

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA:
COMUNICACIÓN SOCIAL

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

TEMA:
LA TRANSFORMACION DEL SER A PARTIR DE LAS PRÁCTICAS
COMUNICACIONALES Y SUS REPRESENTACIONES SOCIALES EN EL
MOVIMIENTO COSPLAY

AUTORES:
IZA GUALPA FRANKLIN LEONARDO
SANTIANA ALARCON NATALIA LIZETH

DIRECTOR:
RUIZ VINUEZA MAURO ALONSO

Quito, mayo del 2015

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotros autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaramos que los conceptos, análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Quito, mayo del 2015.

Santiana Alarcón Natalia Lizeth

C.I: 1718862970

Iza Gualpa Franklin Leonardo

C.I: 1718974379

DEDICATORIA

El presente trabajo, realizado con mucho esfuerzo, se lo dedico a mi madre, a mi padre quienes con su lucha diaria y su firme guía me han enseñado que en la vida se alcanza los triunfos con muchísima entrega, perseverancia y amor a lo que se hace.

A mi compañera de tesis Natalia, por hacer posible la culminación de este proyecto.
También a nuestro director de tesis, por la paciencia y la confianza.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Politécnica Salesiana, por ser mi segundo hogar de conocimiento, a las autoridades y profesores por formarnos de manera profesional y espiritual.

Al profesor Ruiz Vinueza Mauro Alonso, director de este proyecto, quién con su guía, paciencia y amistad, fue posible la culminación de este trabajo.

Al docente Bolívar Chiriboga, por ser el guía como lector en el presente trabajo.

A las personas que contribuyeron para hacer el producto audiovisual y que hicieron esto posible, mi agradecimiento de corazón.

ÍNDICE

Introducción	1
CAPÍTULO 1	
LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA COMO PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN EN LA SOCIEDAD.	
1.1. Comunicación y cultura.....	8
1.2. El individuo y la sociedad.....	13
1.3. Identidad.....	25
1.4. La cultura y los fenómenos juveniles.....	28
CAPÍTULO 2	
EL COSPLAY DENTRO DE LOS MOVIMIENTOS JUVENILES	
2.1. Culturas y movimientos juveniles.....	34
2.2. El movimiento cosplay como identidad.....	38
CAPÍTULO 3	
PRODUCTO AUDIOVISUAL PROYECTO COSPLAY	
3.1. Conceptual video.....	56
3.2. El cosplay dentro del video reportaje.....	60
3.3. Identidad e imagen del video reportaje “proyecto cosplay”.....	61
3.4. Video reportaje “proyecto cosplay”.....	68
3.5. Producción y postproducción.....	96
3.6. Difusión y beneficiarios.....	102
CONCLUSIONES	103
RECOMENDACIONES	108
LISTA DE REFERENCIAS	110

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Colores del logo “proyecto cosplay”.....	64
Figura 2. Porcentajes del color en CMYK “proyecto cosplay”.....	64
Figura 3. Hoja membretada para cartas y oficios “proyecto cosplay”.....	64
Figura 4. Tarjeta de presentación de los realizadores “proyecto cosplay”.....	65
Figura 5. Carpeta para guardar cartas del “proyecto cosplay”.....	65
Figura 6. Afiche del “proyecto cosplay”.....	66
Figura 7. Caratula del Dvd “proyecto cosplay”.....	67
Figura 8. Portada para la caja del DVD “proyecto cosplay”.....	67
Figura 9. Escarapela para ingresar a convenciones “proyecto cosplay”.....	68
Figura 10. Invitación para citar a las entrevistas del “proyecto cosplay”.....	92
Figura 11. Afiche del evento Doragon games party.....	94
Figura 12. Afiche del evento Ichiban cosplay.....	95
Figura 13. Afiche Hariken cosplay 2.....	95
Figura 14. Software utilizado en la producción y post-producción.....	97
Figura 15. Rotulo o etiqueta para colocar nombres de entrevistados.....	98
Figura 16. Creación de rig del personaje chihiro.....	99
Figura 17. Fotografías del tras cámaras.....	102

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Target.....	68
Tabla 2. Escaleta.....	85
Tabla 3. Nombres de personas a entrevistar.....	93
Tabla 4. Formato de grabación.....	96
Tabla 5. Horas de trabajo.....	99
Tabla 6. Ficha técnica.....	100
Tabla 7. Insumos económicos.....	101

RESUMEN

En el presente proyecto de investigación como producto final se realizó un video reportaje donde se evidencian las prácticas comunicativas y las representaciones sociales que promueven la transformación del ser en el movimiento cosplay en la ciudad de Quito.

Como producto final se realizó un video reportaje donde se evidencia la transformación del ser, sus prácticas comunicacionales, representaciones sociales, dentro de nuevas expresiones culturales, como en el presente caso el movimiento cosplay.

En primera instancia se efectuó la investigación de campo y la metodología a emplearse, la misma que consistió en usar la técnica de la observación participativa, a la vez documentar entrevistas como testimonios de vida tanto de los organizadores como de los máximos exponentes del movimiento cosplay.

En razón de que nuestra sociedad es cada vez más visual, se elaboró un video reportaje, que pretenda instruir, enseñar y atraer a los receptores, así como una descripción gráfica de la transformación que experimenta el ser humano al representar a un personaje de ficción, lo cual ayuda a mejorar el carácter, proporcionar seguridad en sí mismos, perder la vergüenza y finalmente utilizar el arte como una manera de expresarse.

El producto final tuvo como objetivo dar a entender al espectador que el hacer cosplay es una forma sana y creativa de expresión principalmente para la juventud, creando un material comprensible enfocado a la identidad, pertenencia, el sentir del cosplayer, su manera de comunicarse entre ellos y con los demás, y la forma en que desearían que la sociedad los perciba, acepte e incluya.

ABSTRACT

In the present project of investigation an analysis was carried out dealing with the urban cultures that have appeared recently in our society, giving a general focus; and in particular to the cosplay movement in the city of Quito.

A video report was made as a final product which demonstrates the transformation of the being, their communications practices, social representation, within new cultural expressions, like in the present case of the cosplay movement.

In the first instance a field investigation was carried out. The methodology used consisted of using the technique of participant observation, at the same time as documenting interviews such as life testimonies of the organizations that were major exponents of the cosplay movement.

On the grounds that our society is every day more visual, a video report was manufactured that pretends to instruct, teach, and attract the recipients, in this way like a graphic description of the transformation that human beings experience to represent a fictional character, which helps to better the character, provide security within themselves, lose the embarrassment, and finally utilize art as a means to express themselves.

The final project had the objective to give an understanding to the spectators of cosplay that it is a healthy and creative form of expression principally for the youth, creating comprehensible material focused on the identity and pertinence of the feelings of the cosplayer, the manner of communication amongst themselves and the rest of the population, and the way in which they would wish that society perceived them accepted and included.

INTRODUCCIÓN

La diversidad cultural siempre ha sido característica de la sociedad, más aun si consideramos que el Ecuador es una sociedad pluricultural, en el cual los jóvenes y principalmente los adolescentes buscan representarse dentro de este conglomerado social y de este modo generar su identidad cultural.

Ecuador, como otros tantos países, pasa por efectos de transición y cambios debidos a la globalización; e incorporado a todo esto están los medios de información masiva como la televisión, radio, internet, revistas, principalmente las nuevas tecnologías, es por esta razón que los jóvenes como individuos de gran capacidad influenciabile, es fácil propiciar en ellos la inmersión en estas nuevas tecnologías, y en los medios, los cuales son herramientas de formas de expresión, y hoy por hoy los adolescentes pretende tener más cosas que los diferencie, que a poseer aspectos comunes.

La aparición del movimiento denominado cosplay, evidencia un fenómeno representativo a nivel social, claramente influenciado en su mayoría por la cultura Japonesa, constituyéndose de esta manera un grupo significativo en la ciudad de Quito; estos grupos han organizado concursos, convenciones y demás actos relacionados con la representación del anime, comic, manga entre otros aspectos de diversidad cultural a los cuales han asistido un gran número de seguidores.

Debido a que esta agrupación de personas que comparten un gusto afín, hoy en día se ha convertido en un colectivo social con objetivos, metas y propósitos comunes, es por esta razón que se evidencia una problemática social y cultural que este fenómeno produce; en cuanto a la identidad, imagen y comportamiento comunicacional de los “cosplay”.

El presente trabajo aborda el estudio de su comunicación en cuanto a la representación cultural, los discursos narrativos y estéticos, con el fin de analizar qué elementos permiten la construcción de una identidad y una representación social dentro del movimiento cosplay. Se hará una investigación de campo, el mismo que documente técnicas de observación y entrevistas que permitan la realización del producto audiovisual.

Problematización

Se genera desde la necesidad básica de entender que es ser cosplay y abordar las prácticas comunicativas dentro del movimiento, en conocer como se relacionan y se identifican entre sí, como es la apropiación de la cultura japonesa, el uso de las tics, la construcción de la identidad y la representación social dentro de estos grupos.

Todos estos aspectos provocan que se investigue: ¿Cuál es la necesidad de pertenencia de los cosplayer? ¿Por qué la búsqueda de identidades? Finalmente llegamos a la pregunta general que luego se convertirá en el objetivo general y consecutivamente en objetivos específicos.

¿Cuáles son las prácticas comunicacionales y sus representaciones sociales en el movimiento cosplay?

Objetivos:

Objetivo general

Identificar las prácticas comunicativas y las representaciones sociales que promueven la transformación del ser en el movimiento cosplay de Quito.

Preguntas

- ¿Qué prácticas comunicativas caracterizan al MCP?
- ¿Qué representaciones sociales se construyen alrededor del MCP?
- ¿Cómo se evidencia la transformación del ser en los cosplayer?
- ¿Qué rasgos identitarios definen al movimiento cosplay?
- ¿Han influido las TIC y los espacios virtuales en la construcción de la identidad cosplay?
- ¿Qué estereotipos se han construido alrededor del MCP?
- ¿Qué características y contenidos deberá tener un video reportaje sobre MCP?

Objetivos específicos:

Objetivo específico teórico

Construir un marco teórico desde los conceptos y categorías de la comunicación y cultura, dentro del movimiento cosplay.

- Determinar las prácticas comunicativas que caracterizan al movimiento cosplay.
- Identificar las representaciones sociales que se construyen en el MCP.

Preguntas teóricas

¿Qué es la cultura?

¿Qué es la comunicación?

¿Cuál es la relación entre cultura y comunicación?

¿Cómo se inserta el individuo en la sociedad?

¿Cómo se puede definir lo que son las prácticas comunicativas?

¿Cómo se concretan las prácticas comunicativas en la realidad?

¿Qué son las representaciones sociales?

¿Cómo coadyuvan los procesos comunicativos para la transformación del ser?

¿Qué es y cómo se construye la identidad?

¿Qué es hibridación cultural y transculturación? ¿Coadyuvan estos fenómenos en la construcción de la identidad de los jóvenes?

¿Qué es la interculturalidad?

¿Qué son y cómo se construyen los estereotipos?

¿Cómo se define la diversidad, la alteridad y la otredad?

Objetivo específico empírico

Elaborar un marco de antecedentes sobre el movimiento cosplay en la ciudad de Quito, que fundamente esta investigación.

- ¿De qué manera los cosplayer se comunican con el otro en convenciones, que simbolismo quieren transmitir y como lo hacen?
- Establecer las transformaciones que, según el movimiento cosplay, sufre el ser al ser parte de este movimiento.

- Determinar los rasgos identitarios que definen al movimiento cosplay.
- Establecer de qué manera las TIC y los espacios virtuales han influido en la construcción de la identidad cosplay.
- Identificar los estereotipos que se han construido alrededor del MCP

Preguntas empíricas

- ¿Qué prácticas comunicativas caracterizan al movimiento cosplay?
- ¿Qué representaciones sociales se construyen alrededor del MCP?
- ¿Cómo se evidencia la transformación del ser en los cosplayer?
- ¿Qué rasgos identitarios definen al movimiento cosplay?
- ¿Han influido las TIC y los espacios virtuales en la identidad cosplay?
- ¿Qué estereotipos se han construido alrededor del movimiento cosplay?

Objetivo específico metodológico

Producir un video reportaje sobre el movimiento cosplay y sus prácticas comunicativas y representaciones sociales.

- ¿Cómo se va a realizar la investigación de campo?
- ¿La información recopilada corresponderá a los cosplayer más representativos?
- ¿Se entrevistara a organizadores de convenciones?
- ¿Qué vamos a preguntar para las entrevistas?

Preguntas metodológicas

- ¿Qué características y contenidos debe tener un video reportaje sobre el MCP?
- ¿La investigación se realizara por medio de una investigación bibliográfica y de campo?

Marco metodológico

El investigar la vida de los cosplayer permite construir nuevos formatos para

identificar y forjar identidad. Así mismo se entiende que el ser humano se caracteriza y se diferencia de los demás por su comunicación, construcción social y simbólica.

Es por ello que todas las personas, grupos y movimientos poseen y construyen identidad bajo esos aspectos.

En este sentido para la presente investigación se utilizara el método deductivo. Porque se está haciendo preguntas de investigación para saber, ¿Cuáles son las prácticas comunicacionales y sus representaciones sociales en el movimiento cosplay?

Mediante el uso de investigación bibliográfica, se obtendrá la información teórica y referencial que sustente el trabajo. Es así que se abordaran planteamientos de la comunicación, cultura e identidad. Además la investigación bibliográfica se fundamenta en el análisis de las fuentes como los libros abordados durante el periodo académico, textos y revistas que sirven de apoyo a la investigación.

También se utilizará la técnica de investigación cualitativa, para ello se maneja la observación, con la finalidad de identificar las practicas comunicacionales, sus conductas frente las TIC, estereotipos, que piensan ellos, como les miran los otros, la transformación del ser en los escenarios, los rasgos identitarios y cómo el cosplay influye en el diario vivir.

Finalmente se realizará un análisis y selección del contenido documentado en video de las entrevistas a los cosplayer más representativos de Quito.

Definimos como unidad de estudio al movimiento cosplay en la ciudad de Quito año 2014.

Para la unidad de análisis no nos interesa sacar conclusiones de toda la población. Escogemos un caso o experiencia relevante.

Justificación

En lo académico, como parte integral de una naturaleza siempre cambiante y la necesidad de generar expresiones, el hombre tiene esta capacidad de transformación, visto como manifestación que identifica una sociedad y su correspondiente comunicación entre el hombre y su entorno.

