

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNIMINUTO

FACULTAD:

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PREGRADO EN COMUNICACIÓN GRÁFICA

PROYECTO DE GRADO

RAP... UN SOLO GÉNERO, DISTINTOS

CAMINOS.

PRESENTADO POR:

AMAURY FELIPE ROZO GONZALEZ

1 PROBLEMA

1.1 Introducción

Con base al relato hecho por el Dj BOGGIE ROC, Un Dj colombiano que toca música **RAP** y **DANCEHALL** a nivel nacional e internacional patrocinado bajo la marca de REDBULL, quien lleva más de 15 años indagando sobre esta cultura, se concluye que la música Rap nace en los Estados Unidos sobre la década de los 70s y 80s en las ciudades de Nueva York y Los Ángeles, por medio de las fiestas que se solían hacer en los barrios marginales de estas ciudades. Allí solía escucharse música como; EL SOUL, EL BLUES y LA MUSICA DISCO, esta última considerada la más comercial de la época.

En algunas fiestas al principio se hacían batallas o duelos de Dj's (Disk Jokey) y a esto, tiempo después se le sumaron los Mc's (Maestros de Ceremonia), donde habiendo 2 o más competidores, estos se disputaban el título al más experto según el ánimo y apoyo del público hacia estos exponentes, quienes tenían un tiempo límite para demostrar sus habilidades en estilo libre (improvisación o Free Style); tanto como los Dj's en los tornas mesas, como los Mc's en los micrófonos. (Material de recolección 1).

Actualmente la música Rap o Hip Hop en Colombia como se le ha empezado a conocer en los últimos años a nivel mundial, ha tenido una importante evolución tanto en letras como en imagen gracias al mismo cambio que ha tenido en los demás países del mundo. Pero la falta de divulgación en Colombia respecto a este cambio conceptual y al género en sí, se ha estancado debido a la poca comercialización y participación que se le ha dado en la industria musical de nuestro país.

Por eso se crea la necesidad de contar y mostrar la evolución que ha tenido la música Rap o Hip Hop en Colombia por medio de una campaña publicitaria dirigida y segmentada a los jóvenes que frecuentan los bares de la zona rosa de Bogotá, dado a que la intención de este proyecto es subir de nivel o categoría y volver más comercial este género musical, mostrando que a pesar de ser música creada en los barrios marginales en diferentes ciudades del mundo, puede tener aplicaciones o ser escuchadas y usadas por distintos jóvenes con niveles socio económicos distintos. Campaña que recurrirá a canciones, discos, presentaciones y piezas gráficas de los artistas que son muestra de este cambio y evolución conceptual.

1.2 Problemática

Con el pasar del tiempo la música Rap en Colombia y sus exponentes se han encargado de mostrarle a la gente contenidos demasiado explícitos, agresivos, con letras contestatarias y mensajes de odio, crítica, molestia, irrespeto, necesidad, hambre, pobreza, hurtos, muertes, pandillas, guerras y otros tantos que ayudaron a establecer una imagen social negativa de los artistas y partidarios que apoyan este género musical, todo esto a causa de las temáticas tratadas en sus discos. Como lo hacían los grupos musicales Bogotanos de “LA ETNIA” “GOTAS DE RAP” y “ESTILO BAJO”. (Cantantes que vivían en sitios marginales de la ciudad de Bogotá, barrios como LAS CRUCES, CIUDAD BOLIVAR y LOS MARTIRES, cuya realidad sigue siendo dura y agresiva)

Actualmente en Colombia la música Rap o Hip Hop ha tenido una importante transformación a nivel estético, intelectual, conceptual y musical, influenciado por la evolución que tuvo en el resto del mundo. Cambios que han influido en las letras, ritmos, comportamientos, vestimenta y pensamientos, mejorando de esta manera el ejemplo o mensajes que reciben los jóvenes que escuchan este tipo de música.

Debido a los referentes históricos y la poca representación que tiene de la música Rap o Hip Hop en el sector de la Zona Roza de Bogotá, el supuesto he imagen que existe de éste género musical es pobre, escaso, anticuado y limitado a comparación de las nuevas propuestas que se han hecho por parte de los artistas urbanos en los últimos años, por eso se crea la necesidad de mostrarle a los jóvenes que frecuentan esta zona la transformación que ha tenido la música Rap o Hip Hop en nuestro país, poniéndola al mismo nivel competitivo y comercial de los demás géneros musicales. Es por eso que se escoge esta zona, por ser uno de los sectores con más diversidad musical y concentración de jóvenes al norte de la ciudad.

Según la entrevista realizada al Dj BOOGIE ROC, los artistas que son muestra real de esta nueva imagen y concepto musical en el Rap o Hip Hop colombiano son: JAYMVEE y CHOQUIBTWON, exponentes que con diferentes fusiones, propuestas y letras positivas han logrado ser parte de esta evolución, aun siendo personas que crecieron y se criaron en barrios humildes.

JAYMVEE



BIOGRAFIA JAYMVEE

Jay M Vee (nació el 26 de agosto de 1982 en Bogotá, Colombia). MC y productor fundador del sello independiente SMART REVOLUTION RECORDS. Quien Inicia su carrera artística a mediados de los 90's con el grupo musical urbano CLAN HUESO DURO, grupo del

cual años más tarde deja ser integrante para hacer una revolución más personal y a partir de ese momento ha dedicado su vida entera a la música y a la cultura Hip Hop. Gracias a su constante evolución, hoy en día es considerado uno de los Mc's y Productores más reconocidos del país.

Debido a su constante evolución ha sido invitado a eventos de gran magnitud en Colombia y el exterior, además de recibir reconocimientos por su labor como productor y MC. Su música se caracteriza por ser positiva y dejar una clara imagen de su personalidad que siempre da un mensaje de paz y tolerancia al público.

Más de 14 años de vida artística, fundador de su propio sello disquero, productor musical de exitosos álbumes, participante en importantes eventos, su dedicación, entrega y amor al arte. Lo han hecho merecedor del respeto y la admiración de muchos alrededor del mundo

(<http://dedica.la/artist/JAY+M+VEE/biography>)

CHOCQUIBTOWN



BIOGRAFIA CHOQUIBTOWN

CHOCQUIBTOWN es una banda colombiana del género de Hip hop y de música alternativa *. Se ha convertido en una de las bandas latinoamericanas con mayor renombre internacional. La

mezcla de sonidos urbanos y folclor del litoral pacífico han logrado el éxito de manera independiente; convirtiéndose en los embajadores de la música colombiana por el mundo. Su innovador sonido fusiona el funk, el hip hop norteamericano, el reggae jamaicano y elementos de la música electrónica para producir elaborados beats (pistas); así mismo con los ritmos tradicionales de la costa Pacífica colombiana, tales como bunde, currulao, bambazú y aguabajo; con otros de Latinoamérica y el Caribe como la salsa.

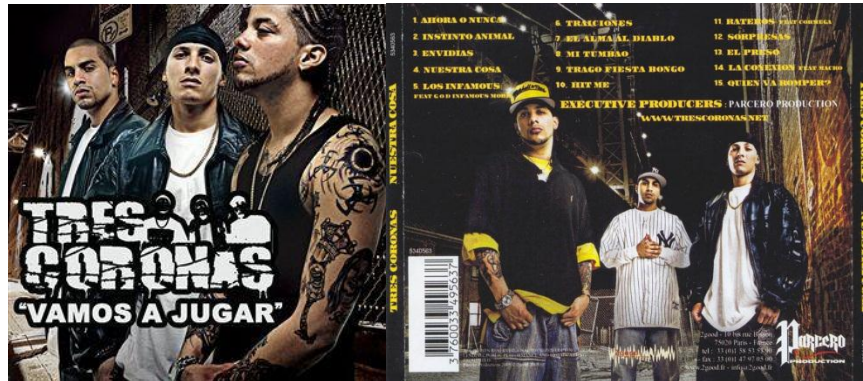
CHOC QUIB TOWN (Chocó Quibdó Nuestro pueblo), nombre con el que rinden homenaje a la tierra donde nacieron, Goyo, Slow y Tostao crean en el año 2000 y que al pasar del tiempo se ha convertido en una propuesta musical que ha alcanzado expectativas más allá de las imaginadas, no solo por sus integrantes, que han puesto en este proyecto sudor, lagrimas, amor y toda la pasión que sienten por su música; también por la gente del Pacífico Colombiano y Colombia que poco a poco ha ido reconociendo el sonido que quiere rescatar la música tradicional del Pacífico que estaba quedando en el baúl de los recuerdos, un sonido que está hablando por una generación de jóvenes que querían escuchar la mezcla de lo tradicional con el Funk, la salsa, el Hip-Hop y elementos contemporáneos que ha tomado esta agrupación para lograr una nueva generación musical que ha sido entregada en discos y compilados de éxito internacional

<http://es.wikipedia.org/wiki/ChocQuibTown>

*http://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%BAsica_alternativa

OTROS REFERENTES:

TRES CORONAS:



AÑO 2001



AÑO 2012

TRES CORONAS Grupo nacido a principios del año 2001 en Queens, [Nueva York](#). Integrado por los colombianos [P.N.O.](#) y [Rocca](#). Y anteriormente por el dominicano [Reychesta](#). Su música trata temas de la vida cotidiana.

