habrá contenido audiovisual. Todo por y para vuestro deleite.

¿Qué vamos a hacer y cuáles son nuestros objetivos?

La web tiene el objetivo de ser un portal de información al aficionado de freestyle donde encontrará una herramienta de información y secciones alternativas relacionadas con el rap. Todo esto con el objetivo de dignificar un estilo musical maltratado y juzgado sin un conocimiento certero y profundo. Los lectores, tendrán un papel fundamental ya que semanalmente lanzaremos encuentros por redes sociales tratando diferentes temas con el objetivo de que el público participe de forma continuada, ya que en Punchline, el activo de más valor es el público.

Conclusiones

Para acabar, animar a la gente que le guste el freestyle que nos siga porque trabajaremos por ofrecer un contenido a la altura de sus expectativas. Cualquier duda o crítica constructiva será bien recibida. El objetivo es crear un medio especializado en freestyle donde se ensalce todo lo positivo que aporta este género urbano para la sociedad y de esta forma derrocar todos los dogmas falsamente impuestos a la misma. Un saludo y recordad: "En la vida al igual que en el rap vale la pena improvisar"



2. FASE DE PREPRODUCCIÓN

2.1 Gestión con las fuentes

En líneas generales, hemos obtenido un alto grado de respuestas por parte de los gallos mostrándonos su predisposición a realizar entrevistas, fotos, a perder su tiempo en contarnos experiencias, permitirnos conocerlos en un ambiente más personal e incluso acogernos en su barrio o pueblo natal. Ejemplo de ello fue en el caso de Erika 2 Santos en el barrio de San Cristóbal (Madrid) o el caso de Blon en su pueblo de nacimiento, Parets del Vallès (Barcelona). Hemos hecho un total de ocho entrevistas a personas muy relevantes dentro de la cultura:

- BRK: Rapero natural de Villareal. Nos declinamos a hacerle una entrevista porque pensamos que su experiencia en el circuito local y en la cultura en general podría aportarnos una visión muy amplia en todos los aspectos. Así fue.
- Dani Misil: Su experiencia y frecuencia en todas las batallas locales nos sirvió para saber que había de rap en Castellón, las competiciones, las organizaciones y algunos datos curiosos.
- Danilo: Gerente de la tienda que se encargaba de organizar todos los eventos que tenían relación con el *hip hop*. Su don de gentes y experiencias vividas nos permitió saber como llegó la cultura a la ciudad, quién la expandió y como se gestaron las primeras organizaciones del circuito local.
- Pseudo: Este rapero de Burriana nos demostró que se pueden compaginar los estudios con el rap. Su pasión en la cultura nos fascinó y su propuesta de crear una liga universitaria de *freestyle* nos resultó tan sorprendente como fascinante.
- Zeta: Rapero natural de Benicàssim. Este año participó en una Red Bull Batalla de los Gallos y quisimos saber como fue la experiencia de ganar el casting de selección, clasificarse para la regional y las sensaciones que tuvo al pasar de improvisar en plazas a en cima de un escenario delante de 3000 personas.

- Blon: Leyenda viva del *freestyle*. Lleva más de 10 años subido a los escenarios. Su retórica, comportamiento y respeto le han convertido en un referente dentro del rap. Escritor de poesía, Blon nos mostró la cara del rapero de fama pero con los pies en el suelo. Ha sido la entrevista que más repercusión ha tenido en el medio.
- MetriKa: Con tan solo 15 años es la única chica que rapea en el circuito castellanense. Su pasión por las batallas, la realización de sus propios temas sin ayuda y la dirección de su canal de *Youtube* enfocado al rap, fueron alicientes que nos hicieron querer entrevistarla.
- Erika 2 Santos: Natural de Cabo Verde. Junto a Sara Socas es la referencia para todas las mujeres en las batallas. Habitual participante de Red Bull Batalla de los Gallos. A través de su imagen, busca la igualdad para todas las mujeres dentro de la cultura y sirve de ejemplo para todas aquellas que están empezando y tienen ganas de competir.

Por otra parte también intentamos hablar con figuras de la talla de Skone, Dtoke (campeones nacionales e internacionales de Red Bull Batalla de los Gallos) o Sara Socas (una de las máximas exponentes del rap femenino junto a la nombrada Erika). En el caso de Skone, su *manager* nos comunicó que no sería posible entrevistar al malagueño debido a que desde hacía un par de meses habían acordado no conceder entrevistas debido a la demanda que tenían habitualmente. En el caso de Dtoke no obtuvimos respuesta alguna, pero como mi intención es continuar con el medio, espero algún día conseguir dicha entrevista.

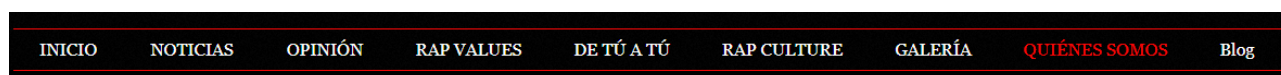
Por último, en el caso de Sara Socas, nos pusimos en contacto con su *manager* y este accedió a que le hiciésemos llegar una batería de preguntas, pero lamentablemente no obtuvimos respuesta de la canaria.

La búsqueda de las fuentes ha estado muy condicionada por la falta de acceso a las informaciones internacionales ya que en un principio queríamos comparar el rap en países de habla hispana como Argentina o México en comparación con el *freestyle* español pero ha sido imposible. Por ello, nos decidimos a ofrecer los diferentes perfiles de los raperos españoles, desde un gallo local sin apenas fama a *freestylers* de fama mundial como lo es en el caso de Pablo Pérez, más conocido como Blon.

Las redes sociales y el correo electrónico del medio han sido las principales herramientas de las que nos hemos servido para ponernos en contacto con los entrevistados. Gracias a la constancia y persuasión en nuestro trabajo hemos reunido una serie de contactos de gente influyente dentro del mundo de las batallas y del *freestyle* en general. En líneas generales ha sido una comunicación luchada pero al final fluida, pese a los casos puntuales que hemos relatado con anterioridad.