El uso de espacios permite la transformación del ser a partir de las prácticas comunicacionales y expresiones culturales, compartiendo rasgos que los identifican.

En lo comunicativo, las ciencias sociales se han encargado de estudiar fenómenos relacionados con el ser humano a través del tiempo y su accionar sobre su entorno, se comprende dentro de las ciencias sociales todo aquello relacionado con la organización dentro de las sociedades, es por esta razón que este fenómeno puede ser estudiado y analizado desde estas ciencias, cabe mencionar que han surgido investigaciones respecto a distintos grupos juveniles, logrando conocerlos de forma completa, generalizar sus características o realizar en base a esa realidad construcciones teóricas que facilitarían el entendimiento de estas culturas, movimientos, inclusive su identidad y comportamiento ante la sociedad.

En lo sociocultural, una serie de conductas enfocadas a un mismo gusto, permite enfocarse en un espacio y crear un grupo de personas con distintos comportamientos, creencias que les diferencia y se desarrollan con las prácticas comunicacionales.

En lo educocomunicativo, los nuevos procesos de comunicación no solo deben cumplir un proceso de difusión de información, sino que deben incluir a la educación como herramienta clave y mecanismo de impulso para el desarrollo de las sociedades.

En lo personal, la transformación del ser se relaciona profundamente con las prácticas comunicativas. Hoy en día el cosplay es un ejemplo de búsqueda de identidad que se traduce en una problemática de sentirse aceptado y saber que más personas comparten estas semejanzas, el análisis de las igualdades y diferencias, de estas prácticas sociales permiten entender el movimiento juvenil en sí y cómo este influye en la sociedad.

Introducción a cada capítulo

La presente investigación está estructurada de tres capítulos: capítulo uno: marco teórico, capítulo dos: empírico y capítulo tres: realización del producto audiovisual, técnicas y metodología.

En el capítulo uno de este trabajo final de investigación se observa el sustento teórico de la comunicación y cultura; enunciados por Gilberto Giménez, Jesús Martín Barbero, entre otros. De esta manera los conceptos a desarrollar permitirán consecutivamente fortalecer el producto audiovisual. Además, se desarrollan conceptos de individuo y la sociedad, con respecto a las prácticas comunicacionales, la identidad, estereotipos y cómo se construye la cultura alrededor de la diversidad, alteridad y otredad en los movimientos juveniles.

Para el capítulo dos se da a entender que es ser cosplay, la historia, se da a conocer sus rasgos identitarios, aportes culturales y vinculación con la sociedad. Además, se describe el cosplay como movimiento juvenil, en este caso la evolución del cosplay en Quito, se analiza el cosplay desde el sentir, por qué lo hacen, que quieren transmitir, las prácticas comunicativas y la transformación del ser en los cosplayer.

Finalmente para el capítulo tres se utilizó métodos y técnicas empíricas basadas en documentar de manera audiovisual la experiencia de campo, para ello se asistió a varias convenciones realizadas en Quito. Así mismo para la elaboración del producto denominado proyecto cosplay se efectuó una estrategia de imagen y diseño.

Una imagen pretendida al estilo otaku, con la finalidad de documentar estéticamente el origen del cosplay y evolución en la ciudad de Quito.

El video reportaje está enfocado en dar a conocer sus prácticas comunicacionales, la transformación del ser, su aporte a la sociedad y como los miran.

En la parte final se constata una breve conclusión, considerando que la práctica cosplay a más de ser un aspecto social y cultural, constituye un pasatiempo sano, y divertido.

CAPÍTULO 1

LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA COMO PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN EN LA SOCIEDAD.

1.1. Comunicación y cultura

La comunicación no debe considerarse como una simple transmisión de mensajes, sino como un proceso complementario y simbólico mediante el cual se construye y se mantiene una cultura. Pues la comunicación debe ser pensada como un proceso de construcción de conocimiento, a partir del entendimiento y comprensión de los otros y con los otros. Es de esta forma la relación entre la comunicación y la cultura, debe ser considerada mediante los procesos de desarrollo, como espacios donde se manejan lenguajes y símbolos ingeniosos, creativos, imaginativos e innovadores que permiten el entendimiento humano, con el objetivo de compartir experiencias y conocimientos. Es decir, que las medicaciones socioculturales encuentran en la comunicación un lugar estratégico que permite llevar a cabo los procesos de interacción social, y de reproducción y reconstrucción cultural. La comunicación y la cultura constituyen así, un todo inseparable que se va configurando mediante las relaciones de reciprocidad que se establecen entre los seres humanos. “La cultura no sólo presupone la comunicación, sino también es comunicación” (Giménez, 2011, pág. 121).

Tanto la comunicación como la cultura forman parte de un proceso complejo, que se desarrolla en los diferentes ámbitos de la sociedad y que deben ser abordados teniendo en cuenta su desarrollo, evolución y transformación a lo largo de la historia. Dejar de lado este aspecto, llevaría a plantear una concepción totalmente reducida de la relación cultura-comunicación.

Al considerar a la cultura como una dimensión simbólica de la praxis social, se transforma en un espacio donde coinciden la comunicación y el desarrollo. En este sentido, la cultura constituye una forma producción que posibilita a los seres humanos, transformar la realidad mediante la utilización del lenguaje y otros

recursos materiales. De esta manera es la que se evidencia un vínculo sólido entre comunicación y cultura, el cual se encuentra mediado por enlaces que le brindan cierta independencia a cada elemento que forma parte de la relación. Es decir, no se puede hablar de comunicación y cultura por separado, pues la comunicación siempre transmite aspectos y valores relacionados con la cultura, y la cultura siempre necesita de la comunicación para ser difundida.

A lo largo de la historia, las diferentes culturas vieron siempre la necesidad de ser divulgadas y transmitidas a otras, con el objetivo de dar a conocer sus elementos y características más relevantes, y de esta manera establecer diferentes tipos de relaciones, y además, tratar de posicionar e imponer su cultura como dominante. En este sentido se utilizaron diversos instrumentos que posibilitaron la supremacía de una cultura sobre otra

Al respecto, Stuart Hall (citado por Giménez, 2011) señala lo siguiente:

La producción e intercambio de significados -es decir, con dar y recibir significados- entre los miembros de una sociedad o de un grupo. (...) Es así como la cultura depende de los que participan en ella interpretando su entorno y confiriendo 'sentido' al mundo de modo semejante (pág. 122).

Por este motivo, cualquier producto cultural, ya sea una película, un programa de televisión, una obra de teatro o una canción, puede ser examinado según el eje de la comunicación, pues ésta siempre se lleva a cabo dentro de una naturaleza netamente cultural, que los participantes del proceso comunicativo comparten en mayor o menor medida durante las interacciones sociales.

Es decir, que el análisis e interpretación de una determinada expresión cultural no será la misma en la sociedad occidental que en la de oriente, pues cada una tiene diferentes maneras de asimilar los aspectos de dicha expresión. Como se mencionó en el párrafo anterior, todo depende de la manera en que se lleve a cabo el proceso comunicativo, del cual depende si la expresión será aceptada o rechazada en un ámbito social específico.

Se debe tener en cuenta que la cultura debe ser considerada como comunicación, ya que ambas están ligadas, pues estas, constituyen dos elementos principales de la realidad social, y no únicamente porque la cultura se establece mediante comunicaciones continuas, sino también porque la amplia red de la industria mediática concentra la difusión y el consumo de las más diversas formas simbólicas de la cultura. En este sentido, Marcelino Bisbal (2000) indica que:

Estudiar hoy día el tema de la cultura y su relación con la comunicación comparte el punto en común de lo que se denomina "la mirada comunicacional" de lo masivo industrial. De no hacer esa interrelación, de seguro entraremos en respuestas que no corresponden con la realidad de la modernidad no sólo en América Latina, sino en el mundo (pág. 23).

Como se puede ver, actualmente la cultura está íntimamente relacionada con los medios de comunicación masivos, sobre todo porque a través de éstos, la cultura de un determinado lugar trasciende lo local para llegar a diferentes espacios, donde es captada por diferentes grupos humanos que en ciertos casos la adoptan como propia.

El proceso de globalización ha permitido que las diferentes culturas a nivel mundial se encuentren cada vez más cerca, es decir, ha posibilitado un intercambio simbólico a gran escala, que ha influido notablemente en diferentes ámbitos. Actualmente, no existe la necesidad de transportarse físicamente a otro país o lugar del mundo para conocer las particularidades de una cultura, pues los medios masivos posibilitan que el consumo cultural se lleve a cabo de una manera más rápida y fácil.

Jesús Martín Barbero (2002) señala que la relación entre comunicación y cultura continúa estancada entre una propuesta netamente contenidista de la cultura y continúa siendo un movimiento exterior a los procesos culturales mismos, aspectos que conciernen a los medios. Además, la relación se encuentra atrapada en una propuesta difusionista de la comunicación como algo meramente instrumental de propagación y divulgación cultural.

La comunicación en este sentido, será vista como un simple instrumento de transmisión de información, en este caso de la cultura, dejando de lado su verdadera función: que pretende establecer relaciones entre los individuos para que éstos, dentro de un proceso igualitario, tomen decisiones acertadas que les permitan desenvolverse adecuadamente en su entorno, lo que les permitirá convertirse en sujetos activos de las transformaciones sociales.

La redefinición de la cultura es la clave para la comprensión de su naturaleza comunicativa. Esto es, su carácter de proceso productor de significados y no de mera circulación de informaciones y por tanto, en el que el receptor no es un mero decodificador de lo que en el mensaje puso el emisor, sino un productor también (Barbero, 2001, pág. 228).

Si bien los medios de comunicación han posibilitado un contacto más rápido con las culturas o expresiones culturales de diferentes partes del mundo, también han afectado la manera en que se llevan a cabo los procesos comunicativos y el intercambio simbólico entre las mismas, pues únicamente han resaltado la transmisión, difusión y recepción de información, dejando de lado los procesos de análisis, interpretación y construcción de conocimiento.

La relación entre comunicación y cultura ha generado un amplio debate a través del tiempo, el cual ha permitido establecernos dos paradigmas principales para abordarla. El primero hace referencia a los modelos clásicos, donde se reduce a la comunicación, a la transmisión de mensajes. Se puede decir que la comunicación proporciona voz a la cultura, la agiliza y la hace susceptible para su transmisión (Donati, 1995). La importancia de la difusión en todos los ámbitos culturales, la comunicación no se centra en solo ser un canal de información que transmite la cultura, pues se debe tener en cuenta las apreciaciones, creencias, puntos de vista y experiencias de los receptores, y su participación ante diferentes obras y aspectos culturales.

Al respecto a la hora de entablar un proceso comunicativo, se debe tener en cuenta las características de los participantes, pues de esta manera cada uno tendrá una

percepción distinta de las temáticas tratadas, es decir, que su manera de entender la realidad social está influenciada por el contexto en el cual se han desenvuelto a lo largo de su vida.

Para que un proceso comunicativo tenga éxito, debe existir un reconocimiento, una comprensión entre los participantes del mismo, es decir, que los mensajes que se compartan sean claros y puedan ser interpretados de manera eficaz.

El segundo paradigma “concibe a la comunicación como producción y/o intercambio de significados, y enfatiza la interacción entre texto y cultura” (Giménez, 2011, pág. 120). Esto permite una mirada más amplia de la relación de la comunicación y la cultura, haciendo referencia al aprovechamiento de los contenidos de los productos culturales, la socialización de las experiencias innovadoras y la confirmación de una identidad, en donde el mensaje que se comunica está relacionado con la cultura a la cual el individuo social pertenece. El nuevo modelo consiste en reconocer las actividades que hacen los demás, las diferentes clases, los otros pueblos, etnias, regiones, generaciones, y demás. “La comunicación no da voz a la cultura, sino que la construye” (Donati, 1995, pág. 4). De esta forma, el emisor deja de ser el protagonista en el proceso comunicativo y el interés se concentra en el mensaje que, al relacionarse con los receptores dentro de una cultura determinada, puede tener diferentes lecturas e interpretaciones.

De acuerdo con lo que expresa Gilberto Giménez en el texto de Comunicación, cultura e identidad, la comunicación se lleva a cabo siempre en un espacio cultural compartido en mayor o menor medida por los individuos que participan en el proceso comunicativo. El mencionado espacio o ámbito cultural actúa como aspectos culturales pre-construidos, donde existen normas de respeto y de diferencia de status que son reconocidas por los participantes, en otras palabras, vienen a ser sistemas de códigos que permiten distinguir qué comportamiento es correcto o incorrecto durante las interacciones, además también permiten determinar los parámetros que se deben tomar en cuenta durante la demostración de las emociones, cuando se habla de la propia intimidad a los demás, cuando existe una comunicación cara a cara, etc.

A la hora de establecer una comunicación, es de gran importancia establecer el

código que se utilizará en el proceso, pues como se manifestó anteriormente, de éste dependerá el éxito del proceso comunicativo. Es necesario que el código utilizado sea susceptible de ser interpretado de manera eficaz por los individuos inmiscuidos en el proceso.

Al dar mayor importancia al mensaje que al emisor, se está descentralizando el proceso comunicativo, el cual era considerado únicamente como medio de difusión de informaciones. De esta manera, todos los participantes pueden tener una intervención más activa e igualitaria, convirtiéndose en interlocutores que buscan escuchar y ser escuchados por los demás.

En síntesis, la comunicación siempre se efectúa a partir de las herencias socioculturales tanto del emisor como del receptor. Es así, que cuando existen fallas en el proceso comunicativo, no solo son producto de los llamados ruidos o interferencias en el canal, sino también por diferencias culturales entre los participantes en el proceso comunicativo.

1.2. El individuo y la sociedad

A partir de la relación existente entre el individuo y la sociedad, los seres humanos socializan y se vuelven seres sujetos a normas y reglas que demanda el entorno cultural y por tanto la sociedad. No hay cultura sin sociedad y no hay grupo, ni sujeto social sin cultura que lo constituya justamente como social. “La sociedad no tiene existencia previa ni de exterioridad absoluta sobre la interacción de los individuos. La sociedad existe allí donde los individuos entran en acción recíproca” (Wilks & Berger, 2005, pág. 79).