El grupo comienza con una meta en común que une a sus tres miembros: coronar el rap en español y darle valor este género musical en el mundo. Un tiempo después, empiezan a lanzar varios "mixtapes", bajo su propio sello discográfico, "Parcero Production". Estos trabajos se venden de manera independiente, cubriendo los territorios de [Colombia](#), [Costa Rica](#), [Estados Unidos](#), [Francia](#), [Venezuela](#) y [España](#), entre otros países.

Debido al éxito de sus álbumes, la banda, comienza a obtener un reconocimiento importante en la escena underground internacional, lo que le permite que su música tenga acceso a un público más amplio. A este suceso de ventas, se suman las giras. Colombia, Ecuador, España, Francia y la ciudad de Nueva York son los puntos más importantes de sus tours. Con sus participaciones en algunos compilados como "Guatauba", Mentita ft Héctor Lavoe en "Tributo Urbano", "Hip Hop en tu idioma" y "The Draft", fortalecen su presencia en América. "Nuestra cosa" es el título de su primer CD-DVD. Se trata de un trabajo ambicioso y profesional que es el fruto de intensos años de trabajo por la valorización del Hip-Hop en español. La placa, que cuenta con la distribución de "Machete Music", refleja con mucha fidelidad la realidad de la cultura urbana y latinoamericana de los últimos tiempos, para esto el grupo se permite el lujo de incluir algunos invitados especiales como [Kafu Banton](#), Negro Jetro, Macko, [Jay-Z](#), [Mobb Deep](#) en su álbum THE INFAMOUS INTERNATIONAL, BOB Y TOTAL ECLYPSE de EXECUTIONERS. Actualmente P.N.O y ROCCA, preparan lo que será su nuevo disco "La música es mi arma"

(<http://unlimitedsound.galeon.com/cvitae1692329.html>.)

(<http://www.musica.com/letras.asp?biografia=17503>.)

(http://es.wikipedia.org/wiki/Tres_Coronas.)

THE BEASTY BOY'S

Género Musical: Hip-Hop

Nacionalidad: Norte Americanos



Beastie Boys es un grupo musical neoyorquino fundado en 1979. Comenzaron tocando Hardcore punk, en sus primeros discos, pero más tarde comenzaron a experimentar como pioneros del Hip Hop y el Rap, convirtiéndose en referencia fundamental de los mismos. También han editado discos basados en el funk y el jazz y no es infrecuente que en sus discos

de hip hop incluyan algún momento de rock o punk o algún corte acústico. También son conocidas las actividades de turntablism y de producción musical de sus miembros.

El grupo estuvo compuesto por Adam Yauch (MCA), Mike Diamond (Mike D) y Adam Horowitz (Adrock), aunque otros músicos han formado parte del grupo: Kate Schellenbach (batería) y John Berry (guitarrista) habían formado parte antes al grabar su primer disco, el hardcore punk "Pollywog Stew" en el sello independiente punk Ratcag Records en 1981. Es recién en 1983, y después de visitar clubes de la Gran Manzana donde se exponía el embrionario estilo Hip Hop, que demuestran sus primeros coqueteos con éste en su EP "Cooky Puss". Uno de los temas de ese disco, el semi dub "Beastie Revolution", les significó un golpe de suerte inesperado al ganar una demanda a la British Airways por usar la canción sin permiso para un comercial, lo que les valió que se llevaran \$40,000 de la compañía.

Su primer álbum 100% Rap fue producido por el legendario Rick Rubin. Este fue "Licensed To ill" de 1986 (Def Jam Records), que llegó a ser el primer disco de rap en ganar multiplatino, debido en gran parte a la enorme popularidad de sus temas "Fight For Your Right (To Party)", "No Sleep Till Brooklyn" (con la colaboración del guitarrista del grupo thrash metal, Slayer, Kerry King) y el más electro "Brass Monkey". El disco significó una revelación de malas actitudes adolescentes esparcidas por la letra y el vídeo clip del "Fight For Your Right" (número 11 en Reino Unido), y un manifiesto uso samples de cualquier fuente, desde Led Zeppelin a el tema del programa televisivo Mr.Ed. Lo paradójico es que, si bien ganaron una demanda por expropiación ilícita de uno de sus temas a la compañía aérea británica (el caso de Beastie Revolution), ellos mismos serían una de las primeras víctimas en el mundo del Hip-Hop en ser demandados por los artistas sampleados (en su caso fueron demandados por el músico funk Jimmy Castor por el uso sin permiso de su "Return Of Leroy" en el tema "Hold it Now, Hit It!").

<http://www.mundofanclub.com/beastie-boys-bio/>

<http://www.sonorate.com/artists/beastieboys/>

1.3 Planteamiento del problema.

¿Cómo mejorar la imagen que se tiene de la música Rap o Hip Hop, en los jóvenes que frecuentan la Zona Rosa en la ciudad de Bogotá, por medio de una campaña publicitaria?

1.4 Análisis y formulación

- ¿Qué conceptos se quieren mejorar del rapero colombiano?
- ¿En qué lugar la Zona Rosa de Bogotá se desea realizar el evento para la campaña publicitaria?
- ¿Qué características debe tener una campaña publicitaria o un evento para mejorar estas concepciones?

1.5 justificación

Actualmente, los jóvenes que son seguidores activos de un género musical en particular; procuran proveerse de información; se ilustran sobre éste, al mismo tiempo que obtienen información de revistas, internet, televisión, conversaciones con amigos e incorporan imaginarios y valorizaciones sobre este género que circulan con los diferentes medios de comunicación mencionados anteriormente.

Por otro lado; teniendo en cuenta que la finalidad de tener un producto, bien o servicio es venderlo y hacerlo conocer para ser comercializado dentro del mercado (en este caso musical), la idea de los artistas urbanos es promocionar y distribuir su música, a tal punto de poner este género musical al mismo nivel de géneros como el Reggaetón o el Rock; géneros musicales altamente consumidos por los jóvenes en Bogotá.

La información que tienen los jóvenes en general del Rap en Bogotá (*Todo esto basándonos en la entrevista hecha en la Zona Rosa de Bogotá*) es escasa y altamente limitada por canales de información desactualizados y por el mal comportamiento o el mal ejemplo que han dado algunos exponentes en el pasado.

