

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

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

TEMA:

**MANUAL AUDIOVISUAL SOBRE GUERRILLA DE LA
COMUNICACIÓN COMO RESULTADO DE TALLERES DE
COMUNICACIÓN POPULAR REALIZADOS EN EL BARRIO DE LA
ROLDÓS**

AUTOR:

ALEXIS ANTONIO ORTEGA NUÑEZ

TUTOR:

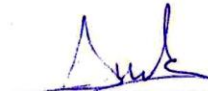
DAVID GUSTAVO LASSO ALVEAR

Quito, Marzo de 2018

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo Alexis Antonio Ortega Nuñez, con documento de identificación N° 1726361817, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del trabajo de grado/titulación intitulado: "MANUAL AUDIOVISUAL SOBRE GUERRILLA DE LA COMUNICACIÓN COMO RESULTADO DE TALLERES DE COMUNICACIÓN POPULAR REALIZADOS EN EL BARRIO DE LA ROLDÓS", mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: LICENCIADO 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 mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



Nombre: Alexis Antonio Ortega Nuñez

Cédula: 1726361817

Fecha: 10/1/2018

Declaratoria de coautoría del docente tutor/a

Yo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el trabajo de titulación MANUAL AUDIOVISUAL SOBRE GUERRILLA DE LA COMUNICACIÓN COMO RESULTADO DE TALLERES DE COMUNICACIÓN POPULAR REALIZADOS EN EL BARRIO DE LA ROLDÓS realizado por Ortega Núñez Alexis Antonio, con CI: 1726361817, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, enero 2018



DAVID GUSTAVO LASSO ALVEAR

TUTOR DE TESIS

CI. 1713311866

Quito, 28 de diciembre de 2017

AUTORIZACIÓN

Yo, José Fabricio Díaz Amaguaña representante del grupo los Emisarios del Verso con cédula No. 1720529831, autorizo al señor Alexis Ortega Nuñez, egresado de la carrera de comunicación social de la Universidad Politécnica Salesiana, a que haga uso de las entrevistas y grabaciones realizadas para el documental titulado: Manual Audiovisual Sobre Guerrilla De La Comunicación Como Resultado De Talleres De Comunicación Popular Realizados En El Barrio De La Roldós.

Atentamente



José Fabricio Díaz Amaguaña

Dedicatoria

El presente trabajo está dedicado a mi familia quienes me han apoyado durante todo este proceso, especialmente a mis dos madres: María Teresa y Bachita; a la familia que escogí: Rena y Agus, son mi inspiración para seguir en la marcha; y a todos los artistas que fueron parte de este documental: Fabri, Anabel, Los Rafas, Anthuan, Pabs, Vitan, Ferbass, Pablin, Arthur, Mateo, Marco.

¡Gracias!

Agradecimientos

Agradezco a la Carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana por enseñarme el lado humano antes que el técnico y a cada uno de los maestros por otorgarme los conocimientos que han sido fundamentales para la realización del presente trabajo.

Índice General

Introducción	1
Metodología	6
Culture jamming	7
Distanciamiento	7
Tergiversación.....	8
Collage y montaje	8
Preproducción	8
Producción	10
Postproducción.....	11
Difusión.....	12
Resultados.....	13
Conclusiones.....	19
Referencias	21

Índice Anexos

Ficha técnica	23
Tabla de recursos técnicos	24
Recursos Materiales	25
Cuca politquera.....	26
Afiche talleres	27
Afiche 2	28

Resumen

El presente producto vinculó los esfuerzos en conjunto de varios grupos y colectivos de artistas del barrio de La Roldós, con los cuales se realizaron talleres de música, guerrilla de comunicación y comunicación popular, para generar un documental a modo de manual audiovisual, como una alternativa hacia la contaminación visual que vivimos diariamente en la comunicación y en la gramática cultural de la hegemonía capitalista. Así, el producto ejemplifica algunas técnicas que la guerrilla de la comunicación nos brinda para combatir a las relaciones de poder y al consumismo, y busca ayudar en la resignificación de situaciones de la vida cotidiana de los jóvenes del barrio de La Roldós, como la discriminación, el clasismo, violencia de género, etc. El documental muestra así la producción de mensajes disidentes y alternativos que surgieron para dar a conocer el resultado catastrófico del consumismo como práctica social y, lo más importante, expone a modo de manual, formas para combatir las enfermedades comunicacionales a las que estamos expuestos, mediante propuestas artísticas combinadas con la guerrilla de la comunicación.

Palabras claves: Guerrilla de la comunicación, Hip Hop, Gramática Cultural, Comunicación popular, Consumismo.

Abstract

The present project was made as a result of collaboration of several collectives of artists of the District of La Roldós, with which through music, guerrilla communication and a little of the popular communication, a documentary was developed as an alternative to the Visual pollution that we live daily in the communication and the cultural grammar of capitalist hegemony, for this has been made an audiovisual manual as the result of the workshops worked in La Roldós under the popular communication methodology in conjunction with the guerrilla communication, exemplifying the various techniques that the guerrillas of communication gives us to fight the relations of power and consumerism, besides that helped the resignification of situations in the daily life of young people in the neighborhood of La Roldós, such as discrimination, classism, gender issues, and the production of dissident and alternative messages that emerged to raise awareness of the catastrophic result of consumerism as a social practice and the most important thing that could be found, ways to combat these communicational diseases through artistic proposals combined with the guerrilla of the communication.