Al respecto, se puede decir que los individuos para ser reconocidos como sujetos sociales, deben emprender una serie de relaciones que les permitan experimentar, conocer y comprender lo que les rodea, y de esta manera ocupar un lugar en la sociedad. Además, al relacionarse con su entorno y con los demás individuos, el ser, consigue aprender nuevas formas de comunicación y de este modo, nuevas expresiones culturales, las cuales podrán determinar en un futuro la toma de decisiones sociales, culturales, de personalidad, entre otras.

La esencia de la sociedad consiste en las interrelaciones entre cada uno de los seres que la conforman, es decir, la interacción de unos con otros. Para que una persona sea considerada, como un ente social, tiene que ser en primer lugar aceptado por la sociedad como uno de sus integrantes, como individuo con su propia objetividad y subjetividad. Cristiana Nava (2009) señala al respecto:

El sujeto se constituye a partir de la relación que tiene con los otros, ya que a partir de la mirada de los demás el ser humano se va constituyendo en sujeto y por lo tanto su subjetividad también, la cual va a representar todo el conocimiento que es producido por las experiencias (pág. 2).

Es de esta manera que se demuestra que, todos los seres humanos van construyendo y organizando su pensamiento de acuerdo a las relaciones, vivencias y experiencias que tengan durante sus interacciones sociales. Es así como el sujeto mediante todo lo que le rodea, influencia y afecta puede ir forjando y generando su propia construcción de la realidad; a la vez que se crea de esta manera una mirada de los otros hacia él, que permite ser analizado y construido socialmente.

Por este motivo, no se puede considerar al sujeto como ser aislado, pues siempre necesita de la interacción con los demás para ser reconocido por su accionar.

En la actualidad las personas se han alejado de sus relaciones de reciprocidad por dar mayor importancia a sus actividades laborales, o por dedicarse al uso excesivo de las nuevas tecnologías: internet, juegos de video, redes sociales, entre otros, de esta forma también se demuestra no solo la necesidad de interacciones sociales sino también la dependencia a objetos, tecnología, y demás que promueven su reconocimiento como individuo.

Por lo que se genera de esta manera una relación entre el individuo y la sociedad, en donde Émile Durkheim (citado por, Bueno, 2007) la considera como “el dualismo entre conocimiento individual y conocimiento colectivo, con la dicotomía entre representaciones individuales y representaciones colectivas” (pág. 59), esto se evidencia debido a que estarán sujetas las primeras de las segundas. Pues Durkheim

consideraba que existía un predominio de lo intelectual y de lo moral de la sociedad sobre el individuo, de la conciencia colectiva sobre la individual. El mencionado autor plantea los siguientes postulados para reconocer al individuo como ser social:

- a) Toda persona nace dentro de una sociedad, dentro de una organización determinada que condiciona su propia personalidad.
- b) Ningún individuo por sí solo, puede crear las relaciones que constituyen a una la sociedad.
- c) La sociedad es compuesta por individuos, pero los fenómenos que se producen en ésta, residen en la misma sociedad mas no está vinculada a los miembros que la conforman.
- d) En los hechos sociales se presenta la coerción moral, esto es, un individuo obligado a actuar de una manera determinada.
- e) Los modos de acción no los crea el individuo; forman parte de un sistema de deberes morales en el que está inmerso, junto con los demás individuos (Bueno, 2007, pág. 59).

Por este motivo, es que se constituye la realidad como una construcción cotidiana en donde el individuo y a su vez la sociedad se van edificando a la par; el individuo se va incorporando y va siendo parte de una sociedad y una cultura a partir de todas las significaciones simbólicas, pues son justamente éstas las que le permiten conformarse como ser social. Al respecto, Wilkis y Berger (2005) señalan lo siguiente:

La sociedad no está ni más allá ni más acá de las acciones recíprocas que establecen los sujetos. Como entidad cerrada y uniforme deja el espacio a la multiplicidad de las relaciones que ligan a los individuos. Así, lo social es irreductible a una sola forma de interrelación (pág. 79).

Los individuos tienen diferentes maneras de relacionarse en la sociedad, pues dependiendo de la circunstancia o del momento histórico que se esté llevando a cabo, pueden recurrir a una determinada herramienta o estrategia de comunicación; no será lo mismo, desarrollar un proceso comunicativo en un momento de socialización o

tranquilidad, que en un momento de crisis o conflicto. Por otro lado, se debe tener en claro que gran parte de las manifestaciones del sujeto están sumergidas e intervenidas por significados, los cuales son compartidos socialmente y estos a su vez son construidos de una manera cultural, de este modo la realidad social generada se ve influenciada, y construida por el individuo a partir de la interacción que tiene el ser humano, pues estos individuos son producto de la propia cultura y sociedad.

Dentro de la sociedad se establecen relaciones de poder muy complejas, y se maneja principalmente el ejercicio de poder que mantienen unos sobre otros. Para Michel Foucault (1988), toda relación entre sujetos, es una relación de poder:

Mientras el sujeto esté inmerso en relaciones de producción y de significación, también se encuentra inmerso en relaciones de poder muy complejas, allí donde la historia y la teoría económica se convierten en un instrumento de producción de lenguajes, de símbolos, de imaginarios sociales y de formas de vida (pág. 3).

Las relaciones que se establecen entre sujetos, se llevan a cabo en un espacio donde uno quiere tener ventaja sobre otro, es decir, en espacio de poder. Si bien, el objetivo de la interacción social es llegar a acuerdos y consensos, se debe tener en cuenta que en el intercambio simbólico, los individuos siempre buscan prevalecer para, en menor o mayor medida, imponer su cultura, los aspectos que lo identifican y diferencian.

En resumen, se puede decir que la relación entre individuo y sociedad constituye un proceso complejo, donde lo social no puede ser separado de lo individual, porque se debe tomar en cuenta la interrelación que existe entre estos dos aspectos. Por este motivo, el individuo siempre está inmerso dentro de la sociedad y es ahí donde se desenvuelve en situaciones y circunstancias, y donde actúa sobre redes de diferentes vinculaciones sociales.

1.2.1. Prácticas comunicacionales y representaciones sociales en los movimientos juveniles

Los seres humanos no se comunican en el vacío, sino en un marco altamente influenciado por estructuras dominantes, como, la familia, el grupo, la sociedad, y a través de estas, en los factores que las componen como, el arte, deporte, la cultura, la cual constituye una fuente de sentido para las prácticas o los lenguajes que utilizan, entre otros. “Lo social, lo cultural y lo comunicacional no pueden pensarse por separado (salvo en un primer momento de análisis), porque de hecho se dan juntos. Lo comunicacional es una dimensión de lo social y cultural” (Di Santo, 2010, pág. 2). Dentro de lo comunicacional se juegan cuestiones como las identidades, el poder, la supervivencia, la legitimación, etc. Roberto Von Sprecher (2008) define a las prácticas comunicativas de la siguiente manera:

Las prácticas comunicacionales, la dimensión comunicacional de lo humano social, son prácticas productoras de sentido, son condición necesaria de la construcción de sentido, de la construcción de lo cultural y de la construcción de lo social. Estas prácticas comunicacionales se manifiestan materialmente en los discursos (pág. 11).

Al hablar de prácticas comunicacionales, se hace referencia a la manera, al estilo, al procedimiento y a la habilidad que tienen los individuos para comunicarse con los demás, y de esta manera producir sentido.

De esta manera, la producción de sentido se lleva a cabo tanto en la codificación, donde se incluyen la emisión y producción de mensajes, como en la decodificación que hace referencia a la recepción y reconocimiento de dichos mensajes, es decir que tanto quienes emiten mensajes como quienes los reciben producen sentido. Por este motivo, tanto la emisión como la recepción constituyen prácticas significantes que actúan al nivel de la interacción de los actores sociales. Mediante estas prácticas comunicacionales, que son siempre prácticas culturales y sociales, se pone en acción la comunicación y con ella el conocimiento y el poder.

De acuerdo a Pierre Bourdieu (citado por Di Santo, 2010) las prácticas comunicacionales suceden en una realidad o espacio social determinada, en el cual los diferentes actores ocupan posiciones de clase. La posición de clase de cada actor

se establece según las posiciones que ocupa en cada campo general en particular.

Estas prácticas comunicacionales varían de acuerdo a la posición que un individuo ocupe en la sociedad, es decir no serán las mismas prácticas las utilizadas por un profesional en comunicación, que las utilizadas por un adolescente que se encuentra cursando la secundaria y que pertenece a algún movimiento juvenil, o una persona que simplemente desea compartir sus vivencias en el círculo en el cual se desenvuelve. Como se manifestó anteriormente, mediante estas prácticas se pone en movimiento el proceso comunicativo y se establecen las relaciones de poder.

Por otra parte, Barbero (2001) indica que es fundamental proponer un desplazamiento de los medios a las mediaciones, esto significa trasladar las problemáticas presentes en la comunicación, como “las articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, a las diferentes temporalidades y la pluralidad de matrices culturales” (pág. 203).

En esta línea, las prácticas comunicacionales, en la medida en que establecen lo social y lo cultural, actualizan los conflictos que se producen en esos espacios, presentando las diferentes formas de participación social, teniendo en cuenta que en el aspecto cultural la comunicación puede constituirse en un espacio de contradicciones, resistencia y de disputas, entre los miembros de un grupo humano.

Lo que se plantea aquí, es dejar atrás las viejas prácticas tradicionales que resaltan únicamente la transmisión unidireccional de información, se pretende conseguir esto, mediante una participación activa y transformadora de los individuos en los diferentes campos sociales, con el objetivo lograr acuerdos, y a partir de éstos, tomar decisiones acertadas sobre las problemáticas de la sociedad. A esto se refiere pasar de los medios a las mediaciones.

Barbero (citado por Ramos y Remondegui, 2011) señala que las prácticas comunicativas son “maneras de participación social que remiten a diferentes usos sociales de la comunicación, a formas de apropiación de simbolismos y aspectos conductuales de los sujetos: todos ellos elementos de cualquier práctica cultural” (pág. 180).

La representación social en los movimientos juveniles, en base a lo mencionado, está relacionado con las prácticas comunicativas principalmente de jóvenes, estas pueden llegar a ser consideradas como una búsqueda de apropiación y por esto se genera un sentido de pertenencia de la palabra y de se busca evidenciar una visibilidad de las desigualdades existentes, las cuales en muchas ocasiones pueden llegar a ser silenciadas e invisibilizadas cultural y socialmente.

Se puede decir que los jóvenes, al verse desplazados de las diferentes actividades que se realizan en la cotidianidad, buscan una forma de hacerse notar, de hacerse escuchar, para mostrar que ellos también son parte fundamental de la sociedad, y por ende, tienen derecho a opinar y tomar decisiones sobre las diferentes temáticas sociales.

Por lo general, los jóvenes buscan ser visibilizados por el resto de la sociedad, y para ello, adoptan diferentes modos de actuar. Es en este punto, donde aparecen los llamados movimientos juveniles y las tribus o subculturas urbanas, y tantos otros grupos, que pretenden diferenciarse unos de otros por medio de características propias como su vestimenta, la música que escuchan, sus costumbres, sus intereses, su orientación política, económica, social del país o región donde habitan, pero fundamentalmente su forma de expresión ante el resto de la sociedad, eso es lo que les da su verdadera identidad. etc.

Es aquí, cuando entran en escena las representaciones sociales, que “son construcciones sociales que guían el comportamiento y la acción, ayudan a entender y explicar la realidad facilitando la comunicación y construcción de identidad” (Guzmán, 2012, pág. 31).

Cuando los jóvenes comienzan a relacionarse con otra persona o grupos de personas, el comportamiento que utilicen o desarrollen inciden en las representaciones sociales que adquieran como propias, por lo tanto, los nuevos elementos y características que presenten la persona o grupo, serán asimilados por los jóvenes y esto influirá en sus relaciones con otros miembros de la sociedad. En ocasiones, la construcción de representaciones sociales se ve estimulada por la pretensión que tienen los jóvenes de pertenecer y ser aceptados por un grupo.

De acuerdo a Claude Flament (2001) “las representaciones determinan las prácticas, las prácticas determinan las representaciones, hay interacción entre representación y práctica” (pág. 45). En su gran mayoría las opiniones y representaciones que se demuestran y presentan entre los jóvenes tienen su origen en la práctica y en el compartir de experiencias con los otros, lo cual es también un modo de construcción de representaciones sociales mediante las formas de comunicaciones interpersonales. De igual manera, las prácticas sociales comunicacionales tienen que ver con las representaciones de las personas.

“Toda representación social está mediada por el lenguaje” (Moliner, 2001, pág. 15). Por este motivo, el hecho de manifestar algo es mostrarse a sí mismo, es mostrar el contexto en el que se construye el sentido y la valoración de cada objeto que se encuentra en el entorno. La apropiación de un objeto social es inherente de la formación de un lenguaje que le corresponde. Es de esta manera que las destrezas más monopolizadas para la investigación y comprensión de las transformaciones y de las representaciones sociales son el análisis del discurso y el contenido que posea del mismo.

Al respecto, se puede decir que el lenguaje ocupa un lugar importante a la hora de establecer interacción social, pues dependiendo del tipo de lenguaje que se utilice, se logrará eficacia en el proceso comunicativo, de esta manera los jóvenes podrán interactuar, relacionarse, comunicarse y mantener una cohesión fuerte en su grupo, con una correcta identidad y características propias que lo diferencien de los demás y les hagan aparecer como una subcultura con equivalencia única, además, el hecho de ser aceptados por un determinado grupo y formar parte de él . Por otro lado existen también casos en que los jóvenes, por más que comparten tiempo, espacios, motivos, con los miembros de un grupo, no son totalmente aceptados, debido a que no utilizan los mismos códigos.

Por estas circunstancias variadas y complejas que constituye la comunicación y la pertenencia social se puede decir que las representaciones sociales establecen una relación entre el sujeto y el objeto dada por mutua afectación, no obstante, producto de este proceso dinámico y complejo. El objeto incide notablemente en la percepción del sujeto, y el sujeto construye internamente una concepción para comprender el

objeto. Es decir, entre las funciones de las representaciones sociales se pueden distinguir: la incidencia en la construcción social de la realidad, el desarrollo de identidad y la búsqueda del sentido a la acción social.

1.2.2. Semiótica y semiología en la transformación del ser

La Semiótica se la puede considerar como una herramienta metodológica que contribuirá a percibir la transformación del ser a través del pensamiento sistémico, en donde la cultura y la forma de comunicación como un sistema integro del ser humano constituyen los ejes fundamentales para la construcción de un nuevo ser.