Este proyecto va dirigido de manera segmentada hacia los jóvenes de entre 18 a 28 años de edad, tomando como referencia el libro, **CULTURAS JUVENILES. CUERPO, MÚSICA, SOCIABILIDAD Y GÉNERO***, el cual contiene resultados de una investigación hecha sobre los géneros musicales y la influencia que tienen en las culturas juveniles hoy en día y que entre otros objetos reposa en la biblioteca de la universidad **MINUTO DE DIOS**. Cuyo contenido en uno de sus párrafos informa que; *Algo que emerge a la simple observación es que el ROCK Y EL HIP-HOP son formas musicales de consumo casi exclusivo de jóvenes; mientras que la salsa, el merengue, la música romántica y en alguna medida el pop es consumido también por adultos.*

El objetivo de este es poder cambiar y mejorar la imagen que se tiene de la música Rap o Hip-Hop en Colombia, tomando una de las conclusiones dadas por el libro **CULTURAS JUVENILES. CUERPO, MÚSICA, SOCIABILIDAD Y GÉNERO**, donde dice que la música también es un soporte de los valores que se tienen; ya que quien tiene una visión crítica de la sociedad, tiende a buscar músicos o canciones que vayan a tono con dicha crítica y basándonos en la encuesta realizada el día 20 de marzo del año 2011; 88 de los 100 jóvenes encuestados no poseen información actualizada de este género musical (Rap/

Hip-Hop) y 93 de los 100 desconocen los valores, las críticas y los mensajes positivos que se hacen actualmente por parte de los artistas urbanos en el Rap o en el Hip-Hop Colombiano, aparte de hacer énfasis en que las dos percepciones más fuertes o presentes en los encuestados son las de; que los artistas y los partidarios de la música Rap o Hip-Hop son problemáticos y vulgares aparte de otros conceptos mas (ver anexo 2)

* CULTURAS JUVENILES. CUERPO, MÚSICA, SOCIABILIDAD Y GÉNERO, Mauro Cerbino, Cinthia Chiriboga, Carlos Tutiven. Ed.

Objetivo general

Realizar una campaña publicitaria que invite a la los jóvenes que frecuentan la Zona Rosa de Bogotá, a un evento publicitario que ayude a mejorar la imagen que se tiene del rapero colombiano en esta zona, utilizando piezas gráficas que ayuden a reforzar este mensaje y que contenga la intervención musical de estos artistas e invitados que son parte de esta cultura.

Objetivos Específicos

- Identificar las diferentes apreciaciones que tienen los jóvenes que frecuentan la Zona Rosa de Bogotá sobre la música Rap y sus exponentes.
- escoger un lugar definido de la Zona Rosa de Bogotá que frecuenten los jóvenes a los que se les quiere hacer llegar el mensaje.
- Diseñar piezas gráficas que muestren la transformación de esta cultura.
- Realizar un evento que reúna tanto música como imagen (*gráficas*) y la experiencia viva de la evolución y las nuevas propuestas en la música Rap o Hip-Hop.

MARCO REFERENCIAL.

Marco terminológico

Rap:

Es la música que esta representa por la gente humilde y minorías. Se basa en la revolución musical en la cual lo único que se quiere es” hacerse escuchar “ y aunque sus principios es el de criticar a los mandatos que oprimen al pueblo, ahora esta revolución se hace distinta en cada mente dado a que cada persona es una forma distinta de pensar, y tienen o forman su propia revolución, conceptualmente hablando, a esto me refiero que cada persona le pone un sentido distinto a su música, no todos hablan del gobierno, no todos hablan del amor, otros hablan solamente de la opresión, sino basándose en su experiencia o en lo cotidiano de sus vidas, (NO ES LO MISMO LA VIDA DE UN CUBANO QUE LA DE UN PUERTORIQUEÑO) pero que en general hablan de calle, de su aprendizaje en ella, del amor que le sienten, de su familia (amigos) y de sus vivencias en la misma sus siglas en ingles significan “ Real American poetry ” y otros la describen como “Revolución, Actitud y Poesía” *según entrevista BOOGIE*

ROC

Música Hip-hop:

Hace parte más de la cultura en general, aunque en Norte América el Hip-Hop es el mismo rap pero con un sonido más electrónico y de fiesta, es decir que pierde su valor urbano para convertirse en un sonido más comercial.

Según entrevista Dj. BOOGIE ROC.

Cultura Hip-hop:

La cultura Hip-Hop es considerada por mucho tiempo como un estilo de vida y reúne 4 elementos dentro de este etilo de vida o forma vivir que son; el Mc (maestro de ceremonia), El Dj (disk jokey), El graffity (grafiteros) y el Breack dance (baile urbano).

Según entrevista Dj.BOOGIE ROC.

Marketing:

Es el número o conjunto de técnicas, métodos y herramientas para iniciar la venta más eficaz de uno o varios productos

Publicidad:

Es una técnica creativa de comunicación intensiva utilizada para informar y difundirle a las personas o en este caso al consumidor sobre algún producto o servicio para que este se motive a comprarlo o utilizarlo y ser consumido masivamente

Estrategia publicitaria:

Es la creación de campañas que reuniendo la información suficiente de que es lo que busca mi consumidor final, establezco la forma de comunicarme con este para que consuma e utilice mi producto con más eficacia.

Top of mind:

Es la recordación que tiene una marca, sello, producto o servicio en la mente de las personas.

Producto:

Es con frecuencia lo que yo tengo como bien fijo o activo que pueda satisfacer la necesidad de las personas y que al mismo tiempo este en la total capacidad de competir con las demás marcas o productos en el mercado.

Mercado:

Es el sitio teóricamente hablando, donde compite mi producto con todos los demás, donde compiten unos por otros para quedarse en la recordación de las personas y ofrecerles más servicios, comodidades y ventajas para que puedan ser adquiridos masivamente y con gran rapidez por los clientes o compradores.

Nicho:

Son el público objetivo o clase de personas a las que va dirigido cierto producto, teniendo en cuenta, servicios, funciones, precio, aplicaciones y demás.

Segmentación del mercado:

Es escoger y definir a qué tipo de personas quiero llevarles mi mensaje, delimitar a mis clientes potenciales, para ofrecerle a cada uno un beneficio en común o específico.

Marco teórico

Marketing y publicidad

Archivo biblioteca UNIMINUTO.

Este nos habla de que el marketing es un método para vender más algo que se tiene, siempre y cuando esté haga parte o tenga algo que ven con el comercio, una nueva fórmula creativa de planificación.

Donde su principal función no es más, que un marketing abierto de estructuras enteramente racionales que apuntan y atienden a un mismo beneficio para todos, como por ejemplo en el caso de ofrecerle a la gente un producto como lo es una botella de agua, convirtiéndola en un beneficio en común, no solo para las personas de estratos 5 y 6 que la consumen para ir al gimnasio, tanto para las personas de estratos 2 y 3 que la consumen netamente cuando la necesitan.

Donde también nos toca varios sitios, áreas, o lugares donde es normal y necesario implementar este tipo de herramienta (el marketing), como lo son; En el mercado, donde se tiene como más importante la fijación de hacia el consumidor como persona para brindarle múltiples servicios y productos, que satisfagan sus necesidades, y en otras áreas: una participación sin límites para encontrar las fórmulas adecuadas a nuestras angustias y problemas invirtiendo fuertes dosis de trabajo, de imaginación, de paciencia y de valor con los cuales podríamos encontrar también más sistemas idóneos para la búsqueda de estas soluciones.

Se destaca también la importancia de la publicidad en compañía del marketing ya que si tenemos un producto apto para competir en el mercado junto a otras marcas, tanto de competencia directa como indirecta es prudente saber cómo vamos a enviar nuestro mensaje, a

quien se lo vamos a enviar, y de qué manera lo vamos a hacer, teniendo siempre en cuenta que “el origen de la creatividad es transformar la proposición de compra en una idea publicitaria” y aquí nos orientan de cómo o cual es el camino que tenemos que seguir para llegar a una buena idea publicitaria.

Y de acuerdo a esto da 3 tipos de fases que tenemos que tener en cuenta para poder tener una comunicación más asertiva con nuestro nicho de mercado o consumidor.

- Primera fase: que se quiere decir
- Segunda fase: como decirlo.
- Tercera fase: a quien hay que decirlo

Donde no nos deja de hablar que la idea de este es absolutamente necesario pensar tanto en el marketing como en la publicidad, como una herramienta de venta y de consumo. Políticas y estrategias de comunicación y publicidad

<http://books.google.com.co/books?id=AoqgC8kMyFEC&printsec=frontcover&dq=estrategias+de+publicidad#v=onepage&q=&f=false>

Autores: José María Ferré Trezano

Jordi Ferré Nadal

El marketing que no es otra que la de mercadear es mantenerse todo el tiempo en el mercado y siempre pensando que solamente se pueden crear beneficios si se satisfacen las

necesidades de un mercado. Como crear productos adecuados y destinados para las personas que lo necesitan y que al mismo tiempo los puedan adquirir en las formas en las que uno se los plantee.

