

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA:
COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:
FOTOREPORTAJE DE LAS PRÁCTICAS COMUNICATIVAS Y LOS
NUEVOS ESCENARIOS DEL HIP HOP

AUTORAS:
DANIELA GERMANIA IBARRA PAREDES
EVELIN DENNIS VALDIVIESO VILLENA

TUTORA:
ISABEL ANTONIA PAREDES ORTIZ

Quito, abril del 2016

Cesión de derechos de autor

Nosotras Daniela Germania Ibarra Paredes, con documento de identificación N° 1804500104 y Evelin Dennis Valdivieso Villena con documento de identificación N° 1715427819, manifestamos nuestra voluntad y cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autoras del trabajo de titulación: FOTOREPORTAJE DE LAS PRÁCTICAS COMUNICATIVAS Y LOS NUEVOS ESCENARIOS DEL HIP HOP, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de Licenciadas en Comunicación Social, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada.

En concordancia, suscribimos este documento en el momento que hacemos la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



.....

Daniela Germania Ibarra Paredes

1804500104



.....

Evelin Dennis Valdivieso Villena

1715427819

Abril 2016

Declaratoria de coautoría del docente tutor/a

Yo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el trabajo de titulación FOTOREPORTAJE DE LAS PRÁCTICAS COMUNICATIVAS Y NUEVOS ESCENARIOS DEL HIP HOP, realizado por Daniela Germania Ibarra Paredes y Evelin Dennis Valdivieso Villena, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, abril de 2016



Isabel Antonia Paredes Ortiz

Cédula de identidad: 1716429756

Dedicatoria

Dedico este trabajo de titulación primero a Dios por permitirme cumplir un objetivo más en mi vida, a mi mamá por todo su amor, apoyo y esfuerzo de padre y madre, lo cual me ha permitido cumplir con mis metas, a mi amado esposo e hijo que han sido la fuente de amor incondicional cada día y la razón para luchar con más fuerza, a mi hermana por su cuidado, guía y ejemplo, a mi tío Luis por su amor y desempeño profesional, que hoy estaré siguiendo sus pasos, a Eva por su apoyo total y amistad verdadera.

Daniela Ibarra Paredes

Dedico este trabajo de titulación a mi familia por su amor, apoyo, esfuerzo y cariño brindado durante todo el transcurso de la carrera, este apoyo ha sido fundamental para desarrollarme como profesional y como ser humano, un apoyo especial durante toda la carrera ha sido Daniela que juntas hemos salido adelante con esta meta alcanzada.

Evelin Valdivieso

Agradecimiento

Agradecemos a Isabel Paredes por haber guiado cada paso para la realización de este proyecto y por su apoyo en cada aspecto del mismo con total profesionalismo, a todos y cada uno de los catedráticos de la Carrera de Comunicación Social por haber impartido sus conocimientos para el correcto desempeño profesional.

Índice

Introducción	1
Metodología	4
Pre – Producción	5
Tabla 1. Ficha técnica	6
Sinopsis	7
Fuentes.....	8
Contenido del producto	8
Producción y Realización.....	8
Post producción	10
Resultados	12
Las Prácticas comunicativas en el Hip Hop.....	12
Las relaciones sociales e identidad estereotipada en el Hip Hop	15
Los nuevos escenarios del Hip Hop	17
Foto reportaje sobre las prácticas comunicativas del Hip Hop	18
Conclusiones	21
Referencias.....	23

Índice de Anexos

Anexo 1. Página de Facebook El Arte Comunicativo del Hip Hop	25
Anexo 2. Análisis de Aceptación por medio de Me gusta en Pagina de Facebook	26
Anexo 3. Análisis y Aceptación de Página de Facebook por cada Publicación..	26
Anexo 4. Análisis por número de personas que vieron las publicaciones.....	27
Anexo 5. Análisis de Me gusta por Dispositivos Electrónicos en Facebook.....	27
Anexo 6. Logotipo del Book Fotográfico El Arte Comunicativo del Hip Hop ...	28
Anexo 7. Página de Portada del Book Fotográfico El Arte Comunicativo del Hip Hop	28
Anexo 8. Contraportada del Book Fotográfico El Arte Comunicativo del Hip Hop	29
Anexo 9. Presupuesto del Producto	29
Anexo 10. Cronograma de Realización del Producto.	32

Resumen

El fotoreportaje: "El arte comunicativo del Hip Hop", fue realizado con el objetivo de analizar el carácter de las prácticas comunicativas del Hip Hop como constructoras de identidad en la ciudad de Quito, proponiendo nuevos escenarios comunicativos de esta cultura juvenil, generando una ruptura acerca de los estereotipos marcados, exponiendo una mirada diferente de sus prácticas y estableciendo un vínculo más estrecho con la realidad social.

La identidad del Hip Hop se refleja a través de sus prácticas comunicativas, mediante los cuatro elementos que son: Mc, Dj, grafiti y break dance, es así que se puede identificar estas expresiones artísticas por medio de sus líricas, imágenes y bailes. Estas prácticas han generado nuevos escenarios visibilizados a través de este producto comunicacional, que se narra en 40 fotografías, dentro de un book digital fotográfico.

Las relaciones sociales y las prácticas comunicativas del Hip Hop han sido referentes importantes en los procesos de identificación, posicionamiento ideológico y social, para la realización de este fotoreportaje, enriqueciendo y otorgando relevancia académica, por lo que se ejecutó un estudio de caso e inserción dentro de esta cultura juvenil.

La asistencia a varios eventos, han hecho posible resaltar estas prácticas mediante la toma de fotografías en las que se plasman su identidad y los nuevos escenarios, obteniendo así la creación de un producto comunicativo relevante. La investigación tomó lugar mediante entrevistas realizadas a algunos de sus exponentes y la asistencia a conciertos, sumando a esto la investigación académica del tema.

Abstract

The photo report: "The communicative art of Hip Hop" was carried out in order to analyze the nature of the communication practices of Hip Hop as the construction of identity in the city of Quito, proposing new communicative scenarios of this youth culture, generating a break of the stereotypes about marked, giving a different view of their practices and establishing a closer link with the social reality.

The identity of Hip Hop is reflected through communication practices by the four elements: Mc, Dj, graffiti and break dance, so that you can identify these artistic expressions through their lyrics, images and dances. These practices have created new scenarios made visible through this communication product, which is told in 40 photographs, in a digital photo book.