La semiología por su parte nos ayudará a estudiar y relacionar los signos, lenguas, códigos, señales, son estos lingüísticos o naturales, los cuales podemos llamar primitivos.

El ser humano, manifiesta estos signos o señales para darnos a entender, llamar nuestra atención, o demostrar algo, estos signos nos llevan a determinar que la afinidad determinara su pertenencia.

Estos signos síntomas serán reveladores a la hora de evaluar las características propias de un grupo, cultura, subgrupo o subcultura, y más agrupaciones de individuos que constituyen una colectividad, una asociación o simplemente un grupo.

Por lo tanto estas dos ramas de la ciencia tanto la semiótica como la semiológica nos darán una visión sistémica de cómo un ser humano adopta una postura frente a la sociedad y se identificará y pertenecerá a un grupo.

Se debe tener en cuenta que, para darle un lugar más activo al individuo, las representaciones sociales no deben ser consideradas únicamente como imposiciones de significados colectivas, sino que se reconstruyen a partir de las prácticas de representación (Guzmán, 2012).

Por este motivo, la construcción de representaciones sociales resulta un proceso complejo que, aunque en muchos casos se realiza por imposición, compromiso o por

buscar aceptación, se desarrolla a partir de las relaciones, de las experiencias y de las actividades que un individuo afronte en su vida diaria

Las prácticas de representación conectan el sentido del lenguaje con las formas de señalar de manera significativa el mundo. La semiología busca la producción de sentido dentro del lenguaje en una relación entre las cosas, conceptos y signos, esa unidad básica de la codificación y decodificación del mensaje que tiene contenidos denotativos y connotativos. “Los signos organizan el lenguaje” (Hall, 1997, pág. 42).

Una producción de sentido por medio del lenguaje, se lo va relacionando a los sucesos del mundo, al sistema conceptual, en donde se organiza, agrupa, y clasifica conceptos para establecer relaciones complejas entre ellas. La coyuntura del concepto comunicación y cultura se obtiene con el fin de diferenciar el poder del signo en su capacidad comunicativa y el poder significante en unidad que llega a tener el sentido del significado común.

La transformación del ser por lo tanto se evidencia en las manifestaciones que adoptan, que hacen característico su comportamiento, estas pueden manifestarse a través de la implementación y uso de colores por el significado social que tiene cada uno de ellos, como por ejemplo el negro que significa el vacío, la profundidad, la obscuridad, muerte, luto, pasividad o el rojo al cual se le atribuye un significado de amor, fuego y pasión.

Por otro lado el uso de ciertos elementos, como el aire, el agua, la luz el fuego, tierra y todo aquello que existe en la naturaleza y tiene un significado social. Así también el uso de figuras, trazos, materiales y todo aquello a lo que se le pueda dar un significado o una interpretación, de esta manera se van creando escenas y escenarios de la vida real en donde cada miembro es un actor o un espectador real, vivo, con sentimientos, con ideas que representan nuestra diversidad social.

La mezcla de todos estos factores determinara la adquisición de representaciones del ser humano en el grupo al cual pertenece.

1.2.3. Procesos de comunicación en las industrias sociales y culturales

La industria cultural, los medios de comunicación masivos y la cultura de masa nacen como funciones del fenómeno de la industrialización. La industrialización, mediante las alteraciones que produce en el modo de producción y en la forma del trabajo humano, determina un tipo particular de industria y de cultura, implantando los mismos principios de la producción económica. A medida que las industrias culturales se apropian de la mayor parte de la vida pública, experimentan un proceso de privatización y transnacionalización respecto de los intereses públicos en la vida social.

Néstor García Canclini (2000) manifiesta que “las industrias culturales han pasado a ser los actores predominantes en la comunicación social y en la constitución de la esfera pública” (pág. 92).

La industria cultural hace referencia a la producción en masa de bienes culturales, mediante la ayuda del desarrollo tecnológico del modo de producción capitalista. Los bienes culturales pueden ser obras de arte, el cine, el teatro, el entretenimiento, el turismo, la gastronomía, etc.

Se debe entender por industria cultural, a todos los sectores que, como consecuencia del progreso industrial y tecnológico, difunden sus productos a gran escala gracias a la posibilidad de reproducirlos de diferentes maneras. Es así que la concepción de las industrias culturales amplía su campo a otros espacios, como el de las TIC's y los espacios virtuales, que será explicado a continuación.

1.2.3.1. Las TIC's y los espacios virtuales en las culturas juveniles

Actualmente, el mundo se encuentra atravesado por un marcado impacto de las nuevas tecnologías que se materializan notablemente en el establecimiento del orden social. Este nuevo sistema, necesariamente hace surgir una estructura social, ya sea modificando procesos productivos, formas de comunicación y fuentes de información. Al mismo tiempo, estos cambios influyen en el proceso de la

constitución de subjetividades, desplazando lugares de enunciación por otros más centrales para las nuevas generaciones. En este sentido, las tecnologías de la información y comunicación influyen fuertemente en los procesos de civilización de los jóvenes. Al respecto, Álvaro Marchesi y Tamara Díaz (2009) señalan lo siguiente:

Las nuevas formas de comunicación están transformando a la cultura e, incluso con más fuerza la de los jóvenes. Los espacios virtuales tienen importantes implicaciones en las prácticas culturales: hay un reordenamiento de mediaciones simbólicas: se genera un cambio en las coordenadas espaciales y temporales de la comunicación; se modifican los esquemas cognitivos en la interacción con el mundo virtual; se produce un nuevo espacio comunicativo global, y se establece una nueva relación entre lo virtual y lo real (pág. 4).

Los jóvenes han encontrado en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación un nuevo espacio para desarrollar procesos de culturalización; de esta manera, los efectos culturales que ha generado la inmersión de un nuevo sistema de comunicación tecnológica, el cual se encuentra caracterizado principalmente por la composición de todos los medios de comunicación y su interactividad aplicada a una escala global, ha dejado a nuestro alcance una nueva red de significados con los que se puede desarrollar nuevas formas de construcción de identidad y estilos de vida distintivos. Por este motivo, citando a Martin Hopenhayn (2003) afirma que “las tecnologías que utilizamos para interactuar con el mundo virtual tienen una relación dialéctica con la cultura” (pág. 64).

El nuevo contexto tecnológico ha impulsado una doble transformación cuyos efectos se pueden percibir en las nuevas formas de sociabilidad entre los jóvenes y sus prácticas culturales a través de las TIC's. El protagonismo de los jóvenes en el uso de las nuevas tecnologías, las redes de la comunicación y la información ha posibilitado el desarrollo de una auténtica marginación y autoexclusión del sistema cultural institucionalizado.

“El espacio virtual que se construye socialmente con la conexión de

las nuevas tecnologías de la información y la comunicación ha creado un nuevo mundo metafórico en el que los jóvenes conducen cada vez más buena parte de sus vidas” (Solé, s.f., pág. 154).

En este sentido, se debe reconocer que el atractivo de las TIC’s y de los espacios virtuales radica en las experiencias que los jóvenes pueden desarrollar en torno a los procesos de construcción y reconstrucción de su personalidad. En el ciberespacio se abren universos donde se lleva a cabo una intensa vida social, a menudo mucho más satisfactoria que la que experimentan en comunidades y ámbitos reales.

1.3. Identidad

1.3.1. Formación de la ideología social y cultural en la identidad

Las transformaciones que se llevan a cabo por el avance de la ciencia, la tecnología y en el ámbito social, permiten y exigen al individuo una nueva conducta y actitud hacia todo lo que le rodea y hacia sí mismo. En este contexto, se puede enmarcar la temática referente a la formación de la ideología social y cultural en la identidad. Al respecto, Rafael Gállegos (2003) señala:

Una ideología que actúa sobre un individuo [...] lo conforma como sujeto a través de la interpelación, circunstancia que le va a otorgar un sentido de pertenencia. Es decir, la ideología no solamente es un sistema de ideas, sin orden ni lógica, todo lo contrario, es lo que está proporcionando una identidad al individuo en tanto sujeto, pero además también una forma de comportamiento (pág. 1).

En este sentido se puede decir que los individuos por sí solos no conforman identidades, sino es el sujeto social el que les confiere esa identidad en la medida que los requerimientos, de determinada ideología son apropiadas por ese individuo. Es por este medio que los sujetos asumen y adquieren una identidad. En el caso de la formación de la identidad en los jóvenes, José Galarcio (2006) manifiesta que:

La formación de identidad que se da en el periodo adolescente se

genera por un conjunto de características y procesos internos y externos que le darán al sujeto la posterior capacidad de enfrentar las exigencias externas de una manera uniforme y estable, característica principal de la personalidad adulta y que el adolescente desconoce gracias a su fluctuación física y psicológica inherente. Abría, igualmente que reconocer que la identidad es una característica de cada momento evolutivo del sujeto, por lo tanto no es una característica monolítica y estable, en especial en el adolescente (pág. 48).

La identidad entonces, se encuentra definida por lo ideológico y esto se hace evidente dentro del discurso, entendiendo como un mero enunciado o el acto del habla, pues llega a ser mucho más que eso; como todas las circunstancias contextuales que rodean al sujeto, es a través de este discurso que los seres humanos manifiestan su posición política, religiosa, sexual, de género, social, entre otras, y es a partir de esas posiciones que lo identifican y se identifica a sí mismo.

Además, se debe tener en cuenta que una serie de ideologías, que son las que están conformando las identidades de los sujetos, al mismo tiempo le están dando contenido a la cultura. Al respecto, Gállego (2003) indica que:

La cultura es una serie de identidades definidas por ideologías, que a su vez dan una interpretación y visión del mundo, así como a los objetos, usos y costumbres, convirtiéndolas en símbolos, todo lo cual es practicado por un conglomerado humano (pág. 4).

Sin embargo, aunque los conceptos de identidad y cultura se encuentran íntimamente relacionados, no se los puede confundir como si tratara de un mismo concepto, como si fueran sinónimos. Tanto la cultura como la identidad son representaciones simbólicas socialmente construidas, es decir que no son fenómenos naturales ni arbitrarios, sino que son el resultado de un proceso histórico de creación permanente, de acciones sociales y de sujetos sociales concretos. En este sentido, Patricio Guerrero (2002) realiza una diferenciación entre cultura e identidad:

La cultura, como construcción simbólica de la praxis social, es una realidad objetiva que le ha permitido a un grupo o individuo llegar a ser lo que es. Mientras que la identidad es un discurso que nos permite decir “yo soy o nosotros somos esto”, pero que solo puede construirse a partir de la cultura. De ahí que cultura e identidad sean conceptos diferentes, pues no es lo mismo “ser” que “decir lo que se es” (pág. 103).

Es decir, que la construcción de la identidad, únicamente puede llevarse a cabo a partir de la selección de ciertos rasgos o características que se asumen como parte de ese ser, eso es lo que permite a los seres humanos decir yo soy o nosotros somos esto, porque pertenecemos a una determinada cultura.

Si partimos únicamente de los conceptos o de lo que conocemos como identidad podemos decir que constituye los rasgos característicos que se le atribuye a una persona los cuales nos diferencian de las demás, como identidad también se entiende la personalización que nos distingue como únicos e irrepetibles, la identidad considerada desde la Psicología se la precisa como el núcleo o la raíz del cual se conforma el yo y que le faculta a un ser humano interactuar con los demás , entonces cuando un individuo tratando de descubrirse y de pertenecer adquiere un tipo de moda, representatividad, a través de la utilización de accesorios, disfraces, que representan una idea, un sujeto, un juego o un rol, podemos afirmar que existe una identidad del sujeto y grupo que en este caso los cosplayer constituyen un tipo de moda que ha creado un subcultura reconocida incluso a nivel internacional.

La formación de la identidad sólo se realiza en función de la interacción con el medio externo, ya que una persona en aislamiento es irrelevante., esta cultura se ha ido construyendo a partir de los años 70 en donde aparecen eventos que se los realizaban con la participación de jóvenes que se vestían de sus personajes favoritos de mangas, animes, cómics o videojuegos, sin embargo estas prácticas han cruzado fronteras y hoy se han extendido por el mundo entero. El número de seguidores del cosplay ha ido en aumento y cada vez es más frecuente ver convenciones, concursos en donde los jóvenes que participan buscan encontrar una identidad más globalizada sin centrarse en una sola forma de vida, a cuya interrelación se suman motivaciones

como premios en un concurso, o fotografías, aplausos o el que tiene mayor número de fans.

1.4. La cultura y los fenómenos juveniles

1.4.1. La hibridación cultural ante el imaginario social

La cultura existe como resultado del actuar social de un pueblo, y se manifiesta en toda la producción simbólica de dicha sociedad, esta diversidad se evidencia no solo en el resultado de un hecho histórico de mezcla genética, sino además como el producto del encuentro y la confrontación de dos formas diferentes de percibir la realidad y de entender el mundo, proceso que actualmente se complementa necesariamente con los efectos culturales de los medios de comunicación masiva, cuyo continuo bombardeo discursivo mantienen una dinámica que permite establecer contactos e intercambios a larga distancia pero en tiempo real, con otras formas de ver el mundo, es decir, con otro tipo de culturas.

Estos cruces socioculturales entre lo tradicional y lo moderno, llevan el nombre de hibridación cultural. De acuerdo a Canclini (2012) la hibridación consiste en una mezcla de culturas provenientes de diversos espacios geográficos, y provocada por el permanente tráfico de culturas en el que los procesos de migración, generados por la modernidad global, son los principales causantes.

En la hibridación cultural se manifiestan actitudes y comportamientos acoplados a la cultura dominante, se ven rasgos que no son propios de los sujetos, existe un cambio en cuanto a la construcción de identidad y nuevas formas de pensamiento y de visión del mundo, es así que se analizará también fenómenos sociales como la movilidad y precisamente abordaremos la hibridación cultural como un síntoma social.

Por otra parte, la transculturalización es definida como un fenómeno que ocurre cuando un grupo social recibe y adopta las formas culturales que provienen de otro grupo. De acuerdo a Álvaro Villalobos y Cynthia Ortega (2012), en América se puede ver el efecto de la transculturalización a partir de las mezclas entre blancos, negros e indígenas reflejado en sus éticas, pensamientos sus formas de relacionarse y

en el arte.