Teniendo en cuenta que ya los clientes no son como antes que compraban sin fijarse en los detalles del producto, dándose cuenta, como lo nombra el libro que ya se están dando cuenta de que sus recursos se hacen cada vez más escasos y son más críticos a la hora de comprar un determinado producto.

También donde este libro nos habla de que es y será en todo tiempo la hora del mercado o del marketing y que en este orden de ideas, el que no lo entienda así, lamentablemente desaparecerá precisamente porque si alguna firma o marca no lo entiende, de algún modo sus competidores si lo hará, y lo más seguro es que estos lo alejen progresivamente del mercado.

Teniendo claro que la comunicación es:

COMUNICACIÓN
Conjunto de mensajes e informaciones
Enviadas por las empresas a sus clientes
Actuales y potenciales, prescriptores
Consumidores actuales y potenciales y
Público en general con determinados
Objetivos generales.

Y en donde se aplica claramente el actual llamado **marketing mix** donde establece la teoría de las “4 p” como lo son producto, precio, plaza y mercado.

2.3 Marco conceptual

Para poder desarrollar este proyecto es preciso tener claro los conceptos expuestos en el mismo y seguir con la búsqueda de más información que ayude a posicionar el Rap o Hip-Hop Colombiano como un género musical más amable y menos agresivo, aportando de ésta manera estrategias o conceptos creativos que le ayuden a ser consumible por cualquier tipo de público y para que en la medida en la que este tipo de música se vuelva más comercial; no solamente se pueda posicionar o subir de categoría a un nivel mucho más competitivo dentro de la industria musical, sino que al mismo tiempo ayude a generar mayores ingresos para los artistas que actualmente viven de la producción y realización de esta música. Por otra parte es importante tener en cuenta y satisfacer a los dos de los tres tipos de público que podemos encontrar con relación al Rap o Hip-Hop Colombiano; los que conforman o hacen parte de esta cultura, los cuales son un poco reactivos a la estilización de esta música y a los que por lo general son más apáticos, personas que no son integrantes de esta cultura o que por otro lado no poseen suficiente información sobre la música Rap o Hip-Hop generando de esta manera apreciaciones u conceptos arbitrarios poco objetivos sobre esta música y ésta cultura urbana.

2.4 Hipótesis.

El supuesto es que gran parte de la imagen que se tiene de la música Rap, va a mejorar debido a la experiencia que tendrá la gente al momento de ser parte del evento y que gracias a este acercamiento, se comenzaran a construir nuevos imaginarios sociales acerca del Rap o Hip-Hop Colombiano y que la disposición de las personas hacia este género musical va a ser más positivo generando un incremento de ventas en los trabajos discográficos de los artistas de este movimiento o género musical.

3.0 Diseño metodológico:

3.1 MEDIOS DE RECOLECCION DE INFORMACION.

ENTREVISTA.

La siguiente es una entrevista realizada a Jean Paul Aldana; Dj de RAP, HIP-HOP, DANCE HALL Y R&B. (Patrocinado por marcas como REDBULL, NUVO y NEW ERA) quién se ha dedicado a indagar sobre la cultura Hip-Hop por más de 19 años.

¿Hace cuanto tiempo es Dj de música Rap y Hip-Hop?

Hace 10 años por que antes era Breaker (Bailarín de música urbana). Bailaba en la media torta y rap al parque, de allí fue donde salió mi gusto por esta música porque me gustaba ver como los Dj ponían las canciones de los grupos de Estados Unidos y hacían emocionar al público. Así que empecé a recopilar discos en casetts y como tenia familia en Nueva York, les empecé a pedir que me consiguieran música de RAP; de grupos como RUN DMC, PUBLIC ENEMI, CRISS CROSS, BEASTY BOYS, BIG PUN, PUFF DADDY, 2 PAC, L.COLL J, y otros mas que no me acuerdo, pero cuando pude viajar a Nueva York comencé a coleccionar estos mismos discos en LP o Vinilo, me compre un torna mesa y ya, comencé a mezclar música y desde ese entonces hasta ahora.

¿Cómo comenzó la historia del Rap o Hip-Hop en los Estados Unidos?

El Rap nació en Estados Unidos a principios de los 70s y 80s en las ciudades de Nueva York y Los Ángeles, después del surgimiento del clan o pandilla de "LAS PANTERAS NEGRAS" un movimiento de la gente negra que luchaba por sus derechos, por la libertad de sus esclavos y por rescatar "EL PODER NEGRO" que ellos llamaban, desde ahí empezaron por medio de la música a componer canciones como medio de defensa y desahogo hacia sus opresores y ya con el tiempo, por medio de las fiestas que se hacían en los barrios bajos o guettos de estas ciudades se empezó a crear esta cultura, ese estilo de vida y los primeros pasos del rap.

Esta música siempre ha estado muy influenciada por EL SOUL, EL BLUES y LA MUSICA DISCO, Mas que todo por LA MUSICA DISCO porque era la que más se escuchaba en esa época, casi en todas las fiestas se hacían batallas o guerras de Dj donde habían 2 o más competidores que se peleaban por el primer puesto y quien lo calificaba era la gente, por aplauso metro como se dice hoy en día, al que más le aplaudían era el que ganaba y así mismo paso después con los MC, pero eso ya con canciones o improvisando con rimas y una pista para dejar en ridículo a los demás oponentes. Eso sigue pasando pero ya los ritmos y los BEATS (pistas) han cambiado, hoy en día es más por los premios, la plata, los viajes, los contratos, las cosas materiales, antes era más simbólico, mas personal, por lo que eran de barrios enemigos o pandillas (los rojos y los azules), se mataban y vendían droga, el Rap era un medio de comunicación muy importante entre ellos porque por medio de ella se retaban, se ofendían hasta en el ritmo se diferenciaban. En los Ángeles (L.A) por ejemplo; el ritmo era o es más lento, más suave, pero en Nueva York; es más pesado, más fuerte, más agresivo.

Por su puesto todo fue cambiando con los años, el entorno y los temas a tratar se volvieron más tranquilos, más de fiesta, aunque en su gran mayoría siguen cantando sobre temas

sociales y de crítica, pero lo importante es que se empezaron a abrir más caminos, mas conceptos, cambios hechos por muchos cantantes que lo que buscaban era una evolución, dejar atrás los pleitos, las guerras, los odios y el objetivo ya era volver el entorno del Hip-Hop más comercial, como lo es en este momento aun que todavía existen muchos exponentes con letras agresivas y mensajes de melancolía, tristeza o rabia.

¿Cómo comenzó la historia del Rap o Hip-Hop en Colombia?

La Música rap en Colombia empezó a generarse entre los años 80 y 90 cuando comenzó a llegar la música que hacían en Estados Unidos, pero al informarse e investigar cada quien sobre esta música, la mayoría de personas se comenzaron a identificar con ella, más que todo en los barrios humildes o marginados de Bogotá (por sus mensajes contestatarios) donde nace realmente este género en Colombia. Pero por lo mismo que me sucedió a mí, por alguien que trajo esta música de Estados Unidos y comenzó a surtirla de tal manera que se propago por los barrios y zonas en la que los jóvenes frecuentaban, a tal punto que el consumo de esta música, aun sin el acceso que tenemos hoy en día a la internet, emisoras locales y medios de comunicación, no dejaban de circular y no ha parado desde ese entonces. Y al igual que en Estados Unidos, se empezaron a crear grupos de rap como lo fueron en su tiempo GOTAS DE RAP, LA ETNIA y ESTILO BAJO, quienes fueron los pioneros y quienes les abrieron la puerta a una infinidad de grupos que se han creado tanto en Bogotá, como en el resto del país. Igual que paso con los Dj, con Los Breakers y Con los grafiteros.

Se comenzaron a hacer eventos, convocatorias, fiestas, festivales a tal punto que se han abierto espacios por parte del ministerio de cultura, recreación y turismo de Bogotá o entidades del gobierno para darle más participación al Hip-Hop, claro ha tenido su proceso y solo hasta

hace 5 o 6 años se empezaron a ver los resultados y los cambios, porque por ejemplo; pasar de estar en un festival de hace 10 años en la media torta, que está ubicada en el centro de la ciudad, donde uno veía unas 80 o 90 personas y unos 10 o 12 grupos locales presentarse, hemos pasado a hacer un festival en el parque metropolitano Simón Bolívar, donde asisten más de 5.000 personas y se presentan más de 30 grupos locales, 10 regionales , 5 o 6 nacionales y 2 o 3 internacionales, ya es un progreso representativo he importante para la música Rap en Colombia.