Keywords: Communication Guerrilla, Hip Hop, Popular Comunication, Consumism, Cultural grammar.

Introducción

El fin de esta investigación consistió en lograr un producto documental sobre cómo hacer guerrilla de la comunicación, a partir de la materialización del resultado de talleres de comunicación popular y expresiones artísticas. La razón estuvo enfocada al análisis de que la conciencia social y las prácticas cotidianas culturales de los sectores periféricos y de todos los que tengan acceso a los medios masivos, están condicionadas a la calidad de información que reciben estos sectores, a la calidad de la educación a la que acceden y a las formas culturales de relación de poder¹. “El problema de la comunicación de masas es que hasta ahora esta variabilidad de las interpretaciones ha sido casual. Nadie regula el modo en que el destinatario usa el mensaje, salvo en raras ocasiones” (Eco, 1999, pág. 7).

Es así que, tras el análisis, se decidió realizar talleres de comunicación popular en el barrio de La Roldós, sector Pisulí, donde existen varios grupos musicales y gestores culturales, además uno de los principales integrantes del proyecto, Fabricio Díaz, con el cual tuvimos contacto previamente a la filmación del documental; él es parte del grupo los emisarios del verso y gestor cultural del Barrio, esto facilitó en gran medida el avance del proyecto.

Posterior a los talleres, que fueron realizados en la casa comunal La Paz y tuvieron una duración de dos meses, se pasó a la etapa de producción del mismo, mediante la creación de técnicas y la filmación de estas, las cuales servirán como una clase

¹ Las relaciones sociales de poder son una multitud de interacciones, reguladas por normas sociales, entre dos o más personas o grupos sociales, donde se corresponde ejercer poder (habitualmente disciplinario o involuntario) en forma coercitiva (Foucault, 1984, pág. 6).

didáctica que muestre cómo hacer guerrilla de la comunicación, sus técnicas y cómo son aplicadas.

El objetivo principal consistió en la creación de nuevos contenidos que fueran en contra de la comunicación formal y cotidiana, que criticaran la raíz de la gramática cultural que naturalizan las relaciones de poder, además que el uso de estas técnicas genere un cambio de pensamiento en los propios actores que las utilizan, tal como dice el manual del colectivo a.f.r.i.k.a:

La concepción de la guerrilla de la comunicación forma parte de un proceso en donde se critican las relaciones sociales de dominio como, por ejemplo, el nuevo y viejo nacionalismo, patriarcado, sexismo, racismo y las formas de producción capitalista vinculadas con estos; se analiza la normalización de tales relaciones de dominio a nivel de los discursos sociales y de las formas de la gramática cultural y se formulan propuestas de cómo cuestionarlas (a.f.r.i.k.a, Blisset, & Brünzels, 2000, pág. 8).

Los contenidos propuestos no solo influyeron por la producción del documental, sino que en el proceso estuvo la esencia, ya que es ahí en donde conjuntamente con los actores se buscó un método participativo de creación y de crítica, acercándose así al fin de la guerrilla de la comunicación que siempre ha sido un propósito político y creativo:

Su propósito es la crítica del actual estado de cosas, “socavar la normalidad y la pretendida naturalidad del orden imperante, sembrando inesperados elementos de confusión y transformando los discursos cerrados en situaciones abiertas”, como ellos mismos manifiestan. Se trata para esta guerrilla urbana contemporánea de “confrontar a los ciudadanos no solo

con algunas proclamas, sino de recoger las contradicciones y las experiencias de sus propias vidas, invitándoles a reflexionar y actuar de otra manera a partir de ellas” (Lara, 2003, pág. 4).

La comunicación popular fue utilizada dentro de los talleres como una metodología para enseñar la guerrilla de la comunicación, lo que fundamentó la base de una nueva forma de educar al individuo dentro de su entorno y, conjuntamente con el arte, conseguir la producción de contenidos que sirvieran como una liberación ideológica, física y espiritual para que el documental tuviera repercusión dentro de los habitantes del barrio, en el comunicador popular se plantea: “Nuestros pequeños medios populares deben combatir esos efectos negativos transmitiendo otros mensajes al pueblo, mensajes con otro contenido. Nuestros mensajes tienen que llevar la verdad al pueblo, despertarlo, concientizarlo” (Kaplún, 1985, pág. 75).

Es así que para la realización del producto se buscó información sobre la guerrilla de la comunicación, consiguiendo tres conceptos claves que fueron el eje de entendimiento para la producción de los contenidos: guerrilla de comunicación, relaciones de dominación y gramática cultural.