Social relationships and communication practices of Hip Hop have been important figures in the process of identification, ideological and social position, for the realization of this photo report, leading the enrichment and academic relevance, with a case study executed and insertion within this youth culture.

Attendance at various events have made it possible to highlight these practices by shooting in which their identity and new scenarios are reflected, thus obtaining the creation of a relevant communicative product. The research took place through interviews with some of its exponents and attending concerts, adding to this the academic research on the subject.

Introducción

En la sociedad actual, las prácticas comunicativas influyen de manera significativa en el proceso de construcción de identidades en los jóvenes, sin embargo, este tipo de expresiones artísticas también han generado procesos de rechazo y discriminación hacia los integrantes de estos grupos culturales urbanos. En este proyecto se pretende identificar a las practicas comunicativas como constructoras de identidad y cómo estas generan nuevos escenarios comunicacionales y sociales.

Mediante un book digital fotográfico llamado “El arte comunicativo del Hip Hop”, se busca evidenciar el carácter de las prácticas comunicativas de esta cultura urbana como constructoras de identidad en los nuevos escenarios de la ciudad de Quito, y, a su vez, contrarrestar las miradas excluyentes que existen en la sociedad hacia las expresiones de estos grupos.

Para la realización de este fotoreportaje se ejecutó un proceso previo de investigación donde se analizaron las formas en las que se construye la identidad dentro del Hip Hop en Quito y el papel que cumplen las prácticas comunicativas de estos grupos en los nuevos escenarios visibilizados, inmersos en las dinámicas culturales de este movimiento.

En este producto se pretende entender el mundo de esta cultura juvenil a partir de fotografías que demuestran el carácter de las prácticas comunicativas como constructoras de identidad en el Hip Hop y cómo se manifiestan en los nuevos escenarios, para de esta manera enfocarnos en la visibilización de estas prácticas de manera positiva y así rescatar su lucha contra la violencia de género, el poder por la lucha del espacio público y privado, la inclusión con otras culturas juveniles y la fusión de culturas ancestrales, en los entornos creados para su esparcimiento, donde se

fomenta la ruptura del pensamiento social discriminatorio frente a la identidad del Hip Hop, y los estereotipos generados por las construcciones sociales a este grupo en específico.

Como parte del proceso de investigación del fotoreportaje, se realizó una indagación bibliográfica en temas principales como lo son: los estereotipos, la cuestión del género, el lenguaje verbal y no verbal, la identidad y la cultura Hip Hop; estas referencias teóricas permitieron trabajar la temática elegida, trabajando a Habermas J. Teoría de la acción comunicativa; 2007, Garcés A. Nosotros los jóvenes; 2009, Guerrero P. La 2Cultura; 2002, Knapp M. La comunicación no verbal; 2009, Villaseñor E, Estética fotográfica; 2015, entre otros.

Además se analizaron los conciertos, talleres y encuentros artísticos de la ciudad de Quito, determinando que las prácticas comunicativas son constructoras de identidad en los nuevos escenarios. La selección de estos eventos fue determinada de acuerdo al grado de importancia y relevancia que tuvieron dentro del tema de investigación, como la realización de murales, talleres de expresión corporal, ensayos musicales, conciertos, etc.

La relevancia social de este producto radica fundamentalmente en el crecimiento y la notable visibilización que ha tenido el Hip Hop en los últimos años en la ciudad de Quito, como en toda Latinoamérica, sobre todo entre los más jóvenes, este incremento ha generado una evolución interna y externa, sobre la identidad del Hip Hop que se manifiesta a través de sus prácticas. Por otro lado, al ser este un trabajo de titulación de la Carrera de Comunicación Social, durante la ejecución del producto enriquecimos nuestro ámbito profesional, ya que mediante la realización del foto reportaje se evidencian todos los conocimientos técnicos y teóricos adquiridos a lo largo de la

carrera, por medio del cual se expresa la sensibilidad de sus prácticas comunicativas, generando mayor destreza en el ámbito fotográfico y el uso de herramientas técnicas.

En este fotoreportaje se reflejan las expresiones artísticas del movimiento Hip Hop las cuales son generadoras de identidad dentro de esta cultura juvenil, generando así nuevos escenarios dentro y fuera del mismo movimiento, para dar a conocer la identidad del grafitero, rapero, Dj y break dancer.

Metodología

El book digital fotográfico tuvo como punto de partida la asistencia a varios eventos realizados en la ciudad de Quito, con el fin de analizar el carácter de las prácticas comunicativas como constructoras de identidad en los nuevos escenarios del Hip Hop.

El proceso de investigación previa y la realización del fotoreportaje se llevaron a cabo desde el mes de junio hasta septiembre de 2015, tomando como ámbito temporal el desarrollo del Hip Hop en los últimos 5 años en la ciudad de Quito, para poder tener un mejor abordaje del tema. Se trabajó en la sierra norte del Ecuador, provincia de Pichincha, ciudad de Quito; específicamente en los barrios La Florida, La Ronda, Centro histórico, La Floresta y Sector la Carolina, en distintos eventos correspondientes al movimiento Hip Hop realizados dentro de la ciudad como conciertos, encuentros artísticos, talleres, etc.

El origen de la investigación tiene como fuente documental una indagación bibliográfica a profundidad en la cual se ven reflejados los temas relacionados con la problemática, se utilizó el método cualitativo mediante técnicas como la entrevista a profundidad, la entrevista a expertos y la observación participante. La entrevista a profundidad se realizó a Santiago Haro de la comunidad NINA SHUNKU, a Ana Cano integrante del grupo “Black Mama” y a Salomé Cisneros, del Colectivo Warmis Organizadas.

La entrevista a un experto fue realizada a Patricio Guerrero, docente de la Carrera de Comunicación Social, para poder comprender los aspectos fundamentales de este producto, como es la identidad dentro de una cultura y dentro de las practicas

comunicativas del movimiento, e Isabel Paredes, docente de la Carrera de Comunicación Social de la UPS, cercana al movimiento Hip Hop.

Se efectuó también una cobertura fotográfica de ensayos musicales, presentaciones y eventos que involucraron las cuatro prácticas comunicativas del Hip Hop: el Mc o rap, el break dance, el Dj y el grafiti. Como caso de estudio concreto se trabajó con grupos musicales, colectivos, artistas internacionales del grafiti y eventos relacionados con esta cultura juvenil.