¿Musical o conceptualmente, ha evolucionado la música Rap o Hip-hop en Colombia?

Claro que si, actualmente la música Rap ha evolucionado en muchos aspectos; en la forma de vestir, en las letras, en las pistas, en los mensajes, en la forma de comportarse y de hablar. Todo gracias a la influencia que ha tenido esta cultura y esta música en Estados Unidos hacia latino América Y específicamente en Colombia. Un país que prácticamente es abordado todos los días por modas y tendencias de todos los demás países del mundo, pues por lo menos eso es lo que opino, a raíz de los viajes que hago a menudo.

Este cambio se ha formando más o menos desde hace 2 o 3 años, con el cambio y la Comercialización que tuvo en Nueva York y Los Ángeles - California. Dado a las fusiones que han hecho la mayoría de artistas urbanos, que fusionan el Rap o Hip-Hop (nombre por el que se conoce hoy en día) con la electrónica o por lo menos, con una gran cantidad de elementos de la ELECTRONICA. Pero comenzó primero con los cantantes de R&B (una mezcla de Rap con baladas u música romántica) y después con los cantantes de Hip-Hop, a tal punto que hoy es un género musical muy conocido y escuchado en Estados Unidos; casi en un 50% de la población total, porque el otro es el rock (en cualquiera de sus formas o fusiones conocidas). Igual a Colombia lo que le ayudo mucho fue la migración de la música del reggaetón, que

cambio de cierta manera la forma en la que las personas ven y opinan de estos géneros musicales urbanos, aun que todavía hay personas a las que no le agrada, pero si tu miras la evolución que tuvo el reggaetón es casi igual que en el RAP, antes eran letras muy pesadas y a la gente casi no le gustaba porque casi nadie la escuchaba, (era un tabú), pero a medida que se fue comercializando y los artistas abordaron nuevas fusiones con ritmos tropicales como el merengue y la salsa, o al utilizar una mejor imagen en su vestuario y al hacer producciones musicales con otros artistas a los que la gente quiere o les gusta, la empezaron a escuchar sin pena alguna y eso que aun que cambiaron las letras, los mensajes y la han estilizado muchísimo, sigue habiendo mucho lenguaje explícito y controversial en su contenido.

¿Es lo mismo el Rap que el Hip-Hop?

Pues el RAP y el HIP-HOP viene siendo lo mismo en teoría, solo que desde un comienzo el RAP iba más orientado a la música y EL Hip- Hop a la cultura, por aquello que el Hip-Hop por ser un estilo de vida, reúne 4 elementos que la conforman; 1. EL Rap o MC (que es la representación música en esta cultura) 2. EL Dj. (que es la persona que mezcla la música que hace el MC) 3. EL BREACK DANCE O BREAKER (que es el baile urbano que bailan en las calles; música que pone el Dj y que a su vez produce el MC) y Finalmente 4. El GRAFFITY otra forma de lenguaje urbano que busca expresarse y desahogarse como medio de protesta hacia la sociedad y que se integra con los demás elementos). Es por eso que se habla de la música Hip-Hop y la cultura Hip-Hop.

Ya con el tiempo, el Hip-Hop como música se ha distinguido por tener arreglos musicales más estilizados, por lo que te digo; porque la música Rap ya se hace de manera menos UNDERGROUND y es un poco mas electrónica, a manera que en muchos sitios del mundo se le dice ELECTRO Hip-Hop, pero sigue siendo RAP, solo que con un nombre distinto.

Pero para no confundirte, definamos que el RAP es un solo género musical, (es solo música) y el Hip-Hop en su forma básica es la cultura, de la que se desprende un elemento llamado RAP junto con el MC, otro elemento llamado Dj, otro llamado BREAK DANCE y otro llamado GRAFFITY, pero que por la evolución que ha tenido el RAP en los últimos años, la gente no lo conoce como Rap sino como Hip-Hop, por eso es que hoy en día se habla de música Hip-Hop y cultura del Hip-Hop.

¿Cómo se comercializa esta música en la actualidad en Colombia?

Se puede decir que en su gran mayoría la comercializan los mismos artistas y músicos de la escena Hip-Hop, o en tiendas de venta de ropa y accesorios para raperos o gente que conforman esta cultura y en el último de los casos, a nivel de barrio o festivales de Rap, muy pocos son los artistas que comercializan su música en disco tiendas autorizadas, tal vez por el poco consumo que se tiene de este género en particular o por el poco interés que tienen los empresarios y disqueras en nuestro país, para patrocinar y firmar contratos con estos artistas.

¿Qué Concepto cree que tiene la gente en Colombia de esta Música?

Que es para personas de barrios pobres, o para gente que no le gusta trabajar, música para delincuentes y para gente vulgar, por lo menos esto es algo de que le he escuchado a las personas tanto en la calle como en los eventos en los que a veces toco, creado digo yo, por la imagen que nos venden las películas y medios de comunicación. Es como lo que ha pasado con la imagen que se tiene de Medellín, Cali o Pereira en el resto del mundo y hasta dentro de nuestro país; que son ciudades llenas de traqueteos, prostitutas, prepagos, sicarios y narcotraficantes, sabiendo que todo esto sucede en casi todas las ciudades de Colombia. Todo es depende del tono en que se digan las cosas.

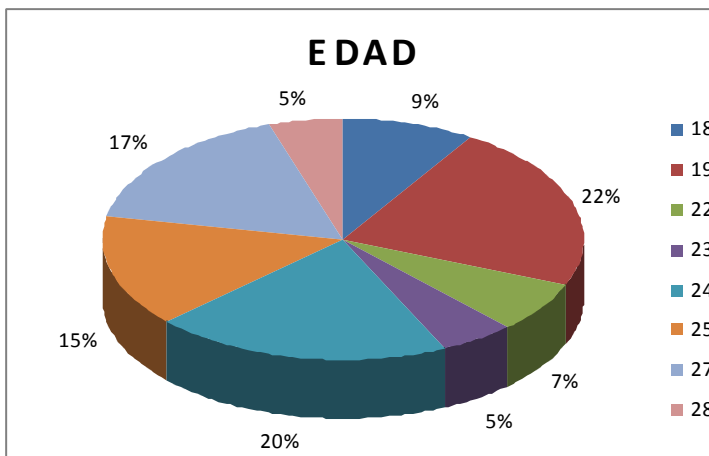
Por último, Nombre algunos de los imaginarios o conceptos que pueden tener las personas de los raperos o artistas de la escena Hip-Hop en Colombia.

- Vulgares.
- Problemáticos
- Alcohólicos.
- Peligrosos
- Malas personas

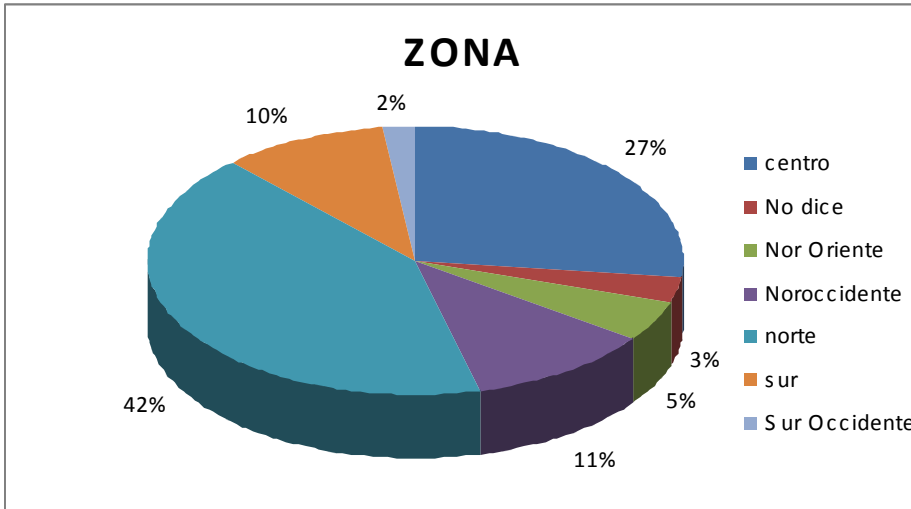
3.2 ENCUESTA

La siguiente es una encuesta realizada a 100 jóvenes transitaban por la Zona rosa de Bogotá el día 20 de marzo del 2011, con el fin de reforzar los datos recopilados en el presente proyecto. Es ineludible decir, que es necesario recolectar más información que ayude a aclarar la problemática expuesta con relación a la música RAP en Colombia y el imaginario que se tiene de esta.

