



**UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA**
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

REPÚBLICA DEL ECUADOR

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

**CARRERA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TÍTULO: ANÁLISIS DE LOS PROCESOS COMUNICACIONALES EN
REDES SOCIALES DE LAS CULTURAS URBANAS EN CUENCA;
ARTÍCULO CIENTÍFICO.**

**Trabajo de Investigación,
previo a la obtención del
Título de Licenciada en
Ciencias de la Información
y Comunicación Social**

AUTORA: MARÍA EULALIA ESPINOZA JAPA
Número de Cédula: 0105410617

TUTOR: MSC. DIEGO VICENTE ILLESCAS REINOSO.

AÑO: 2019

ÍNDICE

ÍNDICE.....	I
TITULO	II
RESUMEN	1
Palabras clave:	1
ABSTRACT	2
KEY WORDS	2
1.- INTRODUCCIÓN	3
2.- METODOLOGÍA. -	9
3.- DESARROLLO. -	11
3.1.- MARCO TEÓRICO	11
3.1.1. COMUNICACIÓN Y CULTURA.....	11
3.1.2 CULTURAS URBANAS Y ESPACIO PÚBLICO.....	12
3.1.3 EL HIP HOP COMO MOVIMIENTO URBANO.....	14
3.1.4 PROCESOS COMUNICACIONALES.....	15
3.1.5 REDES SOCIALES.....	16
3.1.6 IDENTIDAD	17
3.1.7 WEB 2.0	18
4. DIAGNÓSTICO	19
4.1 EL HIP HOP Y SUS ELEMENTOS.....	21
4.2 MIGRACIÓN DE LO TRADICIONAL A LO DIGITAL	22
4.3 EL HIP HOP Y PERFILES DE FACEBOOK	24
5. CONCLUSIONES.....	27
6. BIBLIOGRAFÍA	29
7.ANEXOS	31

TITULO

**ANÁLISIS DE LOS PROCESOS COMUNICACIONALES EN REDES
SOCIALES DE LAS CULTURAS URBANAS EN CUENCA; ARTÍCULO
CIENTÍFICO.**

**ANALYSIS OF COMMUNICATION PROCESSES IN SOCIAL
NETWORKS OF URBAN CULTURES IN CUENCA; SCIENTIFIC
ARTICLE.**

RESUMEN

Este artículo científico describe los procesos comunicacionales en redes sociales de movimiento Hip Hop en Cuenca. Este tema se aborda desde diferentes aristas o componentes de esta expresión artística: rap, break dance, graffiti, y torna mesa. Los líderes de esta agrupación detallan su migración y nexos del espacio público a las redes sociales. Facebook, un medio extraterritorial, que permite la trascendencia de la identidad de manera frecuente a diferencia de los medios tradicionales.

Se va a caracterizar a la cultura Hip Hop, en cuanto a su vestimenta, uso de accesorios, símbolos que representan a su agrupación. Asimismo, se identificará los procesos comunicativos de este colectivo urbano, para posterior describir su actividad digital en la red social Facebook. Las entrevistas realizadas a profundidad son el aporte para analizar la construcción y difusión de su arte más allá del espacio público al cibernético.

Palabras clave: Comunicación y cultura, Hip hop, Procesos Comunicacionales, Redes Sociales. Espacio Público

ABSTRACT

This academic article describes communication processes around Hip Hop movement social networks in Cuenca. This topic is approached from different edges or hip hop's components: rap, breakdance, graffiti and torna mesa. Leaders from this artistic movement detail their migration and public space nexus to social networks. Facebook, an extraterritorial media, which allows the identity to be transcendent frequently, unlike traditional media.

It is going to characterize the Hip Hop culture, in terms of their dress, use of accessories, symbols that represent their group. Likewise, the communicative processes of this urban group will be identified, in order to describe its digital activity in the social network Facebook. In-depth interviews are the contribution to analyze the construction and dissemination of this art beyond the public space to cybernetics.

Key Words: Communication and Culture, Hip Hop, Communicational Processes, Social Networks, Public Space.

1.- INTRODUCCIÓN

La cultura hip hop a nivel mundial se inició como una expresión de descontento, con los años ha evolucionado a una forma de expresión artística, pero sin dejar de ser estigmatizada.

Dentro de la comunicación, el hip hop, es un canal de expresión que se toma los espacios públicos para mostrar su creatividad. Las dinámicas que realizan no son bien recibidas por la sociedad y autoridades. Es limitado el espacio urbano que se les brinda a estas agrupaciones, tampoco existe una apertura constante en los medios de comunicación. En la actualidad ya no es un lío, debido a que ahora tienen un espacio digital en donde pueden llegar a un público más amplio.

La cultura Hip Hop tiene varios componentes que los caracteriza; esta el rap, una expresión llena de reflexiones, sueños, ideologías y denuncias sociales. El break dance de igual forma es un despliegue de creatividad, este baile se toma los espacios públicos para practicar este conjunto artístico en el que se une con la música, el dj, que reproduce canciones de palabra hablada, producciones que se combina con el graffiti como otro modo de expresión que se plasma en muros como muestra de una realidad de carencias de la sociedad.

Todos estos aspectos se han mantenido desde que surgió la cultura hip hop, (Brick, 2005) lo que en la actualidad llamamos rap, aquel texto verbalizado de manera veloz, en sus inicios fue Mcing. El MC o maestro de ceremonias es quien ahora se le llama rapero. Djing, otro término, es la acción de mezclar discos de vinil. Y continua de la misma manera, el graffiti dentro de la cultura, hoy por hoy se mira aún a sus integrantes con spray en mano dibujando verdaderas obras de arte.

Este movimiento tiene su origen en “los guetos afroamericanos de las principales urbes norteamericanas, desde donde se mundializó (desde principios de los años ochenta en adelante) a distintas latitudes” (Moraga &

Solorzano, 2005, p. 80). Esta expresión artística está basada en el descontento social y político. Según Moraga y Solórzano (2005) Kool Herc, un inmigrante jamaicano es el precursor de los conceptos y recursos artístico-culturales.

“En las Américas, el más conocido pionero de rap en español fue el puertorriqueño neoyorquino Vico C, quien grabó cuando joven en medios de los 80” (Brick, Investigación del hip hop latino, 2005, p. 6).

Al principio la cultura hip hop estuvo estructurada en la figura masculina, tras varios años este eje ha variado un poco. Hay una diferencia muy marcada entre el hip hop estadounidense y el latinoamericano. Mientras que el primero se refiere a las drogas y lo ilícito en sus líricas la otra toma sentido entorno a la política.

La comunicación siempre se encuentra actuando en la cotidianidad. No es la excepción, la juventud y la comunicación, todo grupo tiene su simbología o su forma de interactuar frente a la sociedad. “El movimiento hip hop es considerado un espacio de pertenencia y adscripción identitaria, que se fortalece al desarrollar lenguajes propios y, con ellos, logra ejercer su capacidad de ser agentes activos en la reformulación de su propia vida y de sus entornos inmediatos” (Garcés , 2011, p. 108). No se puede negar que desde el espacio mínimo que consiguen o se le brinda a la cultura hip hop en el ámbito mediático, a pesar de ello, logran crear producciones o grandes contribuciones artísticas que no son reconocidas por la colectividad.

Recaen sobre la cultura hip hop algunos estigmas, la violencia o vandalismo son las definiciones que se usan para señalarlos. Por el blindaje o hermetismo de los medios de comunicación la mencionada cultura no tiene la oportunidad de esclarecer las falsas fijaciones que afectan su imagen artística.

Se marca una supuesta realidad de sus integrantes para externos. Mientras que quienes conforman estas agrupaciones se dedican a la producción cultural y a la gestión cultural – artística.

Al encontrar un blindaje en los medios, la cultura hip hop, opta por diversificar su contenido en las redes sociales, con mayor énfasis en Facebook. Una necesidad de notoriedad, se convierte en el impulsador de conquistar un nuevo territorio para compartir sus experiencias de vida. “Identificar y valorar las culturas juveniles cobra importancia al reconocer las dinámicas comunicativas de aquellas agrupaciones que se declaran alternativas, pues ellas ofrecen una producción cultural propia, diferente y creativa” (Garcés , 2011, p. 111)

Para llegar a la denominación culturas urbanas existieron otras categorías como la de subcultura, término que surgió de la Escuela de Chicago, que corresponde según la publicación, culturas juveniles en tono de mujer manifiesta que corresponden “a los grupos sociales ubicados en las áreas de menor integración al sistema” (Garcés , 2011, p. 113). Entre la depuración de conceptos estuvo la de contracultura juvenil que tocaba esa delgada línea de un conjunto de oposición contestatario. Por tanto, el decir cultura juvenil es una expresión correcta de lo que son estas agrupaciones que se dedican a la producción de cultura.

Cuenca, tiene varias agrupaciones juveniles que cuenta con personalidades basadas en un género que construye su identidad colectiva. Hay una segmentación de distintos colectivos que usan el espacio público de la ciudad para mostrar su imagen urbana. Paralelo a estos mensajes visuales, existe otro rol de comunicación que se da en la esfera virtual, un medio extraterritorial.

Cuando se escucha el término culturas urbanas automáticamente se aísla de la sociedad. De manera errónea se asocia con un grupo excluido, si esto sucede es por la invisibilización que producen los medios de comunicación tradicionales. También el poder político los define como contraculturas porque los jóvenes se oponen a los modos de vida establecida. A causa de

esto la población y medios masivos disminuyen su opinión. Esta actitud excluyente, ha hecho que estos colectivos juveniles miren en las redes sociales un espacio para manifestar los valores de su cultura. Facebook se convierte en una figura social que brinda el acceso a la comunicación sin ningún tipo de discriminación o señalamiento.

La segmentación juvenil se traduce a un modo de existencia, visto de otra forma una cultura subalterna pero desvalorizada desde la sociedad. Las prácticas artísticas de las respectivas culturas son su esencia e identidad que define su presencia en el espacio público.

Haciendo un repaso a la historia, se encuentra las culturas populares que se refería a los grupos de zonas rurales. Luego atravesaron una “modernización”, convirtiéndose en urbana por llevar su organización al otro extremo. Por tal razón, es necesario realizar un análisis de la actual migración espacio público, esfera virtual. En este artículo científico, se indagará a profundidad para conocer esos nuevos procesos comunicativos que recaen en las redes sociales, el cual tiene el propósito de describir los procesos comunicacionales en redes sociales que desempeñan las distintas culturas urbanas en Cuenca. La presente pesquisa en específico analizará el uso virtual que realiza la cultura Hip Hop. Actualmente expresan su trabajo y arte a través de Facebook, puesto que, no tiene un acceso permanente o frecuente en los medios de comunicación tradicionales.

Es importante saber la interactividad que produce y la identidad que construye las culturas juveniles Hip Hop. Esta tribu como se les define, hacen uso de un espacio público para demostrar sus destrezas dentro de su género.

El número de jóvenes que pertenece a una cultura juvenil es amplio. Por ello, es vital focalizar a estas personas porque se encuentran en un margen que podría tocar la discriminación o la exclusión. Las redes para esta cultura es el medio en el que se autoinvolucran con la sociedad, Facebook, se ha convertido en un soporte comunicativo para esta población juvenil.

En el que se brinda una comunicación urbana para lograr difundir sus actividades.

La falta de un espacio mediático ha convertido a la red como el área para comunicar y promocionar contenido. Las también llamadas tribus urbanas han construido una relación comunicativa que les sirve para compartir sus intereses comunes.

Sin duda, frente a la sociedad, se está constituyendo una dinámica urbana en Facebook. Los colectivos culturales aprovechan el medio digital para difundir sus destrezas a través de un lenguaje audiovisual, gráfico, etc. Las culturas pasaron por barreras para divulgar su arte, ahora no tienen la condición de ser aprobadas para continuar construyendo su identidad. Pueden llegar a crear una convergencia con culturas similares del mundo, porque en este escenario cibernético, existe una desterritorialización. Las nuevas tecnologías permiten una transversalidad, se puede crear vínculos comunicacionales, de manera paradójica, cruzando fronteras sin la necesidad de hacerlo físicamente.

Este nuevo escenario digital, inclusive da valor al trabajo artístico de las culturas urbanas y a su vez se convierte en propio al poder expresar sus dinámicas comunicacionales con total libertad. La visibilización comunicativa que necesitaban, se logra, a través de la propagación para un público amplio y no local, como lo era en el pasado. Contrario a la lógica los medios masivos, ya no causan el impacto de años anteriores. En la actualidad la globalización está en las redes sociales. La internet rompe la estructuración que anhelaban las distintas culturas urbanas. El espacio digital es el propicio para comunicar sus actividades y continuar desarrollando sus técnicas artísticas.