2.2 Selección de contenidos y justificación

En un género musical como el rap, lo correcto y aceptado por la mayoría al final se vuelve monótono, aburrido. Por ello intentamos desmarcarnos de lo habitual ofreciendo un alto grado de contenido audiovisual a través de la producción de vídeo.



En primer lugar, en **INICIO**, encontramos la portada del medio digital. En esta pestaña se sitúan nuestras redes sociales, algunos de nuestros artículos y el contacta con nosotros, donde el usuario puede expresar su opinión respecto al contenido o sobre algún tema en concreto.

Seguido de inicio, en **NOTICIAS**, contamos como dos pestañas más, de forma interna, en la que figuran las noticias de actualidad, las crónicas de eventos relevantes y las noticias de agenda sobre las fechas de los próximos acontecimientos.

Seguidamente, en **OPINIÓN**, como su propio nombre indica, figuran los artículos opinativos sobre las diferentes figuras del *freestyle*. Estos artículos están diseñados para favorecer el *feedback* del usuario ya que con ellos intentamos conocer la opinión de nuestro público sobre los temas tratados en la web.

Después de opinión, en **RAP VALUES** se sitúan los reportajes escritos, el podcast y el reportaje audiovisual. En esta sección se tratan temas de relevancia como la historia de dos personajes ilustres del *freestyle*, el papel de la mujer en el rap o la cultura en la ciudad de Castellón.

A continuación en de **TÚ A TÚ**, se encuentran todas las entrevistas que hemos realizado en el medio. Esta divide en dos secciones: entrevistas y picos con talento. En la primera se encuentran las realizadas a raperos con cierta fama o reconocimiento social. En la segunda se sitúan las entrevistas a *freestylers* llenos de talento pero que no disponen de ese tirón mediático. Las entrevistas se presentan en pregunta/respuesta, reportajeada o audiovisual.

Posteriormente en **RAP CULTURE**, están las canciones, libros o películas que tienen relación directa con el *freestyle*. Esta sección se hizo con el motivo de demostrar como los gallos son capaces de producir contenido de calidad. PUNCHLINE apuesta por la cultura.

Seguido de rap culture, en la **GALERÍA** se reserva el espacio a la fotografía. En la actualidad vivimos en una sociedad que se mueve más por la imagen que por el texto. Una imagen tiene la capacidad de transmitir muchas sensaciones y es válida cualquier interpretación coherente sobre la misma. De esto, se genera debate ya que para cada persona puede expresar o transmitir una cosa. En esta galería obligatoria, PUNCHLINE se centró en cubrir un evento organizado por Radio Televisión Española (RTVE) en la sala “*but*” de Madrid. A este evento acudieron muchos gallos de renombre como Blon, Skone, BTA, Force o Sara Socas entre otros. El objetivo de este evento era entretener y mostrar los valores de la cultura al público realizando *free's* entre los raperos que asistieron. El evento tuvo una gran acogida y fue todo un éxito. La entrada era gratuita.

Por último, en **QUIÉNES SOMOS** se sitúa el apartado informativo de la web. En esta sección se da a conocer al fundador del medio, el motivo de la creación de la página o la imagen corporativa y objetivos del mismo.

2.3 Previsión de gastos

Durante la realización de la página web nos hemos desplazado a Madrid y Barcelona para grabar una serie de entrevistas y planos, que a posterior usamos en el reportaje audiovisual. Nuestro objetivo era como he dicho grabar planos y conseguir realizar una buena galería fotográfica. Por otra parte, no hemos tenido la necesidad de gastar mucho dinero en el material para grabar por las facilidades ofrecidas al estudiantado por parte del Laboratorio de Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales de la Universitat Jaume I.

GASTOS

Ida y vuelta en Blablacar a Madrid	26,00 € y 25,00 €
Ida y vuelta en tren a Barcelona	32,00 € y 16,00 €
Tarjeta SD de 64 GB	9,00 €
Tarjeta SD de 32 GB	6,00 €
Transporte Público, Madrid	10,00 €
Transporte Público, Barcelona	14,00 €

Total: 138 €

De no haber sido por la inestimable ayuda del LABCOM, el gasto hubiera sido mucho mayor. A los 138 euros se le tendría que haber sumado:

Cámara de fotos Canon 1300D	300,00 €
Cámara de fotos Nikon D7000	500,00 €
Cargadores y baterías Canon y Nikon	100,00 € (50,00 € p/cargador)
Trípodes	60,00 € (30,00 € p/unidad)
Objetivo Nikon DSLR	100,00 €

Total sin la ayuda del LABCOM: 1198 €

3. FASE DE PRODUCCIÓN

3.1 Justificación de enfoque seleccionado

Desde que surgió la idea se ha querido convertir a PUNCHLINE en un medio digital especializado donde hubiera más que información. Un medio hecho para un aficionado al rap habituado al uso de las nuevas tecnologías, consumidor de vídeos y fotografías. Para el desarrollo de la información se ha utilizado un lenguaje sencillo, comprensible para todo tipo de personas pero con presencia de términos propios del rap, dirigidos al público más especializado.

Otro de los objetivos del medio era cambiar la perspectiva de la agente sobre la cultura. Por ello las piezas periodísticas son atractivas visualmente, detalladas. El léxico es estándar en su mayoría pero como acabamos de decir se utiliza también tecnicismos propios del rap. Que en su mayoría sea estándar se debe a que en PUNCHLINE buscamos que una persona que no conozca la cultura y se vea interesada en ella, pueda comprender de forma clara que abarca el hip hop.

PUNCHLINE, en el tiempo que lleva vigente siempre se ha caracterizado por publicar semanalmente mínimo dos piezas. Había semanas que esta cifra se incrementaba y las entradas que más éxito han tenido han sido las entrevistas y los artículos de opinión.

A modo de complementar la información ofrecida al consumidor, se han utilizado hipervínculos a información complementaria con el objetivo de conseguir ampliar de forma positiva la información encontrada en medio. Una gran parte de los hipervínculos están dirigidos a las redes sociales de los gallos ya que como hemos dicho hay pocos medios que ofrecen información y es en las redes donde el rapero se da a conocer. Sabemos que un uso desproporcionado de hipervínculos puede verse traducido en sobreinformación y esta convertirse para el usuario en desinformación.