Una vez terminado el proceso de investigación se realizó el producto final que consiste en un book digital fotográfico de 40 fotografías, con énfasis en las prácticas comunicativas en las que se busca mostrar la identidad del Hip Hop –Mc, Dj, grafiti y break dance. El book fotográfico consiste en identificar las expresiones de arte que se mezclan con los nuevos escenarios como son: el género, la interculturalidad, el vínculo de distintos tipos de arte, la incidencia del espacio público y el privado, la organización y lucha por la toma del espacio, la fusión de la ancestral con lo actual y la fusión con otras culturas juveniles.

Pre – Producción

En el proceso de preproducción se analizó en qué eventos se tomarán las fotografías, como conciertos, talleres, *open house* y eventos públicos, los cuales estuvieron enfocados en la temática del proyecto; estos eventos fueron elegidos ya que cumplían las características necesarias para ser parte del producto, como era la realización de expresiones artísticas de Hip Hop en nuevos escenarios comunicativos de la ciudad de Quito.

Para el levantamiento de la información y las fotografías se tomó en cuenta a grupos musicales como “Black Mama and the White Niggaz”, y “Secta Selecta”; a colectivos como “Movimiento Sarta”, “Nina Shunku”, “Warmis Organizadas” y a eventos como el concurso de “Grafiti por una Cultura de Paz”, y “Warmi Paint”, el primer festival urbano en Quito liderado por mujeres.

Por otra parte, se realizó un primer machote del producto, enfocándonos en la estructura previa del book fotográfico, el mismo que es digital y contiene 35 páginas, divididas en tres bloques: el primer bloque se enfocó en el grafiti y las prácticas visuales del Hip Hop, el segundo bloque destinado al break dance y el tercero al Mc y DJ. El producto está empaquetado en PDF para ser publicado en la plataforma INDI, sección InRevista, de la Carrera de Comunicación Social de la UPS. El formato de las fotografías es JPG.

Tabla 1. Ficha técnica

Título:	“Las prácticas comunicativas y los nuevos escenarios de comunicación del Hip Hop”
Año:	2016
Género:	Foto reportaje
Número de fotos :	40 fotografías
País:	Ecuador
Dirección :	Daniela Ibarra
Producción:	Evelin Valdivieso
Productora:	GUAYABA Producciones

Público Específico:	Adultos de 20 a 35 años de edad con un nivel socio económico de tipo medio a medio alto, con un grado educativo universitario, que son usuarios de la red social Facebook y con afinidad al Hip Hop.
Número de secciones:	Tres secciones
Descripción Técnica :	Formato fotoreportaje
Tipo de archivo	JPG
Nombre del producto:	El Arte comunicativo del Hip Hop
Dirección y Producción:	Evelin Valdivieso, Daniela Ibarra
Cámaras:	Evelin Valdivieso, Daniela Ibarra y Geovanny Arteaga
Edición y Postproducción:	Evelin Valdivieso, Daniela Ibarra
Difusión:	Se lo realizó a través una Fan Page en la red social de Facebook, para determinar la aceptación y valoración del producto mediante un análisis propio dependiendo del contenido.
Materiales técnicos:	Cámara: Nikon D7100- D300. Lentes fotográficos Nikon: 18-55 Estándar, 50mm. Luces: Lowell pro para entrevista. Rebotador, Flash.

Nota: Ficha técnica del producto fotográfico “EL ARTE COMUNICATIVO DEL HIP HOP”

Elaborado: Daniela Ibarra y Evelin Valdivieso

Sinopsis

Producto editorial, elaborado por dos estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana, por un libro fotográfico, empaquetado en una revista digital y compuesto por 40 fotografías capturadas en diversos eventos

realizados en la ciudad de Quito, que narran las prácticas comunicativas del Hip Hop, tales como el break dance, el Mc, Dj y el grafiti, y su papel como constructoras de identidad en los nuevos escenarios.

Fuentes

El origen de la investigación tiene como fuente documental una indagación bibliográfica a profundidad en la cual se ven reflejados los temas relacionados con la problemática.

Se ha realizado inserción con colectivos, asistencia a eventos y entrevistas, a Patricio Guerrero, docente de Comunicación Social, Ana Cano, vocalista de grupo musical “Black Mama”, Salomé Cisneros perteneciente al colectivo “Warmis Organizadas” y Santiago Haro líder del movimiento “Nina Shunku”.

Contenido del producto

El presente producto está compuesto por 40 fotografías, en las cuales se visibiliza los escenarios y las prácticas comunicativas del Hip Hop, empaquetadas en un libro fotográfico digital dividido en tres secciones, como el break dance, el grafiti, y el Mc, Dj, capturadas en distintos escenarios y eventos, tales como conciertos, *open house*, eventos públicos, parques, centros culturales, etc.

Producción y Realización

El producto se realizó desde el mes de julio del 2015 hasta el mes de noviembre del 2015. En julio se asistió al evento en la Casa Pukuna donde se apreció un encuentro de Mc y Dj, con la presentación de “Black Mama” y “Secta Selecta”, de este evento se obtuvo un total de 45 fotografías. En el mismo mes se acudió a varios ensayos del grupo “Black Mama” en una productora, obteniendo 100 fotografías.

En el mes de agosto se presenció a un *open house* en el que se realizaron talleres de break dance, de canto, y grafiti, con un total de 200 fotografías capturadas.

Se asistió al evento público denominado “primer concurso de grafiti para una cultura de paz”, en el parque la Carolina, donde se apreció el grafiti en buses de la ciudad de Quito, presentaciones de diversos grupos de Hip Hop y break dance, del cual se obtuvo 106 fotografías. En septiembre se realizó un encuentro de grupos de Hip Hop en el club Taita Rock, obtenido 180 fotografías, y finalmente en el mes de noviembre se realizó el evento “Warmi Paint”, que tuvo lugar tres días en diversos sitios de la ciudad de Quito, con un total de 240 fotografías capturadas.

Así, para el mes de noviembre de 2015 se contaba con un total de 665 fotografías de todos los eventos asistidos, tomando en cuenta que los eventos están correlacionados entre sí con prácticas comunicativas del Hip Hop antes planteadas: Mc, Dj, grafiti y break dance.