Es de esta manera que se considera tanto a la hibridación cultural como a la transculturalización como una parte de la interculturalidad, ya que ambos responden a un proceso de comunicación e interacción ente identidades culturales en donde se favorece la convivencia entre culturas, principalmente a la noción de mezcla cultural.

1.4.2. Creación de estereotipos y representaciones

La edificación de imágenes y representaciones que los individuos hacen de los demás constituyen una manera de conocer y aproximarse al mundo. Aunque estas representaciones son simplificaciones de la realidad, son definidas socialmente y por ende compartidas por un grupo.

La construcción de representaciones sociales y culturales responde a una construcción mental que permite simplificar la realidad exterior para conocerla y aprehenderla. Constituye un mecanismo psicológico propio de los seres humanos y como cualquier proceso, sucede en un espacio y tiempo determinado. La construcción de representaciones está relacionada a la construcción de otro como ser distinto y diferente al yo, al nosotros (Stefoni, 2001).

Uno de los problemas que surge en la construcción de las representaciones sociales, es cuando a través de la construcción del otro, se refuerza la idea de un nosotros superior. En la medida, es que al otro se le asigna una posición de inferioridad, ello dificulta la posibilidad de aceptación, reconocimiento e incorporación del otro. Sandra Araya (2002) define las representaciones sociales de la siguiente manera:

Constituyen sistemas cognitivos en los que es posible reconocer la presencia de estereotipos, opiniones, creencias, valores y normas que suelen tener una orientación actitudinal positiva o negativa. Se constituyen, a su vez, como sistemas de códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y orientadores de las prácticas, que definen la llamada conciencia colectiva, la cual se rige con fuerza normativa en tanto instituye los límites y las posibilidades

de la forma en que las mujeres y los hombres actúan en el mundo (pág. 11).

Por otra parte, Foucault (citado por Stefoni, 2001) señala que la construcción del otro es una construcción que se realiza desde el interior de la estructura de poder. Mencionando que las representaciones sociales y culturales no son inocentes ni producto de fantasías humanas, sino que responden a una lógica de poder donde los grupos dominantes refuerzan y legitiman su poder al construir a los otros como subordinados e inferiores.

Dentro de las representaciones sociales es posible reconocer la presencia de estereotipos, los cuales, de acuerdo a Lippman (citado por Fajardo, 2006), nacen en un contexto de sociedad de masas. Por lo tanto pueden considerarse como representaciones colectivas, impersonales, de carácter anónimo, que se transmiten a través de la familia, la educación y los medios de comunicación de masas.

Según Pilar López (2005), los estereotipos constituyen “una imagen construida sobre un grupo de gente que resulta de la selección de unos pocos símbolos entre un elevado número de posibilidades para representar al grupo” (pág. 12). El estereotipo no sabe de individualidades, desde el momento en que una persona pertenece a un grupo es definida en función de la categorización simplificadora que se haga del grupo.

Concebido así los estereotipos constituyen imaginaciones acerca de determinadas personas o grupos, que a menudo se dan sin un fundamento de los grupos sociales o de las características de los individuos, estos pueden darse únicamente por de la apariencia, por el estrato social, determinados comportamientos, la sexualidad, y más. Confundimos en muchos casos los prejuicios, con ideas y opiniones preconcebidas, pues los estereotipos terminan convirtiéndose en etiquetas que suelen ser despectivas en ocasiones y causan un impacto negativo en los demás.

El estereotipo, por lo general, suele ser una definición infundada sobre un tema, persona o idea, y es generalmente despectivo. Las personas hacen suyas opiniones de los demás y las convierten en aseveraciones. El estereotipo forma parte de la

exclusión social de ciertos grupos que históricamente han sido marcados por el color de su piel, su orientación sexual o su creencia religiosa., y así a lo largo de la historia grupos y personas han sido estereotipados por varios factores que contribuyen a apartarlos de una “normalidad”.

Por lo tanto también la gente se burla o critica, por muy bueno que seas haciendo cosplay, siempre habrá la persona a quienes les molesta, también la gente que no conoce o entiende puede burlarse y emitir comentarios desatinados e inapropiados, en ocasiones tu propia familia puede ser un obstáculo pues por parte del círculo íntimo puedes ser mal entendido.

Así en el grupo que nos ocupa los cosplayer también han sido estereotipados con críticas y burlas ya que se los relaciona con personas con una falta de personalidad e identidad que esconden su verdadera apariencia tras un disfraz para adoptar una diferente, o que son jóvenes rebeldes que lo único que quieren es llamar la atención y salirse de los esquemas y que esa es su forma de protesta y descontento social, y que lo que hacen un desperdicio de tiempo y dinero.

Sin embargo, la creatividad, el desenvolvimiento en el escenario, la transformación, más bien son factores que hacen notar que es posible hacer cosas nuevas y enfrentarte a nuevos retos, tal vez cosas que jamás se imaginó que las podía hacer, como maquillarte utilizar atuendos y más que desarrollan la creatividad., por lo tanto ser parte de esta transformación debe estar considerada como un arte donde se aplica creatividad, manualidades, e imaginación.

Desarrollar nuevas habilidades hace que te sientas útil dentro del grupo, además el adentrarse facilitará las relaciones y propiciara ampliar el circulo social y hacer nuevos amigos, vencer la timidez y divertirse de una manera sana lo que aporta al crecimiento personal.

1.4.3. Diversidad, alteridad, otredad

La globalización ha llevado a la difusión de aspectos culturales que muy rápidamente

han suprimido las fronteras eliminado barreras, la conexión global es un hecho que ha pasado de ser una noticia a un aspecto del diario vivir. El conocimiento, la información es accesible a toda persona nada más a través del internet y las barreras geográficas desaparecen este contexto, esto trae consigo cambios en la forma de vida sino que también alteran e influyen en nuestra forma de pensar.

En la actualidad, la globalización ha puesto en evidencia que los seres humanos se encuentran en un proceso de desarrollo desigual y combinado del capitalismo. Por un parte, se pretende construir un proyecto de cultura planetaria homogenizante, y por otra, la globalización no ha conseguido impedir la insurgencia de las de las diversidades sociales. En este sentido, Guerrero (2002) señala lo siguiente:

Hoy más que antes emergen e insurgen con fuerza distintas diversidades de género, regionales, étnicas, políticas, religiosas, ecológicas, generacionales, sociales, así como movimiento contraculturales, “subculturas”, “minorías”, que toman la palabra y cuestionan la existencia de una visión homogenizante de la vida, a un modelo civilizatorio que impuso una forma única de hacer humanidad, y reivindican su derecho a ser reconocidos, valorados y respetados en su diferencia (pág. 92).

Es posible evidenciar la presencia de un proceso de insurgencia cultural, donde se da una gran importancia a temas referentes a la interculturalidad, pluriculturalidad, diversidad y diferencia, todos estos demuestran el fin de una visión unitaria de la historia. Aunque el reconocimiento de la pluralidad, de la diversidad y de la diferencia ha existido siempre, es en la actualidad donde se ha puesto mucha preocupación en el abordaje de los mismos, lo cual ha llevado a considerar a los actores sociales como sujetos políticos e históricos, que se autodefinen y demandan su reconocimiento como nacionalidades y pueblos diferentes.

La cultura posibilita la relación permanente con los otros; en esa relación los individuos muestran aquello que los afirma y que los diferencia, por este motivo la cultura es un acto supremo de alteridad.

La alteridad y la otredad no son simplemente un sinónimo de una diferenciación, pues, no se trata de la comprobación de que todo ser humano es un único individuo, ni de la manera en la que el actúa únicamente, ya que al ser siempre se lo pueden hallar diferencias en comparación con cualquier otro ser humano. Pues la alteridad llega a ser un tipo particular de esta mencionada diferenciación, que tiene que ver con la experiencia de lo extraño. En este sentido, Esteban Krotz (2004) manifiesta que:

Alteridad, pues, capta el fenómeno de lo humano de un modo especial. Nacida del contacto cultural y permanentemente referida a él y remitiendo a él, constituye una aproximación completamente diferentes de todos los demás intentos de captar y de comprender el fenómeno humano (pág. 19).

Pues se llega a entender de esta manera que un ser humano llega a ser reconocido en el sentido explicado como otro, pero no es considerado con respecto a sus características individuales ni mucho menos con respecto a sus propiedades naturales como individuo único, sino también como un miembro de una sociedad conjunta, como portador de una cultura tanto personal, como representante de una colectividad, y demás.

La alteridad requiere, por lo menos, de dos sujetos que se diferencien y de que el uno esté frente al otro y que pueda llegar a ser por el otro, puesto que el otro es distinto, diferente; pero es justamente la diferencia de ese otro la que hace posible que uno exista [...] la alteridad es reconocer al otro en su diferencia, y en ese reconocimiento no puede haber exclusión, la exclusión del otro implicaría la exclusión de uno mismo (Guerrero, 2002, pág. 94).

En síntesis, se puede decir que la diversidad, la pluralidad y la diferencia constituyen temáticas de gran importancia, debido a rompen la mirada de la civilización dominante y defienden el derecho de construir sociedades y culturas donde no existan exclusiones y discriminaciones de todo tipo.

CAPÍTULO 2

EL COSPLAY DENTRO DE LOS MOVIMIENTOS JUVENILES

2.1. Culturas y movimientos juveniles

Cuando se hace referencia al concepto de juventud, se debe tomar en cuenta su contexto histórico y sociocultural. La condición de ser joven ha experimentado varios cambios a través del tiempo, por otro lado la concepción de juventud que se tiene en la actualidad surge en la década de los sesenta, en la llamada época de la posguerra. La sociedad demandó la existencia de los jóvenes y de los niños, como sujetos sociales y de derechos. En este contexto, aparecen los llamados grupos contraculturales, y es este concepto de contracultura el que permite entender el descontento de los jóvenes de esa época “acerca del control de la cultura parental y de la falta de deseo de no querer formar parte de la máquina de la sociedad” (Arce, 2008). Además, se lo debe entender como una forma de atacar a las instituciones que forman parte del sistema dominante como la iglesia, los medios de comunicación, la familia, etc.

José Agustín (1996) define la contracultura como “una serie de movimientos y expresiones culturales, usualmente juveniles, colectivos, que rebasan, rechazan, se marginan, se enfrentan o trascienden la cultura institucional” (pág. 129).

Por otra parte, Villareal (Villareal, 2000) indica que la contracultura no es una oposición sino un cuestionamiento de todos los métodos autoritarios y coercitivos que existen. “La contracultura puede entenderse como aquellos que se opone a toda forma de convención social o de conservadurismo, a todo lo establecido que permanece inmutable o incambiable” (pág. 23).

Por este motivo, se puede decir que el rompimiento discrecional que en la década de los sesenta protagonizarían los jóvenes supondría una verdadera revolución cultural que impactaría en el transcurso de la historia. Si se entiende a la cultura como la manera en que un grupo social se comunica, utilizando una serie de signos o señales

que le proporcionan de una identidad colectiva, en este sentido se podría hablar del nacimiento de la cultura juvenil. Cabe destacar que la cultura no tiene una proporción simplemente unitaria, pues esta cambia y se fragmenta la misma cantidad de veces como lo hacen los grupos humanos, razón por la cual es necesario expresarse de culturas juveniles de una manera plural, así para poder abordar todos y tantos modos de comportamiento existentes, como estilos de vida juveniles. En este sentido, Carlos Juliao (2012) define a las culturas juveniles de la siguiente manera:

La juventud contemporánea es bastante diversificada, hablamos de “culturas juveniles” para referirnos a aquellas agregaciones de jóvenes en torno a referentes simbólicos que suelen presentarse como componentes e modos de pensar y organizarse, de valores, prácticas y discursos, todos ellos colectivos; y caracterizados por posiciones alternativas y, en ocasiones a contra corriente, de aquello socialmente aceptado y reconocido (pág. 147).

El concepto de culturas juveniles pretende contener todas las prácticas juveniles construidas, empezando desde el género, la clase social, la ideología, estilos de vida, el sistema laboral, etc. En este sentido, al tomar en cuenta la gran cantidad y variedad de usos que tiene actualmente la noción de cultura, se puede encontrar en el concepto de culturas juveniles un extenso conjunto de opciones semánticas donde se puede incluir a cualquier tipo de sujeto joven.

Ya que en el pensamiento del ser humano se basa principalmente en contextos los cuales históricamente se encuentran basados en el tiempo y en el espacio, es así que se encuentran sujetos a cambios, innovaciones y transformaciones constantes. El pensamiento evoluciona de tal manera que lo elemental pasa a ser cuestionado, lo que de igual manera da paso a una complejidad de situaciones y fenómenos sociales. Los jóvenes, susceptibles a un mercado libre de cuantiosos pensamientos, optan por el camino que mejor les acoge para identificarse y así poder coincidir con lo que seguramente desean ser o son sin querer serlo, pues están sujetos a ser conducidos por la dinámica social. Los valores y tradiciones que los jóvenes poseen cambian cuando éstos se dan cuenta de que su funcionalidad no es la misma que si hubieran sido inculcados en otro tiempo y en otro contexto, y tienden a ser fugaces.

Es la juventud quien hoy se desempeña en varios roles sin perder su verdadera esencia sin descuidar su “yo” interno. Por lo tanto se identifican en un medio donde culturalmente satisfagan sus necesidades de pertenencia, o que cumplan con respectivas características de identificación.

En la sociedad las culturas juveniles tiene un rol muy importante, independientemente del número de personas que las compongan, única y simplemente la identificación con uno o más rasgos que los tipifique, es suficiente para pertenecer.

Cabe resaltar que existe una gran variedad de culturas juveniles, las cuales basadas en el desencanto transforman sus ideas y las ubican en un contexto más funcional y de mayor satisfacción personal. Los jóvenes pertenecientes a estos grupos generalmente buscan ser auténticos en todos los aspectos, no obstante, entre agrupaciones pueden coincidir en algunas formas de manifestación cultural ante la sociedad. Asimismo, existen diferencias que posteriormente se definirán, respecto a los conceptos de grupos, movimientos, identidades, tribus y culturas juveniles, pues ciertas características delimitan la pertenencia a uno u otro.