El objetivo general de este artículo científico es analizar los procesos comunicacionales en Facebook del movimiento Hip Hop en Cuenca, para cumplir este, es necesario caracterizar al grupo juvenil; identificar los procesos comunicativos y describir la dinámica comunicativa que mantienen en los espacios públicos.

La hipótesis que se defiende es que, los procesos comunicacionales que mantiene la cultura hip hop de Cuenca constituye un soporte comunicativo que fortalece su identidad.

Para visibilizar con mayor amplitud, en la actualidad, se tiene que comunicar a través de redes sociales. Con exactitud, Facebook, ha constituido una plataforma multimedia que permite trabajar diversos contenidos audiovisuales. Brinda los recursos adecuados para que la información sea difundida de manera pública de requerirlo de tal forma. Presenta una interactividad con personas que quizá se conozca personalmente, marcan un modelo de comunicación multidireccional porque los usuarios son proactivos, buscan la retroalimentación.

Las actividades artísticas que realiza la cultura hip hop, logran mostrarse más en la red, que inclusive se mantiene en el tiempo, sin estar en el momento que se ejecutó. Mientras que en el espacio público la demostración de sus destrezas son pasajeras.

Con esta herramienta de comunicación conseguirán aumentar sus seguidores a través de las redes o un público que comparta el sentimiento por el género Hip Hop que la sociedad admire y valore su cultura que sigue vigente.

Además, compromete al artista a que de manera continúe publique contenido para interactuar con el resto de usuarios sin que tenga que cancelar un valor monetario por sus publicaciones.

Con los comentarios que hace el público en su contenido, es de utilidad para conocer sugerencias y actuaciones que son del agrado de ellos. Este nuevo medio de comunicación, si queremos entender el flujo eminente. Sin duda es idóneo para que la sociedad sepa e identifique su presencia en el espacio público.

2.- METODOLOGÍA. -

El presente proyecto de investigación sobre los procesos comunicacionales en redes sociales del movimiento hip hop de Cuenca tiene sustento metodológico en el enfoque cualitativo, etnográfico, exploratorio y bibliográfico.

Dentro de la investigación cualitativa se encuentra el método etnográfico, que servirá para conocer el comportamiento social y modo de vida de este grupo. Con el enfoque de comprender las expresiones y dinámica usadas en los procesos comunicacionales. Este método etnográfico es importante por el fenómeno de las tecnologías de la información y la cultura que se encuentran anexadas en los últimos años. Dada esta convergencia, como investigadora se revisará los escenarios virtuales para analizar estos nuevos procesos sociales. Es innegable que los nuevos dispositivos han marcado una nueva construcción cultural. No se puede decir la red social, Facebook, no juega un papel en la libertad de informar.

Ya no son transcendentales las formas físicas que se emplean para llegar a un sitio. Sino los modos en que se negocie el acceso a él, observando las interacciones y comunicándose con los participantes. A partir de estas observaciones va emergiendo un sentido de la presencia etnográfica en el que estar ahí es una experiencia singular. El etnógrafo que ha estado en el lugar, se constituye como el actor con la autoridad para interpretar, por encima del lector, cuyo deseo de comprensión no puede sustentarse en la experiencia de haber estado allí (Meneses & Cardozo, 2014).

En este caso en específico se empleará la etnografía virtual “toman los principios de la etnografía convencional y la reconfiguran tratando de interpretar las redes telemáticas como un espacio, y como un territorio” (Meneses & Cardozo, 2014).

La etnografía es el método apropiado en ciencias sociales, cuando se trata de “comprender mejor los fenómenos culturales propios de la complejidad que plantean las relaciones generadas por las tecnologías de la información y la comunicación. Además, este método en la investigación cualitativa

brinda el acceso a estudiar las formas de comportamiento de un grupo de personas (Meneses & Cardozo, 2014, p. 97)

Esto se conseguirá a través de la técnica de la observación no participativa, que permitirá recopilar los datos necesarios de las actividades que realizan y su manera de comunicarse en Facebook, indagación que se hará por medio de entrevistas a los líderes de cada uno de los elementos del Hip Hop como el rap, break dance, torna mesa y graffiti.

Se incluirá también documentación fotográfica para llegar a cumplir los objetivos de este artículo. Asimismo, se observará exhaustivamente los perfiles de Facebook de cada una de las personas que representa cada elemento de esta cultura. Los detalles serán parte de una ficha de observación que indicará: fecha hora de publicación, texto, observación y análisis.

Para ello, la técnica de observación es vital para conseguir un “registro visual y verificable de lo que se pretende conocer” (Campos & Lule, 2012, p. 47)

A definir, las bases que se trabajará en esta pesquisa se indica que: la investigación cualitativa se basa a la información que adquiere mediante la observación de comportamientos naturales, discursos respuestas abiertas para la posterior interpretación de significados.

Se suma también otra herramienta, la entrevista semiestructurada que se realizará a adeptos de la cultura Hip Hop, este tipo de entrevista por la flexibilidad que ofrece. En base a las preguntas planteadas previamente, de ser el caso de tener respuestas ambiguas, con este modo se puede motivar al interlocutor a que conteste claro para tener una investigación veraz. De igual forma se harán entrevistas a profundidad a expertos de cada componente de la cultura Hip Hop. (Taylor & Bogdan, 1987, p. 193) indica que la entrevista a profundidad, “formula inicialmente preguntas no directivas y aprende lo que es importante para los informantes antes de enfocar los intereses de la investigación”.

Además, esta investigación es bibliográfica o documental consiste en la revisión de publicaciones que existen con respecto al tema a estudiar. Se trata de uno de los principales pasos para cualquier investigación e incluye la selección de fuentes de información.

La investigación exploratoria, aporta, un tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad. Este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido.

Este artículo científico efectuará “la descripción de los resultados con la respectiva riqueza de sus detalles, como una vivencia profunda que se pueda transmitir al lector” (Mesías, 2010, p. 2)

3.- DESARROLLO. -

3.1.- MARCO TEÓRICO

Para esta investigación partimos desde un marco conceptual para comprender las distintas aristas que han dado origen al movimiento hip hop y la evolución o convergencia que da como resultado el uso de redes sociales.

3.1.1. COMUNICACIÓN Y CULTURA

La comunicación y la cultura son términos interdependientes. “Tomás Moro, Tomas Hobbes en el siglo XVI usaron la palabra en su connotación de cultivo de la mente” (Rivadeneira, 1997, p. 98). Lo que se traduce a cada uno de los talentos que desempeña el hombre. Por ello, entendemos que cada territorio tiene una realidad sociocultural. Se explica, por tal razón, que estas ciencias son inseparables. Porque sin comunicación se es imposible transmitir las tradiciones y costumbres de una cultura que quiere subsistir en el tiempo. Todas las formas de la comunicación son necesarias para preservar la identidad de una civilización. (Martín, 2004, p. 8) Explica que es una “cuestión crucial, pues o las construcciones identitarias son asumidas como dimensiones constitutivas de los modelos y procesos del desarrollo de los pueblos o las identidades culturales tenderán a atrincherarse colocándose en una posición de antimodernidad a ultranza,

con el consiguiente reflatamiento de los particularismos, los fundamentalismos étnicos y raciales”. Cada región tiene un modo de ser por su intelecto, ideología, destrezas artísticas, idioma, etc. Como se explica en el volumen Raza y Cultura de Claude Lévi-Strauss que reúne sus dos ensayos, “las distintas culturas, cada una de ellas vinculada a un estilo de vida, a un sistema de valores, velen por sus particularismos; y darse cuenta de que esta disposición es sana...” (Lévi , 1993).

(Rivadeneira, Comunicación y Cultura, 1997) Define a la comunicación y cultura como la “unión con el mundo, es decir, relación con un entorno físico y social; relación entre seres vivientes que equivale a múltiples situaciones con estimulación recíproca al comportamiento, vale decir, a la espera de provocar una respuesta”.

(Polo , Tellez, Cala, & Pérez, 2016) “la comunicación y la cultura son comprendidas como campos dinámicos que se entrecruzan entre sí, puesto que en la cultura se tejen los contenidos y las significaciones sociales, y a la comunicación se le atribuye ser el vehículo y la amplificación de dichas significaciones” (p. 27, 28).

Todo estos conceptos se reduce a lo que afirma Manuel Castells, “la comunicación determina decisivamente la cultura” (Torres, 2014).

Luego de conocer que es la comunicación y cultura, es necesario en este artículo científico saber que son las:

3.1.2 CULTURAS URBANAS Y ESPACIO PÚBLICO

Haciendo un breve repaso histórico desde la antropología que es la ciencia indicada para conocer las manifestaciones sociales y culturales que hablaba de la Escuela de Chicago, como la ciudad, lo urbano, basado en las técnicas etnográficas, conocimiento de la urbe estadounidense y sus habitantes. Desde este marco teórico se abordaba los estudios relacionados a lo urbano.

El concepto más acertado es el de Robert E. Park (1967) “la ciudad es, más bien, un estado de mente, un cuerpo de costumbres y tradiciones, y de

actitudes y sentimientos organizados que son inherentes a dichas costumbres y que se transmiten por medio de dicha tradición. En otros términos, la ciudad no es un mero mecanismo físico ni una construcción artificial. Está involucrada en el proceso vital de la gente que la compone: es un producto de la naturaleza, y en particular, de la naturaleza humana” citado por (Monge, 2007). La ciudad está moldeada por el orden moral de la vida social, por sus relaciones sociales que se generan en el espacio urbano.

Los vínculos sociales dan como resultado una segmentación de personas que se relacionan de acuerdo a sus gustos. La zona urbana se transforma en un espacio de expresión. “En ellas se reproducen y cambian sus tradiciones, se desenvuelven los intercambios más complejos de la multietnicidad y la multiculturalidad” (García, 1996).

Cuando hablamos de grupos que se forman de acuerdo a sus afinidades, estos lo hacen en el ámbito comunicación – cultura –ciudad. Esto significa que:

Las ciudades son espacios privilegiados para comprender las dinámicas de la cultura, los nuevos modos de socialización e interacción humana, los movimientos sociales, las identidades colectivas, los modos de ser e imaginar de una sociedad; pero, también, los diversos modos de expresión, simbolización, producción de significaciones y los usos sociales de la comunicación (Pereira, 1995, p. 11).

Con esta lectura, comprendemos, que la cultura se desarrolla en lo urbano y no como en años anteriores en las periferias. De manera implícita, está, que para desarrollar las destrezas e ideas se necesita un espacio que son los “escenarios de comunicación y cultura, nos dan que sentir que pensar” (Pereira, 1995, p. 12)

En el espacio público podríamos decir, que la cultura se va gestando y construyendo un pensamiento propio (Quiguanás, et al., 2013). Carrión lo define como “un ámbito o escenario de la conflictividad social que puede

tener una función u otra, dependiendo de los pesos sociales y políticos”) (Carrión, 2004, p. 3). Con frecuencia asociamos este término con un lugar físico, por ejemplo, un parque, cuando en realidad es el desarrollo constante de circunstancias que giran en torno a la sociedad.

No se puede separar ciudad – espacio público, por su coyuntura están vinculadas como lo explica el autor:

Originalmente puede cumplir, por ejemplo, una función mercantil (ejemplo: tianguis), posteriormente puede asumir un rol político (ejemplo: ágora) y luego predominantemente estética (ejemplo: monumento), lo cual significa que el espacio público cambia a lo largo de la historia y que en cada momento tiene una lógica distinta. Esta condición cambiante le permite tener múltiples y simultáneas funciones que, en su conjunto, suman presente al pasado y trascienden el tiempo y el espacio (Carrión, 2004, pp. 5,6).

3.1.3 EL HIP HOP COMO MOVIMIENTO URBANO

Como una forma de expresión de los jóvenes surge el movimiento hip hop. Fue una táctica de grupos que residían en las periferias. Por medio de frases rapeadas llegaron a compartir las carencias y a la vez los sueños que querían lograr. Estas narraciones, el Hip Hop nació en Estados Unidos en los años 70 en una etapa de “tensiones sociales, raciales y políticas que se visibilizan en ciudades como Nueva York y se propagan a otros países del mundo.” (Tijoux, 2012, p. 2).