El primer concepto trabajado fue “la guerrilla de la comunicación, donde se trabaja el alterar, lo que se considera como normal y común, y las formas cotidianas que tenemos de actuar” (a.f.r.i.k.a, Blisset, & Brünzels, 2000, pág. 56). Se utilizó la guerrilla de la comunicación alterando los significados de ciertos mensajes, por ejemplo, la percepción que se tiene de la Coca Cola o la creación de un montaje con tema político.

El segundo concepto trabajado fue las relaciones de dominación; entendidas como todas las formas en que el ser humano está inmerso dentro de las estructuras de

poder en su vida cotidiana, estas pueden ser laborales, económicas, de género, políticas, religiosas y demás, puesto que son como una especie de reglas que configuran el actuar y el pensar de las personas.

En las relaciones humanas, cualesquiera que sean relaciones amorosas, institucionales, económicas- el poder está siempre presente: quiero decir, la relación en la cual el uno quiere tratar de dirigir la conducta del otro, estas relaciones de poder son relaciones móviles, es decir, que pueden modificarse, que no están dadas de una vez por todas. Es preciso, entonces, para que se ejerza una relación de poder, que haya siempre de los dos lados al menos una cierta forma de libertad (Foucault, 1984, pág. 269).

Un ejemplo claro son las ideas arcaicas de que el hombre esté por encima de la mujer o la estructura jerárquica que existe en los estratos de la Iglesia, gobierno o instituciones militares; estas relaciones tienen como base el poder que ejercen las personas hacia otras personas, tomemos en cuenta la impotencia del trabajador a protestar en un trabajo en donde el jefe lo explota, o la idea de superioridad del profesor frente a sus alumnos, o las formas simbólicas de cómo la sociedad se ha ido formando para darle más importancia al hombre que a la mujer en todos los ámbitos, desarrollándose el machismo predominantemente.

El tercer concepto trabajado fue el de gramática cultural, debido a que el grupo a.f.r.i.k.a plantea que, el ser humano vive a través de contratos sociales, reglas máximas universales, leyes, obligaciones, deberes y formas de actuar según una moral preestablecida desde que nacemos, de acuerdo a la cultura que pertenezcamos:

es así que en el marco de las reglas y convenciones escritas o no escritas de la escuela, los que aprenden y los que enseñan practican diariamente comportamientos que sirven también en otros ámbitos sociales para mantener un orden basado en las relaciones de poder. La totalidad de tales reglas se la llamará: gramática cultural (a.f.r.i.k.a, Blisset, & Brünzels, 2000, pág. 24).

De igual forma se trató de visibilizar el arte cómo una fuente de cambio social, esto quiere decir que el proyecto se enfocó en utilizar las herramientas que los actores ya poseían y se las combinó con los preceptos de la guerrilla de la comunicación para lograr una crítica en todos los aspectos, además de que el arte permite trabajar de mejor forma en los procesos de educación ya que los contenidos son retenidos más rápido, se vuelven atractivos para los estudiantes y pueden llegar a diversos tipos de personas. “El arte es un medio propicio para entrar en contacto con evocaciones, disparadores, nuevas asociaciones, es un agente expansor de ideas y potencialidades, y también una herramienta potente por la pluralidad de sentidos que posibilita” (Bica, 2013, pár. 12).

Metodología

El método que se escogió, siendo esta, una investigación encaminada a la comunicación popular, fue la investigación-acción-participación, que es un: “método de investigación y aprendizaje colectivo de la realidad, basado en un análisis crítico con la participación activa de los grupos implicados, que se orienta a estimular la práctica transformadora y el cambio social” (Zabala & Néstor, 2006, pág. 31).

Al realizar un trabajo de campo, utilizando el enfoque cualitativo, surgió la idea de que sujeto y objeto de estudios mantuvieran una estrecha relación en todo el transcurso de la investigación.

Las principales técnicas que se escogieron son: la realización de talleres y el grupo t, debido a que los actores fueron un grupo que se construyó en el proceso y se necesitó de técnicas grupales para tomar decisiones y dirigir el pensamiento del colectivo hacia los principales objetivos de esta investigación.

El grupo t es un grupo relativamente inestructurado en el cual los individuos participan para aprender. Este aprendizaje se dirige al mismo individuo, a los otros participante, a las relaciones interpersonales, a los procesos de grupo y a los sistemas sociales (Echavarría, 2002, pág. 221).

Conjuntamente con las técnicas se utilizó la observación participante, en vista que es la principal herramienta del enfoque cualitativo y esta permitió conseguir información acerca de lo que sucedía en el barrio de La Roldós; “es un método interactivo para recoger información que tiene una profunda participación del

observador, para ello debe aprender los modos de expresión de los grupos, comprender sus reglas y normas de comportamiento” (Echavarría, 2002, pág. 208).

También se utilizó la entrevista a profundidad, debido a que se necesitó de varias entrevistas para conocer de la realidad de los asistentes al taller. Además, vale mencionar que esta investigación fue experimental, puesto que la guerrilla de la comunicación está posicionada como un método alternativo.