Se capturaron fotografías en Plano general, esto para resaltar el escenario y las personas que se encuentran en el mismo como en conciertos, talleres, etc. Con el Plano americano sobresale la interpretación o expresión corporal, como son los movimientos de break dance, grafiti y Mc. Para exponer la intensidad en la expresión facial en ensayos musicales, conciertos, etc., se utilizó el Primer plano.

En algunas fotografías se utilizó la angulación en picado para resaltar la superioridad sobre el objeto capturado en la fotografía, y con el ángulo contra picado se busca generar realce al objeto enfocado como se ve en conciertos, ensayos y talleres.

Post producción

La edición del producto se realizó en los meses de octubre y noviembre, empezando con la selección del material y la edición de fotografías en Adobe Photoshop CC, Adobe Lightroom y Adobe Ilustrador CC.

La selección del material tomó una semana y el tiempo de edición de las fotografías se realizó en seis semanas entre los meses de octubre y noviembre, la diagramación y el empaquetamiento del producto tomó tres semanas en el mes de diciembre y la corrección final se la realizó en el mes de enero.

En la composición fotográfica, el encuadre y el punto de vista jugó un papel primordial para la realización de este fotoreportaje ya que de esta manera existen objetos y sujetos que sobresalen en la narrativa, de la misma manera sucede con el efecto de colores, como es la técnica de desaturación de máscaras (blanco y negro) que se utilizó en el foto reportaje para resaltar los objetos y sujetos más importantes en la composición.

La estructura y diagramación del book fotográfico se diseñó en la plataforma Adobe Ilustrador, con el fin de poder modificar las texturas y colores del diseño. Las fotografías fueron distribuidas en mosaicos fotográficos y fotografías en tamaño grande, conjuntamente con un texto de acompañamiento y una introducción en cada uno de los bloques.

La estructura de las páginas está compuesta por una o dos fotografías con pie de foto y, cuando la fotografía amerita, se detalla una explicación de la misma. Al inicio de cada sección existe una explicación del tema y está estructurada de la siguiente

manera: La fotografía, el nombre de la sección y en la página siguiente la narrativa general. (Ver anexo 6, 7, y 8)

La aceptación del producto se evaluó mediante un análisis de la página de Facebook: “El arte comunicativo del Hip Hop”, en donde se subieron las fotografías del book fotográfico, y los contenidos del fotoreportaje. Mediante las herramientas que brinda Facebook se observó un cuadro estadístico que nos muestra los datos de visitas al *Fan page* y de igual forma el porcentaje de aceptación. (Ver Anexos 1, 2, 3, 4, 5)

Resultados

Para la realización del fotoreportaje fue necesario definir los principales conceptos que se utilizaron durante el desarrollo de este producto, como son: prácticas comunicativas, nuevos escenarios de comunicación, expresiones artísticas, comunicación no verbal, identidad, estereotipos, y culturas juveniles.

Las Prácticas comunicativas en el Hip Hop.

Partiendo de Aquileana (2007) y Varona (2009), se entiende como práctica comunicativa a toda expresión que a través de signos y símbolos generan una significación donde se entabla una interrelación para entender los mensajes de manera eficaz, es así que en el Hip Hop estas prácticas se ven reflejadas a través de las expresiones artísticas que se realizan en este movimiento, emitiendo mensajes que reflejan su posicionamiento ideológico, que en algunos casos se manifiesta en contra de la hegemonía y el poder.

Así, según Barrera (2013) una práctica comunicativa es la

Capacidad basada en un conjunto de conocimientos que habilitan a los integrantes de un grupo social para producir y comprender eficazmente mensajes con significado sobre cualquier aspecto del mundo por diferentes medios y códigos y en diversos contextos de la vida social.
(Barrera, 2013, pág. 10)

Es decir, según Barrera (2013), las prácticas comunicativas se manejan mediante saberes y experiencias, que dan lugar a la representación y formación de las

identidades con significado en el mensaje, para producir y comprender estos mensajes se depende de un contexto comunicativo.

Las prácticas comunicativas de esta cultural juvenil, como señala Garcés (2011), están reguladas y representadas por las ideologías que mediante la comunicación y el lenguaje se exteriorizan, de esta forma transmiten sus creencias específicas en sus manifestaciones tales como el, grafiti, break dance, Dj y Mc.

El Hip Hop es una forma de expresión ya que por medio de sus prácticas comunicativas plasma su posicionamiento frente al poder y a las diversas realidades sociales, como menciona Garcés (2011), estas prácticas constituyen la unión de audio, movimiento, ritmo, emociones y sensaciones con sus expresiones.

El Hip Hop es una herramienta de comunicación extrema porque es la coyuntura entre muchas esferas altas y el gueto, el pueblo, la gente que está en las calles; es una herramienta de queja, de exposición social, de visibilización de realidades en situación de riesgo. (Cano, 2015)

El Hip Hop a través de sus prácticas comunicativas manifiesta una herencia cultural de queja, de lucha y resistencia frente al poder. Este legado viene del origen del movimiento Hip Hop a finales de los años 60 en barrios populares Neoyorkinos, un movimiento compuesto por subculturas marginales, afro descendientes y latinos, identificados por sus bailes, líricas, música y pintura, ideologías que muestran la lucha de clases y la búsqueda de la identidad propia en un contexto urbano y capitalista, como resistencia frente a la dominación. (Reyes, 2013) (Rap Nica, 2009) (Cano, 2015) (Paredes , 2015)

La concepción clásica del Hip Hop se centra en la existencia de cuatro aspectos de la cultura: el Mc, el Dj, el break dance y el grafiti, estos pilares o “elementos” del movimiento se ven reflejados en sus prácticas comunicativas tanto verbales como no verbales. El lenguaje verbal es toda comunicación oral o escrita manejando el paralenguaje y los sonidos con la voz.

El paralenguaje se refiere a como se dice algo y no a que se dice. Tiene que ver con el espectro de señales vocales no verbales establecidas alrededor del comportamiento común del habla. (Knapp, 2009, pág. 24)

En el Hip Hop el Mc, cumple un papel importante dentro del paralenguaje ya que su medio de expresión es la vocalización; en la modulación de la voz se ve reflejada su intencionalidad y la manera de pronunciar y canta sus líricas. Mientras que la forma escrita del lenguaje hace referencia a las representaciones gráficas de signos y símbolos.