3.2 Justificación del diseño

Por lo que se refiere a los colores, desde PUNCHLINE hemos optado por decantarnos por tres colores como lo son el negro, el blanco y el rojo. El primero simboliza el color de piel de los creadores de la cultura, aquellos afroamericanos que en New York sentaron los cimientos del rap desde una posición desigual a la del hombre blanco.

El segundo color, el blanco, simboliza la inclusión del hombre blanco en el *freestyle*. Pese a que en la actualidad el rap denuncia la discriminación entre otras muchas cosas, en sus orígenes, esta cultura desacreditaba al blanco ya que consideraban que este género musical era propio, por y para la gente de color. Los matices en blanco simbolizan la aceptación, con el paso de los años, del blanco en la cultura.

Por último, el color rojo simboliza al mismo PUNCHLINE, el remate final de una barra y así decantar la batalla hacia tu lado. El rojo simboliza la sangre, metafóricamente hablando, que se busca hacer en el rival cuando se lanza el punchline. En las batallas de rap, el punchline es de los momentos más gritados por el público asistente.

En cuanto a las fotografías el origen de estas está detallado. Todas ellas cuentan con un pie de foto que complementa la información dada en la pieza. Hay muchas fotos propias, pero también se ha requerido, en algunos casos, de fotos subidas por otras plataformas.

Por lo que respecta a la cabecera, nos hemos declinado por situar nuestras redes sociales a la derecha de la pantalla con la intención de llamar la atención desde que entras a la página de inicio. También se pueden apreciar diversas piezas situadas en las diferentes secciones del medio. Si seguimos bajando, encontramos un free que el rapero catalán Blon nos dedicó en exclusiva para este medio cuando fuimos a Barcelona a realizar la entrevista. Es increíble.

En la parte inferior de la cabecera encontramos tres fotos de Nach, Arkano y Chojin, junto a tres citas que estos han dicho. Con esto se pretende mostrar a tres figuras muy destacadas de la cultura denunciando el *bullying*, el rascismo o los prejuicios falsamente impuestos a la cultura.

Posteriormente, en la aparte final de la cabecera, están los cuatro puños que simbolizan los cuatro elementos del hip hop y en este caso también los valores de la cultura y del medio.

Centrándonos de nuevo en el diseño de la página web, en el apartado del *blog*, - lugar donde aparecen todas las entradas realizadas – hemos optado por el color negro para ver las entradas, pero una vez pinchas para leerlas completamente en fondo aparece en blanco. Esto es por la claridad que ofrece este color a la hora de presentar la información, asegurando así que el usuario lo lea perfectamente.

En cuanto a las entrevistas, sección llamada en la web “de tú a tú”. Dentro de este hay que diferenciar los dos grupos que tenemos dentro. El primer grupo es el denominado “entrevistas” donde hemos subido aquellas que le hemos hecho a personas más conocidas como es el caso de Zeta, participante del Red Bull 2019, Blon, rapero referente como más de diez años de trayectoria y BRK, *mc* que puso patas arriba la cultura cuando en Castellón no había nada. El segundo grupo es el denominado “Picos con Talento” donde PUNCHLINE a querido entrevistar a gente a la que le sobra talento, pero no aparece en los medios de comunicación. Por ello, siendo de Castellón hemos decidido subir entrevistas a gente de la ciudad para echarles una mano, darles voz y directamente incentivar el talento que hay en la ciudad.

En la pantalla de inicio se puede ver de que va la web, los valores que defiende, nuestras redes sociales (Youtube, Instagram y Twitter) y el contacta con nosotros, buzón creado para recibir los comentarios de la gente sobre el medio o los temas sobre los que le gustaría que escribiésemos. Es un espacio reservado para que el lector nos envíe sus propuestas o discrepancias.

En lo que respecta al logo, hemos optado por que aparezcan dos gallos con un micro en el medio. Esto representa claramente las batallas, característica más potenciada y lucrativa de todo el *freestyle*. El color negro simboliza en este caso la elegancia y el color dorado el oro por ver quien es el mejor gallo del circuito. Una lucha verbal despiadada en busca del punchline definitivo.

3.3 Redes sociales

Las redes sociales que hemos elegido para comunicarnos con el público han sido: *Twitter* e *Instagram*. También hemos creado un perfil en *SoundCloud* para subir el podcast y un canal de *Youtube* con el correo punchlinerapmedio@gmail.com.

Por lo que respecta a *Twitter*, cuando creamos la página empezamos a seguir a organizaciones de eventos como lo son Red Bull o Urban Roosters. También seguimos a medios españoles, argentinos y mexicanos, todos ellos especializados en *freestyle*. Obviamente también seguimos a los protagonistas de todo esto, los gallos. Todo ello para conseguir enterarnos de todo y hacérselo llegar de la mejor forma a nuestros usuarios. Esta red social la hemos utilizado para compartir todas nuestras publicaciones, vídeos que nos han gustado o *retweetear* todo aquello que nos ha parecido interesante o gracioso. Como ya dijimos una de nuestras premisas siempre ha sido entretener.

Por lo que se refiere a *Instagram*, esta ha sido la red social donde más nos hemos publicitado y potenciado. Nuestro medio cuenta con más de 100 seguidores en dicha red social y tenemos una publicación con más de 1000 reproducciones y más de 250 *likes*. En ella, hemos podido realizar una publicidad efectiva dado el peso que tiene la imagen en la sociedad. También hemos podido promocionar nuestro canal de *Youtube* a través de las historias destacadas que ofrece esta plataforma. Con ellas hemos conseguido guardar para el disfrute del usuario todo el contenido subido organizado en carpetas.

3.4 Interactividad e Interacción

La interactividad es un punto muy importante en nuestro medio especializado. En el apartado quienes somos se puede observar toda la información relevante acerca del autor del contenido que se sube a la plataforma. En esta, también se puede consultar la imagen corporativa y los objetivos del medio. Por lo que respecta a la interacción con el usuario, la relación siempre ha sido cordial, desde el respeto, cuidando el lenguaje pero mostrando cercanía, ya que esta es una de las características de la comunidad.