Este manual audiovisual, documentado, tuvo como fin último la creación de mensajes alternativos que produjeran una forma diferente de ver las cosas, críticas a comportamientos y actitudes que vemos normales, por ejemplo, consumir Coca-Cola o un grafiti con un mensaje diferente a solo el estético.

Las técnicas que se utilizaron para lograr el manual audiovisual fueron:

Culture jamming

“Los culture jamming son momentos en donde un grupo de personas o comunidad se encuentra en un lugar y realiza una acción en concreto que nadie más espera, lo cual hace que la gente que está alrededor se sorprenda o se moleste, logrando así mostrar el mensaje” (Dery, 2004, pár. 7).

Distanciamiento

“Esta técnica consiste en cambiar, en pequeñas cantidades, cómo vemos un mensaje o una idea, que está preestablecida como normal, ese cambio que genera surge como un mensaje que crea una reflexión diferente en quien vea el mensaje, haciendo que se distancie de su significado original” (a.f.r.i.k.a, Blisset, & Brünzels, 2000, pág. 47).

Tergiversación

“Dentro del distanciamiento puede coexistir varias técnicas de guerrilla de comunicación, en este caso la tergiversación, que en este caso crea una distancia entre los actores del significado real y el diferente, que surge para cuestionar su aparente normalidad” (a.f.r.i.k.a, Blisset, & Brünzels, 2000, pág. 56).

Collage y montaje

“Esta técnica consiste en crear un mensaje a partir de la combinación de diferentes situaciones o contextos, para provocar una nueva forma de ver las cosas, se parece a la técnica de la tergiversación” (a.f.r.i.k.a, Blisset, & Brünzels, 2000, pág. 123).

Preproducción

Los protagonistas del video fueron varios M.C.²: Fabricio Díaz, Marco Díaz, Rafael Ocles, Rafael Cárdenas, Anabel Estrella, miembros de la agrupación Emisarios del Verso, localizándose en la escena musical del barrio de La Roldós; además de ser participantes activos en la creación de las técnicas de guerrilla de la comunicación, sin embargo, en el caso de Fabricio Díaz, que fue el encargado de la producción ejecutiva del documental, gestionó también los permisos de espacios y la logística.

En un inicio, se procedió a contactar directamente con Fabricio, ya que previamente había un contacto y sabíamos que él conocía el espacio donde se iba a realizar el

² Se considera *M.C.* a todo aquel que se dedica a crear letras de rap, recitar, dominación de métricas. Los M.C.'s también son denominados "raperos" o "rappers" en inglés (Hip Hop Under Argentina. Recuperado de <http://bit.ly/2Fp1rCF>).

proyecto, con él se realizó un cronograma de trabajo y se procedió a la ejecución; primero se convocó a personas para que asistieran al taller, luego, culminados los talleres con los que quedaron, se procedió a armar las ideas de la producción de las técnicas. Después de haber buscado diferentes lugares, se definió a la Casa Comunal La Paz como lugar de grabación.

La segunda fase consistió en la organización de las fechas de los talleres y la promoción de los mismos; los talleres tuvieron como nombre “Guerrilla de la comunicación y el hip hop revolucionario”. Para finalizar con la fase de promoción, se procedió a distribuir y pegar volantes por el sector de La Roldós.

El primer taller, realizado el sábado 11 de febrero, consistió en la introducción del proyecto, además se habló sobre los conceptos de guerrilla de la comunicación, la cultura hegemónica, la gramática cultural y las relaciones de dominación, a este taller asistieron siete personas, las cuales discutieron sobre los temas propuestos y debatieron sobre las posibles técnicas que se podrían utilizar en la parte práctica.

En el segundo taller, realizado el sábado 18 de febrero, se mostraron las diferentes técnicas que usa la guerrilla de la comunicación para su actuar; las técnicas vistas fueron: distanciamiento, sobreidentificación, collage y montaje, culture jamming, shopdropping, happening y tergiversación; a este taller asistieron nueve personas, además se decidieron las técnicas que se utilizarían en el manual sobre guerrilla de la comunicación. Las técnicas escogidas fueron: culture jammings, distaciamiento, montaje y collage, y la tergiversación.

El tercer y último taller fue realizado el sábado 11 de marzo, se enfatizó en la aplicación de la técnica del culture jamming y la creación musical de hip hop revolucionario; se montaron instrumentos musicales y con melodías de rap y

géneros afines, los participantes rapearon sobre temas como discriminación, corrupción, violencia y temas libres.

A todos los que participaron en la filmación se les entrevistó a profundidad, las preguntas fueron encaminadas a los talleres y a la experiencia posterior a la filmación.

La investigación concluyó con la revisión del estado del arte previo que se tenía y se escogieron autores como: Mario Kaplún y Paulo Freire, quienes hablan sobre la pedagogía y la comunicación popular, esto sirvió para la construcción de los talleres; también se escogieron autores como el Grupo autónomo a.f.r.i.k.a. los cuales tratan aspectos teóricos sobre la guerrilla de la comunicación, y autores como Foucault, Parra Albarracín o Firth, los cuales ampliaron el rango de análisis de esta investigación.