El Hip Hop es una vida cultural, las denuncias que hacían en sus cánticos es por el rechazo que cargaban día a día. A decir del abandono sociopolítico y mediático, comenzaron a crear sus propios códigos de identidad, su vestimenta, lenguaje, actividades de territorio como el rap y break dance, son características que las convirtieron en propias y únicas de este grupo estigmatizado. “Las formas expresivas negras, incluyendo la música, la moda y la daza, contribuyeron a un movimiento dinámico que requería de ellas al cubrirse de cierta impermeabilidad o, por lo menos, de

ocultar su naturaleza política como una precondition para ser efectivas” (Gilroy, 1987, citado en Pillai, 1999).

3.1.4 PROCESOS COMUNICACIONALES

La comunicación frente a frente era aparentemente la más óptima o a través de los medios tradicionales, llevar uno el mensaje y lograr un alcance “masivo”; era visto como la mejor manera de llegar al receptor. Hasta que las Tic’s ganaron un espacio por permitir a los usuarios conectarse con el mundo. Los medios de comunicación brindan una trascendencia limitada. Mientras que las nuevas tecnologías están disponibles las 24 horas para que tú generes el contenido que desees. Jódar afirma este desarrollo del flujo comunicativo:

Las tecnologías un papel transformador y revolucionario en todos los niveles, permitiendo la multiplicación de las posibilidades comunicativas con flujos de datos hasta ahora inimaginables. Se logra transmitir más información en los mismos canales, permitiendo la especialización de contenidos y, por tanto, la fragmentación de la audiencia y la definición de un perfil de usuario/receptor más activo, demandante de contenidos adecuados a sus necesidades (Jódar, 2010, p. 4).

Los procesos comunicacionales son una fase consecutiva del hombre que comprende y trasciende la reproducción selectiva y especializada del manejo técnico de ciertos elementos discursivos que va más allá de los medios de comunicación (Uranga, 2002). El mismo autor explica que ayuda a “desentrañar la complejidad de las prácticas que se dan en la realidad social y en las organizaciones” (Uranga, 2002, p. 234).

Los mensajes que se busca transmitir requieren un medio, que, en la actualidad, son las redes sociales. Debido a los roles que le permite adquirir, tanto como emisor o receptor. No existen culturas que puedan sobrevivir sin comunicación sea verbal o no verbal. La identidad de los grupos sociales se interpreta mediante la significación de lo expuesto. Los procesos comunicacionales parten desde el contexto y la cultura. Uranga dice que “el sujeto es hablado por la cultura de su tiempo, de su historia, de su espacio: sujeto expresado a través de una puesta en escena en la vida social” (Uranga, 2002, p. 235)

Un proceso comunicativo no es ajeno a la cultura, el mismo no puede ser aislado del entorno del emisor.

3.1.5 REDES SOCIALES

Las redes sociales han logrado y posicionarse en el tiempo porque esta no tiene barrera como los medios tradicionales.

Está abierta a los internautas que quieran participar en los procesos comunicativos de producción, difusión, recepción e intercambio de todo tipo de archivos: escritos, de audio, de vídeo o integrados en una concepción audiovisual que lleva a los tratamientos multimedia con la incorporación de los complejos modelos de la navegación, los enlaces y la interactividad y que enriquecen los modelos de comunicación interactiva.

Existe una convergencia en redes sociales que llega mediante las TIC's, "se trata de una dimensión de la realidad directamente vinculada a los medios, pero, al mismo tiempo resulta en un espacio en el cual emergen y se van gestando unas "otras" dinámicas comunicativas globales, que conviven, en ese mundo llamado Internet, con los media" (Bacallao, 2010, p. 3).

Campos Freire (citado en Bacallao, 2010) sostiene las redes sociales ponen en práctica un modelo empresarial más sostenible a otros servicios gratuitos de la red, basada en tres principios de aportación de valor: la afiliación voluntaria que cada usuario realiza al agregarse a una red, la aportación colaborativa de contenido de cada uno (fotos, vídeos, información, comentarios, votaciones, participación) y la atención que todos prestan a la publicidad que la mayoría de ellas emiten.

En esta sociedad informacional la convergencia tecnológica fortalece a los grupos que quieren construir e ir más allá con su identidad dentro de procesos comunicacionales. "Las técnicas implantadas por esta nueva etapa digital constituyen un conjunto de tecnologías cuyas aplicaciones abren un amplio abanico de posibilidades a la comunicación humana. El carácter sinérgico de las nuevas tecnologías marcará los procesos

productivos y comunicacionales de nuestra era a nivel mundial, denominada Revolución Digital” (Jódar, 2010, p. 3).

3.1.6 IDENTIDAD

La identidad está conectada al desarrollo de la personalidad, ambiente social y ecológico. En referencia a la identidad de una cultura juvenil, el concepto de: “la juventud comienza en la biología y termina en la cultura. Esto se explica ya que los procesos de la maduración generan una serie de cambios fisiológicos y sexuales; pues bien, estos desarrollos biológicos y la necesidad en que se ve el individuo de adaptarse a los mismos, dan a la adolescencia algunas características universales y la separan de períodos anteriores del desarrollo” (Ramírez, 2008, p. 3). (Hormigos & Martín, 2004) afirman que la juventud es un período de indefinición y búsqueda de una identidad. Los grupos juveniles plasman su identidad mediante una línea musical que los representa, a través de los sonidos o un baile expresa los sentimientos de una determina época (p. 260).

En el artículo identidad, cultura y adolescencia de Josefina Díaz Sánchez, aborda la identidad de acuerdo a su entorno,

La cultura vivida e internalizada en los distintos ámbitos se sintetiza de manera diferenciada y singular en cada historia personal y contexto. Cada individuo y grupo configuran su identidad de manera compleja en el marco de las propias condiciones sociales, económicas e históricas, y de los significados que definen su cultura local en el marco de la global (Díaz, 2006, p. 432).

Las similitudes, los gustos, preferencias forman parte de la búsqueda y formación de su identidad, lo explica Sánchez “la cultura local y los medios culturales a los que los adolescentes tienen acceso son otra fuente importante de apropiación de significados que abonan la dimensión sociocultural de su identidad” (Díaz, 2006, p. 444).

3.1.7 WEB 2.0

Debido al proceso evolutivo de la humanidad, ahora alcanza el máximo aprovechamiento de la tecnología. Hace algunos años la comunicación de masas era un nicho únicamente de los medios tradicionales de comunicación. Hoy se abren las fronteras a través de la red para las distintas organizaciones culturales. Existe actualmente una migración de la comunicación debido a ese bloqueo exclusivo que se vivía en contra de culturas urbanas que querían expresar su arte. Para reforzar este texto, cito a Manuel Castells que afirma:

La comunicación de masas está siendo transformada por la difusión de Internet y la Web 2.0, así como por la comunicación inalámbrica. La emergencia de la autocomunicación de masa desintermedia a los medios y abre el abanico de influencias en el campo de la comunicación, permitiendo una mayor intervención de los ciudadanos, lo cual ayuda a los movimientos sociales y a las políticas alternativas. Pero al mismo tiempo también las empresas, los gobiernos, los políticos intervienen en el espacio de Internet. De ahí que las tendencias sociales contradictorias se expresan por uno y otro lado tanto en los medios de comunicación de masas como en los nuevos medios de comunicación. De esta forma, el poder se decide cada vez más en un espacio de comunicación multimodal. En nuestra sociedad, el poder es el poder de la comunicación (Castells, 2008, p. 1).

El adoptar nuevas maneras de comunicarnos produce “un ecosistema comunicativo marcado por la hegemonía de la experiencia audiovisual sobre la tipográfica y la reintegración de la imagen al campo de la producción de conocimientos” (Barbero, 2004, p. 1).

La web 2.0 según Cebrián (2008) permite que los usuarios directamente desarrollen sus propios procesos comunicativos. Además, que logra

Profundizar en su dimensión comunicativa e informativa. No se entra en la descripción de su funcionamiento informático, sino que se pasa directamente a examinar el cambio producido en los procesos de interrelaciones de las personas o grupos sociales que intervienen en su aplicación, así como en las repercusiones que este enfoque tiene en la generación de un nuevo modelo comunicativo. No es sólo un mero cambio

sino una transformación profunda producida por la intervención de la propia sociedad civil, la auténtica gestora de las redes sociales de comunicación (Cebrián, 2008, p. 2).

Este espacio virtual se diferencia del anterior porque consigue “dinámicas activas de participación de los sujetos” (Bacallao, 2010, p. 2)

La web 2.0 introduce “introducen nuevas formas de comunicación, una economía y cultura que prioriza nuevos valores y formas de intercambio directas, segmentadas, personalizadas, colaborativas, comunitarias e interactivas” (Campos F., 2008, p. 280).

4. DIAGNÓSTICO

El diagnóstico del estado actual de los procesos comunicacionales del Movimiento Hip Hop ha dejado de ser estáticos. Años atrás las afinidades, preferencias musicales se las conocían en un espacio físico determinado, por ejemplo, un barrio. La migración fue otra determinante para la llegada del Hip Hop a otras ciudades, este se daba cuando las personas cruzaban fronteras, sobre todo cuando el destino era Estados Unidos. El conocimiento de este nuevo ritmo, llegó algunos oídos por medio de familiares que tenían discos de vinilo, cassettes con canciones rap o videos de cinta que se compartían en su círculo social. Cabe resaltar que conseguir este material era un lujo o una inversión costosa. Los medios de comunicación jugaban un papel importante en los años 80 y 90. Las películas, las series, las novelas y la música se difundían a través de televisión, en el último también por intermedio de la radio. No por nada ocupan un poder social, el entretenimiento, el pasatiempo solo se conseguía gratuitamente en los medios, que de forma correcta eran llamados mass media.

Involucrarse en el Hip Hop, era complicado por el factor económico, tener un tornamesa requería tener entre 800 a 1000 dólares y para conseguir las mezclas se necesitaban de varios discos de vinilo para generar ritmos.

El movimiento Hip Hop crece en aficionados que se suman a este arte. Sus integrantes han revivido en la ciudad el freestyle o estilo libre, en enero de 2018. El freestyle, es una batalla, es rapear sin composición previa. El evento puede durar de tres a cuatro horas, según el número de inscritos. Para esta actividad, buscan espacios públicos; lugares como el parque de San Blas, la plaza de Baños, El Puente Roto, Las Escalinatas, Parque de Miraflores y el Parque Guatana. A pesar de los años ciertos estigmas pesan o el apoyo de autoridades estatales y municipales muestra deficiencia. Para usar el Parque de la Madre, el movimiento paga una tarifa por el uso de cuatro días en el mes, este valor que cancelan a la Empresa Municipal de Aseo de Cuenca (EMAC), está justificado para la limpieza y en el caso de existir algún daño al lugar de recreación.

Una de las leyes que ha beneficiado a las bandas de Hip Hop para lograr reconocimiento. Es el 2 x 1, que consiste, que, del número de canciones de grupos del extranjero promocionadas, de la misma forma la música producida en el país debe reproducirse en las radios.

Con la imponente presencia de redes sociales y aplicaciones de música, el género Hip Hop se escucha con más frecuencia. A diferencia de que antes, las agrupaciones necesitaban de un sello discográfico que con mucha dificultad se podía acceder.

Otro punto a favor, de esta nueva era digital, es para los dj's que pueden ellos mismos crear sus propias pistas y mezclarlas. Esto sucede por la iniciativa propia de adquirir conocimiento por medio del internet.

Los miembros del movimiento Hip Hop para las batallas de improvisación, trabajan con ímpetu para fortalecer su conocimiento. Eventos como el freestyle en el que el líder da temas como poesía, autores de libros latinoamericanos entre otros. Ha motivado al autoeducación, la lectura es una de las herramientas principales para su desarrollo cognitivo.

El movimiento va más allá de culturas sociales, la aceptación de nuevas generaciones, son por razones de reinserción que hacen los líderes del Hip

Hop a personas que buscan una convivencia pacífica en la sociedad. Ellos imparten talleres de sus distintos elementos como el rap, graffiti, break dance y tornamesa. La discriminación cada vez se limita, el baile Hip Hop, se incluye en escuela de baile de Cuenca.

Además, los hoperos hacen programas comunitarios en coordinación con instituciones de cultura, estas acciones han eliminado señalamientos de la colectividad.

4.1 EL HIP HOP Y SUS ELEMENTOS

El Hip hop es una cultura urbana que nació en los barrios del bronx de new york en los 70 se dio por la migración y falta de recursos. Las pandillas que se crearon, para respetar barrios, crearon un nuevo baile con los matices de ritmos como el blues, funk y soul. Cuatro elementos incluyen el movimiento, el rap, graffiti, break dance torna mesa; por la evolución se ha sumado un quinto, que es el conocimiento.

Rap: Se denomina a las palabras soltadas con fluidez que hace el maestro de ceremonias.

Graffiti: una forma de expresión visual, que se creó para demostrar el descontento de grupos excluidos de la sociedad.