En las comunicaciones verbales del Hip Hop, se debe entender que la sintaxis y la semántica son partes importantes en la significación del mensaje; por ejemplo, el Mc o maestro de ceremonias maneja estas dos partes de la lingüística en las letras de sus canciones, para dar a conocer su identidad y su ideología.

El lenguaje no verbal está compuesto por el lenguaje corporal e icónico. Lo corporal es todo movimiento, gesto, olor y vestimenta, que transmite algún mensaje. Lo icónico son todos aquellos códigos universales, semi universales, secretos o particulares de un grupo específico. (Lenguaje Verbal, no verbal y paraverbal, 2014)

En el Hip Hop las expresiones no verbales se manifiestan principalmente en las expresiones faciales al momento de cantar, las posturas del cuerpo en el break dance y el movimiento corporal en general a todas sus prácticas comunicativas.

Las relaciones sociales e identidad estereotipada en el Hip Hop

En este estudio se considera que la identidad es una construcción generada a partir de símbolos, rituales y características comunes hacia un grupo específico con relaciones sociales de pertenencia que permiten que los individuos se posicionen en un colectivo y a la vez se diferencien frente a otros. (Gonzales & Fexia, 2013) (Flores, 2005)

Las relaciones sociales del Hip Hop generan elementos simbólicos que son identificados y diferenciados por su entorno social, su identidad se ve reflejada a través de las prácticas comunicativas, como son el break dance, el grafiti, el Dj, y el Mc, estos elementos son los símbolos y rituales que caracterizan a esta cultura juvenil, de esta forma crean pertenencia en su entorno y al mismo tiempo se diferencian de otras culturas.

La identidad es por lo tanto una construcción ideológica que se edifica en una continua dialéctica relacional entre la identificación y la diferenciación, entre la pertenencia y la diferencia; esto implica el encuentro dialogal, la comunicación simbólica con los otros. (Guerrero Arias, 2002, pág. 102)

Es decir que el concepto de identidad se genera mediante una interacción social por la cual se comparten rasgos culturales como costumbres, valores y creencias, que a su vez genera una identidad personal. Es así que el individuo crea su propia identidad, y

a partir de ésta se vincula a un grupo específico; es por lo tanto la interacción social la que genera una conciencia individual, con la que el individuo se identifica.

Siguiendo a Lady Pink (2015), en el Hip Hop la interacción social de las prácticas comunicativas se ven envueltas en las relaciones sociales históricamente dinámicas y antagónicas de nuestro tiempo, donde se evidencia que el lenguaje y el significado son expresivos de una realidad conflictiva y de la desigualdad social, que muchas veces han sido criminalizadas e incluso algunas de sus exponentes han muerto por la realización de estas prácticas comunicativas.

Los estereotipos que se han generado alrededor de las personas integrantes de esta cultura juvenil y sus prácticas comunicativas, asocian al Hip Hop con aspectos negativos de la sociedad, basados en sus expresiones artísticas. En este sentido, siguiendo a Stuart Hall y Du Gray, (2003) “el estereotipo reduce los rasgos de una persona, los exageran, simplifican y fijan la diferencia” (Hall, 1997, pág. 441), es decir las prácticas comunicativas se ven envueltas en los estereotipos negativos.

El estereotipo en otras palabras, parte del mantenimiento del orden social y simbólico. Establece una frontera simbólica entre lo “normal” y lo “desviante”, lo “normal” y lo “patológico”, lo “aceptable” y lo “inaceptable”, lo que “pertenece” y lo que no pertenece al “otro” entre internos y externos, nosotros y ellos. (Hall, 1997, pág. 9)

Históricamente los esterotipos en el Hip Hop no se plasman únicamente desde una visión externa, como lo es la criminalización de sus prácticas, sino también desde los

propios integrantes de esta cultura juvenil, expresados en prácticas machistas y exclusión de la otredad; es así que hoy en día se identifica en los nuevos escenarios al Hip Hop como un movimiento más inclusivo.

Los nuevos escenarios del Hip Hop

Se consideró que los nuevos escenarios en el Hip Hop se ven reflejados en cuatro aspectos que se detallan a continuación: 1) La importancia que tiene la mujer como exponente de esta cultura ya que su participación ha sido mucho más activa en los últimos años. 2) La organización que tiene esta cultura por la lucha del espacio, que muchas veces ha sido negado y limitado por el Estado, y que ha conformado un nuevo escenario dentro de este movimiento. 3) El vínculo desde otro tipo de arte; en los últimos años se ha generado la inclusión y la interrelación con otras culturas juveniles fusionando al Hip Hop, como por ejemplo: la música fusionada con el punk, con rock, etc. 4) La vinculación con lo tradicional y ancestral, como los grafitis de culturas indígenas y el activismo social.

La mujer no ha sido visibilizada históricamente como un exponente importante dentro de esta cultura, esta problemática ha generado la creación de nuevos espacios con respecto al género, teniendo una participación mucha más activa y reconocida de la mujer dentro la cultura Hip Hop y su importancia e influencia histórica en este movimiento.

La inclusión de varios movimientos culturales y la colaboración de los mismos en las prácticas comunicativas del Hip Hop, hace que se cree un nuevo escenario, un vínculo con otro tipo de arte, fusionando así otros movimientos culturales con el Hip Hop, rompiendo estereotipos que conllevan a la exclusión social. El Hip Hop a su vez se ha

caracterizado por su posición contra hegemónica y el activismo social, creando un nuevo espacio que responde a realidades sociales actuales, vinculadas con lo tradicional y ancestral.

La incidencia del espacio público y el espacio privado visto como un nuevo escenario, radica en la transcendencia histórica de la negación del uso de estos espacios para la creación de murales o grafiti, a la lucha constante para el uso de los mismos y el reconocimiento de esta práctica como una expresión artística. La organización de este movimiento ha sido perseverante para, en este sentido, ser visibilizadas sus demandas y ser reconocidas por sus prácticas, que los identifica, rompiendo estereotipos generados en la sociedad sobre ellos.