Antes de empezar la filmación se recorrió el barrio para definir las locaciones y los lugares que después servirían.

Cabe destacar en este punto que no se utilizó una escaleta o un guion para la planificación del documental, sino que el método utilizado fue la investigación con cámara, que consiste en realizar la filmación en el acto y después, en el momento de selección y edición, se define qué se utilizará de todo el material.

Producción

En esta etapa se estableció un calendario con los actores para la filmación de las técnicas, los días escogidos fueron los sábados, cuando todos podían.

Para la filmación se utilizó una cámara Canon 60d y un lente sigma de 30 mm, además de un micrófono corbatero y un micrófono condensador.

El equipo humano consistió en: tres camarógrafos: Renata Arcos, Fernando Vásquez y Esteban Vásquez; un director (autor del presente trabajo) y los nueve protagonistas de cada técnica: Fabricio Díaz, Marco Díaz, Angie Estrella, Rafael Ocles, Rafael Cárdenas, Anthuan Zamorano, Christian Maldonado, Caros Pabón Alexis Ortega.

En las técnicas que había música se necesitó de instrumentos musicales, esto también fue llevado a La Roldós para la realización del documental.

Aparte de las tomas de cada técnica se hicieron tomas del barrio y de las entrevistas a cada uno de los protagonistas del documental.

Postproducción

En esta fase se clasificó el material que se registró en el barrio para luego proceder con la edición.

El proceso de edición no se planificó, aunque se tuvo en cuenta el orden que se estableció en el rodaje, el orden en que fue registrado el material, empezando por la introducción con la publicidad de los talleres y finalizando con el desarrollo de las técnicas de guerrilla de la comunicación.

El programa que se utilizó para la edición fue Final Cut Pro X, además de varios plugins como Corruption y Glitch Effects los cuales fueron utilizados para las entradas y salidas de títulos y transiciones entre escenas.

El producto final se estructuró como una especie de receta o manual, inspirado en la investigación con cámara, que explica cuáles son los pasos aproximados para realizar los procesos de guerrilla de comunicación, teniendo como objetivo el criticar a la sociedad y al sistema en un lugar cualquiera, que sea además didáctico y que lo pueda ver y utilizar las personas, para que estas técnicas y formas artísticas sean conocidas por más gente.

Difusión

Esta es la fase última del documental. Conjuntamente con los participantes de los talleres y del proyecto se promocionará el documental en plataformas digitales como: YouTube, Facebook y la plataforma INDI.

Además, se planteará la idea de hacer una presentación en la Universidad Politécnica Salesiana junto con un concierto con los que participaron en la producción de este documental, además de un conversatorio sobre el tema, para lograr así un feedback entre los actores y gestores que participaron.

Resultados

Se pudo contrastar que la guerrilla de la comunicación no se lleva bien con el arte, debido a que el proceso de combinación entre ambos no son compatibles tal y como se menciona en el Manual de guerrilla de la comunicación:

la guerrilla de la comunicación no actúa por lo general en el medio artístico. Pero precisamente porque en el arte todo está permitido puede situarse allí, la referencia táctica por ejemplo, si uno esparce litros de sangre de gallina en una plaza pública o anuncia una masacre a punta de tierra mecánica, no tardará en hacer acto de presencia la policía. Sin embargo, si el espectáculo tiene un lugar en un espacio reservado al arte, la gente paga entrada y el acontecimiento no aparece en el informe de la policía sino en la sección de cultura de los diarios (a.f.r.i.k.a, Blisset, & Brünzels, 2000, pág. 212).

Pero, en el caso de la mezcla de la guerrilla con la música funcionó, ya que se generó una forma en donde el individuo se adentra en una experiencia que cambia sus sentidos y desde ahí llegue la transformación, desde el crear una lírica y el hecho de participar dentro del grupo que está generando ese cambio, en ese contraste se puede analizar lo que dice Simon Frith:

La cuestión no es cómo una determinada obra o una interpretación refleja a la gente, sino cómo la produce, cómo crea y construye una experiencia, una experiencia musical, una experiencia estética que solo podemos comprender si asumimos una identidad tanto subjetiva como colectiva (Frith en Hall & Gay, 1996, pág. 182).

Es entonces que se vuelve viable el proceso de hacer guerrilla de la comunicación mediante técnicas artísticas, puesto que el proceso se volvió un momento en donde el arte es el principal medio de creación de los ejemplos.

En el caso de la técnica del cultural jamming, con el grupo seleccionado se procedió a la movilización hacia una esquina del barrio, donde se instaló y armó los equipos e instrumentos, y se dio un concierto breve de hip hop revolucionario, el cual fue registrado en video; las temáticas trabajadas en las líricas fueron la discriminación, la televisión basura, la violencia hacia la mujer, la corrupción y un tema libre.

Los raperos que participaron fueron: Rafael Ocles, Rafael Cárdenas del grupo Los Emisarios del Verso y Anthuan Zamorano, artista independiente, a ellos se les proporcionó varios temas de los cuales debían improvisar mientras dos músicos tocaban en la calle, Carlos Pabón en la batería y Alexis Ortega en el bajo.