4. FASE DE POSTPRODUCCIÓN

4.1 Plataforma web

De todas las páginas disponibles para diseñar una web hemos optado por hacerla con Wixsite.com. Esto se debe a la libertad que ofrece esta página a la hora de crear el medio de comunicación en comparación a páginas como Wordpress que son más limitadas en cuanto al libre albedrío de la creatividad propia.

Durante un par de días, estuvimos consultando foros para conocer la opinión de la gente y conocer la plataforma más escogida por la mayoría y las razones. Pese a aparecer Wordpress como la preferida por la mayoría de los usuarios, me decanté por Wix por los comentarios de la gente sobre la libertad que esta te dejaba en comparación con Wordpress.

4.2 Creación de contenidos para la web

Para la elaboración de los logos o las imágenes hemos utilizado dos aplicaciones muy útiles. La primera de ellas PicsArt, *app* gratuita, que nos permite realizar montajes y retocar imágenes a nuestro gusto. La segunda de ellas es Canva, que nos da total libertad para crear imágenes de todo tipo.

Para la elaboración multimedia hemos utilizado el programa de montaje Filmora9, un software de edición para Windows 10, considerado para muchos la alternativa asequible de Final Cut Pro de *Apple*.

En cuanto al contenido radiofónico hemos reservado un espacio de autocontrol que ofrece la Facultad de Ciencias Sociales de la Universitat Jaume I. Para el montaje de los programas utilizamos el Adobe Audition CC 2019.

Todo esto se pudo realizar gracias al contenido radiofónico grabado con nuestro teléfono móvil el cual almacenaba el audio con muy buena calidad. Para la realización de el contenido audiovisual reservábamos dos cámaras de fotos, dos trípodes, baterías y cargadores en el Labgest de la universidad.

5. Valoración final

5.1 Conclusiones

Hace un año no realicé el TFG por falta de motivación y por equivocarme a la hora de elegir la modalidad. Este año, puedo decir sin lugar a dudas que la elección ha sido la más correcta y acorde a mi persona. Esta modalidad reúne muchos aspectos tratados en la carrera y bajo mi punto de vista es la forma más adecuada de poner punto final al grado en periodismo. Como aspectos más destacados en la elaboración del medio resaltaríamos:

- **Aprendizaje y mejora en la creación de una página web:** Desde la aparición de Internet el periodismo se vio obligado a adecuarse a las necesidades del consumidor, necesidades que también cambiaron. Hasta la elaboración del medio para el TFG, nunca había creado una web tan elaborada invirtiendo una gran cantidad de horas en ella. Es cierto, que había creado alguna página web que otra pero no eran nada del otro mundo.

Bien es cierto, que Wix no lo había utilizado nunca y esto me llevó a investigar acerca de la plataforma. Esto me hizo aprender trucos y curiosidades de la página, todas ellas destinadas a mejorar mi sitio web.

- **Revivir y refrescar lo aprendido en en grado:** Una modalidad de TFG que te motiva y te hace revivir aspectos dados en el grado que creías olvidados. Además, la línea C2 te permite continuar con la plataforma una vez entregado el TFG. Mi intención es hacer exactamente esto, continuar con el medio dado el alcance y agenda de contactos que he ido haciendo a lo largo de este proyecto de más de 4 meses.

- **Organización y eficiencia:** Este trabajo me ha servido para crecer como persona. He aprendido que realmente la organización es muy importante y más en una profesión como en periodismo. La importancia de contactar con las fuentes con tiempo, el tener que ceñirse a una periodicidad continuada para publicar semanalmente, aspectos que las personas sabemos la importancia que tiene, pero que hasta que no tienes la necesidad real de hacer algo no te das cuenta de todo lo que importa ser organizado y eficiente.
- **Querer a la profesión:** La regla más importante. Querer a esta profesión y cooperar con el propio ejercicio de la misma a conseguir volver a llevar al periodismo donde estaba. Dejar de lado el sensacionalismo o dejar de premiar la rapidez a la buena redacción. El periodismo es una de las profesiones más bellas y sacrificadas del mundo. Derrochar pasión a la hora de hacerla, hecho que yo he conseguido elaborando este proyecto. Me he dado cuenta todo lo que me gusta el rap, pero sobre todo me he dado cuenta de como me gusta informar sobre ello.

5.2 Propuestas

Al igual que la elaboración de una pieza audiovisual la pueden realizar dos personas, vería bien que esta modalidad (C2) también se pudiera hacer de la misma forma. En Ciberperiodismo, cuando nos hacen crear un medio especializado, nos fraccionan en grupos de cuatro, sabedores de todo el tiempo que conlleva la creación de un espacio digital como este.

Resaltar la cantidad de horas que invertimos los alumnos que nos decantamos por esta modalidad en comparación con uno que se decide por el reportaje audiovisual. Poniendo los dos proyectos en una balanza, el nivel de trabajo no es equiparable.

Por último, resaltar lo dicho con anterioridad, mi intención es seguir publicando en la plataforma ya que durante estos meses me he podido adentrar muchos más a fondo en la cultura y puedo decir que me he enganchado a este mundillo todavía más.
3...2...1....¡TIEMPO!.

“El Hip Hop es mi vida, es todo lo que escucho, es todo lo que amo”

(Eminem)

6. EXECUTE SUMMARY

6.1 Introduction

Punchline is the result of the preparation of my Final Degree Project in Journalism and I chose the C line, more concretely in a specialized digital publication. The theme of the website is the rap. In this website we talk about of the most important themes of this music type. Rap is not accept by all the people because in the past this culture it had bad publicity for his humble origins but when the social networks appeared this started to change.

In this website interviews are notorius because this website is created by a rap fan for rap fans. For their is great get to know the freestylers well because this people is a example to a lot of childs who starts in rap and their dream is know their and sometimes it can't be possible. Punchline search the shape to do "real" their dreams, always as possible.

6.2 Objectives and justification

Since the first moment. we wanted to deepen in knowing the fans and knowing their pleasures, preferences or experiences in the culture because, nowadays rap is one of the most type of music that people talk about and listen. On the website, we wanted to take advantage of the features offered by the web 2.0 such as hypertextuality, interactivity and multimedia, themes that we studied in digital journalism.

