

## **Procesos comunicacionales en redes sociales de las culturas urbanas de hip-hop en Cuenca**

Communicational processes in social networks of urban hip-hop cultures  
in Cuenca

Diego Illescas Reinoso<sup>1\*</sup> <https://orcid.org/0000-0001-5681-2399>

María Eulalia Espinoza Japa<sup>1\*</sup> <https://orcid.org/0009-0008-8116-5187>

Maribel Acosta Damas<sup>2\*</sup> <https://orcid.org/0000-0002-1209-2868>

<sup>1</sup>Universidad Católica de Cuenca, Ecuador

<sup>2</sup>Universidad de La Habana, Cuba

\* [diegoilles69@hotmail.com](mailto:diegoilles69@hotmail.com)

### **RESUMEN**

Esta investigación describe los procesos comunicacionales en redes sociales de movimiento hip hop en Cuenca donde se aborda desde los diferentes componentes de esta expresión artística: el rap, break dance, graffiti, y tornamesa. 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 identificarán los procesos comunicativos de este colectivo urbano, para posterior describir su actividad digital en la red social Facebook. La metodología que se aplicó es cualitativa y etnográfica en base a observaciones y

**Procesos comunicacionales en redes sociales de las culturas urbanas de hip-hop en Cuenca**

entrevistas 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 tornamesa. 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. The methodology that was applied is qualitative and ethnographic based on observations and in-depth interviews are the contribution to analyze the construction and diffusion of his art beyond the public to the cyber space.

**Keywords:** communication and culture; hip hop; communicational processes; social networks; public space.

Recibido: 06/10/2022

Aceptado: 14/02/2023

## **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.

**Procesos comunicacionales en redes sociales de las culturas urbanas de hip-hop en Cuenca**

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.

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, 2005, p. 6).

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.

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)

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 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.

En este artículo científico, se observará los nuevos procesos comunicativos, con el propósito de describirlos y conocer cómo las culturas urbanas en Cuenca se desenvuelven en las redes sociales, además analiza el uso virtual que realiza la cultura Hip Hop, en base algunas premisas que se consideran:

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.

Las redes sociales para esta cultura son el medio en el que se autoinvolucran con la sociedad, y Facebook, se ha convertido en un soporte comunicativo para esta población juvenil en la que logran 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.

Los procesos comunicacionales que mantiene la cultura hip hop de Cuenca constituyen un soporte comunicativo que fortalece su identidad.

El objetivo general de este trabajo 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.

**Procesos comunicacionales en redes sociales de las culturas urbanas de hip-hop en Cuenca**

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. 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.

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.

### **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. (Barbero, 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, entre otros. 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 (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”.

**Procesos comunicacionales en redes sociales de las culturas urbanas de hip-hop en Cuenca**

Polo, Tellez, Cala, y Pérez (2016) indican que “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). Estos conceptos se reducen a las reflexiones de Manuel Castells en torno a que “la comunicación determina decisivamente la cultura” (Torres, 2014).

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).

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, 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).

### **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.

**Procesos comunicacionales en redes sociales de las culturas urbanas de hip-hop en Cuenca**

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 multiétnicidad 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).

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). No se puede separar ciudad – espacio público, por su coyuntura están vinculadas como lo explica este autor.

### **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).

**Procesos comunicacionales en redes sociales de las culturas urbanas de hip-hop en Cuenca**

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).

### **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.

### **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

**Procesos comunicacionales en redes sociales de las culturas urbanas de hip-hop en Cuenca**

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

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).

## **Métodos**

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, en esta investigación se revisó 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.

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 permitió 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.

Asimismo, se observaron exhaustivamente los perfiles de Facebook de cada una 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 y Covarrubias & Lule Martínez, 2012, pág. 47)

Se suma también otra herramienta, la entrevista semiestructurada que se realizó a adeptos de la cultura Hip Hop. De igual forma se ejecutaron 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.

## Resultados

El 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. 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.

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. 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 Guataná. A pesar de los años ciertos estigmas pesan o el apoyo de autoridades estatales y municipales muestra deficiencia.

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 a la autoeducación, la lectura es una de las herramientas principales para su desarrollo cognitivo.

### 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.

**Procesos comunicacionales en redes sociales de las culturas urbanas de hip-hop en Cuenca**

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.

### **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.

**Procesos comunicacionales en redes sociales de las culturas urbanas de hip-hop en Cuenca**

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.

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.

### **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 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

### Procesos comunicacionales en redes sociales de las culturas urbanas de hip-hop en Cuenca

de presentación. 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.

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. Morocho, en las fechas conmemorativas de fundación e independencia, 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.

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, si no 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 ha 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.

La Creme Team es una banda cuencana de Hip Hop que confluje 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.

### Procesos comunicacionales en redes sociales de las culturas urbanas de hip-hop en Cuenca

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 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.