Así, consideramos que el Hip Hop utiliza el espacio público para dar a conocer su identidad desde las prácticas comunicativas y romper estereotipos fijados por la sociedad, mediante la lucha y la organización para la toma de este espacio, de esta manera poder ser visibilizados. El espacio público cumple dos funciones fundamentales desde la perspectiva de (Carrión, 2004): 1) elemento que le da sentido y forma a la vida colectiva, ya que es el centro de la vida urbana, lugar donde se parte, donde se llega y desde donde se estructura la ciudad. 2) elemento de representación y reconocimiento social, donde los pueblos se apropian de sus espacios simbólicos y su memoria histórica con el fin de exteriorizarlos.

Fotoreportaje sobre las prácticas comunicativas del Hip Hop

Las prácticas del Hip Hop analizadas en el proceso de investigación realizado han sido representadas fotográficamente, tomando a la fotografía como un referente de la

realidad de manera objetiva y con relevancia social de un colectivo o un individuo. Como menciona, Villaseñor (2015) “las fotografías están sujetas a definiciones categóricas delineadas por significados que parten de la observación, la interpretación, el discurso ideológico, formal o retórico, y la naturaleza misma de los canales de comunicación utilizados” (Villaseñor, 2015, pág. 26), es decir que el foto reportaje debe basarse en: la objetividad, para plasmar la realidad de la imagen teniendo en cuenta su entorno; la actualidad, enfocarse en un tema de relevancia social; y la narrativa, al tener una secuencia fotográfica y una narración de la misma para que sea entendible.

El fotoreportaje de manera técnica expresa la intencionalidad que el autor pretende mostrar, de esta forma la percepción de la imagen se desempeña de manera creativa para transmitir el mensaje por medio de luces, sombras o colores, planos, ángulos y una extensa cantidad de recursos técnicos. (Villaseñor, 2015)

En éste foto reportaje se pretende hacer una representación de la realidad desde las expresiones artísticas del movimiento Hip Hop, ya que estas contienen signos y símbolos, que se immortalizan mediante fotografías.

El lenguaje audiovisual a constituido un complejo código de signos que tienen por función representar la realidad... el lenguaje de la imagen es algo vivo en permanente desarrollo. (Aparici, García , Fernández, & Osuna, 2012, pág. 51)

La expresión narrativa de la fotografía “ha desbordado los límites de la palabra escrita convirtiéndola en una forma específica de comunicación” (Aparici, García , Fernández, & Osuna, 2012, pág. 47), esto permite que se pueda apreciar una historia mediante imágenes en las cuales se aprecia la realidad del momento y la finalidad de este fotoreportaje.

En la fotografía se deben cumplir ciertos requerimientos técnicos como son el encuadre, la luz, el color, el tamaño, el formato, etc. De esta manera se enfoca una concepción de la realidad que se plasma en la imagen.

Conclusiones

- Mediante el fotoreportaje realizado se ha evidenciado que las prácticas comunicativas del movimiento Hip Hop son generadoras de identidad ya que reflejan su posicionamiento ideológico frente a realidades sociales, que a su vez integran a otros movimientos culturales para la realización de las mismas, creando así uno de los nuevos escenarios observados en este producto.
- La organización y la lucha constante de los miembros de este movimiento ha conllevado a la obtención de espacios y reconocimiento social, es así que sus prácticas ahora se las puede apreciar en murales alrededor de la ciudad, en la creación de conciertos, en talleres artísticos, etc.
- Los nuevos escenarios observados dentro del movimiento Hip Hop han trascendido los estereotipos creados por la sociedad, estos escenarios se han podido reflejar a través de este producto observando una fusión cultural al momento de integrar miembros de otras culturas para la realización de eventos; el papel de la mujer dentro de este movimiento ha cambiado la forma de mostrar a la mujer, ahora se ve reflejada como un actor importante dentro de las prácticas comunicativas; y la organización y la lucha constante que mantiene este movimiento han resaltado notablemente su acción social.
- El arte del Hip Hop ha logrado alcance importante como medio de expresión y comunicación, que refleja su potencial artístico en la creación de murales o grafiti, Mc, Dj y break dance, convirtiéndolo en una cultura urbana y un modelo de vida.
- El fotoreportaje jugó un papel fundamental, ya que al plasmar la identidad del Hip Hop mediante sus prácticas comunicativas se logró evidenciar un

constante cambio dentro de este movimiento, como es combinar ritmos, figuras, bailes, etc.

- El Hip Hop como ha logrado romper los estereotipos plantados por la sociedad, como es la idea de criminalidad y, machismo estas dos principalmente han generado un cambio dentro del movimiento ya que se ha dado la inclusión a la mujer dentro de sus prácticas comunicativas. La idea de criminalidad se ha de espacios para sus expresiones.
- Este fotoreportaje ha evidenciado que el Hip Hop como movimiento ha transformado sus prácticas comunicativas mediante relaciones sociales, generando identidades y construyendo posicionamiento ideológico y social.
- Los nuevos escenarios planteados nacen y se construyen mediante el aprendizaje de diversas culturas ancestrales y culturas juveniles que logran que este movimiento se innove, generando así nuevas prácticas comunicativas, como se ha evidenciado en murales, talleres, eventos y mingas.
- El producto tiene un aporte social ya que según el estudio que hemos realizado el Hip Hop aporta un concepto diferente que el estereotipado por la sociedad, mostrando una mirada diferente conjuntamente con lo público y lo privado, como por ejemplo las mingas, los murales artísticos, los espacios generados como la casa que tiene la organización Nina Shunku, etc.

Referencias

- Cano, A. G. (13 de 07 de 2015). Que es el Hip Hop. (D. Ibarra, Entrevistador)
- Aparici, R., García , A., Fernández, J., & Osuna, S. (2012). *La imagen analisis y representacion de la realidad*. Barcelona, España: Gedisa.
- Aquileana. (18 de 12 de 2007). *La Audacia de Aquiles*. Obtenido de Jünger Habermas: “Teoría de la Acción Comunicativa”: <https://aquileana.wordpress.com/2007/12/18/junger-habermas-teoria-de-la-accion-comunicativa/#comment-35406>.
- Barrera, M. R. (2013). <http://www.uaeh.edu.mx/virtual>. Recuperado el 24 de 06 de 2015, de Universidad Autonoma del Estado de Hidalgo: <http://www.uaeh.edu.mx/virtual>
- Calvopiña Revelo, M. (2009). Análisis comunicacional de las transformaciones del espacio público. . *Tesis*. Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad Politecnica Salesiana.
- Carrión, F. (2004). Espacio Publico punto de partida para la Ateridad. *Flacso*, págs. 55-79.
- Educativo, P. (09 de 07 de 2014). *Lenguaje Verbal, no verbal y paraverbal*. Obtenido de Portal Educativo: <http://www.portaleducativo.net/octavo-basico/179/Lenguaje-verbal-no-verbal-paraverbal#>
- Flores, I. (2005). *Identidad Cultural y el sentiiento de pertenecia a un espacio social en discución*. y El Hombre.
- Garcés Montoya, A. (2011). *Juventud y comunicación Reflexiones sobre prácticas comunicativas de resistencia en la cultura hip hop de Medellín*. Medellin: Redalyc.