The audience we are addressing to is mainly Spain, but a little part of our followers is from Argentina. In this country rap has a lot of people that follows the culture.

In terms of age, thanks to social networks such as Twitter and obviously Instagram, we we have been able to check that our users are between 14 and 26 years, mostly males but too females.

We wanted to get specific objectives with the web:

General Objectives

- **Information:** we mostly wanted to report aspects that are very relevant for the fans but too information but too report noticias from day to day because rap haven't got a lot of information coverage.
- **Entertainment:** The battles of the roosters are the most famous side of rap. These are pure entertainment. We have provided elements that encourage the interaction of the users with the platform to live a better experience. In this website, the entertainment is important.
- **Cohesion:** One of the objectives is that the new generations know the origins, the social causes that the culture defends and so they can judge in a clear way if they like rap or not.
- **Creation of a platform for suggestions, complaints and communication** with all the people who wants a special content, in this case, rap content. In Instagram, the feedback with the followers is high. Always we respond to the messages that they send us, answering questions or making collaborations with rappers to help them promote their content and thus to make themselves known. From Punchline, we bet on the roosters that have talent but have no means to prove it.

This fact we do it with the objective of improving the communication between the roosters and people. Also we trust what this type of actions, can demonstrate the value of Hip Hop and people don't judge the culture without stopping to meet her. For a lover of this kind of music as me, is a real demotivation when people who don't know you says that all of people who practice or listen rap are improductive people. Is frustrating.

Specific Objectives

- **Follow-up of the news:** Offer the most relevant information of what happened in the world of rap through the preparation of pieces such as news, chronicles of events held.
- **Eliminate prejudices:** Through all the sections available in the medium, it is about showing the most relevant facets of the culture in order to favor a good knowledge. In this way we will get the user to report correctly and not by false gossip.
- **Give voice to women and with it to equality:** In PUNCHLINE we bet for real equality in culture. For this reason, by means of the journalistic exercise we want to give voice to all those raperas that for lack of opportunities and not of talent have been deprived of participating in competitions.
- **Betting on new talent:** From PUNCHLINE, we bet on new talent and for that we have dedicated a section called "talented peaks". In it, we conducted interviews with unknown people but with a desire and incredible enthusiasm, aspects that PUNCHLINE, we value very much.

6.3 Preproduction phase (structure of the website)

Since the middle started, we had to contact many sources. Fortunately, we have met many people who have facilitated our work because most people has been disposed to help us with interviews, information or opinion.

The contents we have chosen had always had a purpose. The obligatory content was the following:

- **Creation of an audiovisual report:** we decided to focus our report it on the women's rap because the participation in official events is poor than men's. In Punchline supports all girls who like rap and have an illusion about it.
- **Elaboration of a photographic gallery:** we have fomented with his the interaction with our users. The events that we have covered have raised curiosity, especially the photos of the interview with Blon.
- **Creation of a radio report:** For this elaboration, we had to go to all the sites of Castellón and the surroundings where rap is practiced. So we get to get a good information to make the podcast.

Moreover, with the rest of the content we wanted to reinforce some objectives such as the culture, with articles of opinion about books, music or films.

6.4 Production phase

Regarding the structure used in the website, we wanted to accomplish one of the most basic characteristics of the web: not having to click more times to view all the information of the piece.

The social media we used were Twitter and Instagram. We also created a Youtube channel and a SoundCloud account and a contact mail too.

We had more interactivity in Instagram and Youtube. In Instagram we made a video to promote the interview with Blon.

This post counts with more than 2000 reproductions and 300 likes. Amazing. In Youtube too, we have a interview with more than 1000 views. In the channel we have 34 followers.

The difference with Instagram than others, has been that we made our audience participate with the stories of this app. The difference with Instagram than others, has been that we made our audience participate in the stories of this app offers.

As regards the web style, we thought about a elegant style. That's why the main colour is black with the letters of the articles red, symbolizing the blood, the punchline.

6.5 Postproduction phase

The program we decided to use for the webpage creation is Wix, for the following reasons: the possibilities that offers and the easy way for interactivity with our followers.

Also highlight, that for the elaboration of all the audiovisual contents we used the services that offer the Jaume I University such as Labgest of the Faculty of Social Sciences. Moreover, we used different apps as Canva o Picart to promote our journalism pieces.

6.6 Final evaluation / Conclusions

We had never designed a webpage but The elaboration of a specialized digital publication has allowed us to know the journalism world more immediate. With this type of TFG, we realized the importance of knowing how to handle yourself in all fields of the profession.

It was an amazing experience which made us enjoy and learn a lot. The result was positive because we could create a media outlet specialized in rap, musical genre that I consume, enjoy and inform me. That's great because I love it.

7. Webgrafía

- El Estilo Libre (2014). El estilo libre. Recuperado de: <https://www.elsestilolibre.com/>
- El V Elemento (2015). El V elemento. Recuperado de: <https://elvelemento.net/>
- Feliu, Bruno (2019, Junio, 15) ¿El Freestyle se está muriendo? [Web log post]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=aMuRamVMOco>
- Quesada, R (2019) Rodrigo Quesada. Recuperado de: <https://www.youtube.com/channel/UCcEmrJznBWlWfkNyGx50g>
- Pérez, R, B (2019). Eternamente. Madrid: Aguilar

8. Anexos

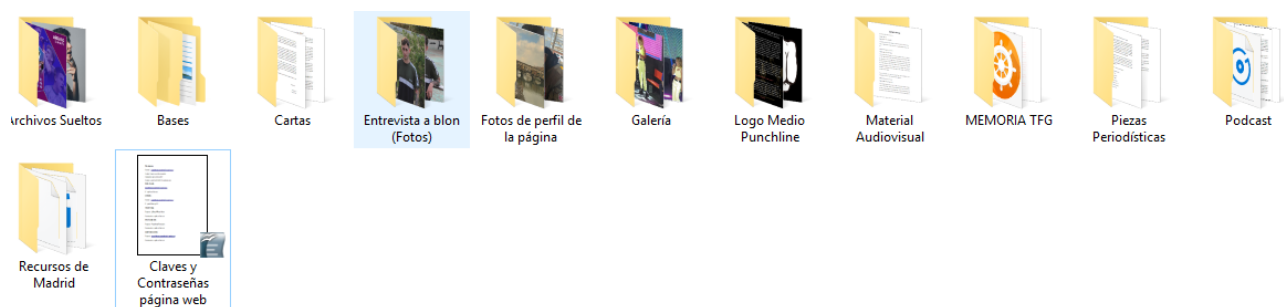
Cabecera de la web:



Logo de las redes sociales:



Organización del contenido:



TFG- Medio RAP > Material Audiovisual > Fotos

Nombre	Fecha de modifica...	Tipo	Tamaño
Entrevista a BRK	15/04/2019 20:22	Carpeta de archivos	
Entrevista a Dani Misil	26/04/2019 16:23	Carpeta de archivos	
Entrevista a Danilo Craps	06/06/2019 14:08	Carpeta de archivos	
Entrevista a Erika 2 Santos	30/04/2019 21:10	Carpeta de archivos	
Entrevista a Jesús Burriana (seudo)	17/04/2019 12:27	Carpeta de archivos	
Entrevista a Métrica	25/04/2019 15:33	Carpeta de archivos	
Entrevista a Zeta	26/04/2019 16:22	Carpeta de archivos	
Recortes SANTA CLARA	30/04/2019 21:16	Carpeta de archivos	
Recursos	29/04/2019 22:07	Carpeta de archivos	

PODCAST: (Planning): "El Rap en Castellón: historia y legado"

Sintonía de inicio: 20 segundos

El **Hip Hop** o **rap** es un género musical urbano surgido en la década de los 70 en EEUU, concretamente en el sur del **Bronx** y **Harlem, New York**. Los barrios bajos y la población afroamericana estadounidense son considerados los padres de esta cultura. El **hip hop** no sólo se ciñe al ámbito musical sino que consta de cuatro elementos, imprescindibles para describir esta cultura en su totalidad. Estos 4 elementos son: el **mc/rapping**, más conocido por DJ encargado de la música, el **Breaking**, la persona que baila, el **Graffiti**, donde se hace referencia al apartado visual y el dibujo y por último, el **rapero**, encargado de poner la voz y la oratoria. (45s)

A día de hoy este movimiento se ha extendido por todo el globo llegando a los rincones más insólitos del mundo. **Castellón** no ha sido un excepción, sus versos y melodías se escuchan cada sábado en las céntricas plazas de la ciudad.

En la provincia de **Castellón**, el **rap** está asentado desde los años 80. La localidad de **Vinaroz** fue pionera en adoptar esta cultura. De allí era DJ **sync**, **rapero**, el cuál ha inspirado a toda una generación de gallos locales. Un ejemplo de ello es **Dani**, **rapero** local de la ciudad que destaca por ser uno de los instauradores de la cultura en la capital de la Plana. Sus fiestas, conocidas como **Dani party** fueron el punto de reunión de todos los exponentes locales de la cultura, haciendo así, que la gente se conociese y que el movimiento fuera creciendo en la ciudad. Para **Dani** los **DJs** son cruciales en la cultura:

Corte de voz **Dani**:

Por cada 1 millón de mc, hay un dj. Entonces...DJ sync es el que más, vamos sin dj sync no hubiera habido rap en Castellón" (19s)

El camino que inició DJ **Sync**, fue seguido por todos. Con el paso del tiempo y debido al auge que empezó a tener el **rap** en la ciudad, **Pub's** locales como el **Revolucion** o **L'espurna** empezaron a introducir este género en su **planning** de conciertos. Muchos jóvenes empezaron a verse identificados en la cultura y los valores que **defiende**. Es el caso de **Dani**, **mc** veterano del circuito que se convirtió en un referente por empezar a

practicar algo impopular. Mas conocido por **BRK**, con 16 años descubrió una genero musical como ninguno.

Corte de voz **BRK**:

"Si tengo que quedarme por una faceta del rap, diria el mensaje que tiene y la facilidad que tiene un chaval de desahogarse haciendo musica sin tener esos dotes para hacerla. Siempre nos han enseñado que para hacer musica hay que tener un formación profesional. Aparte también está el mensaje, tu eres libre. (24s)

Pese al gran auge que ha tenido el **hip hop** en **Castellón** en los últimos años, estos pioneros del **rap** local hicieron frente a los prejuicios que arrastra la cultura desde sus orígenes. Más en una ciudad de provincias, pequeña, burguesa y culturalmente diferente, muy distante de esos barrios afroamericanos que vieron nacer a este género musical.

Para **Pseudo**, **rapero** local y estudiante de doble grado de ADE y derecho, la razón de esta mala imagen está en el desconocimiento de la gente.

Corte de voz **Pseudo**:

"El rap vende unos valores que en la sociedad actual están mal vistos. Pero solamente son por prejuicios, por gente que externamente ve una cosa, cuando internamente al conociese lo que es el rap, no pensaría lo mismo" (11s)

Gracias a las redes sociales, plataformas como **youtube** y a organizaciones como Red **Bull** Batalla de los Gallos, el **rap** ha pasado de ser un género musical marginado a aceptado. Para **Dani** **Misil**, **rapero** veterano del circuito castellonense, este cambio está acercando a muchas personas al **rap**.

Corte de voz **Dani** **Misil**:

"Gracias a eventos como la FMS, dirigida por **Urban Roosters, está consiguiendo que mucha gente conozca la cultura y no la juzgue sin criterio. Ahora el rap y la improvisación es más corriente y ya no se ve como algo tan marginal como históricamente se ha hecho". (14s)**

Un sábado cualquiera a las 5 de la tarde, los viandantes que pasan por la plaza Santa Clara o el **Skate Park** escuchan los versos improvisados de los amantes de la cultura. En **Castellón** el **rap** ya no se esconde. A medida que avanza la tecnología y las plataformas digitales, cada día son más los jóvenes que se suman a este movimiento musical, muchos con el beneplácito de sus padres, hecho que hace 10 años era inviable. Esto se debe a la tecnología, que ha posibilitado un conocimiento transparente de una cultura rica en valores y compañerismo.