Torna mesa o Dj: quien ejecuta o reproduce los loops y mezclas que forman la fiesta del Hip Hop.

Break Dance: es el baile libre que se anexa a los otros elementos.

Conocimiento: Este elemento no puede ser ajeno para quien forma las letras del rap de forma improvisada en las batallas de estilo libre.

Los elementos del movimiento Hip Hop no es inventado sino reinventado. Son procesos que están vinculados a una realidad precaria en su auge.

Cada movimiento tiene sus características de vestir, los hoperos, lucen por lo general, calentador o pantalón ancho con unos zapatos deportivos, esta ropa la usan porque ellos siempre están listos para las batallas de rap o

break dance, esto determina el 'ahora es ahora'. Sumado están los accesorios como gorras y el bling bling, que es una cadena que puede llevar en su dije su nombre o apodo por el que es reconocido en el grupo. Estos distintivos son más que eso, pues son sus convicciones con la cultura que va más allá de la moda y la estética.

4.2 MIGRACIÓN DE LO TRADICIONAL A LO DIGITAL

Con la llegada de la red social Facebook, existe una clara migración o uso del espacio físico y digital por parte del movimiento Hip Hop.

Quienes desarrollan el freestyle, manejan una fan page en Facebook, nombrada Cuenca Skillz, en la que se comparte las batallas o también conocidas como pelea de gallos por las rimas que se juegan. Las publicaciones logran muchas veces sobre pasar los 100 me gustas, por lo creativo o las vivencias que se van narrando el maestro de ceremonias, MC.

Los medios tradicionales tienen sus reglas al momento de informar, mientras que Facebook no presenta restricciones, excluyendo contenido sexual y derechos de autor. La red social permite publicar sin límite de tiempo y el tiempo que uno decide.

El Hip Hop es responsable con el lenguaje que usa porque su objetivo de los líderes locales es intentar que la familia se adhiera o asista a eventos que realizan.

Existen palabras que usan adentro del movimiento, las mismas que evitan usar en sus publicaciones. Se trata de que los mensajes compartidos tengan un gran alcance. La intención es que todos comprendan sin exceptuar a nadie.

Aunque hay términos instituidos que no se pueden evitar como las abreviaturas de break dance para los dos sexos, bboy y bgirl.

La escena hopera ha crecido independientemente en Facebook. El contenido o productos creativos son realizados por ellos mismos. Con la

ayuda de un celular o cámara captan los momentos artísticos para compartirlos en la red.

La transmisión en vivo es otra opción de difundir las actividades que hacen en el espacio público.

Los espectáculos que organizan y los suscriben como evento en Facebook ayudan a masificar, genera un gran alcance con un público externo al movimiento.

La promoción o difusión lo pueden hacer de forma gratuita, es decir sus organizadores lo pueden compartir con sus amigos, alcanzando que el movimiento lo conozca. Y si se prefiere llegar a determinado público como marca es solo cuestión de pagar publicidad de acuerdo a los que se requiere. A parte de que Facebook asesora en el horario que el mensaje llegara con mayor afluencia.

Los líderes del Hip Hop, usan a Facebook como un portafolio para presentar sus proyectos artísticos. Se recuerda que esta red social no tiene un límite de publicaciones multimedia.

Los enlaces de otras aplicaciones se suman a la difusión de música. Soundcloud, es una herramienta que ha solventado a bandas para promover sus canciones. La gente sube contenido en plataforma y comparte el link en Facebook, creando expectativa.

La diferencia entre un medio tradicional y Facebook es el número de usuarios con los que cuenta. Mientras que la prensa es limitada en lectores.

Los medios tradicionales limitan la personalidad, el tiempo y la frecuencia. A la vez son una fuente de credibilidad. Estamos en una era que se menciona el informar sin la necesidad de periodistas. La veracidad y el profesionalismo con el que se informa, no se logra con un tutorial que se encuentra en las redes sociales. Facebook es una estructura que está abierta a los usuarios del mundo y el que no sea tangible crea dudas en el entorno.

Las reacciones como me los me gusta, no son una confirmación de lectura. Estas insignias pueden ser la confusión de lograr la ratificación de asistencia a un evento.

Facebook no deja de ser un soporte comunicativo, la convergencia entre medios tradicionales y su participación en redes es un conjunto de fuente fidedigna. Además de ser un promotor para un artista independiente y con poco presupuesto, es un beneficio para impulsar un negocio o afición.

4.3 EL HIP HOP Y PERFILES DE FACEBOOK

Si hablamos de personalidad y que Facebook deja abierta la puerta para expresarse, sin lugar a duda, cada individuo hace un uso según sus intereses. En algún momento existen coincidencias por pertenecer a un mismo movimiento.

Franko Cabrera que se dedica al break dance como parte de su estilo de vida desde su adolescencia, maneja a Facebook con mucho profesionalismo por su trabajo. El dicta talleres en centros culturales, por ello su perfil en la red social, se convierte en una carta de presentación. En la entrevista realizada, puso el claro ejemplo, de que como investigadora lo contacte por la revisión de que se hizo a sus publicaciones. Al repasar su muro es muy estético y ordenado. Cada fotografía o video es sinónimo de su relación al Hip Hop. El contenido multimedia que distribuye es de alta resolución.

A simple vista lo que emite es una misiva de independencia, lo que llega a los usuarios es la connotación de trabajo autónomo. En este artículo, se indica la producción independiente. A criterio de Franko discrepa en la aseveración. Para él, la academia es un pilar fundamental para desarrollar productos comunicacionales con experticia. Marca una diferencia abismal entre el rendimiento amateur y un entendido en la materia. Plantear un cronograma y una planificación de lo que se necesita para acercarse al público, es basado en un análisis de un especialista en la carrera a fin a las exigencias.

Oswaldo Morocho es de las pocas personas que dentro del Movimiento Hip Hop hace uso de equipos analógicos. A la presente fecha, la música en el freestyle es proveniente de un flash memory conectado a una grabadora o un dj. El empleo del torna mesa sumado a la práctica del disco de vinilo es muy escaso. Oswaldo, en las fechas conmemorativas de fundación e independencia de Cuenca, desarrolla eventos con sentido cultural del Hip Hop en los que reproduce la música de su colección de Long play.

Hay claras diferencias que se plasman entre los años 70's, 80's y 90's y desde 2004 que surgió Facebook. De lo material, del disco físico al compartir enlaces de la música en digital, todo a un solo clic. Aunque, Oswaldo hace un paréntesis, para indicar que la difusión intensa de material y las transmisiones permanentes en vivo, podrían llegar a causar desinterés en el receptor. En su caso, él explica que su contenido creativo lo publica en 'pastilla', es decir una pequeña dosis de lo que pueden presenciar en sus shows.

Resalta, además, ventajas y desventajas de la red social, entre lo positivo indica la amplitud, el alcance que la información puede alcanzar en tan solo segundos. Pero así mismo el publicar algún contenido propio en la red, sino se registra, se pierde el dominio del producto de creación intelectual.

Representando al estilo libre o freestyle, esta Henry Rocano, un joven promotor de eventos de rap, de los cuales él también se desenvuelve en las batallas de gallos. Rocano, es el dueño de la página de Facebook, Cuenca Skillz, portal que propaga la información, fotos y videos de la liga de batallas de freestyle de Cuenca. Para él, Facebook, ha sido una herramienta que ha servido para el crecimiento de la comunidad del Hip Hop. De los estigmas o señalamientos de cierto sector de la sociedad, esta red social ha ayudado al movimiento Hip Hop a visibilizarse. Por ejemplo, a la fan page, se suben los videos de batallas con cierta temática y los padres de los protagonistas, comparten la grabación en sus perfiles como signo de orgullo. Estas acciones son factores de comunicación que

implícitamente explican la aceptación y respuesta de reacciones favorables que sirven de motivación a los miembros del Hip Hop.

A esta investigación también se suma, La Creme Team es una banda cuencana de Hip Hop que confluye todos los elementos del movimiento en cada una de sus presentaciones. Esta agrupación está conformada por 4 integrantes, Juan Albarracín, Mc/productor, Israel Vivar, Mc, Pablo Pesántez, Dj/productor y Darwin Valdez Mc/ Productor que además se dedica al arte del graffiti.

Estos jóvenes aclaran que el Hip Hop, es un estilo de vida que se adhiere a otras actividades de su vida cotidiana. Darwin que aparte de hacer música y pintar murales compagina su rutina con la gastronomía. En la entrevista de esta investigación puntualizan que el manejo de sus perfiles no solo está dedicado al Hip Hop, sino que es una combinación de sus profesiones. Valdez, previo a 2011, compartía todo lo referente al graffiti, bocetos, eventos de Hip Hop, entre otros. En la actualidad, añade a su muro de Facebook, fotografías y videos de afinidad al movimiento seguido de sus creaciones culinarias. Cada integrante maneja a Facebook de manera autónoma. Por ello desde 2014, el grupo, tiene una fan page, denominada La Dhe, con la finalidad de difundir el género que realizan. Ellos miran como un aporte a la red social. Lo más destacado de Facebook, es lo rentable que les resulta a los usuarios, no tener que pagar por publicidad, porque puedes llegar a un número grande en la promoción de un acontecimiento. Dado el caso, no han tenido que cancelar un monto económico para difusión de contenido. De considerar necesario publicitar, Facebook asesora indirectamente según el movimiento o reproducciones del contenido para lograr conseguir mayor audiencia.

5. CONCLUSIONES

Facebook, ha servido al movimiento Hip Hop, como un soporte comunicativo para acercar a la comunidad, haciendo de ella una conglomeración que consigue cada vez más adeptos por el contenido de calidad que se encuentra en la red social.

Hay quienes utilizan Facebook, como un medio de comunicación bilateral, de manera personal. Mientras que otros lo manipulan con un fin de negocios, y sí quieren enmarcar con un objetivo o una temática, enseguida crean una fan page, sin la necesidad de invertir dinero para publicitar.

Al momento de subir contenido de creación intelectual propia no se debe ser superficial. Aunque Facebook se ha convertido parte de la cotidianidad, no se exime de responsabilidad de un correcto uso. Si se sube a esta plataforma un producto hecho por su autoría, se debe ser un entendido en el reglamento de leyes y normas de Facebook, esto con el fin de no perder dominio de lo sustentado en su conocimiento.

Las redes se han convertido en un área comunicativa de promoción de eventos, como una que permite discernir según los gustos. Los medios tradicionales y Facebook, convergen favorablemente a la comunicación multitudinaria. La prensa, la radio y la televisión son herramientas de comprobación de información real. Facebook es la vigencia y el continuo movimiento de que llegue a un público amplio. La combinación contribuye a masificar al público.

Los beneficios para el movimiento Hip Hop no solo se refleja en un ámbito de invitaciones, sino de una red que reúne enlaces de otras plataformas que llevan a un mundo virtual en donde los integrantes de la cultura urbana hallarán bases musicales, elementos que fortalecerán al despliegue artístico del Hip Hop.

La comunicación y la cultura jamás podrán ir por caminos distintos. Las sendas de la construcción de la identidad son perpendiculares. Las expresiones siempre atribuirán la amplificación de miradas hacia las significaciones sociales.

6. Bibliografía

- Bacallao, L. (2010). Representaciones mediáticas de las redes sociales: un estudio de casos. *Revista latina de Comunicación Social*, 114-125.
- Barbero, M. (2004). Medios y culturas en el espacio latinoamericano. *Pensar Iberoamérica*.
- Brick, A. (2005). *Investigación del hip hop latino*. California: UC Berkeley.
- Brick, A. (2005). *Investigación del hip hop latino*. Berkeley: UC Berkeley.
- Campos, F. (2008). Las redes sociales tratocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de comunicación social*.
- Campos, G., & Lule, N. E. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Xihmai*, 45-60.
- Carrión, F. (2004). *Espacio público: punto de partida para la alteridad*. Bogotá: Foro Nacional por Colombia, Fedevivienda y Corporación Región.
- Castells, M. (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. *Telos*, 13-24.
- Cebrián, M. (2008). La web 2.0 como red social de comunicación e información. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 345-361.
- Díaz, J. (2006). Identidad, adolescencia y cultura. Jóvenes secundarios en un contexto regional. *Revista mexicana de investigación educativa*, 431-457.
- Garcés, Á. (2011). Juventud y comunicación. Reflexiones sobre prácticas comunicativas de resistencia en la cultura hip hop de Medellín. *Signo y Pensamiento*, 108.
- García, N. (1996). Culturas urbanas de fin de siglo: la mirada antropológica. *El Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias (CRIM)*.
- Hormigos, J., & Martín, A. (2004). La construcción de la identidad juvenil a través de la música. *Revista española de sociología*.
- Jódar, J. Á. (2010). La era digital; nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. *Razón y palabra*, 15-71.
- Lévi, S. (1993). *Raza y Cultura*. Madrid: Altaya.