- García Martínez, A. (2008). Identidades y Representaciones Sociales: La construcción de las minorías. *Revista crítica de ciencias sociales y jurídicas*, 18,12.
- Gonzales , Y., & Fexia, C. (2013). *Construcción Histórica de La Juventud de América Latina*. Santiago: Cuarto Propio.
- Groups, H. (27 de 07 de 2005). *Cultura del Hip Hop*. Obtenido de Una Corta Historia de la cultura Hip Hop, el rap, turntablism y Grafiti.: <http://www.hhgroups.com/editorial-hiphop/personales/cultura-del-hip-hop-5218/>
- Guerrero Arias, P. (2002). *La Cultura*. Quito, Pichincha, Ecuador: Abya-Yala.
- Hall, S. (1997). *Representación: Representaciones Culturales y prácticas significantes*. Londres: Sage Publications.
- Hall, S., & Du Gray, P. (2003). *Cuestiones de Identidad cultural*. Buenos Aires: Amorrurto editores.
- Knapp, M. (2009). *La comunicación no verbal*. Barcelona, España: Paidós.
- Paredes , I. (11 de 10 de 2015). Tesis Hip Hop. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Pease, A., & Pease, B. (1990). *Comunicación no verbal "El Lenguaje del Cuerpo"*. Barcelona: Paidós.
- Pink, L. (2015). Grabación conferencia Warmi Paint. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Rap Nica. (01 de 01 de 2009). *Rap Nica*. Obtenido de Gohan Records: <https://gohanrecords.wordpress.com/historia-del-hip-hop/>
- Reguillo, R. (2007). *Emergencia de culturas Juveniles estrategias del desencanto*. Colombia: Editorial Norma.
- Reyes, S. (2013). *Hip- Hop*. Obtenido de Liniazero.com: <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&cad=rja&uact=8&ved=0CDwQFjAFahUKEwiCwbuh6P7IAhUGKiYKHX>

diC5c&url=http%3A%2F%2Fwww.liniazero.com%2FcmsFiles%2Fcatalog%
2Fhiphop.pdf&usg=AFQjCNEsjNyOWnYX-
DOPl3dXV8ZIBcfDeA&sig2=zMTpDN_gdzvvglb

Souza, M. (2010). Los conceptos estructurales de la investigación cualitativa. *Salud Colectiva.*, Volumen 6.

Van Dijk, T. (2006). *Ideología una aproximación multidisciplinaria*. Sevilla: Gedisa.

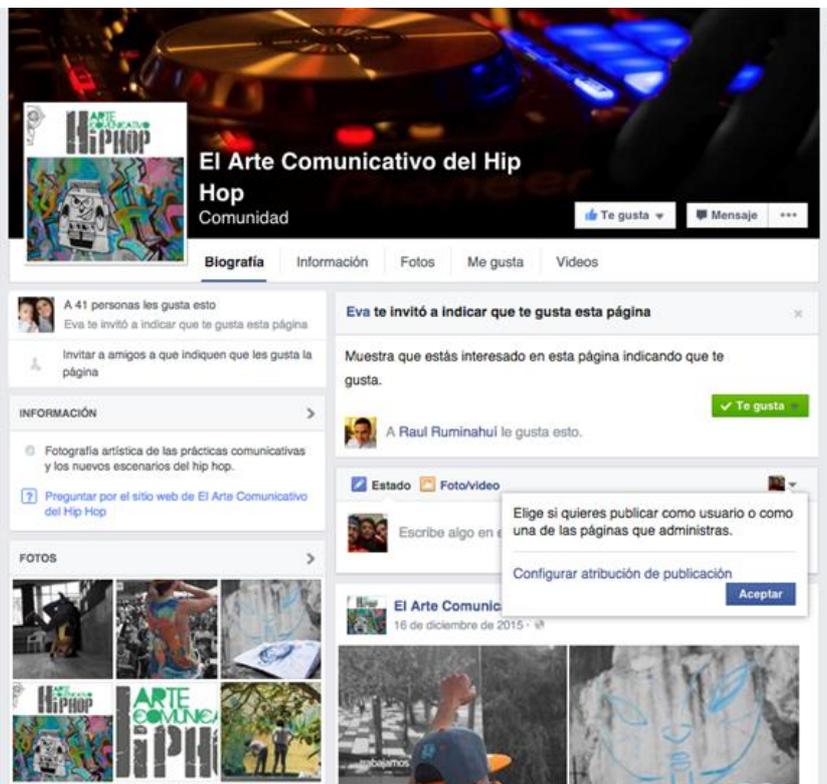
Varona Madrid, F. (2009). *La Intervenciónpreciativa*. Barranquilla: Uninorte.

Villaseñor, E. (2011). *Géneros Fotográficos: Fotografía, fotoperiodismo, Foto documentalismo*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Villaseñor, E. (2015). *Ética Fotográfica. Ética y fotoperiodismo*. Mexico: UAM.