## 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

**Procesos comunicacionales en redes sociales de las culturas urbanas de hip-hop en Cuenca**

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.

## Referencias

Bacallao, L. (2010). Representaciones mediáticas de las redes sociales: un estudio de casos. *Revista latina de Comunicación Social*, (65) 114-125 Recuperado de <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/1116>

Barbero, M. (2004). Medios y culturas en el espacio latinoamericano. *Pensar Iberoamérica*, 5, Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=763225>

Brick, A. (2005). *Investigación del hip hop latino*. California: UC Berkeley.

Campos, F. (2008). Las redes sociales tratocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de comunicación social*, 11(63). Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81912006023>

Campos, G., & Lule, N. E. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Xihmai*, 7(13), 45-60. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>

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*, 74, 13-24. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2545714>

**Procesos comunicacionales en redes sociales de las culturas urbanas de hip-hop en Cuenca**

Cebrián, M. (2008). La web 2.0 como red social de comunicación e información. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 14, 345-361. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110345A>

Díaz, J. (2006). Identidad, adolescencia y cultura. Jóvenes secundarios en un contexto regional. *Revista mexicana de investigación educativa*, 11 (29) 431-457. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14002906>

Garcés, Á. (2011). Juventud y comunicación. Reflexiones sobre prácticas comunicativas de resistencia en la cultura hip hop de Medellín. *Signo y Pensamiento*, 30(58), 92-112. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8062844>

García, N. (2006). Culturas urbanas de fin de siglo: la mirada antropológica. *Revista Jangwa Pana*. 1(1), 97-110. Recuperado de <https://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/jangwapana/article/view/471>

Hormigos, J., & Martín, A. (2004). La construcción de la identidad juvenil a través de la música. *Revista española de sociología*.4, 259-270. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1220361>

Jódar, J. Á. (2010). La era digital; nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. *Razón y palabra*, (71). Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199514914045>

Lévi, S. (1993). *Raza y Cultura*. Madrid: Altaya.

Martín Barbero, J. (2004). Medios y culturas en el espacio latinoamericano. *Iberoamericana (2001-)*, 2(6), 89-106. Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/41672896>

Meneses, T., & Cardozo, J. J. (2014). La etnografía: una posibilidad metodológica para la investigación en cibercultura. *Encuentros*. 12(2), pp. 93-103. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4918505#:~:text=Se%20presenta%20un%20contexto%20con%20las%20particularidades%20de,para%20finalizar%20con%20un%20hipertexto%20exponiendo%20las%20tensiones.>

Mesías, O. (2010). *La investigación cualitativa*. Venezuela: Universidad Central de Venezuela.

**Procesos comunicacionales en redes sociales de las culturas urbanas de hip-hop en Cuenca**

Monge, F. (2007). La ciudad desdibujada: aproximaciones antropológicas para el estudio de la ciudad. *Disparidades. Revista De Antropología*, 62(1), 15–31. Recuperado de: <https://doi.org/10.3989/rdtp.2007.v62.i1.25>

Moraga, M., & Solorzano, H. (2005). Cultura Urbana Hip-Hop. Movimiento Contracultural emergente en los jóvenes de Iquique. *Última década*, 13(23). Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22362005000200004>

Pereira, J. M. (1995). Comunicación, cultura y ciudad: Campo de reflexión, propuestas de investigación. *Signo y Pensamiento*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10554/28596>

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). *Ciberciudadánias, cultura política y creatividad social*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.

Ramírez, F. (2008). El mito de la cultura juvenil. *Última década*, 16(28), 79-90. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22362008000100005> .

Rivadeneira, R. (1997). Comunicación y cultura. *Ideas y pensamientos*, 98-105.

Taylor, S., & Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados*. Barcelona: Paidós.

Tijoux, M. E., Facuse, M., & Urrutia, M. (2012). El Hip Hop: ¿Arte popular de lo cotidiano o resistencia táctica a la marginación? *POLIS, Revista Latinoamericana*, 11(33), 1-16.

Torres, E. (2014). Comunicación y Cultura en Manuel Castells: exploraciones del periodo 1996-2009. *Athenea Digital*, 14(1), 355-373. Recuperado de: <https://atheneadigital.net/article/view/v14-n1-torres>

Uranga, W. (2002). Gestionar desde la comunicación - gestionar procesos comunicacionales. *Oficios Terrestres*, 11-12, pp. 234-241. Recuperado de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/46822>

### **Conflicto de interés**

Los autores no declaran conflicto de intereses

### **Contribuciones de los autores**

*Conceptualización:* Diego Illescas Reinoso, María Eulalia Espinoza y Maribel Acosta Damas

*Investigación:* Diego Illescas Reinoso

*Metodología:* Diego Illescas Reinoso, María Eulalia Espinoza y Maribel Acosta Damas

*Redacción-borrador original:* Diego Illescas Reinoso

*Redacción- revisión y edición:* María Eulalia Espinoza y Maribel Acosta Damas