- Martín, B. (2004). Medios y culturas en el espacio latinoamericano. *Pensar Iberoamérica*.
- Meneses, T., & Cardozo, J. J. (2014). La etnografía: una posibilidad metodológica para la investigación en cibercultura. *Encuentros*.
- Mesías, O. (2010). *La investigación cualitativa*. Venezuela: Universidad Central de Venezuela.
- Monge, F. (2007). La ciudad desdibujada: aproximaciones antropológicas para el estudio de la ciudad. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, 15-31.
- Moraga, M., & Solorzano, H. (2005). Cultura Urbana Hip-Hop. Movimiento Contracultural emergente en los jóvenes de Iquique. *Última década*, p. 80.
- Pereira, J. M. (1995). Comunicación, cultura y ciudad: Campo de reflexión, propuestas de investigación. *Signo y Pensamiento*.
- Polo, N. D., Tellez, M. P., Cala, L., & Pérez, D. (2016). *Políticas de Comunicación y Cultura en Colombia: Convergencias y Divergencias*. Bogotá: Ministerio de Cultura Pontificia Univeridad Javeriana.
- Quiguanás, V., Fonseca, A., Giraldo, D., Gómez, R., González, J., Henao, A., . . . Unás, V. (2013). *Ciberciudadanías, cultura política y creatividad social*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.
- Ramírez, F. (2008). El mito de la cultura juvenil. *Última década*, 79-90.
- Rivadeneira, R. (1997). Comunicación y cultura. *Scielo*, 98-105.
- Rivadeneira, R. (1997). Comunicación y Cultura. *Ciencia y Cultura*, 98-105.
- Taylor, S., & Bogdan, R. (1987). Introducción a los métodos cualitativos de invetsigación: La búisqueda de significados. *Antología*, 100-132.
- Tijoux, M. E. (2012). El Hip Hop: ¿Arte popular de lo cotidiano o resistencia táctica a la marginación? *Polis. Revista Latinoamericana*.
- Torres, E. (2014). Comunicación y Cultura en Manuell Castells: exploraciones del periodo 1996-2009. *Athenea Digital*, 355-373.
- Uranga, W. (2002). Gestionar desde la comunicación - gestionar procesos comunicacionales. *Oficios Terrestres*.

7.ANEXOS

FICHA DE OBSERVACIÓN						
N	Perfi	Fecha	Hora de publicac ión	Noticia	Observa ción	Análisis
1	Fran ko Cabr era	02 de junio de 2019	17h33	Publicación de fotografía y un comentario de emoticón	Franko sentado en un muro lado un letrero que dice doble vía.	El escenario de la fotografía contribuye a un estilo de urbano sumado con su vestimenta de Hip Hop.
2	Fran ko Cabr era	08 de junio de 2019	15h37	Video de una página de Facebook en la que esta etiquetado Franko y que lo ha compartido en su muro.	El video compartido por Franko corresponde a una página de Facebook denominada, Voz Urbana Cuenca, el video es de Mc que rapea.	El video está vinculado al trabajo o a la actividad que se dedica Franko.
3	Fran ko Cabr era	15 de junio de 2019	21h26	Fotografía de Franko en la que destaca la ubicación Cojitambo.	La fotografía tiene un panorama paisajístico que resalta por la postura de baile de Franko y su vestimenta clásica	En cada fotografía a Franko Plasma su estilo de vida pegado al Hip Hop.

					de Hip Hop.	
4	Oswaldo Morcho	31 de julio de 2019	03h30	Publicación compartida de grupo de Facebook, relacionado con el sonido.	Video vinculado a la salud auditiva.	Todas las publicaciones de Oswaldo no están vinculadas con el Hip Hop.
5	Henry Rocano	22 de julio de 2019	12h38	Imagen en la que esta etiquetado Henry.	Imagen de festival urbano.	Imagen de invitación a festival de Hip Hop en la que participará Henry.
6	Henry Rocano	23 de julio de 2019	16h06	Enlace de Youtube en el que esta etiquetado Henry	Se observa un enlace que muestra una previsualización de un artista llamado Nezio.	Por el vínculo social de su afinidad con el Hip Hop, etiqueta a Henry en esta canción rap.
7	Henry Rocano	25 de julio de 2019	07h36	Publicación compartida en la que esta etiquetado Henry Rocano	Artista cuencano o participa en evento que se llevará a dos ciudades del país.	Henry Rocano tiene una imagen de liderazgo en la organización de eventos. Para conseguir más alcance, lo etiquetan en varios eventos que se desarrollan a nivel local y nacional

						dentro del género Hip Hop.
8	Darwin Valdez	24 de julio de 2019	14h54	Publicación de enlace compartido de Youtube	Enlace de Youtube que contiene una canción del género Hip Hop	Las publicaciones de Darwin están vinculadas a sus gustos musicales. Comparte con frecuencia música de otros artistas.
9	Cuenca Skillz	23 de julio de 2019	12h23	Hoy batallas de freestyle como todos los días martes 🌍. - Ven y demuestra tu habilidad en el freestyle y ganate el respeto ☐. - Parque de la madre. Desde las 5:30 pm empiezan las inscripciones y batallas de exhibición. 6:30 pm empieza el torneo 100. - Gracias a toda la gente que se da cita en asistir todos los días martes a Cuenca Skillz y a todos los colectivos 🌍🌍☐!	Fotografía del freestyle acompañada de un texto que invita a las batallas de freestyle.	La fotografía capta el momento de la batalla de gallos en el Parque de la Madre.
10	Cuenca Skillz	24 de julio de 2019	10h01	JOMI, llegó hace un año y medio a Ecuador, es un freestyler que a demostrado esfuerzo y constancia en las plazas, ganándose el cariño y el apoyo de la gente en cada una de sus batallas. Proveniente de Barquisimeto (Venezuela) hoy en día participa en las diferentes competencias de Freestyle en nuestro país en la ciudad de #cuenca, su experiencia en las batallas sigue creciendo ya que hace dos meses que inició y hoy por hoy esta en el ranking de mejores mc's, ganándose méritos campeonando y llegando a las finales en las batallas.	Fotografía de una persona de nacionalidad venezolana. Acompañada de una reseña de su experiencia de vida.	Cuenca Skillz, comparte todo lo relacionado al freestyle que se desarrolla en la ciudad. Y reseñas de sus integrantes de las batallas de Mc's.
11	LA DHE	18 de junio de 2019	03h42	Este finde 22 junio nos presentamos con La Creme team* en la plazoleta del vado desde las 4pm en el evento de la Fiesta de la Musica , todos invitados a vivir una fiesta 🌺🌺🌺 .. DOPE	Publican en el muro de la página una imagen que contiene	

				SOLUTIONS-HANGMAN - ALBANU -LA DHE -	toda la informaci ón de la fecha de su presenta ción en la fiesta de la música	
--	--	--	--	---	---	--

1 2	LA DHE	19 de junio de 2019	10h10	Sabado 22 de junio desde las 4 pm ! #plazoletadelvado fiesta Hop! #fiestadelamúsica2019 🍷🍷🍷 🍷La Crème Team .Bien cremooso 🍷🍷 #rap #trap #randb #hiphopmusic #hiphoplife#cuencaecuador EC Ha nki-Banu-DopeSolutions-Ladhe REPRESEEEEEENT MY FRIENDS!!! Gracias por la foto a nuestro amigo @pablolopez_plph	Fotografi a de la banda junto a un texto que continua promocio nado su presenta ción.	Esta página de Faceboo k la usan para promoci ón de presenta ciones de la banda y también compart en sus producci ones musicale s.
--------	-----------	------------------------------	-------	--	---	---

FICHAS DE ENTREVISTAS

¿Qué es el Hip Hop?

¿Qué es el rap, break dance, graffiti, torna mesa/dj?

¿Qué medio o plataforma permite la trascendencia de su identidad?

¿Diferencia entre medios tradicionales y Facebook?

¿El Hip Hop actualmente que trata de expresar, en sus inicios era expresar un descontento, ahora es más artística?

¿El graffiti, se plasma en muros como muestra de una realidad de la carencia de la sociedad... ¿Ahora que se comparte en Facebook, como fondos que alcance a tenido?

¿Cuál es el lenguaje que usan en Facebook para su movimiento?

Compartiendo contenido ¿Cuál ha sido el alcance con el público femenino?

¿Hay mujeres que también están participando del espacio público?

¿Facebook les permite ampliar su producción cultural?

¿El contenido difundido en Facebook les sirve para quitarse ciertos estigmas que les determina la sociedad?

¿Sus prácticas artísticas en Facebook ha sido una herramienta para de cierta forma para modernizar externamente o internamente el género?

¿Cuál es el uso que le dan a Facebook como movimiento?

¿Ventajas y barreras que tengan en los medios tradicionales y en Facebook?

¿Facebook como soporte comunicativo, ayuda a que los proyectos artísticos se unan con otros en el extranjero?

¿Facebook les ha ayudado a tener un acercamiento a las autoridades de la ciudad?

¿Constituye Facebook un soporte comunicativo para fortalecer su identidad?

¿Se puede informar sin la necesidad de periodistas?

¿Los comentarios del público que les ha permitido conocer?

Tesis Aprobada
Msc. Diego Telesca



ANÁLISIS DE LOS PROCESOS COMUNICACIONES EN REDES SOCIALES DE LAS CULTURAS URBANAS EN CUENCA. ARTÍCULO CIENTÍFICO

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%

INDICE DE SIMILITUD

3%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

prezi.com

Fuente de Internet

<1%

2

Submitted to Universidad San Francisco de Quito

Trabajo del estudiante

<1%

3

docplayer.es

Fuente de Internet

<1%

4

eduardoalvarezpedrosian.blogspot.com

Fuente de Internet

<1%

5

www.crim.unam.mx

Fuente de Internet

<1%

6

Submitted to Universidad de Manizales

Trabajo del estudiante

<1%

7

sociales.redalyc.org

Fuente de Internet

<1%

8

Submitted to University of Strathclyde

Trabajo del estudiante

<1 %

9

Submitted to Universidad de Córdoba

Trabajo del estudiante

<1 %

10

tampub.uta.fi

Fuente de Internet

<1 %

11

Submitted to Fundacion Universitaria Konrad Lorenz

Trabajo del estudiante

<1 %

12

Submitted to Universidad Europea de Madrid

Trabajo del estudiante

<1 %

13

Submitted to Universidad Cesar Vallejo

Trabajo del estudiante

<1 %

14

Submitted to UC, San Diego

Trabajo del estudiante

<1 %

15

revistas.cesgranrio.org.br

Fuente de Internet

<1 %

16

www.eca.usp.br

Fuente de Internet

<1 %

17

pedagogia.emmanuelurias.com

Fuente de Internet

<1 %

18

Submitted to Universidad Continental

Trabajo del estudiante

<1 %

www.fes-web.org

19	Fuente de Internet	<1 %
20	teoriasactualesdelacomunicacion2015.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
21	www.ull.es Fuente de Internet	<1 %
22	Submitted to Universidad del Rosario Trabajo del estudiante	<1 %
23	www.nordicom.gu.se Fuente de Internet	<1 %
24	Submitted to Colegio Menor San Francisco De Quito Trabajo del estudiante	<1 %
25	www.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
26	www.noticiasonline.org Fuente de Internet	<1 %
27	www.municipalidadcuenca.gov.ec Fuente de Internet	<1 %
28	www.ugr.es Fuente de Internet	<1 %
29	www.pinterest.com Fuente de Internet	<1 %

Mantini, Marina <1975>(Abril Curto, Gonzalo).

30

"La comunicazione della cooperazione allo sviluppo: gli Enti Pubblici. Analisi discorsive dei Siti Web", Alma Mater Studiorum - Università di Bologna, 2011.

Publicación

<1%

Exclur citas

Apagado

Exclur coincidencias

Apagado

Exclur bibliografía

Apagado



CENTRO DE IDIOMAS

RESUMEN

Este artículo científico describe los procesos comunicacionales en redes sociales de movimiento Hip Hop en Cuenca. Este tema se aborda desde diferentes aristas o componentes de esta expresión artística: rap, break dance, graffiti, y torna mesa. Los líderes de esta agrupación detallan su migración y nexos del espacio público a las redes sociales. Facebook, un medio extraterritorial, que permite la trascendencia de la identidad de manera frecuente a diferencia de los medios tradicionales.