Con esta técnica se concluyó que es necesario la creación de nuevas formas de comunicación, debido a que los medios masivos transmiten la información de masas industrializada, encaminada a mantener la moda, por ejemplo, en el plano musical, el pop o el reggaetón. Es necesaria la idea de plantear un medio que tenga que ver con una metodología de guerrilla, puesto que no es posible tener un espacio en los medios hegemónicos para plantear un mensaje, tal como dice Eco:

Si he hablado de guerrilla es porque nos espera un destino paradójico y difícil, a nosotros, estudiosos y técnicos de la comunicación: precisamente en el momento en que los sistemas de comunicación prevén una sola fuente industrializada y un solo mensaje, que llegaría a una audiencia dispersa por todo el mundo, nosotros deberemos ser capaces de imaginar unos

sistemas de comunicación complementarios que nos permitan llegar a cada grupo humano en particular (Eco, 1999, pág. 9).

Para la técnica del distanciamiento se escogió cambiar sutilmente el mensaje que tiene la marca Coca Cola y su constante felicidad, planteando que al contrario de la felicidad, esta bebida causa enfermedades y hasta la muerte. Para plantear nuestro mensaje se disfrazó a Fabricio Díaz de enfermo y a Christian Maldonado de médica, se colocó a Fabricio en una silla de ruedas con la simulación de que el suero que llevaba era Cola Cola y Christian lo llevó por las calles del barrio de La Roldós, para que la gente note el mensaje que llevaba en su mano: “Coca Cola te mata lentamente”.

Con esta idea se pretendió concientizar a la gente, respecto de esta bebida, pues es dañina para la salud, como lo reflejan los siguientes estudios:

El Global Burden of Diseases Study de 2010 y las encuestas sobre el consumo de bebidas azucaradas en 114 países determinó la investigación presentada por la Asociación Americana del Corazón y dirigida por el académico Gitanjali Singh, de la Escuela de Salud Pública de Harvard (EE. UU.) hacia la relación entre su consumo y las 133.000 muertes por diabetes, 44.000 por enfermedades cardiovasculares y 6.000 por cáncer en nueve regiones del mundo analizadas (Hermosilla, 2013, pár. 1).

El estudio citado afirma que el consumo de bebidas azucaradas generan varias enfermedades, las cuales pueden causar la muerte y en el presente caso se escogió la Coca Cola por ser una de las transnacionales más grandes del mundo, además se creó un nuevo mensaje que se aleja del mensaje original de esta empresa, que promete la felicidad por el consumo de esta sustancia, y se lo cambió por el

siguiente mensaje: “siente el sabor que mata lentamente”, esto se trabajó dentro de la propia forma de hacer publicidad que tiene Coca Cola.

Para la tergiversación se tomó dos contextos o ideas, la idea de las cucas de papel que había que recortar y vestir a las muñecas y la condición en que se consideran a los políticos en el Ecuador, es así que se tomó como personajes a Rafael Correa, Abdalá “el loco” Bucaram, Lucio Gutiérrez, Mauricio Rodas y Jorge Glass, luego se procedió a realizar un montaje exagerado, que consistió en armar la “cuca politiquera”, la cual incluyó la cara de estos políticos, un traje de preso, un terno y un traje de rata, además de una cabeza de canguil, la guatita, la banda presidencial y unas orejas de burro, con los cuales los participantes podrían vestir a su político favorito a su gusto, generando así que el personaje que se está utilizando en esta técnica salga del contexto original formal de intocable y se lo ridiculice y se lo saque de contexto.

Se procedió a repartir las “cucas politiqueras” a los habitantes del barrio para ver cómo ellos armaban las cucas y se filmó el proceso.

En el caso de la técnica del montaje se utilizó el graffiti y se planteó combinar los contextos que plantean los medios de comunicación, el capitalismo, la religión, la política, la economía y la cultura, luego se procedió a “grafitear”, en la pared de la entrada de la iglesia del barrio de La Roldós, una imagen de una persona en blanco y negro vomitando un collage de “cosas” que afectan al ser humano, como los medios de comunicación, las ideas de vida del ser humano, la farándula, la educación, la sexualidad, la corrupción, la música, la violencia, la política, la pobreza, el consumismo, la publicidad, entre otros, y se procedió a grabar todo el proceso en video y audio.

Con esta técnica se pretendió generar un collage, el cual critique al capitalismo, a las relaciones sociales y a la gramática cultural en que el mundo está inmerso, además de que con la combinación de todos estos contextos se entienda que todo lo que se recibe diariamente causa a los seres humanos un malestar físico, mental y espiritual, por lo tanto hay que abrir los ojos con respecto a lo que se recibe de la realidad diariamente.

Además del collage hecho en la pared de la iglesia, en el documental se realizó un collage musicalizado con un tema que creó el grupo Los Emisarios del Verso, acerca de la guerrilla de la comunicación. Este collage es otra forma de realizar las técnicas tanto de la tergiversación como el montaje.