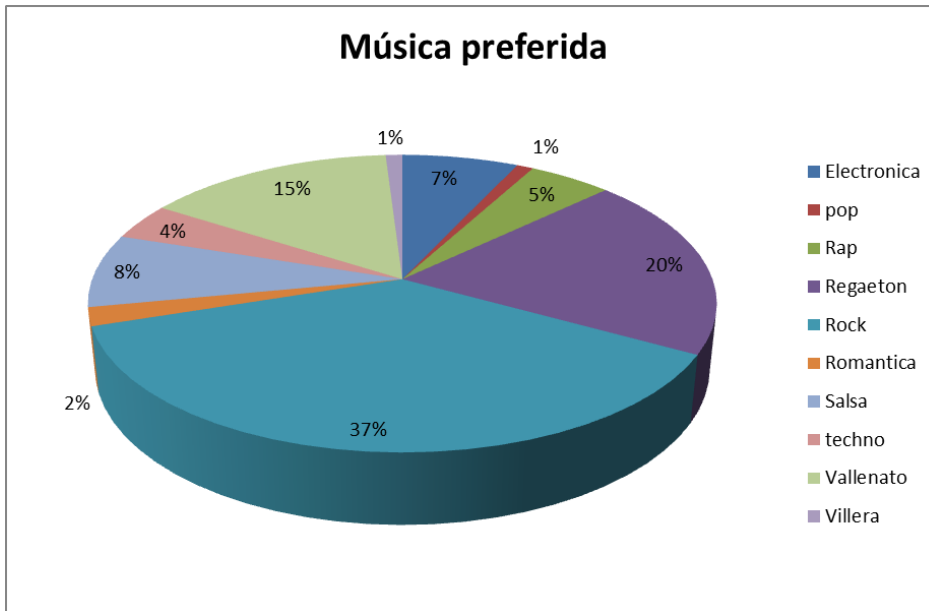
1. ¿Cuántos años tiene?



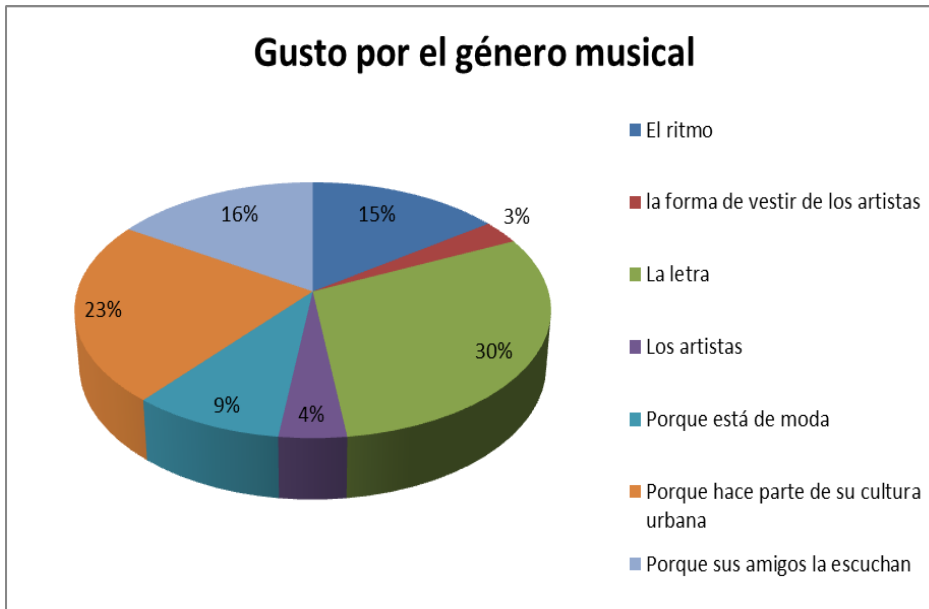
2. ¿En qué zona de Bogotá vive usted?



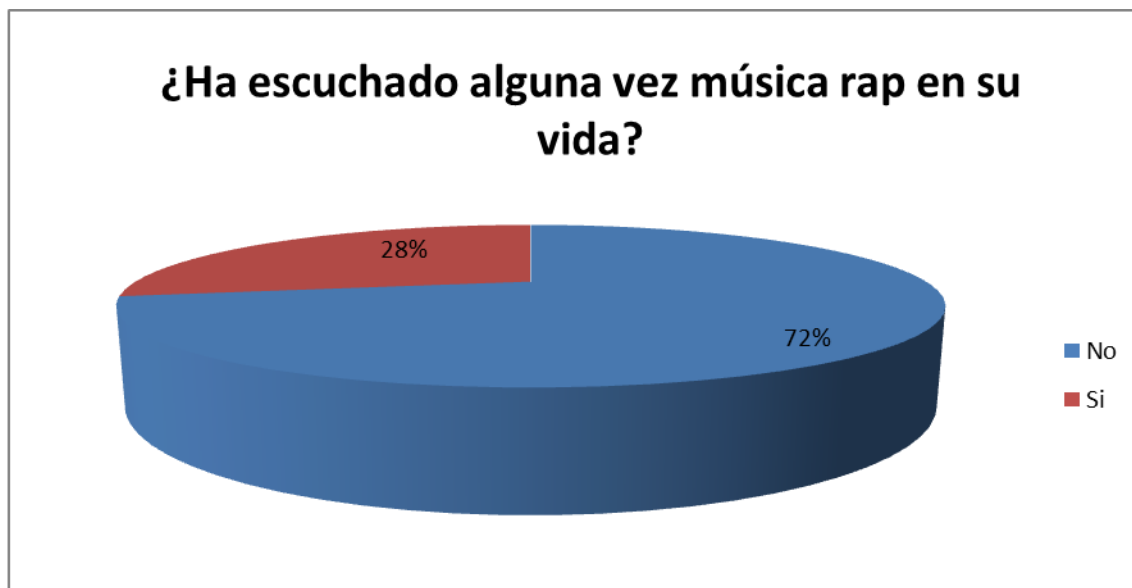
3. ¿Qué música le gusta escuchar?



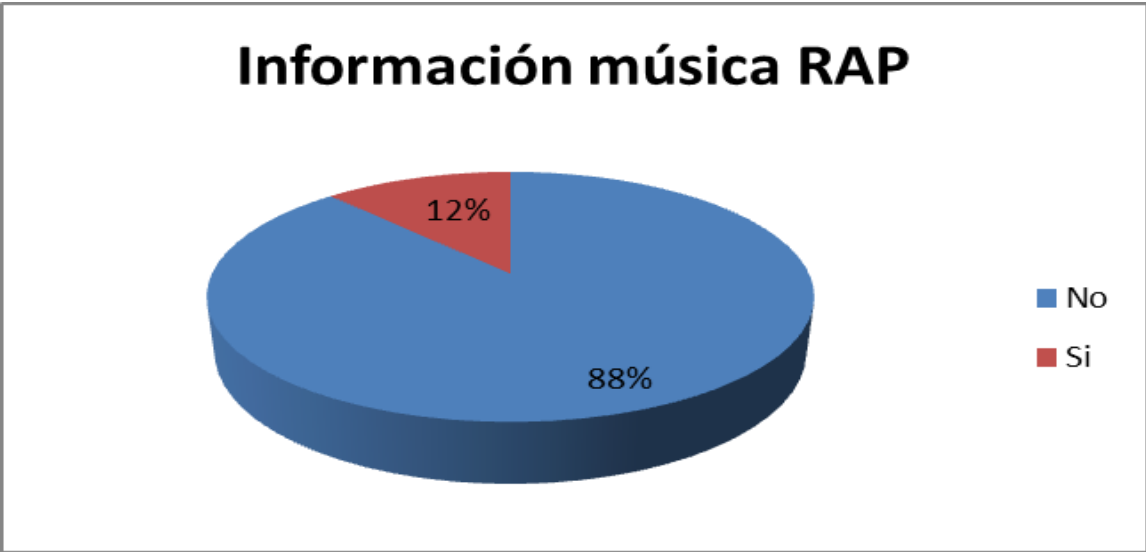
4. ¿Que le gusta de esta música?