Anexos

Anexo 1. Página de Facebook El Arte Comunicativo del Hip Hop



Elaborado por Facebook, 2016

Anexo 2. Análisis de Aceptación por medio de Me gusta en Pagina de Facebook



Elaborado por Facebook, 2016

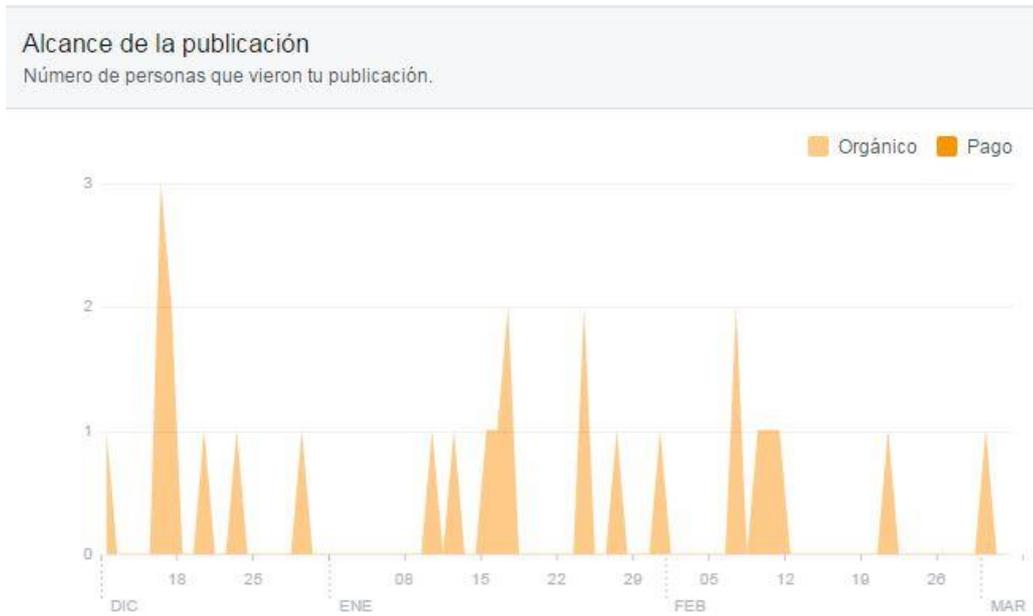
Anexo 3. Análisis y Aceptación de Página de Facebook por cada Publicación.

Alcance: orgánico/pago | Clics en publicaciones | Reacciones, comentarios y veces que se compartió

Fecha	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Participación	Promocionar
16/12/2015 10:14	Fotos de la publicación de El Arte C	Imagen	Global	12	0	Promocionar publicación
08/12/2015 9:37	https://www.youtube.com/watch?v=	Video	Global	28	2	Promocionar publicación
08/12/2015 9:26	El Arte Comunicativo del Hip Hop	Imagen	Global	7	4	Promocionar publicación
08/12/2015 9:25	Warmi Paint, evento de empoderami	Imagen	Global	16	1	Promocionar publicación
22/11/2015 11:23	Fotos de la publicación de El Arte C	Imagen	Global	27	0	Promocionar publicación
22/11/2015 11:12	Las prácticas comunicativas de un d	Imagen	Global	25	0	Promocionar publicación
22/11/2015 10:53	Foto de portada de El Arte Comunic	Imagen	Global	1	0	Promocionar publicación

Elaborado por Facebook, 2016

Anexo 4. Análisis por número de personas que vieron las publicaciones



Elaborado por Facebook, 2016

Anexo 5. Análisis de Me gusta por Dispositivos Electrónicos en Facebook



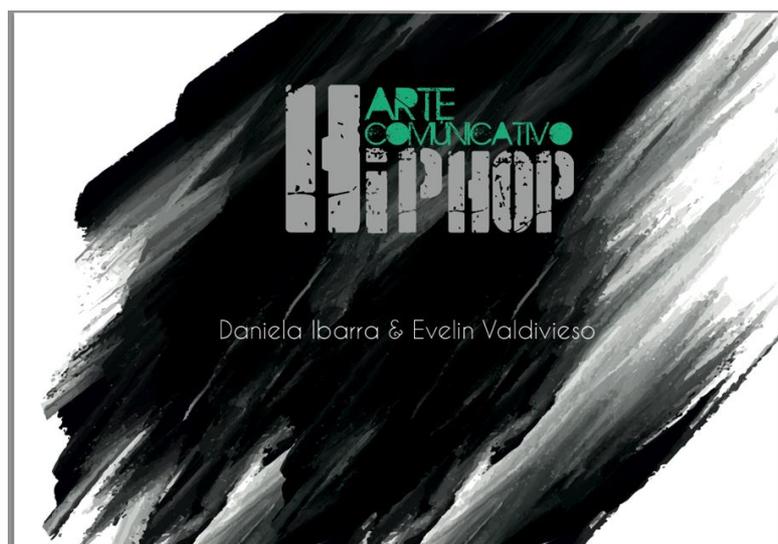
Elaborado por Facebook, 2016

Anexo 6. Logotipo del Book Fotográfico El Arte Comunicativo del Hip Hop



Elaborado por Evelin Valdivieso, 2015

Anexo 7. Página de Portada del Book Fotográfico El Arte Comunicativo del Hip Hop



Elaborado por Daniela Ibarra y Evelin Valdivieso, 2015

Anexo 8. Contraportada del Book Fotográfico El Arte Comunicativo del Hip

Hop



Elaborado por Daniela Ibarra y Evelin Valdivieso, 2015

Anexo 9. Presupuesto del Producto

PRESUPUESTO		
Pago personal - Edición - Producción - Fotografía (Director - Asistente)		1200,00
	Recursos Técnicos.	
	Cámara Fotográfica Nikon D7100	1200,00
	Cámara Fotográfica Nikon D300	500,00
	Trípode Manfrotto	150,00

	Flash inalámbrico	80,00
	Rebotador de dos caras	30,00
	Batería – Nikon D7100	40,00
	Luces Lowel Pro	545,00
	Computadora Mac Book Pro 15 pulgadas	1000,00
	Programas Adobe Ilustrador y Adobe Photoshop	800,00
	Movilización	
	Evento Quito, por una cultura de paz	6,00
	Evento Taita Rock	4,00
	Evento casa Pukuna	10,00
	Evento Warmi Paint 3 días	15,00
	Evento Cumanda	3,00
	Evento Open House	25,00
	Entradas y Gastos Operativos	8,00
	Evento Quito, por una cultura de paz	20,00
	Evento Taita Rock	20,00
	Evento casa Pukuna	4,00

	Evento Warmi Paint 3 días	14,00
	Evento Open House	12,00
	Diagramación Book Fotográfico 2 semanas	280,00
	Imprevistos (5%)	400,00
	TOTAL DEL PROYECTO	6366,00

Elaborado por: Daniela Ibarra y Evelin Valdivieso