Cabe destacar la complementación del arte con la educación dentro de la construcción del proyecto, ya que el arte se la tomó como una herramienta pedagógica para lograr los objetivos de la guerrilla de la comunicación, así, la creación de los ejemplos se volvió un desafío lúdico que los miembros del proyecto disfrutaron y tuvieron un aprendizaje desde la experiencia de participar en un grupo y formar los contenidos desde ahí.

Tal como plantea un artículo de la Fundación Bica: “Las obras operan, metafóricamente, como un gran mar donde podemos sumergirnos y encontrar maravillosos recursos, que pueden acompañarnos como educadores a transitar conceptos, épocas, estereotipos sociales, procesos históricos, entre tantos otros temas” (Bica, 2013, pár. 4).

Con la realización de las técnicas de guerrilla con los actores sociales del barrio de La Roldós se visibilizó la necesidad de la creación de espacios que sirvan para crear nuevos contenidos que se alejen de la comunicación tradicional, los medios

mundiales y la contaminación visual, en la cual vivimos diariamente, además se mostró la importancia que tiene la crítica política, ya que al ser la guerrilla de la comunicación una herramienta política se pudo socavar dentro de la esfera politiquera nacional y plantear una idea que satirice a los miembros de esta esfera política, se creó un manual que sirvió para que los actores del barrio puedan expresar sus ideas sin miedo y en colectivo.

Conclusiones

Una vez finalizado el trabajo de investigación se consiguió cumplir los objetivos principales de este trabajo. Se realizó el trabajo audiovisual, donde se demostró la necesidad de construir nuevas formas de plantear un mensaje, que en este caso, fueron las técnicas de guerrilla de la comunicación las cuales criticaron aspectos como: las enfermedades que causa el consumo de bebidas gaseosas, la ridiculización de la esfera política del Ecuador y el planteamiento en dónde es necesario la creación de nuevos espacios para la construcción de contenidos.

La narrativa que plantea el género documental es más cercana para el espectador, puesto que se muestra el trabajo como algo familiar, que permite una mejor conexión, además que por ser un trabajo estéticamente más barrial y cotidiano, se origina una apertura mayor por parte de los actores, como también del espectador.

La guerrilla de la comunicación es una herramienta que puede combinarse con el arte, pero para que la guerrilla comunicacional no pierda su credibilidad y su objetivo, se debe enfocar en el proceso con los actores.

Es más factible la realización de las técnicas de guerrilla de la comunicación en un barrio periférico, esto se debe a que la guerrilla es un aspecto que emerge desde los sectores populares que quieren un cambio, en el caso de La Roldós que es un barrio sin muchos recursos, la idea de una guerrilla incentivo a que los actores estuvieran durante todo el proceso con un interés mayoritario y generando propuestas de cambio.

El hip hop es un género que posibilita la combinación de aspectos educativos con el desarrollo de un proyecto, puesto al ser un ritmo muy popular en La Roldós, fue

más fácil establecer el vínculo con los miembros del proyecto, impartir la información teórica y lograr la creación de una guerrilla de la comunicación.

Referencias

- Foucault, M. (1984). *La ética del cuidado de sí como práctica de la libertad*. U.N.C.
- Echavarría, R. B. (2002). *Investigación: Un camino al conocimiento (Un enfoque cualitativo y cuantitativo)*. San José, Costa Rica: Universidad Estatal a distancia.
- Parra Albarracín, G. (2000). *Bases epistemológicas de la educomunicación : definiciones y perspectivas de su desarrollo*. (U. P. Salesiana, Ed.) Quito, Ecuador: Abya-Yala.
- Hall, S., & Gay, P. d. (1996). *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Foucault, M. (1984). *Cómo se ejerce el poder*. Recuperado el 15 de 02 de 2018, de <http://www.unizar.es/deproyecto/programas/docusocjur/FoucaultPoder.pdf>
- Fernández-Delgado, F. (2017). Interferencias en la transmisión: Aproximación teórica al culture jamming. (A. L. Toscano, Ed.) *Razón y Palabra*, 21(4), 702.
- a.f.r.i.k.a, G. a., Blisset, L., & Brünzels, S. (2000). *Manual de guerrilla de la comunicación*. Barcelona, España: Virus. Obtenido de Rebellion.Org.
- Fundación Bica. (15 de enero de 2013). *Fundación Bica*. Recuperado el enero de 2018, de Fundacionbica.org: <http://bit.ly/2opgyDF>
- Dery, M. (10 de 10 de 2004). *Mark Derys Shovelware*. Recuperado el 15 de 02 de 2018, de Blogs, Books, Articles: <http://bit.ly/2CC2uMj>
- Hermosilla, K. (10 de 03 de 2013). *Veo verde*. Recuperado el 17 de 02 de 2018, de Estudio: Mueren 180 mil personas al año por refrescos azucarados: <http://bit.ly/2BHhFa9>
- Bica, F. (15 de 01 de 2013). *Fundación Bica*. Recuperado el 17 de 02 de 2018, de El arte como herramienta pedagógica: <http://bit.ly/2opgyDF>
- Zabala, M., & Néstor, E. (2006). *Diccionario de Acción Humanitaria y Cooperación al Desarrollo*. Recuperado el 23 de 05 de 2016, de <http://bit.ly/1ntvxYI>
- Lara, Á. (26 de 04 de 2003). *Rebelión*. Recuperado el 15 de 02 de 2018, de La guerrilla de la comunicación: interferencias en el código fuente: <https://www.rebellion.org/hemeroteca/cultura/lara260403.htm>

Eco, U. (1999). *La estrategia de la ilusión* (3a edición ed.). Barcelona, España: Lumen.