Por otro lado, las relaciones de grupos pueden o no tener parámetros de acción, reglas o guías a seguir en ocasiones simplemente los impulsos les motivan a los jóvenes a inmiscuirse en un conjunto que les permita experimentar nuevas convivencias, en su gran mayoría los jóvenes no se encuentran de acuerdo con las reglas y sus funciones. Lo que ocasiona la creación o rompimiento de valores por lo que generan su propio discurso que los permite experimentar nuevas formas de vida.

La dimensión expresiva de las culturas juveniles no se reduce al comportamiento más o menos alocado de unos 'no niños, no adultos', en sus prácticas y lecturas del mundo radican pistas claves para descifrar las posibles configuraciones que asuma la sociedad (Reguillo, 1998, pág. 14).

La evolución de los grupos sociales en todos las aristas ya sea culturales, sociales

artísticos y más, en donde la libertad de expresión es la tónica, conlleva a una forma de alternabilidad que la juventud desea experimentar. La coherencia de sus pensamientos y el renacimiento de ideas han provocado que los objetivos de los grupos juveniles anulen la presencia de la violencia, para dar paso a la voz del arte, que como medio de expresión emite un mensaje cuyo significado lleva incluido el disgusto por los valores cotidianos, en donde la inconformidad se manifiesta y no se podrá prosperar si pretendemos encerrarnos en ambientes triviales. Regresando nuevamente al aspecto histórico José Valenzuela (2005), señala lo siguiente:

Durante los años setenta y ochenta apareció un nuevo actor social juvenil: el joven de las favelas, las colonias y los barrios populares. Ellos habían estado ahí por mucho tiempo, pero ahora lograban mayores ámbitos de expresión y construían nuevas formas de recreación y de resistencia cultural, nuevos umbrales de adscripción identitaria. La respuesta social dominante trató de reducirlos a la imagen amenazante de delincuencia y crimen, pero sus redes socioculturales resultaron más fuertes. Sus campos de definición identitaria mostraron enorme capacidad de convocatoria. Su persecución, acoso y proscripción les permitieron desarrollar referentes simbólicos de clase y generacionales (pág. 119-120).

Al respecto, se puede decir que los jóvenes son los actores más capaces y aptos para asumir los cambios sociales. Pues de esta forma los grupos y culturas juveniles se han encargado de representar diversos iconos y acciones a través de la historia, los cuales los acogen como una forma de identificación personal siendo tales como preferencias sexuales, ideologías, derechos y responsabilidades, obligaciones, promotores de movimientos sociales, entre otros, éstos, a su vez, se convierten en elementos significativos de identidad, personalidad y modo de vida para algunos de ellos. A diferencia de otros grupos, que gozan de su separación y de un individualismo, en torno a una sociedad netamente mercantil y de satisfacción consumista principalmente para las culturas juveniles. “La manera en que las experiencias sociales de los jóvenes son expresadas colectivamente mediante la construcción estilos de vida distintos, localizados fundamentalmente en el tiempo libre, o en espacios intersticiales de la vida institucional” (Feixa, 1998, pág. 94).

En síntesis, se puede decir que no existe una mirada única del concepto y de todo lo que implica la juventud, sino se lo aborda desde la idea de diversas juventudes, que se encuentran construidas a través de diferentes contextos geográficos y sociales. Mediante la construcción de sus diversas identidades y estilos de vida, los jóvenes generan discursos culturales que constituyen estrategias buscando la inclusión, a través de representaciones que hacen los jóvenes de una realidad compleja. Los jóvenes se han ganado un lugar en lo que conforma el discurso de lo cultural, pues ellos se han encargado de levantar una voz por su integración y su visibilización, su moda, sus representaciones, su territorialidad y su esencia. Es así que el joven como parte de un futuro agente social se despega de las viejas formas de pensar impuestas culturalmente y que en la actualidad no son funcionales, y por medio de estas maneras a las que no está acorde, establece nuevos y propios valores que por particularidad son eficaces y aprovechables tanto para sí mismos como para un aporte a la sociedad. Pues es de esta manera que los nuevos valores creados a partir de esta práctica adolescente, son una base para la creación y formación de nuevos grupos y de nuevas culturas juveniles.

A manera de conclusión en el proceso del movimiento juvenil cosplay es importante aclarar que no es una contracultura ya que cualquier persona sea de diferente cultura puede entrar y ser parte del grupo.

De esta manera se resalta lo escrito en el primer capítulo sobre comunicación y cultura, debido a que en el movimiento cosplay desarrollado en Quito como producto cultural si se logra observar las representaciones realistas de personajes de ficción, los mismos que por medio de símbolos en sus vestimentas transmiten características relevantes que les identifica y les permite comunicarse. Además durante ese proceso los participantes tienen mayor interacción social y por ello utilizan primordialmente la comunicación.

2.2. El movimiento cosplay como identidad

2.2.1. Qué es ser cosplay

El término cosplay viene de las palabras en inglés Costume y Play, es decir interpretación de disfraces o juegos de disfraces. Una definición más amplia de cosplay, sería que es el arte de representar a personajes provenientes de comics, películas, series animadas, videojuegos y otros medios, imitando su forma de vestir, gestos y frases.

Además el cosplay se construye desde la cultura otaku (personas con aficiones obsesivas, sobre todo al fandom del anime y el manga) y se diferencia de los demás en sus convenciones por sus representaciones y transformaciones que realizan.

Vanessa Lozada (2014) señala lo siguiente sobre el cosplay:

Aplica a cualquier uso de disfraz de juegos de roles fuera del escenario, independientemente de su contexto cultural. Entre sus variantes se encuentra notablemente: la representación de personajes de personajes antropomorfos, la adaptación antropomorfa de personajes zoomorfos, el crossdressing, la representación de los roles de género opuestos y el carácter erótico (pág. 122).

La preparación de un cosplay conlleva una gran importancia para aquellos que lo practican, debido a que constituye toda una práctica. Pues la preparación del disfraz, es algo que toma su tiempo, y no es simple, para ellos es de gran importancia para el avatar que van a representar emplean una rutina, emplean grandes periodos de tiempo en esta preparación, pues se debe tener en cuenta la complexión física, a qué personaje es más posible parecerse, las telas que puede necesitar para elaborar el traje, qué artículos emplear, al igual que el maquillaje, las actividades que realiza y como las hace, el peinado, entre más aspectos para de esta manera hacer que quede lo más parecido al protagonista en cuestión.

Pues es de esta manera que el movimiento cosplay está asociado en su gran mayoría con grupos de “fandoms” populares, (grupo de personas que comparten un fanatismo por algún pasatiempo, actividades, fenómenos, principalmente asociados a la ciencia ficción), estos grupos se conforman con algunas de las colectividades que se encuentran más activas y enraizadas en la cultura pop y generalmente encontradas en el Internet, subculturas japonesas, series, comics, y demás siendo como principales,

Vocaloids y Final Fantasy. Sin embargo, muchas de estas culturas y movimientos fandom también de occidente que son populares como las series de superhéroes, Star Wars, Star Trek, Doctor Who, entre otros, los cuales tienen grandes colectividades de integrantes del cosplay que representan.

En la investigación de campo efectuada en Quito se recogió varios conceptos sobre el ser cosplayer y para Melanie Montenegro “ser cosplayer es interpretar un personaje con el que tú te sientes identificado y hacerlo a tu manera. Es decir tú empleas mucha imaginación para realizar los trajes, porque no existe una forma determinada un solo camino, sino que tú puedes ver varios métodos y básicamente con lo que este a tu alcance.

Para mi ser cosplayer significa expresarte de una manera diferente, salir de la rutina, porque es una actividad yo creo que muy interesante y no es como algo que uno haría normalmente.”

Las diferentes actividades que se realizan durante las convenciones les permiten mantenerse comunicados ya sea por medio de interacciones sociales o por medio de comunicación visual.

En las convecciones de cosplay, lo que les identifica como un grupo diferente es desde los stands que contienen productos japoneses de venta, que están llenos de figuras de personajes relacionados con el mundo del anime, cómic y videojuegos, además un ambiente musical de j-pop del grupo Niji, que interpretan temas de las series: Dragon Ball, Naruto, Pokemon, Digimon, entre otras.

Otros artículos que se consumen de manera frecuente en las convenciones son los pósters, revistas, pelucas, almohadillas, llaveros con retratos de personajes de anime y los lentes de contacto.

Todas estas actividades se desarrollan en espera de la pasarela cosplay, una vez llevado a cabo el desfile se puede observar los disfraces más destacados, hechos por ellos mismos y que serán calificados por un jurado que conoce y sabe del cosplay. La calificación va desde la vestimenta, puesta en escena, accesorios y desenvolvimiento.

De esta manera se afirma el concepto sobre identidad desarrollado en el capítulo uno, donde se menciona que la construcción de la identidad, se da cuando los jóvenes seleccionan ciertos rasgos o características que asumen como parte de ellos y en este caso la transformación del ser, al convertirse y apropiarse en un personaje de ficción le permite a los jóvenes de este movimiento decir yo soy cosplayer, porque pertenezco a la cultura otaku.

2.2.2. Historia del cosplay

La historia del cosplay es anterior al internet, con los primeros trajes de fantasía conocidos se le atribuye a Forrest Ackerman y su amigo Myrtle Douglas, en la primera Convención Mundial de Ciencia Ficción, celebrada en Nueva York en 1939. “Los trajes, que se inspiraron en el filme británico de 1936 *Things to Come*, fueron diseñados por Douglas y transformaron una convención general en imaginaria, fenomenal, de calidad; al año siguiente una docena de los cerca de 200 asistentes llegó a la convención con el traje” (Lozada, 2014).

Por otra parte, algunas versiones sobre el origen del término cosplay, atribuyen su creación a Nabuyuki Takahasi del estudio japonés Studio Hard en el año de 1984, durante la presentación de la Worlcon en la ciudad de Los Ángeles.

Existen también otros eventos, que indican que la práctica del cosplay tuvo sus orígenes en la década de los setenta. El primer evento del que se habla es el denominado Comic Market, inaugurado en Tokio, donde todavía se sigue realizando.

Debido a la gran acogida que ha recibido este tipo de reuniones en los amantes del animé, porque mediante esto se les permitía explorar un nuevo desenvolvimiento social de su afición, es de esta manera que esta práctica fue progresando y ascendiendo y ahora no es exclusiva del país occidental, sino que traspasó fronteras y ahora se efectúa en la mayoría de países en donde hay amantes de esta forma de expresión, que es el animé. Incluso se ha evidenciado que la práctica del cosplay ha ido más allá de las convenciones y las reuniones programadas para llevar a cabo esta actividad, pues, por ejemplo, se ha visto que muchos de ellos han llevado esta

práctica a estrenos de libros, y principalmente películas, en donde se han apoderado de salas de cine demostrando de esta manera su afición ante la sociedad.

Sin embargo, con la masificación que ha alcanzado esta práctica hay empresas que se han atrevido a incursionar en ello, comercializando incluso por internet los vestidos completos. Una de las empresas líderes en este mercado es Cospa.

Creada en 1995, esta empresa japonesa es catalogada como la líder en este mercado. Su éxito ha sido tanto que su mercadeo requiere un manejo especial, cubriendo la totalidad de espacios a que un otaku acude para consumir animé. Incluso existe una emisora on-line llamada Onsen, y un club de fans en internet denominado Bewe, además, el éxito en la venta de sus vestidos ha sido tanto, que al interior de la compañía se vieron en la necesidad de crear diferentes marcas y líneas en que se comercializan estos productos (Arciniegas & Mora, 2010, pág. 31).

El fundador de Cospa, Yoshiyuki Matsunaga, afirma que lo que lo motivó a crear esta compañía fue el éxito que tenía el animé y sus personajes entre las comunidades otaku (persona con aficiones obsesivas, sobre todo al fandom del anime y el manga). Aunque él ya tenía una amplia experiencia en el mercado internacional de confección, decidió incursionar en esta nueva área hace aproximadamente quince años, con la idea en su cabeza de generar productos atractivos para los fans del animé y el manga, es decir, para la comunidad otaku.

Sus productos fueron inicialmente pensados para otros países, pero en realidad ha sido en Japón en que se ha consolidado con la fuerza con que subsiste actualmente. Matsunaga cuenta que el nombre de la compañía es producto de la abreviación de Costume Play Party, que fue el evento con que se dio inicio a la empresa, y donde empezó a tomar su fuerza (Lozada, 2014).

Esta empresa creada en Japón es una clara evidencia de que los otakus son un mercado exigente y considerablemente rentable, porque las ventas anuales que Cospa registra demuestran que el abordaje de disfraces no ha causado un impacto muy

significativo, sino que al contrario, la comunidad otaku en el mundo entero demanda disfraces de alta calidad, y que guardan una gran fidelidad con los personajes de que están inspirados.

2.2.3. Bases para el entendimiento cosplay

2.2.3.1. Otaku y cosplay

“Los fans son consumidores que también producen, lectores que también escriben y espectadores que también participan” (Aranda, Sánchez, & Roig, 2013, pág. 25). En este sentido, los fans construyen su identidad cultural y social mediante intercambios de las imágenes que proceden de la cultura de masas, constituyendo preocupaciones propias que normalmente callan los medios dominantes.

Los fans, generalmente son clasificados según el objeto que despierta su interés y atracción. Bajo el término otaku se distingue normalmente a la persona atraída por productos propios de la cultura popular japonesa, como los mangas, series y películas de animación (anime), videojuegos, música o cine de género (Suárez, Lacalle, & Pérez, 2014). Todos estos productos culturales fueron en un inicio ideados para el mercado local, pero debido a la globalización y al auge de las tecnologías de la información y comunicación, se han expandido a nivel internacional, motivo por el cual los fans de la cultura japonesa se han incrementado notablemente en las últimas décadas. De acuerdo a Aranda, Sánchez y Roig (2013), el otaku, por sus rasgos identificativos, puede ser considerada una subcultura y la define de la siguiente manera:

Un grupo más o menos definido y más o menos extenso de personas que comparten un interés en un área específica de la cultura popular, lo que permite pensarse a sí mismas con relación, a veces en directa oposición a la cultura predominante (pág. 52).

Este proceso ha tenido consecuencias significativas en términos de “comunicación intercultural, ingresos económicos, modificación de la imagen, la influencia de Japón en el imaginario internacional y la asimilación de la cultura visual nipona” (Suárez,

Lacalle, & Pérez, 2014, pág. 172). Sin embargo, debido a la existencia de diferencias socioculturales entre Japón y los países donde se consumen, se han producido varios malentendidos en relación a qué es un otaku.