Se va a caracterizar a la cultura Hip Hop, en cuanto a su vestimenta, uso de accesorios, símbolos que representan a su agrupación. Asimismo, se identificará los procesos comunicativos de este colectivo urbano, para posterior describir su actividad digital en la red social Facebook. Las entrevistas realizadas a profundidad son el aporte para analizar la construcción y difusión de su arte más allá del espacio público al cibernético.

PALABRAS CLAVE: COMUNICACIÓN Y CULTURA, HIP HOP, PROCESOS COMUNICACIONALES, REDES SOCIALES. ESPACIO PÚBLICO.





UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA

COMUNIDAD
EDUCATIVA AL
SERVICIO DEL PUEBLO

CENTRO DE IDIOMAS

ABSTRACT

This academic article describes communication processes around Hip Hop movement social networks in Cuenca. This topic is approached from different edges or hip hop's components: rap, breakdance, graffiti and torna mesa. Leaders from this artistic movement detail their migration and public space nexus to social networks. Facebook, an extraterritorial media, which allows the identity to be transcendent frequently, unlike traditional media.

It is going to characterize the Hip Hop culture, in terms of their dress, use of accessories, symbols that represent their group. Likewise, the communicative processes of this urban group will be identified, in order to describe its digital activity in the social network Facebook. In-depth interviews are the contribution to analyze the construction and dissemination of this art beyond the public space to cybernetics.

KEYWORDS: COMMUNICATION AND CULTURE, HIP HOP, COMMUNICATIONAL PROCESSES, SOCIAL NETWORKS, PUBLIC SPACE.

Cuenca, 2 de agosto del 2019

EL CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA, CERTIFICA QUE EL DOCUMENTO QUE ANTECEDE FUE TRADUCIDO POR PERSONAL DEL CENTRO PARA LO CUAL DOY FE Y SUSCRIBO


Dr. Wladimir Quinche Orellana
SECRETARIO



Cuenca: Av. de las Américas y Tarqui. ☎ Telf: 2830 51 3241-3242, 2241-205, 2241-581. Cuenca: Calle Antonio María Glorioso, Luis Cordero El Grande, (Frente al Terminal Terrestre).
☎ Telf: 593 (7) 2241 - 613, 2243-444, 2245-205, 2241-581. Cuenca: Calle Antonio María Glorioso, ☎ Telf: 07223528, 072235870 San Pablo de la Troncal: Cda. Universitaria
km.72 Quinceava Este y Primera Sur ☎ Telf: 2700393, 2700392

www.ucacue.edu.ec



UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

Cuenca, 6 de agosto del 2019

Doctor

Ernesto Robalino Peña

DECANO DE LA UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

Su despacho,

Diego Illescas Reinoso docente de la Carrera de Ciencias de la Información y Comunicación Social de la Universidad Católica de Cuenca, en mi calidad de tutor del estudiante ESPINOZA JAPA MARÍA ELULALIA con el número de cédula 0105410617; correspondiente al Trabajo de Investigación titulado “ANÁLISIS DE LOS PROCESOS COMUNICACIONALES EN REDES SOCIALES DE LAS CULTURAS URBANAS EN CUENCA. ARTÍCULO CIENTÍFICO” informa a usted que, dicho trabajo de investigación ha sido realizado de acuerdo a los parámetros, disposiciones legales y reglamentarias de esta casa de estudios superior.

De conformidad con el artículo 10 literal d, del Reglamento de la Unidad de Titulación de Grado y programas vigentes, emito mi criterio favorable para que se proceda a la sustentación y defensa del presente trabajo de investigación.

La nota obtenida corresponde a este trabajo de investigación es de **50/50** puntos, Adjunto el certificado del Sistema Anti plagio Turnitin, suscrito por MsC Diego Illescas Reinoso, Director de la carrera. Es todo cuanto puedo informar respecto a mis labores como tutor de la mentada estudiante.

Atentamente,

MsC. Diego Illescas Reinoso





UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

PERMISO DEL AUTOR DE TESIS PARA SUBIR AL REPOSITORIO
INSTITUCIONAL

Yo, Maria Eulalia Espinoza Jopa portador(a) de la
cédula de ciudadanía N° 0105410617 En calidad de autor/a y titular de los derechos
patrimoniales del trabajo de titulación
" Análisis de los Procesos Comunicacionales en Redes Sociales de los
Cultores Urbanos en Cuenca. Artículo Científico "

de conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los
Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de
Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra,
con fines estrictamente académicos, Así mismo; autorizo a la Universidad para que realice la
publicación de éste trabajo de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo
dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 14 de agosto de 2019

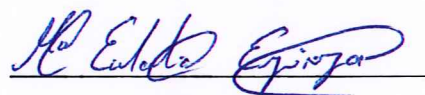
F: Maria Eulalia Espinoza Jopa



SOLICITUD PARA:

Beca o ayuda económica, Justificación de faltas, Justificación de pruebas, Justificación de trabajos, Justificación de lecciones, Justificación de prácticas, Licencia eventual, Examen postergado, Examen supletorio, Segunda matrícula, Tercera matrícula, Matrícula especial, Matrícula extraordinaria, Record académico, Hojas certificadas, Examen suficiencia, Tutorías, Rectificación de nombres, Malla curricular, Reposición de título, Otros

Fecha: 15 de abril de 2019
Dirigido a: Dr. Ernesto Rebolino Peña
Decano de la Unidad Académica de Ciencias Sociales
Solicitante: Maria Eulalia Espinoza Japa
Carrera: Ciencias de la Información y Comunicación Social
Año/Ciclo: Noveno Paralelo: A
Asunto: Solicito comedidamente la aprobación del Diseño de Trabajo de Investigación titulado: Análisis de los Procesos Comunicacionales en Redes Sociales de los Centros Urbanos en Cuenca; Artículo Científico para la obtención del título de licenciada en Ciencias de la Información y Comunicación Social.


Solicitante

Constancia de Presentación.- Fecha: _____

Hora: _____

Resolución: _____



UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES
SUBUNIDAD DE INFORMACIÓN Y DERECHO

15 ABR 2019

RECIBIDO

HORA: _____ FIRMA: 



UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

Valor \$ 5,00

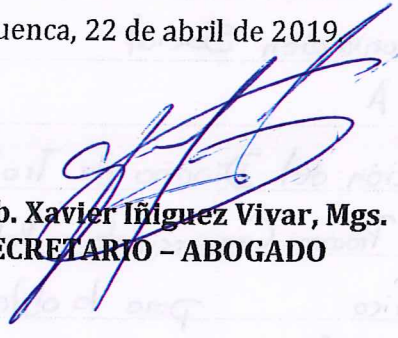
Nº 0160531



SOLICITUD PARA

VISTA LA PRESENTE SOLICITUD, EL H. CONSEJO DIRECTIVO DE LA UNIDAD ACADEMICA DE CIENCIAS SOCIALES, EN SESION REALIZADA EL 17 DE ABRIL DE 2019. RESUELVE APROBAR EL PERFIL DE TESIS PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA INFORMACION Y COMUNICACIÓN SOCIAL DEL SR. (A): **MARIA EULALIA ESPINOZA JAPA**, TÍTULO: "ANALISIS DE LOS PROCESOS COMUNICACIONALES EN REDES SOCIALES DE LAS CULTURAS URBANAS EN CUENCA, ARTICULO CIENTIFICO", TUTOR: MGS. DIEGO ILLESCAS REINOSO.

Cuenca, 22 de abril de 2019


Ab. Xavier Iñiguez Vivar, Mgs.
SECRETARIO - ABOGADO

Solicitante

Constancia de presentación - Fecha

Hora

Presidencia



RECIBIDO

Valor \$ 2,00

N° 018813



**UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA**
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**DISEÑO DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE
LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN SOCIAL**

TÍTULO:

**ANÁLISIS DE LOS PROCESOS COMUNICACIONALES EN
REDES SOCIALES DE LAS CULTURAS URBANAS EN CUENCA;
ARTÍCULO CIENTÍFICO.**

AUTORA: MARÍA EULALIA ESPINOZA JAPA

TUTOR: MSc. DIEGO ILLESCAS REINOSO

FECHA: 15 de abril de 2019



UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

15 ABR 2019

RECIBIDO

HORA: FIRMA:

1.1. TEMA

La investigación se centra en el análisis de los procesos comunicacionales en redes sociales de las culturas urbanas en Cuenca. En la línea de investigación periodismo estratégico, medios y cultura, “Lineamientos para el diseño de trabajos de titulación de las carreras de Economía, Derecho, Trabajo Social y Periodismo”. Donde se abordarán las culturas Hip – Hop y Rock que se visibilizan en la red social Facebook.

1.2. TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Análisis de los procesos comunicacionales en redes sociales de las culturas urbanas de Cuenca. Artículo Científico.

1.3. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se realizará en Cuenca, ciudad declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por su desarrollo social, con sólidas tradiciones culturales que otorgan identidad. Está ubicada en la provincia de Azuay en el sur de la sierra ecuatoriana, en un valle de la cordillera de los Andes.

Cuenca, tiene varias agrupaciones juveniles que cuenta con personalidades basadas en un género que construye su identidad colectiva. Hay una segmentación de distintos colectivos que usan el espacio público de la ciudad para mostrar su imagen urbana. Paralelo a estos mensajes visuales, existe otro rol de comunicación que se da en la esfera virtual, un medio extraterritorial.

Este artículo tiene el propósito de describir los procesos comunicacionales en redes sociales que desempeñan las distintas culturas urbanas en Cuenca. Se analizará el uso virtual que realizan estos grupos. Actualmente expresan su trabajo y arte a través de Facebook, puesto que, no tiene un acceso permanente o frecuente en los medios de comunicación tradicionales.

Es importante saber la interactividad que producen y la identidad que construyen cada una de las culturas juveniles como del: Hip Hop y Rock. Estas distintas tribus como se les define, hacen uso de un espacio público para demostrar sus destrezas dentro de su género.

El número de jóvenes que pertenece a una cultura juvenil es amplio. Por ello, es vital focalizar a estas personas porque se encuentran en un margen que podría tocar la discriminación o la exclusión.

Facebook, se ha convertido en un soporte comunicativo para esta población juvenil. En el que se brinda una comunicación urbana para lograr difundir sus actividades.

La falta de un espacio mediático ha convertido a la red como el área para comunicar y promocionar contenido. Las también llamadas tribus urbanas han construido una relación comunicativa que les sirve para compartir sus intereses comunes. El presente artículo científico identificará a las culturas urbanas con mayor presencia en Facebook para posterior caracterizar e identificar los procesos comunicacionales.

Cuando se escucha el término culturas urbanas automáticamente se aísla de la sociedad. De manera errónea se asocia con un grupo excluido, sí esto sucede es por la invisibilización que producen los medios de comunicación tradicionales. También el poder político los define como contraculturas porque los jóvenes se oponen al modo de vida establecido. A causa de esto la población y medios masivos disminuyen su opinión. Esta actitud excluyente, ha hecho que estos colectivos juveniles miren en la redes sociales un espacio para manifestar los valores de su cultura. Facebook se convierte en una figura social que brinda el acceso a la comunicación sin ningún tipo de discriminación o señalamiento.

La segmentación juvenil se traduce a un modo de existencia, visto de otra forma una cultura subalterna pero desvalorizada desde la sociedad. Las prácticas artísticas de las respectivas culturas son su esencia e identidad que define su presencia en el espacio público.

Haciendo un repaso a la historia, se encuentra las culturas populares que se refería a los grupos de zonas rurales. Luego atravesaron una “modernización”, convirtiéndose en urbana por llevar su organización al otro extremo. Por tal razón, es necesario realizar un análisis de la actual migración espacio público - esfera virtual. En este artículo científico, se indagará a profundidad para conocer esos nuevos procesos comunicativos que recaen en la redes sociales.

Sin duda, frente a la sociedad, se está constituyendo una dinámica urbana en Facebook. Los colectivos culturales aprovechan el medio digital para difundir sus destrezas a través

de un lenguaje audiovisual, gráfico, etc. Las culturas pasaron por barreras para divulgar sus arte, ahora no tienen la condición de ser aprobadas para continuar construyendo su identidad. Pueden llegar a crear una convergencia con culturas similares del mundo, porque en este escenario cibernético, existe una desterritorialización. Las nuevas tecnologías permiten una transversalidad, se puede crear vínculos comunicacionales, de manera paradójica, cruzando fronteras sin la necesidad de hacerlo físicamente.