PARA MÁS INFORMACIÓN NO OLVIDES SEGUIRNOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES @PUNCHLINERAPM, EN INSTAGRAM Y @RAPMPUNCHLINE, EN TWITTER.

PUNCHLINE: **Rap** desde un punto de vista diferente (13s)

Sintonía de cierre - 20s

GUIÓN LITERARIO REPORTAJE AUDIOVISUAL de PUNCHLINE

Guión Reportaje Audiovisual

(Entrada – Primeros Planos **Punchline**) 22'

Desde la aparición de las redes sociales y de plataformas como **Youtube**, el **rap** se ha convertido en un fenómeno de masas, especialmente las batallas de gallos, competiciones donde el **rapero** fluye con una base de fondo. Su reputación es tanta que casi todas las ciudades hispano hablantes las organizan. Cada día son más los jóvenes que siguen esta cultura, históricamente más practicada por hombres que por mujeres.

(Plano **Punchline** escaleras)- 9s

Pero en la actualidad, las mujeres han dado un paso al frente, atreviéndose, compitiendo y cargándose a las espaldas la historia de una cultura, en su origen discriminatoria.

(00'42" a 1'49") (22s)

En los años 70, en los barrios bajos de **New York**, esta cultura surgió por la necesidad de buscar un estilo musical con el que la población afroamericana se sintiese identificada. Las mujeres han empezaron a ser importantes por el 2008/2009, cuando **Jas** empezaba a batallar en los escenarios de **Red Bull**, más de 30 años después de la aparición de la cultura (hasta plano métrica)

(Plano Parque **Madrid**) (1'04- 1'16 (12" total))

Los parques y plazas servían de escenario para practicarla. Las paredes servían para representarla. Con el tiempo el **rap** y el interés de la gente fue creciendo. Fue ahí cuando en cultura se empezaron a ver a personas de piel blanca pasando a ser de un cultura discriminatoria a **integracionista**.

(Plano chica verde hasta Batalla **Erika**) (1'17s – 1'49s) (32" total)

A día de hoy ya van apareciendo las primeras caras visibles representado a la mujer en la cultura. Es el caso de Sara Socas y **Erika 2 Santos** en España o el de **Métrica** en **Castellón**. Pese a no conocerse, todas comparten unos mismos objetivos: dar voz a la mujer en las batallas y demostrar la igualdad que existe entre ambos sexos en las batallas. En la regional de **Cádiz** de este año, celebrada el 11 de

mayo, tanto Sara Socas como **Erika** participaron para ganarse un puesto para la final nacional de **Barcelona**. Era la primera vez que dos mujeres participaban en la misma competición. Ahora confían en que cunda el ejemplo y que cada vez se escuchen más voces femeninas improvisando versos en competiciones oficiales.

CORTE DE VOZ DE ERIKA: (1'50" – 2'06")

(Plano oso Panda **graffiti**) (2'07" a 2'45" (38s))

Sus orígenes humildes y el gran tumulto que se forma en las batallas, entre otras, han hecho que esta cultura este mal vista a ojos de los medios y la sociedad. Por ello, muchas mujeres han tenido que soportar juicios de valor hacia su persona por gustarle el **rap** sometiéndose a comentarios criticándolas y muy pocos apoyándolas. La presión social o de grupo suele jugar un papel crucial a la hora de decantarse por empezar en la cultura o reprimir esas ganas por hacerlo. Muchas mujeres reciben el apoyo de su círculo más cercano, otras deben luchar contra viento y marea por hacer lo que les gusta.

CORTE DE VOZ DE METRIKA: (2'46" – 2'56")

(Plano escenario San Cristóbal) (2'57" – 3'03)

CORTE DE VOZ DE ERIKA: (3'04" – 3'23")

Planos (3'24- 3'36") - 12s

Pese a todas las piedras que se han encontrado en el camino, las mujeres no se achantan. El **rap** les proporciona una voz propia en una sociedad que está todavía lejos de la igualdad real. Así lo reflejan sus temas, centrados en temas de importancia social como la denuncia del maltrato, el **bullying** o la **homofobia**.

Planos **Métrica** Tema (3'36" a 3'46")

Planos de (3'47" a 4'13") – 20 s

Gracias a las redes sociales o a plataformas como **Youtube**, cada día el **freestyle** se abre más puertas en las casas de muchas jóvenes, animándolas a través de sus melodías, valores y experiencias a empezar a practicarla. Una cultura despreciada que con el paso de los años se ha convertido en la poesía del siglo XVI y a diferencia con el pasado, la mujer busca su lugar en el devenir de esta corriente urbana. La igualdad en el **rap** será un hecho, gracias a estas pioneras.

CORTE DE VOZ DE ERIKA: (4'14" – 4'35")