El término otaku tiene diferentes connotaciones dependiendo de la cultura donde se utilice. Mientras que a nivel internacional se utiliza el término para designar al fan del manga y del anime, en Japón lo utilizan para hacer referencia al fan obsesivo a cualquier objeto y posee una fuerte carga negativa, al considerar a los otakus como inadaptados que no contribuyen a la sociedad, dejando de lado sus obligaciones para realizar actividades poco o nada productivas. En este sentido, desde la connotación negativa del término otaku, se lo puede definir de la siguiente manera:

Con él se refieren a aquellos jóvenes que se recluyen durante meses en su habitación y prácticamente no son vistos ni por parientes ni por amigos cercanos. Con una computadora en conexión a Internet, un refrigerador, un refrigerador, un horno de microondas y música electrónica, hibernan en una suerte de burbuja eléctrica en la que parece tenerlo todo. Un gran útero cibernético, donde yacen aislados en la mayor hipercomunicación (Echeverría, 2008, pág. 41).

Por otra parte, cabe mencionar que en un inicio el término otaku no tenía el significado que se le concede en la actualidad. El concepto proviene de o-taku, término utilizado en Japón para referirse honoríficamente a la casa del otro, es decir que se lo puede relacionar con las personas que pasan demasiado tiempo en sus hogares dedicándose a sus aficiones.

Según Barlés y Almazán (2010) el término empezó a utilizarse en la década de los ochenta por artistas amateur y fans de manga para referirse a gente extraña. En este sentido, tal como se manifestó anteriormente el término es utilizado para referirse a adolescentes que se alejan de las relaciones de reciprocidad para dedicar su tiempo a otras actividades relacionadas con el mundo virtual, cibernético, etc.

De manera general, se puede decir que en Japón el otaku es considerado como un fanático extremo de alguna actividad y con nula relación social, mientras que en

occidente se conocerá como otaku a los fans del anime, manga y videojuegos japoneses.

De la subcultura otaku se desprende el cosplay, práctica cuyo nombre proviene, como se indicó en un apartado anterior de las palabras costume que significa disfraz, y play que significa juego o representación. Es decir que el cosplay viene a ser la representación o juego de disfraces.

Los cosplay son niños y adolescentes que nadan constantemente disfrazados de dibujos animados. En un principio, se les veía en concursos realizados en los eventos de animación japonesa, hoy en día se ven en cualquier calle de Latinoamérica o del mundo, porque esa es la moda en la vestimenta: parecerse a sus ídolos del anime (García, 2009, pág. 54).

Se puede decir que el cosplay constituye un fenómeno especialmente interesante, debido a que, si bien no es la única, es la forma más evidente que tiene la subcultura otaku para manifestar su identidad y reconocerse a sí misma.

2.2.3.2. Manga, comic y animación japonesa

Luego de definir el concepto de otaku, se debe tener en cuenta qué es lo que exactamente consume un otaku. Como se mencionó anteriormente, los otakus son seguidores del manga y del anime y en algunos casos también del hentai (género del manga o anime de contenido pornográfico).

“El manga es la denominación que se da en Japón a la historietas, por extensión, cualquier obra que se adecue al canon estilístico imperante en el país o que, en cierto modo, recoja alguna de su influencias” (Independent Pub Group, 2007, pág. 7).

Es decir, que en Japón el manga se refiere a cualquier historieta o cómic, mientras que fuera de ese país el término manga se utiliza para referirse concretamente a la historieta de origen japonés. Además, cabe mencionar que abarca gran número de

géneros lo que le permite llegar todos los públicos. El manga, a pesar de la ser influenciado por el cómic y el cine estadounidense, se ha desarrollado según sus propios criterios narrativos y estilísticos, hasta el punto de haberse convertido en un medio completamente distinto del que puede encontrarse en otra parte del planeta.

Por otra parte, el anime viene a ser la animación desarrollada en Japón, su nombre proviene de la palabra anglosajona animation (animación). “El anime es un medio de gran expansión en Japón, siendo al mismo tiempo un producto de entretenimiento comercial y cultural, lo que ha ocasionado un fenómeno cultural en masas populares y una forma de arte tecnológico” (Lozada, 2014, pág. 37). Tradicionalmente el anime ha sido dibujado mano, pero actualmente es muy común la animación en computadoras y, al igual que el manga, está compuesto por una gran diversidad de géneros y estilos dirigidos para todos los públicos. De manera general se puede decir que el término anime se refiere a los dibujos animados japoneses.

De acuerdo a Aranda, Sánchez y Roig (2013) el anime no es un tipo especial o estilo de animación, sino que viene a ser una animación televisiva japonesa, sujeta a rigurosas condiciones de producción idénticas a la que rigen la animación de todo el mundo. Anime, también vienen a ser los largometrajes para cine y las conocida OVA (Original Video Animation).

Cabe mencionar, que existe en el transcurso de la historia principalmente del medio oriente una estrecha relación entre el anime y el manga, debido a que existe una gran cantidad de series y de trabajos de anime que se han basado en historias de mangas populares. Las principales características que hereda el anime del manga son las siguientes: la temporalidad del relato, el predominio de la imagen sobre el texto y el lenguaje icónico (Perillán, 2009). Estas tres características se pueden entender por separado, aun cuando sea necesario verlas como un todo para apreciar la especificidad del lenguaje del anime y el manga.

En síntesis, se puede decir que el manga viene a ser el cómic o la historieta japonesa, mientras que el anime es la denominación que se da a las series y películas de dibujos animados, producidas en Japón y que suelen estar basadas en los mangas más populares.

2.2.3.3. Música y artistas

Los otaku escuchan diferentes tipos de música dependiendo de la tribu urbana a la que pertenezcan, sin embargo los más populares son el pop o rock japonés, el J-rock y J-pop. También prefieren escuchar los openings y endings, canciones de inicio y cierre de una serie respectivamente, y los soundtracks, música de fondo que se escucha mientras transcurre la serie o película.

Como muchas de las canciones de los anime son en japonés, los otakus las escuchan una y otra vez hasta aprender su pronunciación por imitación (Hooft, 2009). Además, muchos otakus deciden estudiar el idioma con el objetivo de entender las letras y cantarlas o también para poder leer los mangas o entender los anime en su formato original y evitar así traducciones o doblajes que les quitan sentido. Asimismo, consideran que el hablar japonés los hace más parecidos a sus personajes favoritos del manga y del anime.

Una de las bandas más representativas del género en la ciudad es el grupo Tomodachi J-Band, fue creado en Abril del 2011 y en sus inicios era integrado por cuatro personas. “La idea de crear el grupo surgió de Edison, quien atraído por la cultura japonesa asistió a un evento. Al principio solo era curiosidad, sin embargo algo le llamó la atención, había una gran variedad de eventos, y lo que más le atrajo fue la “Batalla de bandas otaku”, un concurso en el cual diferentes bandas que se especializan en realizar covers de canciones de animes se presentaba para ganar el primer lugar como la mejor banda del lugar. A medida que cada banda se presentaba, a Edison le surgió la idea de hacer una banda con sus amigos.”

Es de esta manera que las bandas se dan hoy en día a conocer mediante este tipo de concursos.

En resumen, los otakus generalmente escuchan música de ciertas bandas de rock y pop japonés, además de los soundtracks, openings y endings de los animes, sin embargo, como se dijo al inicio de este apartado, los otakus de las diferentes tribus urbanas tienen sus gustos por el tipo de música que les gusta a cada una.

2.2.4. Movimiento y actividades

2.2.4.1. Convenciones

En la ciudad de Quito se vienen realizando varias convenciones con el reciente apoyo de instituciones públicas que proporcionan espacios y además promocionan los eventos, a través de los cuáles existe mayor difusión de información acerca de este movimiento. La sociedad en general puede enterarse, además de que es una buena oportunidad para reunir a otras personas que compartan este gusto por el cosplay.

Sin embargo no siempre fue así, en el 2006, siete años después de su creación el grupo Ichiban, organiza la primera Convención de Anime en Quito, que incluía varias actividades que apoyaban la tendencia.

Posteriormente otros grupos como Asa No Inori, siguieron apareciendo y realizando varios eventos, todos con el propósito de reunir personas con la misma afición.

Es el caso de un representante de este grupo coordinador de la asociación “Asa No Inori” Luis Pupiales, doctor veterinario de profesión, el cual es amante de la cultura oriental haciendo de esta manera representante de la organización.

“La primera convención (2009) nació como una reunión de amigos y familiares, con el apoyo de la Embajada de Japón con el propósito de difundir la cultura de ese país.”

A partir del éxito que tuvieron las primeras convenciones, se siguieron realizando nuevas propuestas, cada año con el apoyo y la organización de los aficionados más antiguos.

Poco a poco se ha ido mejorando y en la actualidad se cuenta con la presencia de representantes internacionales, algunos realizan los doblajes al español de las voces de personajes importantes.

En la octava convención de cosplay, ya se evidencia la toma del espacio público porque se realiza en el Parque Bicentenario, en el año 2013. Además ya existe presencia de la Secretaría de Inclusión Social en cuya página se da información sobre este evento:

Esta es una iniciativa de la asociación juvenil 'Asa No Inori' y cuenta con el respaldo del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito a través del programa 'Jóvenes Q' que ha abierto espacios para que las representaciones juveniles se muestren y tengan un espacio para reunirse y mostrar sus ideas y aficiones. Igualmente, han brindado su apoyo la Secretaría de Cultura, la embajada de Japón y el concejal Freddy Heredia. (Noticias Quito , 2013)

La próxima convención a realizarse es la décimo segunda en la ciudad de Quito el 29 de noviembre con la presencia de Adrián Barba, quién realizó la voz en español de Dragon Ball Z. estos eventos se realizan bajo la organización de Asa No Inori, el grupo de aficionados que promueve este tipo de programas y que son los iniciadores del movimiento en la ciudad de Quito.

Entre las actividades que se realizan en las convenciones están: Proyecciones de películas anime, anime vídeo clips, videos k-pop, j-pop, karaoke cosplay, proyecciones, animación koreana, coreografías, conferencias, conciertos anime, concurso de karaoke anime, concurso de yu-gi-oh! concurso de dibujo, concurso k-pop dance battle (coreografías K-Pop), concurso de cosplay, concurso chibi cosplay, trivia, anime, trivia gamer, espacio gamer, torneos de video juegos, demostraciones de artes marciales.

Las convenciones se han realizado en espacios públicos, como La Casa de la Cultura, en el Colegio Benalcázar, en la Universidad Central del Ecuador.

2.2.4.2. Vinculación a la Sociedad

El cosplay requiere de ciertos grados de creatividad, en primer lugar para confeccionar los trajes, para realizar un maquillaje, de manera general para imitar a

un personaje, además que conlleva una actividad lúdica en donde se cumple con un rol que el personaje asume, existe también interacción entre los integrantes. Ya no se limita dicha actividad lúdica solo a la población infantil. Esta práctica permite que un adulto pueda también jugar, divertirse, imitar y disfrutar de las animaciones. Lo que deriva en una nueva forma de concebir la madurez.

En la sociedad ecuatoriana, tradicionalmente se ha considerado a los personajes de series japonesas como violentos, además de estigmatizarlos. En cuanto al movimiento no se le tomaba en cuenta y han sido vistos con indiferencia, sin embargo, en la actualidad se han hecho acreedores a espacios importantes de la sociedad. Es así que pese a las diferencias entre nuestra cultura latina y la japonesa este grupo de personas ha logrado una fusión.

En el caso de América Latina, en menor medida, se evidencia una orientalización ocasionada por la llegada del anime (アニメ) y el manga (漫画), productos culturales provenientes de Japón, generándose un proceso de desterritorialización – reterritorialización evidente en la latinización del anime y el manga, y el subsecuente surgimiento de la subcultura otaku (オタク) como producto de la hibridación. (Cobos, 2011)

En la sociedad además se abre un gran mercado de consumo específico para este grupo, los productos culturales japoneses son requeridos, al igual que la comida, lo cual transforma la sociedad porque exige otro tipo de producción.

2.2.4.3. Aportes Culturales

El acercamiento que proporcionan las herramientas de comunicación gracias a los avances tecnológicos hace posible que la información esté al alcance de todos, al igual que la interacción. Se produce, un fenómeno cultural importante que además en nuestro medio significa un golpe al etnocentrismo.

Los participantes del cosplay son integrantes activos de la sociedad, que se informan,

y promueven el conocimiento de otra cultura, porque las animaciones japonesas llevan consigo un conjunto de costumbres, ideologías y prácticas ajenas a nosotros y de las que se hace una interpretación propia. Incluso existe un proceso de adaptación de ambas partes: por un lado estos productos deben romper con las barreras de la lengua, para ello se debe traducirlas y con las barreras de las propias costumbres que de una u otra manera se terminan superando, para dar paso a nuevos conocimientos, a otras realidades.

2.2.4.4. Las TIC y los espacios virtuales en la identidad cosplay

En la actualidad debido a la evolución de las nuevas tecnologías de información y las redes sociales en el internet, como: Facebook se ha creado nuevos lenguajes virtuales para la comunicación, enganchando así la atención de los jóvenes.

Sin embargo, se sabe que las redes sociales en ocasiones persuaden a los jóvenes e influyen en su comportamiento.

De esta manera se analizó el uso de las redes sociales en el movimiento cosplay y se concluyó que estas nuevas formas de comunicación, permiten crear a los jóvenes sus propios espacios para decir lo que piensan y así entenderse entre ellos.

Las redes sociales además son parte de la identidad de los jóvenes cosplayer, porque les permite estar al tanto sobre nuevos eventos, además publicar sus nuevos trajes, intercambiar ideas para crear armaduras, maquillajes, tutorías, organizarse para asistir a convenciones y por último difundir su comunidad a las diferentes culturas juveniles.

Por esta razón conociendo que los jóvenes usan diariamente la tecnología se decidió crear el producto audiovisual de la presente investigación con el fin de informar y difundir como se desarrolla el movimiento cosplay en la ciudad de Quito.

2.2.5. El cosplay en Quito

El desarrollo de los diferentes medios de comunicación principalmente el internet, en

nuestro país un poco más tardío que en países desarrollados, permitió que la cultura japonesa sea difundida. En la actualidad es muy fácil tener acceso a información a través de internet, incluso para socializar, con personas de afinidades comunes. En este caso, pierden su rol protagónico en la sociedad los productos culturales importados de Norte América o Europa, como por ejemplo, el dibujo animado Estado unidense, que es el que tradicionalmente se conocía.