Este nuevo escenario digital, inclusive da valor al trabajo artístico de la culturas urbanas. La visibilización comunicativa que necesitaban, se logra, a través de la propagación para un público amplio y no local, como lo era en el pasado. Contrario a la lógica los medios masivos, ya no causan el impacto de años anteriores. En la actualidad la globalización esta en las redes sociales. La internet rompe la estructuración que anhelaban las distintas culturas urbanas. El espacio digital es el propicio para comunicar sus actividades y continuar y desarrollando sus técnicas artísticas.

1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son los procesos comunicacionales en redes sociales de las culturas urbanas en Cuenca?

1.5. OBJETO DE ESTUDIO

Procesos de comunicación

1.6. CAMPO DE ACCIÓN

Los procesos comunicacionales a través de las redes sociales (Facebook) de las culturas urbanas de Cuenca.

1.7. LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN DE LA CARRERA

Periodismo estratégico, medios y cultura.

1.8. OBJETIVO GENERAL

Analizar los procesos comunicativos en redes sociales de las culturas urbanas en Cuenca

1.9. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Caracterizar las culturas urbanas en Cuenca
- b) Identificar los procesos comunicativos de las culturas urbanas de Cuenca

- c) Describir los procesos comunicativos de las culturas urbanas en los espacios públicos.

1.10. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente proyecto de investigación de los procesos comunicacionales en redes sociales de las culturas urbanas de Cuenca tiene sustento metodológico en el enfoque cualitativo, enfoque exploratorio, bibliográfico.

El método cualitativo se basa a la información que se adquiere mediante la observación de comportamientos naturales, discursos respuestas abiertas para la posterior interpretación de significados. En cambio, la investigación bibliográfica o documental consiste en la revisión de material bibliográfico existen con respecto al tema a estudiar. Se trata de uno de los principales pasos para cualquier investigación e incluye la selección de fuentes de información. Y la investigación exploratoria nos permite darnos una investigación, de tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad. Este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido.

1.11 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL QUE SUSTENTA LA INVESTIGACIÓN

Uno de los campos más amplios en la que se inserta esta investigación es Comunicación y Cultura, en primera instancia trataremos de hacer un acercamiento a este concepto con el cual partimos el desarrollo del marco teórico y conceptual.

1. COMUNICACIÓN Y CULTURA

La comunicación y la cultura son términos interdependientes. “Tomás Moro, Tomas Hobbes en el siglo XVI usaron la palabra en su connotación de cultivo de la mente” (Comunicación y Cultura, 1997, p. 98). Lo que se traduce a cada uno de los talentos que desempeña el hombre. Por ello, entendemos que cada territorio tiene una realidad sociocultural. Se explica, por tal razón, que estas ciencias son inseparables. Porque sin comunicación se es imposible transmitir las tradiciones y costumbres de una cultura que quiere subsistir en el tiempo. Todas las formas de la comunicación son necesarias para preservar la identidad de una civilización. Martín Barbero (2004) explica que es una “cuestión crucial, pues o las construcciones identitarias son asumidas como dimensiones constitutivas de los modelos y procesos del desarrollo de los pueblos o las identidades

culturales tenderán a atrincherarse colocándose en una posición de antimodernidad a ultranza, con el consiguiente reflatamiento de los particularismos, los fundamentalismos étnicos y raciales” (p.8). Cada región tiene un modo de ser por su intelecto, ideología, destrezas artísticas, idioma, etc. Como se explica en el volumen *Raza y Cultura* de Claude Lévi-Strauss que reúne sus dos ensayos, “las distintas culturas, cada una de ellas vinculada a un estilo de vida, a un sistema de valores, velen por sus particularismos; y darse cuenta de que esta disposición es sana...” (Levi-Strauss, 1983, p. 16).

Rivadeneira (1997) define a la comunicación y cultura como la “unión con el mundo, es decir, relación con un entorno físico y social; relación entre seres vivientes que equivale a múltiples situaciones con estimulación recíproca al comportamiento, vale decir, a la espera de provocar una respuesta”.

Para Téllez, Pérez, Cala y Polo (2016) “la comunicación y la cultura son comprendidas como campos dinámicos que se entrecruzan entre sí, puesto que en la cultura se tejen los contenidos y las significaciones sociales, y a la comunicación se le atribuye ser el vehículo y la amplificación de dichas significaciones” (p. 27, 28).

Todo estos conceptos se reduce a lo que afirma Manuel Castells, “la comunicación determina decisivamente la cultura” (Castells, 1996, p. 400).

Luego de conocer que es la comunicación y cultura, es necesario en este artículo científico saber que son las:

2. CULTURAS URBANAS Y ESPACIO PÚBLICO

Haciendo un breve repaso histórico desde la antropología que es la ciencia indicada para conocer las manifestaciones sociales y culturales que hablaba de la Escuela de Chicago, como la ciudad, lo urbano, basado en las técnicas etnográficas, conocimiento de la urbe estadounidense y sus habitantes. Desde este marco teórico se abordaba los estudios relacionados a lo urbano.

El concepto más acertado es el de Robert E. Park (1967) “la ciudad es, más bien, un estado de mente, un cuerpo de costumbres y tradiciones, y de actitudes y sentimientos organizados que son inherentes a dichas costumbres y que se transmiten por medio de dicha tradición. En otros términos, la ciudad no es un mero mecanismo físico ni una construcción artificial. Está involucrada en el proceso vital de la gente que la compone: es un producto de la naturaleza, y en particular, de la naturaleza humana” (p. 17). La

ciudad está moldeada por el orden moral de la vida social, por sus relaciones sociales que se generan en el espacio urbano.

Los vínculos sociales dan como resultado una segmentación de personas que se relacionan de acuerdo a sus gustos. La zona urbana se transforma en un espacio de expresión. García (1996) “en ellas se reproducen y cambian sus tradiciones, se desenvuelven los intercambios más complejos de la multietnicidad y la multiculturalidad” (p. 2).

Cuando hablamos de grupos que se forman de acuerdo a sus afinidades, estos lo hacen en el ámbito comunicación – cultura – ciudad. Esto significa que:

Las ciudades son espacios privilegiados para comprender las dinámicas de la cultura, los nuevos modos de socialización e interacción humana, los movimientos sociales, las identidades colectivas, los modos de ser e imaginar de una sociedad; pero, también, los diversos modos de expresión, simbolización, producción de significaciones y los usos sociales de la comunicación (Pereira, 1995, p. 11).

Con esta lectura, comprendemos, que la cultura se desarrolla en lo urbano y no como en años anteriores en las periferias. De manera implícita, está, que para desarrollar las destrezas e ideas se necesita un espacio que son los “escenarios de comunicación y cultura, nos dan que sentir que pensar” (Comunicación, cultura y ciudad, 1995, p. 12).

En el espacio público podríamos decir, que la cultura se va gestando y construyendo un pensamiento propio (Cadavid, 2014). Carrión lo define como “un ámbito o escenario de la conflictividad social que puede tener una función u otra, dependiendo de los pesos sociales y políticos” (Carrión, 2004, p.3). Con frecuencia asociamos este término con un lugar físico, por ejemplo un parque, cuando en realidad es el desarrollo constante de circunstancias que giran en torno a la sociedad.

No se puede separar ciudad – espacio público, por su coyuntura están vinculadas como lo explica el autor:

Originalmente puede cumplir, por ejemplo, una función mercantil (ejemplo: tianguis), posteriormente puede asumir un rol político (ejemplo: ágora) y luego predominantemente estética (ejemplo: monumento), lo cual significa que el espacio público cambia a lo largo de la historia y que en cada momento tiene una lógica distinta. Esta condición cambiante le permite tener múltiples y simultáneas

funciones que, en su conjunto, suman presente al pasado y trascienden el tiempo y el espacio (Carrión, 2004, p. 5, 6).

3. IDENTIDAD

La identidad está conectada al desarrollo de la personalidad, ambiente social y ecológico. En referencia a la identidad de una cultura juvenil, el concepto de: “la juventud comienza en la biología y termina en la cultura. Esto se explica ya que los procesos de la maduración generan una serie de cambios fisiológicos y sexuales; pues bien, estos desarrollos biológicos y la necesidad en que se ve el individuo de adaptarse a los mismos, dan a la adolescencia algunas características universales y la separan de períodos anteriores del desarrollo” (Ramírez, 2008, p. 3). Hormigos y Cabello (2004) afirman que la juventud es un período de indefinición y búsqueda de una identidad. Los grupos juveniles plasman su identidad mediante una línea musical que los representa, a través de los sonidos o un baile expresa los sentimientos de una determina época (p. 260).

En el artículo identidad, cultura y adolescencia de Josefina Díaz Sánchez, aborda la identidad de acuerdo a su entorno,

La cultura vivida e internalizada en los distintos ámbitos se sintetiza de manera diferenciada y singular en cada historia personal y contexto. Cada individuo y grupo configuran su identidad de manera compleja en el marco de las propias condiciones sociales, económicas e históricas, y de los significados que definen su cultura local en el marco de la global (Díaz, 2006, p. 432).

Las similitudes, los gustos, preferencias forman parte de la búsqueda y formación de su identidad, lo explica Sánchez “la cultura local y los medios culturales a los que los adolescentes tienen acceso son otra fuente importante de apropiación de significados que abonan la dimensión sociocultural de su identidad” (Identidad, cultura y adolescencia, 2006, p. 444).

4. PROCESOS COMUNICACIONALES

La comunicación frente a frente era aparentemente la más óptima o a través de los medios tradicionales, llevar uno el mensaje y lograr un alcance “masivo”; era visto como la mejor manera de llegar al receptor. Hasta que las Tic's ganaron un espacio por permitir a los usuarios conectarse con el mundo. Los medios de comunicación brindan una trascendencia limitada. Mientras que las nuevas tecnologías están disponibles las 24 horas

para que tú generes el contenido que desees. Jódar afirma este desarrollo del flujo comunicativo:

Las tecnologías un papel transformador y revolucionario en todos los niveles, permitiendo la multiplicación de las posibilidades comunicativas con flujos de datos hasta ahora inimaginables. Se logra transmitir más información en los mismos canales, permitiendo la especialización de contenidos y, por tanto, la fragmentación de la audiencia y la definición de un perfil de usuario/receptor más activo, demandante de contenidos adecuados a sus necesidades (Jódar, 2010, p.4).

Los procesos comunicacionales son una fase consecutiva del hombre que comprende y trasciende la reproducción selectiva y especializada del manejo técnico de ciertos elementos discursivos que va más allá de los medios de comunicación (Uranga, 2002). El mismo autor explica que ayuda a “desentrañar la complejidad de las prácticas que se dan en la realidad social y en las organizaciones” (Gestionar desde la comunicación – gestionar procesos comunicacionales, 2002, p. 234).

Los mensajes que se busca transmitir requieren un medio, que en la actualidad, son las redes sociales. Debido a los roles que le permite adquirir, tanto como emisor o receptor. No existen culturas que puedan sobrevivir sin comunicación sea verbal o no verbal. La identidad de los grupos sociales se interpreta mediante la significación de lo expuesto. Los procesos comunicacionales parten desde el contexto y la cultura. Uranga dice que “el sujeto es hablado por la cultura de su tiempo, de su historia, de su espacio: sujeto expresado a través de una puesta en escena en la vida social” (2010, p. 235).

Un proceso comunicativo no es ajeno a la cultura, el mismo no puede ser aislado del entorno del emisor.

5. COMUNICACIÓN DIGITAL

La comunicación, la cultura y lo digital convergen para crear un nuevo proceso comunicacional para reconstruir o continuar la difusión de sus ideas y destrezas. La comunicación digital abre las puertas a productores y contribuye a que la distribución del contenido se ha retroalimentado. De esta manera beneficia a los grupos colectivos a cruzar fronteras, redes, etc. sin hacerlo físicamente.

En este campo, son grandes las implicaciones que tiene lo mediático y lo masivo sobre las formas de inclusión-exclusión, de diferenciación y discriminación, de

construcción de identidades, de acceso a bienes y servicios, y de acceso a sistemas y redes de información, es decir, en cómo el sujeto social va construyendo y transformando aquella trama de significaciones que se entiende como cultura, con mediación de la tecnología. Desde esta perspectiva, la recepción de productos culturales mediáticos como un acto consciente, activo, no se refiere sólo al momento de exposición del sujeto al medio de comunicación, en particular al artefacto, sino que se realiza cuando éste usa en su cotidianidad la información recibida, la apropia, la resignificación, crea nuevos sentidos y la hace recircular al convertirla en su propio discurso (Barrios, 2008, p. 270).