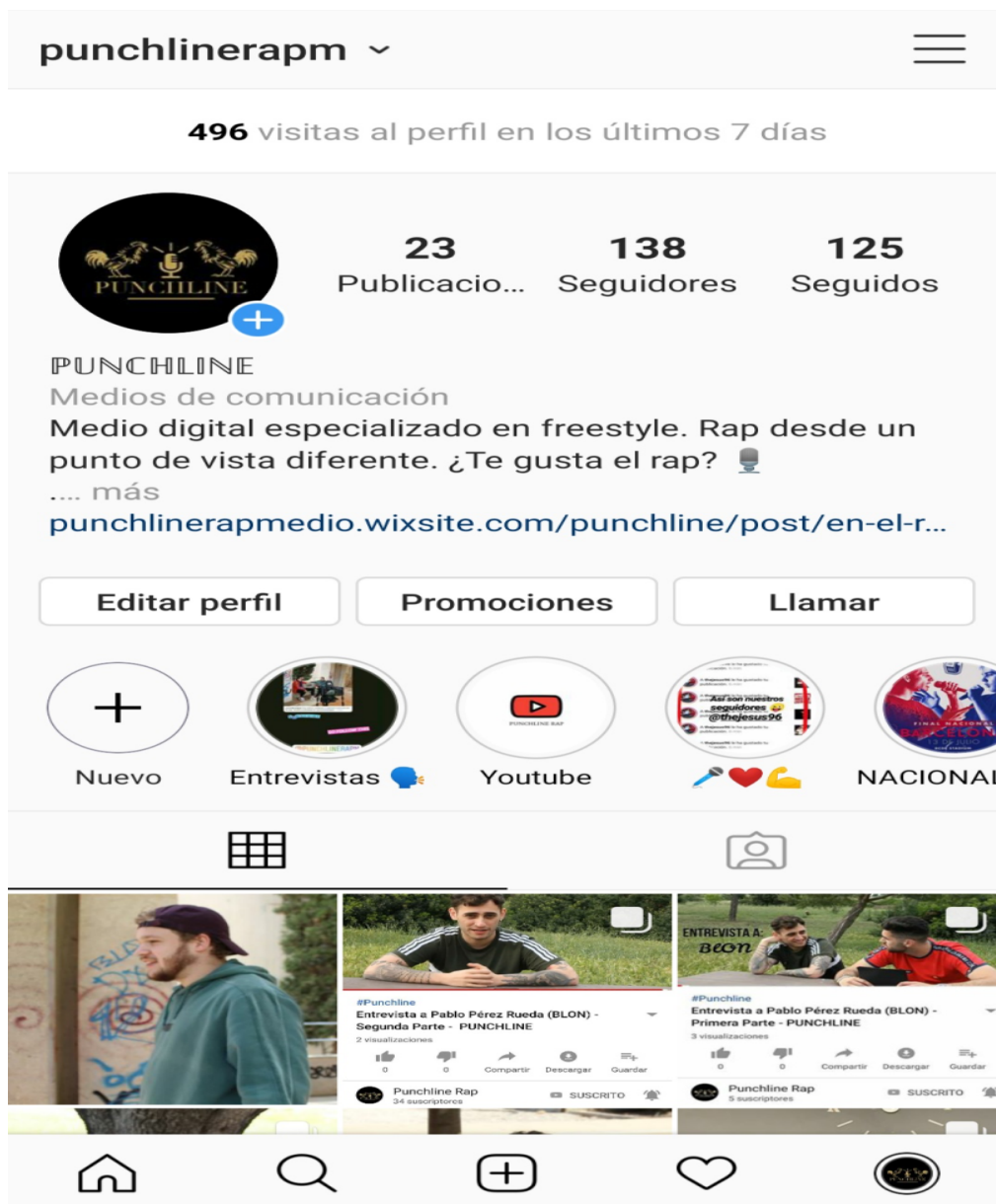
FINAL (MÚSICA DE FONDO KHAN)- (4'36" - 4'55")

REDES SOCIALES: Twitter, Instagram y Youtube

- Twitter:



Instagram:



Nuestro perfil en Instagram



punchlinerapm •
Castellón de la Plana, Spain



[Ver estadísticas](#)

[Promocionar](#)



Le gusta a [r_bouman](#) y **41 personas más**
punchlinerapm ¡NUEVAS ENTRADAS EN LA WEB! Entrevista
a [@metrika_](#) y [@d_danielsilva97](#), baluartes y expo... y más
4 de junio



Ejemplo de una publicación en Instagram

Youtube:

- Portada de nuestro canal -

Punchline Rap
45 suscriptores

PERSONALIZAR CANAL VERSIÓN BETA DE YOUTUBE STUDIO

INICIO VÍDEOS LISTAS DE REPRODUCCIÓN CANALES COMENTARIOS MÁS INFORMACIÓN >

Videos subidos ▶ REPRODUCIR TODO






- Teaser entrevista a BRK - PUNCHLINE -
16 visualizaciones • Hace 1 día
- Entrevista a Pablo Pérez Rueda (BLON) - Segunda...
223 visualizaciones • Hace 6 días
- Entrevista a Pablo Pérez Rueda (BLON) - Primera...
1,2 mil visualizaciones • Hace 1 semana
- Entrevista a Alejandro (Zeta) - PUNCHLINE
57 visualizaciones • Hace 2 semanas
- Entrevista a Jesús (Pseudo) - PUNCHLINE
29 visualizaciones • Hace 2 semanas

- Nuestro vídeo más reproducido -

#Punchline
Entrevista a Pablo Pérez Rueda (BLON) - Primera Parte - PUNCHLINE
1.292 visualizaciones

123 1 COMPARTIR GUARDAR ...

- Comentarios de nuestros seguidores al vídeo más reproducido -

-  **Nestor14vm** Hace 1 semana
Grande blon , este año la nacional es tuya . (Con 42 letras que dividido entre dos es 21 que dividido entre 3 es 7 para que te de buena suerte 🍀😁) te quiero crack
- 👍 14 🗨️ ❤️ RESPONDER
- Ver 2 respuestas ▾
-  **bemetaaa** Hace 6 días
bajen la musica para la siguiente , queremos escuchar al entrevistado . gracias
- 👍 11 🗨️ ❤️ RESPONDER
-  **joansa12** Hace 1 semana
Pablo perez,gran idolo por su gran ingenio y su cultura
- 👍 7 🗨️ ❤️ RESPONDER
-  **Jule03x** Hace 1 semana
Creo que este canal puede llegar lejos
- 👍 4 🗨️ ❤️ RESPONDER
-  **Karol Ruiz** Hace 3 días
Amo a este hombre, es demasiado Pro. Multifacético: deportes, cultura general, poeta, rapero y gran gran persona. Abrazo 🤗 y ¡ole, tú!

- Descripción y estadísticas de nuestro canal de Youtube -

Descripción

Canal destinado a complementar y mejorar el medio digital especializado sobre rap, Punchline. En este canal se subirá contenido únicamente relacionado con el mundo del freestyle. Entrevistas y reviews será lo más destacado al principio, pero no descartamos ir ampliando las secciones a medida que vayamos creciendo.

3...2...1...¡Tiempo!

"Punchline", Rap desde un punto de vista diferente.

Estadísticas

Fecha de incorporación: 30 may. 2019

1.815 visualizaciones