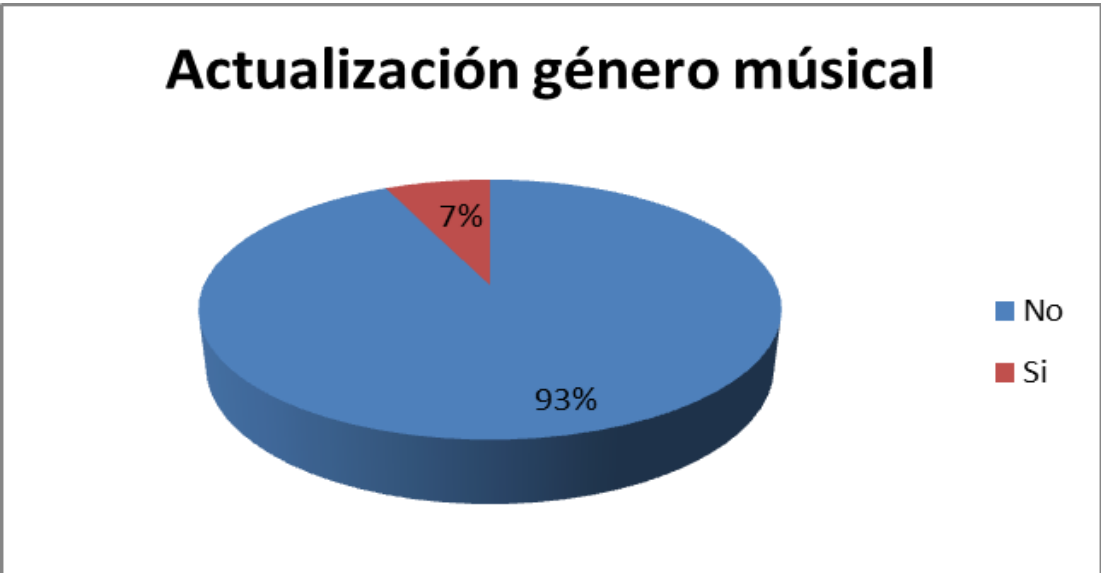
5. ¿Ha escuchado alguna vez música rap en su vida?



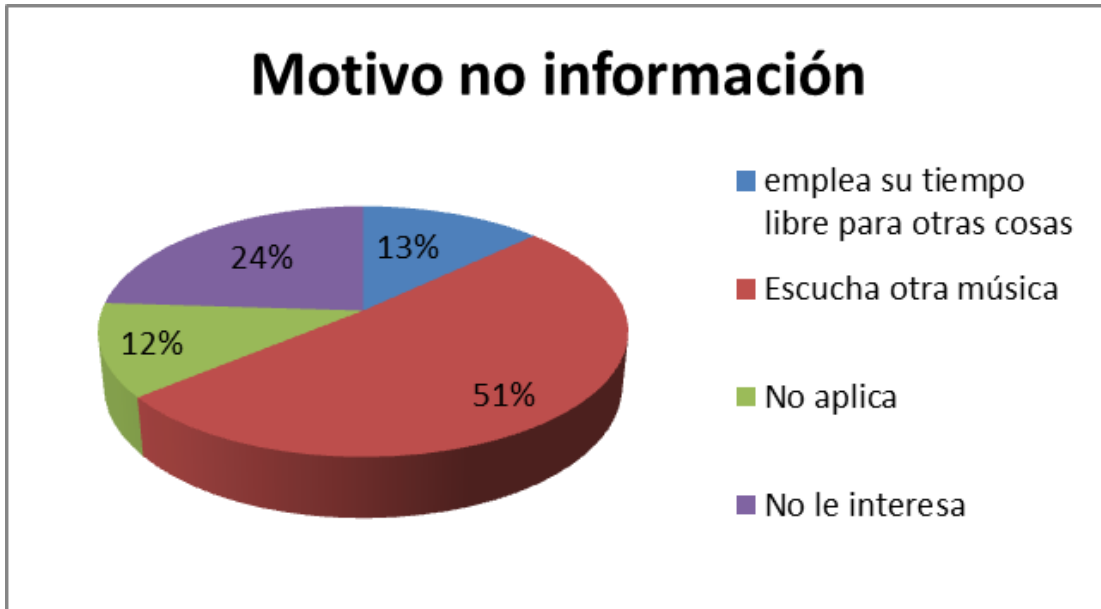
6. ¿Tiene usted información actualizada de este género musical?



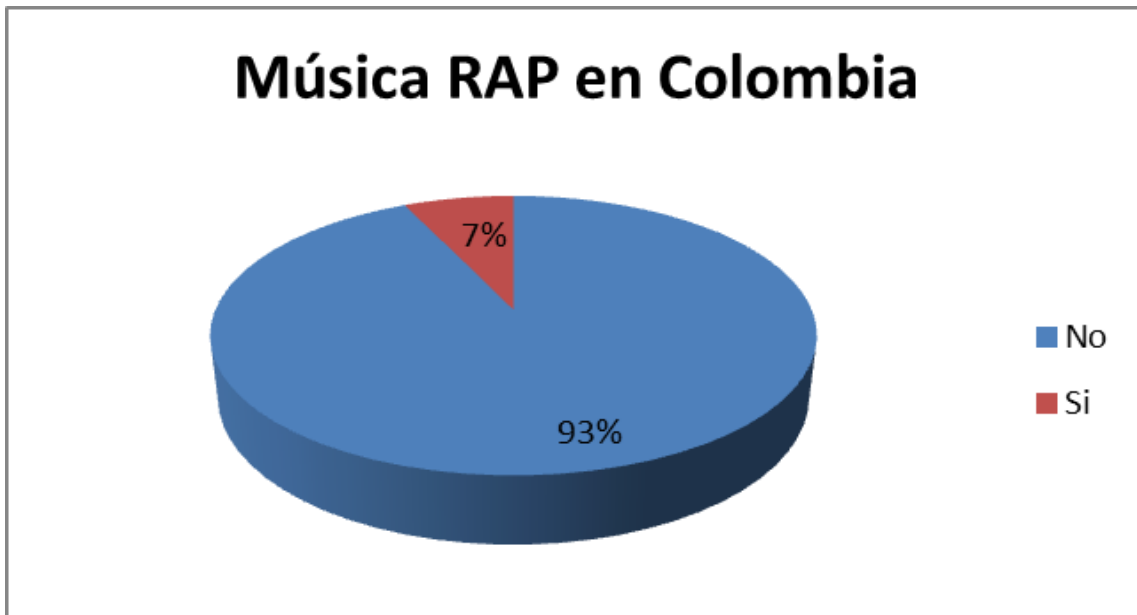
7. ¿Sabe usted si ha evolucionado de al algún modo este genero en Colombia?