Kaplún, M. (1985). *El Comunicador Popular* (1ra edición ed.). Quito, Ecuador: CIESPAL.

Anexos

Ficha técnica

Título: Manual audiovisual sobre guerrilla de la comunicación como resultado de talleres de comunicación popular realizados en el barrio de La Roldós.

Dirección producción y realización: Alexis Ortega

Producción ejecutiva: Fabricio Díaz

Cámara: Alexis Ortega, Renata Arcos, Esteban Vásquez, Fernando Vásquez.

Dirección fotografía: Alexis Ortega, Renata Arcos, Esteban Vásquez

País: Ecuador

Año: 2018

Duración: 28:21 minutos

Género: Documental

Formato: Full hd 1820p

Idioma: Español

Tabla 1 Ficha técnica

Tabla de recursos técnicos

Materiales	#	Valor por pieza	Total
Cámara Canon 60d	1	\$900	900
Macbook Pro	1	\$700	700
Micrófono audiotechnica lavalier	1	\$60	60
Micrófono audiotechnica condensador	1	\$90	90
Trípode	1	\$60	60
Dolly	2	\$30	60
Instrumentos musicales	4	\$1000	4000
Silla de ruedas	1	\$160	160
Latas de pintura	4	\$4	16
Final cut pro x	1	\$99	99
VALOR TOTAL			\$6145

Recursos Materiales

#	Valor por pieza	Total
80	\$0.25	20
30	\$3	90
1	\$100	100
1	\$42	42

TOTAL \$252

Cuca politiquera



CUCA POLITIQUERA

COMO LOS QUERÍAS VER!!
INCLUYE CORREA CAÑE TUCO, EL LOCO CON LA GUATTA Y CABEZA DE CHANGUILI EDICION LIMITADA

LISTOS PARA RECORTAR

Afiche talleres

TALLERES:

HIP HOP **Y POPULAR** **GUERRILLA COMUNICACIONAL**

- COMUNICACIÓN POPULAR
- HIP HOP SOCIAL
- GUERRILLA DE LA COMUNICACIÓN
- GRAFFITI
- ¿CÓMO EL CAPITALISMO NOS DESTRUYE?
- DISCRIMINACIÓN, SEXISMO, CLASISMO
- ¿CÓMO COMBATIR LAS ENFERMEDADES PUBLICITARIAS?

Y MUCHO MÁS...



CÚANDO:

SÁBADOS Y DOMINGOS

4, 5, 11, 12, 18, 19, 25, 26

FEBRERO

HORA: 14:00 A 18:00

GRATIS

**APRENDIZAJE
COLECTIVO**

DÓNDE:

CALLES 0e12 y 0e13

NUMERACIÓN: 0E12-06

LA ROLDÓS

CASA COMUNAL LA PAZ



TALLERES:

HIP HOP II

POPULAR



GUERRILLA COMUNICACIONAL

GRATIS

**APRENDIZAJE
COLECTIVO**

TEMAS:

**- TÉCNICAS DE GUERRILLA COMUNICACIONAL
DISTANCIAMIENTO SHOP DROPPING
SOBREIDENTIFICACIÓN FLASHMOBS
ARTE CALLEJERO CULTURE JAMMING
PERFORMANCE GRAFFITI Y STENCIL**

**- EL HIP HOP COMO HERRAMIENTA DE CRÍTICA Y
CAMBIO SOCIAL**

**ORÍGENES DEL HIP HOP SOCIAL
DEL DECIR AL HACER
MOVIMIENTO CULTURAL EN LA ROLDÓS
TALLER PRACTICO DE CREACIÓN LÍRICA
ENSAYOS CON BANDA EN VIVO**

**- GRAFFITI RADICAL POLÍTICO
CULTURA URBANA
RE APROPIACIÓN DE ESPACIOS
TALLER PRÁCTICO GUERRILLA DE LA
COMUNICACIÓN Y GRAFFITI**

ADEMÁS:

**- INCLUSIÓN CULTURAL EN LA ROLDÓS
-¿CÓMO COMBATIR LAS ENFERMEDADES
COMUNICATIVAS Y PUBLICITARIAS?
- DISCRIMINACIÓN, MACHISMO Y
FEMINISMO**

CÚANDO:

DOMINGO 5 de MARZO

HORA: 14:00 A 18:00

DÓNDE:

CALLES 0c12 y 0c13

NUMERACIÓN: 0E12-06

LA ROLDÓS

CASA COMUNAL LA PAZ