Estas nuevas formas de compartir contenido rompen las barreras interpuestas por los medios convencionales. “Los nuevos medios de comunicación, hacen referencia a todas aquellas estructuras de comunicación que se dan en Internet y que caracterizan al nuevo espacio de comunicación, diferenciándose de los procesos de comunicación de masas, por su multimedialidad” (Tapia, 2011, p. 220).

La comunicación digital se caracteriza “por integrar los distintos niveles de la comunicación, potenciando la multidireccionalidad de la comunicación” (López, 2005 p. 10). Según Llorca (2005) es un espacio de comunicación en el que se desarrolla mecanismos de comunicación, que no responde a los parámetros tradicionales del espacio y el tiempo.

6. WEB 2.0

Debido al proceso evolutivo de la humanidad, ahora alcanza el máximo aprovechamiento de la tecnología. Hace algunos años la comunicación de masas era un nicho únicamente de los medios tradicionales de comunicación. Hoy se abren las fronteras a través de la red para las distintas organizaciones culturales. Existe actualmente una migración de la comunicación debido a ese bloqueo exclusivo que se vivía en contra de culturas urbanas que querían expresar su arte. Para reforzar este texto, cito a Manuel Castells que afirma:

La comunicación de masas está siendo transformada por la difusión de Internet y la Web 2.0, así como por la comunicación inalámbrica. La emergencia de la autocomunicación de masa desintermedia a los medios y abre el abanico de influencias en el campo de la comunicación, permitiendo una mayor intervención de los ciudadanos, lo cual ayuda a los movimientos sociales y a las políticas alternativas. Pero al mismo tiempo también las empresas, los gobiernos, los

políticos intervienen en el espacio de Internet. De ahí que las tendencias sociales contradictorias se expresan por uno y otro lado tanto en los medios de comunicación de masas como en los nuevos medios de comunicación. De esta forma, el poder se decide cada vez más en un espacio de comunicación multimodal. En nuestra sociedad, el poder es el poder de la comunicación (Castells, 2008, p. 1).

El adoptar nuevas maneras de comunicarnos produce “un ecosistema comunicativo marcado por la hegemonía de la experiencia audiovisual sobre la tipográfica y la reintegración de la imagen al campo de la producción de conocimientos” (Medios y culturas en el espacio latinoamericano, 2002 p. 1).

La web 2.0 según Cebrián (2008) permite que los usuarios directamente desarrollen sus propios procesos comunicativos. Además que logra

Profundizar en su dimensión comunicativa e informativa. No se entra en la descripción de su funcionamiento informático, sino que se pasa directamente a examinar el cambio producido en los procesos de interrelaciones de las personas o grupos sociales que intervienen en su aplicación, así como en las repercusiones que este enfoque tiene en la generación de un nuevo modelo comunicativo. No es sólo un mero cambio sino una transformación profunda producida por la intervención de la propia sociedad civil, la auténtica gestora de las redes sociales de comunicación (Cebrián, 2008, p. 2).

Este espacio virtual se diferencia del anterior porque consigue “dinámicas activas de participación de los sujetos” (Representaciones mediáticas de las redes sociales: un estudio de casos, 2010, p. 2).

La web 2.0 introduce “introducen nuevas formas de comunicación, una economía y cultura que prioriza nuevos valores y formas de intercambio directas, segmentadas, personalizadas, colaborativas, comunitarias e interactivas” (Campos, 2008, p. 280).

7. REDES SOCIALES

Las redes sociales han logrado y posicionarse en el tiempo porque esta no tiene barrera como los medios tradicionales.

Está abierta a los internautas que quieran participar en los procesos comunicativos de producción, difusión, recepción e intercambio de todo tipo de archivos:

escritos, de audio, de vídeo o integrados en una concepción audiovisual que lleva a los tratamientos multimedia con la incorporación de los complejos modelos de la navegación, los enlaces y la interactividad y que enriquecen los modelos de comunicación interactiva.

Existe una convergencia en redes sociales que llega mediante las TIC's, "se trata de una dimensión de la realidad directamente vinculada a los medios, pero, al mismo tiempo resulta en un espacio en el cual emergen y se van gestando unas "otras" dinámicas comunicativas globales, que conviven, en ese mundo llamado Internet, con los media" (Bacallao, 2010, p. 3).

Campos Freire (citado en Bacallao, 2010) sostiene las redes sociales ponen en práctica un modelo empresarial más sostenible a otros servicios gratuitos de la red, basada en tres principios de aportación de valor: la afiliación voluntaria que cada usuario realiza al agregarse a una red, la aportación colaborativa de contenido de cada uno (fotos, vídeos, información, comentarios, votaciones, participación) y la atención que todos prestan a la publicidad que la mayoría de ellas emiten.

En esta sociedad informacional la convergencia tecnológica fortalece a los grupos que quieren construir e ir más allá con su identidad dentro de procesos comunicacionales. "Las técnicas implantadas por esta nueva etapa digital constituyen un conjunto de tecnologías cuyas aplicaciones abren un amplio abanico de posibilidades a la comunicación humana. El carácter sinérgico de las nuevas tecnologías marcará los procesos productivos y comunicacionales de nuestra era a nivel mundial, denominada Revolución Digital" (Jódar, 2010, p.3).

1.12. HIPÓTESIS O IDEAS A DEFENDER

Los procesos comunicacionales en redes sociales de las culturas urbanas de Cuenca constituyen un soporte comunicativo para fortalecer su identidad.

1.13. MÉTODOS A UTILIZARSE EN LA INVESTIGACIÓN

Para cumplir con la investigación se utilizará la metodología de investigación cualitativa, se programó las siguientes actividades que lleven a comprender la problemática estudiada.

1. Localización, lectura y análisis de todas las fuentes bibliográficas posibles relacionadas con los procesos comunicacionales en redes sociales, puede ser en

bibliotecas, como espacios digitales y otros lugares a los que se tenga acceso. Las obras tomadas en cuenta la investigación será de los autores que gocen de credibilidad, además deberán ser de un formato científico.

Esta técnica se le denomina revisión bibliográfica, sirvió para realizar el estado de arte y posterior el marco teórico y conceptual.

2. Las entrevistas a profundidad también serán útiles en esta investigación. Es por eso que se localizarán, fuentes primarias y con conocimiento basto de culturas urbanas y su manejo de redes sociales respectivamente.
3. Por último, se producirá un Artículo Científico, para mostrar a la colectividad acerca de los procesos comunicacionales en redes sociales de las culturas urbanas en Cuenca.

1.14. POBLACIÓN Y MUESTRA

Los sujetos sociales que serán investigados son los integrantes líderes de las culturas urbanas de Cuenca. Por tal motivo, analizaremos a profundidad el movimiento hip – hop con sus respectivos componentes, break dance, rap y grafiti.

Para este proceso investigativo se realizará un mapeo de cada receptor de medios en el contexto de la ciudad, su ubicación, el uso del espacio y la diversidad de targets.

Para proceder con el trabajo se deberá investigar a una segmentación del universo de las distintas culturas urbanas existentes en Cuenca.

Representantes de culturas urbanas

Wilson Boris Ortega – Hip Hop

Franco Cabrera – Break dance

Martín Under – Graffiti

1.5. CRONOGRAMA DE TAREAS

Calendario	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
Actividades	2019	2019	2019	2019	2019	2019
Revisión y selección de la información	x					

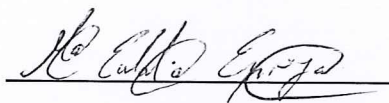
bibliográfica de las teorías y conceptos						
Elaboración de la fundamentación teórica		x				
Validación de los instrumentos para la recolección de información			x			
Aplicación de los instrumentos y recolección de la información				x		
Validación de los instrumentos de recolección de información				x		
Aplicación de los instrumentos y recolección de la información					x	
Elaboración del informe de diagnóstico de la investigación					x	
Presentación del informe final en la secretaría					x	
Sustentación individual ante un tribunal de grado.						X

Bibliografía

- Rivadeneira Prada, R. (1997). Comunicación y cultura. *Revista Ciencia y Cultura*, (2), 98-105.
- Bacallao Pino, L. (2010). Representaciones mediáticas de las redes sociales: un estudio de casos. *Revista Latina de Comunicación Social*, (65), 114-125.
- Orozco, G. (2002). Mediaciones tecnológicas y des-ordenamientos comunicacionales. *Signo Y Pensamiento*, 21(41), 21 – 33. Recuperado a partir de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2817>
- Téllez, M. P., Perez, D., Cala, L., & Polo, N. (2016). Políticas de comunicación y cultura en Colombia: convergencias y divergencias.
- Monge, F. (2007). La ciudad desdibujada. Aproximaciones antropológicas para el estudio de la ciudad. *Disparidades. Revista de Antropología*, 62(1), 15-31.
- CANCLINI, N. G. (2003). Culturas urbanas de fin de siglo: la mirada antropológica. ONU. <http://www.unesco.org/issj/rics153/canclinispa.htm>.
- Torres, E. E. (2014). Comunicación y cultura en Manuel Castells: exploraciones del periodo 1996-2009. *Athena Digital: revista de pensamiento e investigación social*, 14(1), 355-373.
- Bedoya Bedoya, S. A., & Cadavid Ramírez, M. A. (2014). Singulares y diversos: Jóvenes tejiendo nuevas formas de vivir juntos.
- Jódar Marín, J. (2010). LA ERA DIGITAL: NUEVOS MEDIOS, NUEVOS USUARIOS Y NUEVOS PROFESIONALES. *Razón y Palabra*, 15 (71)
- Campos Freire, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11 (63)
- Barbero, M. (2004). Medios y culturas en el espacio latinoamericano. *Pensar Iberoamérica, revista de cultura* N° 5
- Levi-Strauss, (1983). Raza y cultura. Titivillus
- Olmedo Salar, S. (2011). Reseña de “COMPRENDER LA COMUNICACIÓN” de Antonio Pasquali. *Razón y Palabra*, 16 (75)
- Pereira, J. (1995). Comunicación, cultura y ciudad. *Signo y Pensamiento* No 27
- Rivadeneira Prada, R. (1997). Comunicación y cultura. *Revista Ciencia y Cultura*, (2), 98-105.
- Canclini, N. G. (2003). Culturas urbanas de fin de siglo: la mirada antropológica. ONU. <http://www.Unesco.Org/issj/rics153/canclinispa.Htm>.

- Carrión, F. (2004). Espacio público: punto de partida para la alteridad. *Fabio Velásquez, comp. Ciudad e inclusión: Por el derecho a la ciudad. Bogotá: Foro Nacional por Colombia, Fedevivienda y Corporación Región.*
- Montoya, A. N. (2002). Nuevas tecnologías de comunicación. Desigualdad económica y cultural. *Signo y Pensamiento*, 21(41), 34-46.
- Pensar desde la experiencia : comunicación participativa en el cambio social / Amparo Cadavid Bringe y Alfonso Gumucio Dagron. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios. Facultad de Ciencias de la Comunicación, 2014.
- Feixa, C. (1995). "Tribus urbanas" & "chavos banda". *Las culturas juveniles en Cataluña y México. Nueva Antropología*, XIV (47), 71-93.
- Alas, P. Título: Deseables e indeseables: el "riesgo" de ser militante. *Una mirada sobre la construcción social de un nuevo "enemigo".*
- Rubio, A. B. (2008). Los jóvenes y la red; usos y consumos de los nuevos medios en la sociedad de la información y la comunicación. *Signo y pensamiento*, 28(54), 265-275.
- Cornejo, M., & Tapia, M. L. (2011). Redes sociales y relaciones interpersonales en internet. *Fundamentos en humanidades*, 12(24).
- Castells, M. (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I). Los medios y la política. *Telos*, 74, 13-24.
- Herreros, M. C. (2008). La Web 2.0 como red social de comunicación e información. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 14, 345-361.
- Campos Freire, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de comunicación social*, 11(63).
- Bacallao Pino, L. (2010). Representaciones mediáticas de las redes sociales: un estudio de casos. *Revista Latina de Comunicación Social*, (65), 114-125.

15 de abril de 2019



María Eulalia Espinoza Japa

Investigadora



MsC. Diego Illescas Reinoso

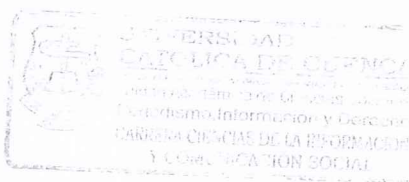
Tutor



MsC. Diego Illescas Reinoso

**Responsable de Investigación de Investigación
de la Carrera de Ciencias de la Información y
Comunicación Social**

Fecha:



Aprobado en sesión del H. Consejo Directivo de fecha: _____

Asesor Jurídico

Unidad Académica de Ciencias Sociales