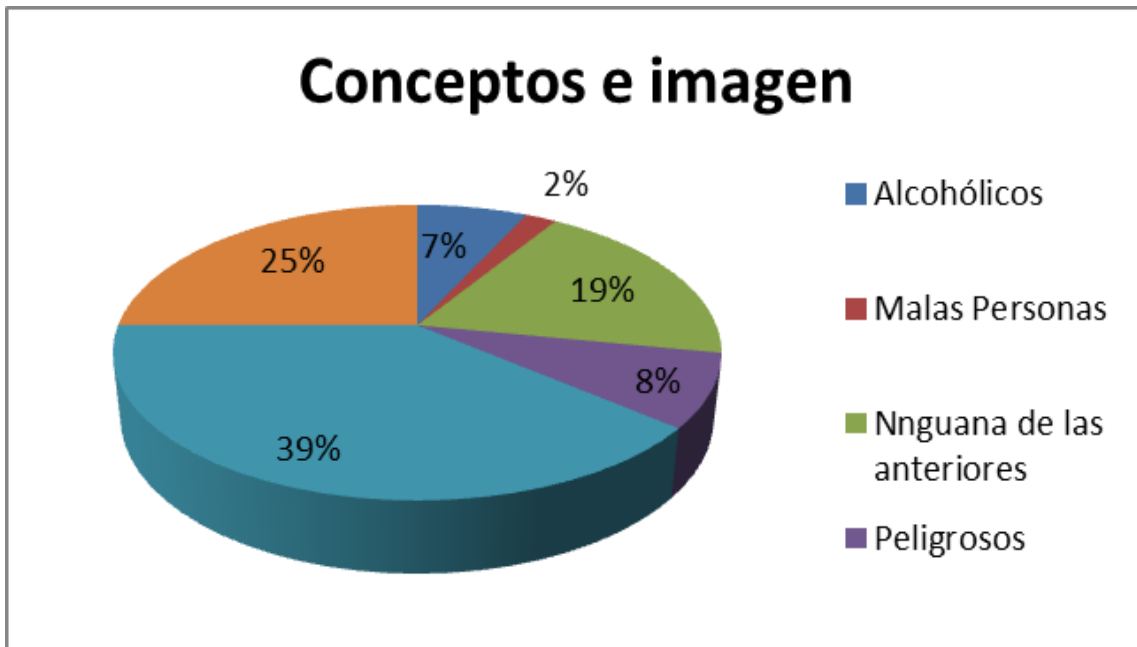
8. De ser negativa la respuesta, ¿a qué se debe esta falta de información?



9. ¿Actualmente escucha música rap Colombiano?



10. Para finalizar; ¿qué imagen tiene de los raperos, artistas o seguidores en general de este movimiento o genero musical?



CAMPAÑA PUBLICITARIA

Con base en los resultados que arrojaron las encuestas realizadas y la investigación desarrollada en el presente proyecto, se determino que la mejor manera de reformar la imagen que se tiene de la música Rap o Hip-Hop en los jóvenes que frecuentan la zona rosa de Bogotá por medio de una campaña publicitaria es utilizando una campaña de expectativa , tomando como definición de campañas publicitarias y de expectativa, una publicación de un taller de campañas de comunicación del año 2005 en Internet; hecha por el *Prof. Nelly Chévez y Roxana Martel de la universidad Centro Americana José Simeón Cañas, UCA . Departamento de letras, licenciatura en comunicación social.*

(http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/sitio_pers/rmartel/document/clase2_tcc.pdf.)

En la cual dice que; las campañas de expectativa tienen como objeto; crear una ansiedad en torno a un cambio drástico de un producto, servicio o la creación de uno nuevo, para que de manera sencilla, al anunciar y lanzar bien sea este cambio o el nacimiento de determinado producto o servicio. Pueda sostenerse sobre terreno ya abonado por la curiosidad creada.

Suele hacerse con las partes del concepto publicitario que tendrá la campaña que la anteceda, para que de esta manera pueda introducirse con más facilidad y sea de fácil recordación por su impacto y más que para el producto o servicio, debe trabajarse para la futura publicidad que se usara más adelante.

Teniendo claro esto y aplicándolo al proyecto “RAP... UN SOLO GENERO DISTINTOS CAMINOS”. Se determina que para generar la campaña de expectativa se usaran piezas gráficas y publicidad BTL en el sector de la Zona rosa de Bogotá, principalmente cerca a los bares y sitios de entretenimiento que frecuentan a los jóvenes, usando el concepto que trabajará la campaña: “**RAP... UN SOLO GÉNERO, DISTINTOS CAMINOS**” y un body copy que dirá; **(EL HIP-HOP evoluciona, Compruébalo tu mismo en la zona rosa de Bogotá... próximamente)**, he invitando a los jóvenes un evento que se realizara en uno de los bares de dicha zona. El cual tendrá la intervención musical de los artistas urbanos de música RAP que hacen parte del cambio y evolución de este género musical, al igual que los 3 de los cuatro elementos del Hip-Hop que son; EL BREAK DANCE <http://www.slideshare.net/jimenez19/que-es-breakdance> ,EL GRAFFITY <http://www.usergioarboleda.edu.co/altus/graffitti-2009.htm> , y EL DJ http://es.wikipedia.org/wiki/Disc_jockey para que las personas o jóvenes puedan tener una cercanía o experiencia viva y real, para que refuerce a la campaña publicitaria y al BTL que se usara. También el evento tendrá las piezas gráficas de la campaña de expectativa y otras más que contendrán las caratulas de los artistas musicales, con las que se producirán para reforzar el mensaje que se quiere hacer llegar a los jóvenes de que el RAP, o El HIP-HOP Evoluciono y que es más que odio o delincuencia.

3.1 PIEZAS GRÁFICAS

De acuerdo con el concepto que abarca la campaña publicitaria (UN SOLO GÉNERO, DISTINTOS CAMINOS) y transformando las 2 apreciaciones negativas con mayor porcentaje elegidas por los encuestados (*Vulgares y Problemáticos*) se decidió manejar una unidad de campaña donde se le invita a los jóvenes que frecuentan la zona rosa de Bogotá; a un evento en el cual se llevaran a cabo presentaciones de los artistas que son muestra de este cambio o evolución y tendrá piezas graficas acompañadas por todo un ambiente con el cual los asistentes tendrán una cercanía y una experiencia real con tal cambio.



UN SOLO GÉNERO



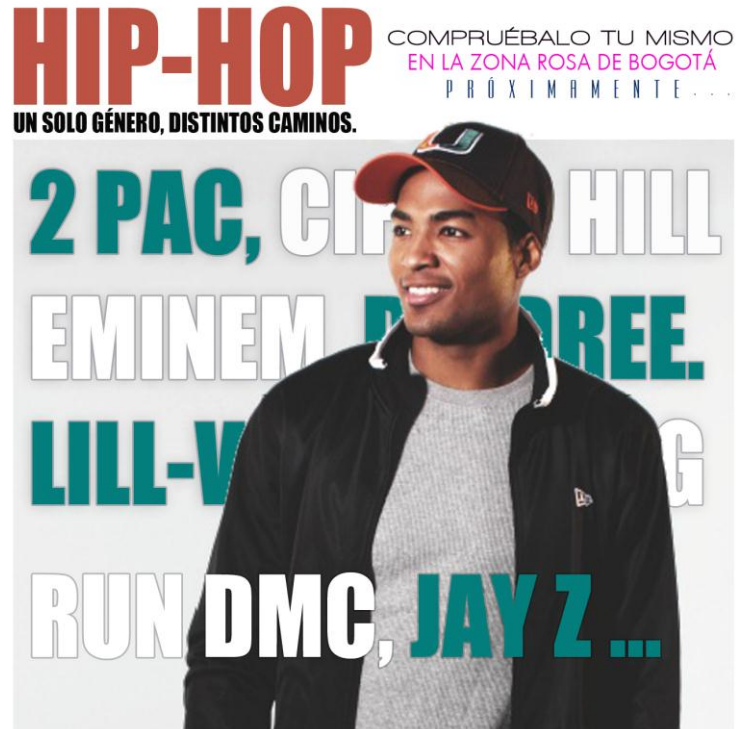
Distintos Caminos

**EL
HIP-HOP** EVOLUCIONA

COMPRUÉBALO TU MISMO
EN LA ZONA ROSA DE BOGOTÁ
PRÓXIMAMENTE...



COMPRUÉBALO TU MISMO
EN LA ZONA ROSA DE BOGOTÁ
PRÓXIMAMENTE...



NOTA: Las anteriores imágenes (no texto, no diagramación) de las anteriores piezas gráficas, son un borrador u propuesta, por lo que están obligadas a ser cambiadas (utilizando otros modelos o personas) en dado caso de realizar y llevar a la realidad la campaña publicitaria aquí propuesta, ya que son imágenes proporcionadas por (.Google.com/ Imágenes.) & (. NEW ERA /Brief/manejo de marca.)

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

Proyecto de grado
RAP... UN GÉNERO, DISTINTOS CAMINOS

Presentado por
Amaury Felipe Roza González.
Estudiante de Comunicación Gráfica