El movimiento cosplay ha ganado protagonismo en el Ecuador, pero de manera especial en ciudades grandes como Guayaquil y Quito, la ciudad capital. El movimiento va captando espacios para realizar sus actividades y para encontrarse con personas que comparten la misma afición. Con esto se constituyen como un colectivo cultural importante, que se ha fortalecido poco a poco y que recientemente está siendo conocido por la sociedad.

A decir de Proaño (2013) la cultura otaku se inicia en el país y en la ciudad capital por las primeras series de anime a las que no estaba acostumbrado el público ecuatoriano, esto ocurre en los años 90.

Como suele ocurrir las culturas tienen la capacidad de intercambiar sus particularidades, además que cuando se conecta una nueva cultura, como en el caso de la japonesa, conserva sus características propias pero termina siendo inyectada con las características inherentes a cada identidad que la asume en este caso de la ecuatoriana, sus aficionados aportan con elementos propios.

A partir de que se conoció este tipo de elementos de la cultura japonesa, en la ciudad de Quito empezaron a reunirse personas que compartían esta misma tendencia, aunque sin un espacio propio para realizar sus actividades.

En este marco nace Ichiban, autodenominado, el primer club de anime, comics y videojuegos del Ecuador. Ellos relatan su propia historia en su página web:

En 1999, Dragon Ball y Ranma comenzaban a ejercer su impacto en la juventud ecuatoriana, pero a pesar de varios años de disfrutar de Anime de calidad como los Caballeros del Zodiaco, Sailor Moon,

Zenki, Maxbot, etc. Todos quiénes veíamos fielmente cada una de estas obras, ni siquiera sabíamos con certeza de qué manera referirnos a ellas: ¿acaso "dibujitos chinos", "japan animation", o cómo?

Fue así como un deseo de conocimiento surgió a la par con la necesidad de hablar y compartir con otras personas sobre nuestras aficiones. Y a finales de 1999 un grupo de jóvenes ecuatorianos de distintos sectores sociales, regiones nacionales e ideologías deciden dar inicio a una agrupación que se encaminaría a dar a conocer y lograr un justo respeto por sus gustos. (Ichiban, SF)

Ichiban sería el inicio de una expansión de este tipo de grupos y además daría lugar para que se formen más agrupaciones que fueron captando adeptos de todas las clases sociales, ideologías etc.

Uno de los grupos más representativos en la ciudad de Quito, aparte de Ichiban, es Asa No Inori, que promociona la cultura japonesa y el cosplay con apoyo de la Embajada de Japón y que en la actualidad realizan eventos que son muy importantes para la difusión y que convocan a un gran número de participantes.

2.2.6. Representaciones culturales cosplay

Los grupos de cosplay tienen una identidad que les permite constituirse como un grupo, ya se había dicho, que dentro de la identificación de estos grupos con la cultura japonesa existe también mediaciones de la propia cultura, que hacen que se añada elementos propios a lo ya existente.

En el grupo de cosplayer ecuatorianos, convergen características comunes por ejemplo de idioma, el deseo de aprender más de la cultura japonesa, y del movimiento cultural propiamente dicho.

Al atribuir significados compartidos a las cosas, a los procesos y a las personas, crean códigos, registros y creencias colectivas, que pueden influir de forma singular en el desarrollo de experiencias sociales.

(Nash , SF)

La cultura japonesa, hablando de los productos culturales en el caso específico del anime y del manga que han dado origen a los movimientos de los cosplayer, constituyen un conjunto de representaciones culturales que conforman el grupo.

Este movimiento recrea los personajes de series japonesas, videojuegos, imitándoles pero dándole además características y condiciones propias para que surjan por sí solos, además de interactuar.

2.2.6.1. Prácticas significativas del movimiento

El movimiento utiliza el disfraz, basado en la reproducción de personajes provenientes de la cultura japonesa de Comics, anime, manga y videojuegos, para Lozada (2014) “aplica a cualquier uso del disfraz de juegos de roles fuera del escenario, independientemente de su contexto”.

El disfraz en este caso representa mucho más que una representación momentánea, es la transformación en un personaje independientemente de las individualidades de cada uno de los integrantes, se convierte en un movimiento homogéneo en cuanto a la afinidad de la representación.

Entre sus variantes se encuentran notablemente; la representación de personajes antropomorfos, la adaptación antropomorfa de personajes zoomorfos, el crossdressing, la representación de los roles de género opuestos y el carácter erótico, (Lozada, 2014, pág. 58)

2.2.6.2. Imaginarios colectivos.

Pese a las características individuales de los integrantes existen modelos en los que se enmarca la subcultura del cosplay, se ha construido, deconstruido y vuelto a construir una subcultura que conserva imágenes colectivas y que produce constantemente nuevas categorías, a partir de la propia cultura y de la formación de nuevos criterios.

Se crea un imaginario social en base a la teoría de Edgar Morin, el cual considera que existen proyecciones masivas generadas por los medios al sistema de la vida social.

Es de esta manera que por medio de el conjunto de símbolos, representaciones figuras y de mas existentes en la sociedad, es como este grupo juvenil adquiere estas capacidades a partir de las identificaciones de la vida material que utilizan, como productos de consumo los cuales llegan a nutrir la vida imaginaria que representan.

Los fans del anime realizan lecturas de su propio consumo cultural de las que extraen conclusiones sobre su vida cotidiana y su lugar en el mundo. Por otra parte las actividades de estos fans son un claro ejemplo de las complejas relaciones entre consumidores y productores que tienen lugar en el extramado de las industrias culturales contemporáneas. (Aranda, Sánchez, & Roig, 2013, pág. 97)

2.2.7. Interacciones sociales

Dado que el cosplay al ser la actividad de disfrazarse que realizan varios grupos de personas que son afines a los cómics, manga, anime, etc. Existen muchas otras manifestaciones de esta subcultura en la que se incluyen los grupos de músicos, cinéfilos, amantes del arte en la calle, entre otros. En este espacio se producen interacciones entre personas o grupos sociales que pueden tener aproximaciones a cualquiera de estos elementos.

Cabe mencionar que la interacción social es conocida como el fenómeno por medio del que se establece una influencia social que es descubierta y apropiada por todo individuo, que conforma sociedad. Existiendo dentro de este movimiento todo tipo de interacciones sea el de la interacción por medio de la influencia mutua de persona a persona. También se evidencia la relación de una persona hacia el grupo en donde se puede observar la influencia que recibe la persona por parte del grupo, y finalmente una interacción de liderazgo, al cual es ejercida por una persona capaz de influenciar sobre el grupo.

Además se debe tener en cuenta que la aproximación a los cómics es una categoría aparte, de creencias religiosas o grupos económicos, desde luego si como individuos estas categorías no influyen en la interrelación, por lo que se puede decir también que existe diversidad de los integrantes entre los cuáles también existe interacción.

Todo individuo social ha sido influenciado al interactuar en su entorno, este hecho determina su conducta, pues es conocido que los seres humanos reaccionamos de una u otra manera frente a un estímulo, pudiendo éste ser muy variado y diverso., y de su intensidad, fuerza suavidad o característica dependerá nuestra respuesta.

Por lo tanto la actitud que nosotros pongamos frente a determinada circunstancia de la vida, esto en muchas ocasiones determinará nuestra conducta, comportamiento y hasta establecerá nuestro carácter, nuestra personalidad, lo que nos dará un sello único como individuos.

Las personas que desean participar también tienen un papel importante, pues se encargarán de preservar el movimiento a través de los años y es otra forma de interacción social en la que se capta o no la atención y en donde se produce o no la aceptación.

Por todas estas afirmaciones se puede decir que el ser humanos tiene diferentes maneras de interactuar en sociedad y adoptará un rol y una forma dependiendo de las circunstancias, lugar, hecho vivencia por la cual este inmerso o atravesando, es decir que no tendrá el mismo comportamiento en el ambiente familiar, como en el escolar o laboral dependiendo de las circunstancia que motive su conducta.

CAPÍTULO 3

PRODUCTO AUDIOVISUAL PROYECTO COSPLAY

3.1. Conceptual video

3.1.1. ¿Qué es video y para qué sirve?

Dentro de las amplias formas y maneras de comunicación, la audiovisual hoy en día ha tomado gran afluencia como medios de expresión, pues hoy en todos los ámbitos el impacto de la imagen es más importante. De esta manera se puede contar historias, crear productos, promocionar, dar a conocer aspectos sociales, problemáticas y demás.

Según la enciclopedia en línea Wikipedia, “La palabra vídeo hace referencia a un proceso de registro de imagen y sonido electromagnético. Puede referirse al soporte de registro llamando así a la videocasete o al equipo encargado de la grabación llamado en el entorno profesional magnetoscopio.

El vídeo tomado en cuenta como sistema de comunicación audiovisual está integrado por una serie de subsistemas:

Auditivos (música, palabra oral, música, ruidos e inclusive el silencio)

Visuales (gráficos, objetos, animaciones, fotos, luz, etc.)

Movimiento (duración -tiempo-; distancia –espacio.)

El video sirve para transmitir ideas o sensaciones, ajustándolas a la capacidad del ser humano para percibir las y comprenderlas. Además el video puede simbolizar la realidad de tal modo que el espectador se sienta identificado con lo que mira y escucha, captando atención y despertando emociones.

Entonces brevemente video es un medio audiovisual que permite elaborar un mensaje a través de la grabación de imágenes y sonidos compuestos por secuencias con la finalidad de construir una escena.

3.1.2. Forma comunicacional y audiovisual del video

El lenguaje audiovisual es una manera de comunicación la cual nos permite construir un mensaje por medio de la interacción entre el sonido y la imagen que se desenvuelve dentro de un contexto secuencial, de tal manera que ambos elementos estén presentes a la vez.

Los mensajes proporcionados a un receptor pueden llegar de manera verbal y escrita. Sin embargo, en la actualidad el lenguaje que más se emplea es el lenguaje audiovisual.

Los medios de comunicación son las herramientas que representan la información que se quiere transmitir a través del lenguaje audiovisual, y son elementos importantes en el proceso de socialización de las personas.

Aprender el lenguaje audiovisual nos hará más críticos y conscientes de las influencias de agentes educativos informales como la televisión, la radio y el cine.

En este sentido, en el lenguaje audiovisual la imagen es la fuerza. Sin embargo la música, los efectos sonoros, los ruidos y los silencios colaboran en la transmisión del mensaje, no como complemento sino conformando realmente el mensaje, es decir, que la fusión de todos estos elementos, da forma al mensaje como tal.

Por ello la imagen es cuidadosamente escogida para transmitir lo que realmente queremos comunicar.

En este caso cuidaremos varios elementos como: el uso y elección del color, el encuadre, las proporciones, las líneas, formas, tipo de planos, ángulos, movimientos de cámara, efectos especiales y transiciones, entre otros.

3.1.3. Video reportaje

El reportaje es un género complejo que se construye para extender la noticia, de manera que se trabaje profundamente en las fuentes.

También el reportaje puede girar en torno a una persona, a un objeto, una situación, un problema, una idea o una organización, puede ser histórico o actual, explorar conceptos o mostrar cómo se hace algo.

El reportaje profundiza en las causas de los hechos, explica los detalles, reproduce ambientes sin distorsionar la información; ésta se presenta en forma amena y atractiva, de manera que capte la atención del público, es ante todo, una creación

personal, una forma de expresión periodística que además de los hechos recoge la experiencia personal del autor como informador. (Hilliard, 2000)

3.1.3.1. Estructura del video reportaje

- Decidir el tema. ¿qué se desea mostrar?
- Mostrar más que un punto de vista.
- Título
- Idea
- Enfoque
- Localización
- Tiempo grabación
- Duración

3.1.3.2. Elementos del video reportaje

Según Matheus Nascimento (2012):

Existen varios tips para la realización de un video reportaje, pese a que todos en su gran mayoría son semejantes, no hay una regla universal para la elaboración, ya que esta está sujeta a cada dirección.

Pero se ha tomado en cuenta los siguientes elementos: principio, desarrollo y desenlace.

Cabeza o entrada

Es una breve explicación del tema que se tratará, preparando al telespectador para recibir información de contenido subjetivo.

Se lo puede hacer con voz en OFF una entrada con el reportero, una música solamente, secuencia de imágenes y con audio del evento combinado con imágenes.

Pasaje

Son las intervenciones del reportero, donde el mismo aparece en la escena, para

reforzar y decir que él está ahí.

OFF

La parte donde el reportero o la persona entrevistada habla y aparecen solamente imágenes con su voz en OFF.

Entrevista o declaración

Momento donde aparece la persona involucrada en el reportaje contestando preguntas del reportero.

Las entrevistas pueden ser cortadas intercalando con imágenes. En estos casos entra OFF de la entrevista o de la declaración en el contexto.

Cierre

Conclusión de la materia, con las posibles consecuencias. Puede ser hecho en OFF con imágenes o un pasaje del reportero cerrando el tema. Todos esos elementos se presentan en reportaje de forma combinada, pero en algunas veces se repiten más de una vez, dependiendo del contexto y la presentación de la noticia.

3.2. El cosplay dentro del video reportaje

Hacer cosplay es interpretar a un personaje de anime, comic, video juegos y cine. Esto implica la elaboración de su traje.

Actualmente en el Ecuador las convenciones cosplay han crecido y convocan a cientos de personas que gustan de la cultura japonesa.

La necesidad de visibilizar este movimiento cultural es porque el cosplay es diversión y no una competencia. En las convenciones se puede observar las practicas comunicacionales, las personas son más alegres y abiertas al dialogo.

Para ello realizaremos un video reportaje en donde se evidencie las prácticas comunicativas, simbólicas y culturales dentro del movimiento cosplay y su proceso de reconocimiento en la sociedad Ecuatoriana.

3.3. Identidad e imagen del video reportaje “proyecto cosplay”

Partiendo de nuestra investigación y conociendo la identidad de los cosplayer, comprendimos sus imaginarios del porque se visten así y entendimos su postura de tomar como influencia a la cultura japonesa.

Es por esa razón que realizaremos la identidad e imagen partiendo desde el logotipo hasta la realización del video reportaje.

Con el fin de que el mismo se identifique de manera eficaz con el tema y con los seguidores del movimiento cosplay.

Como estudiantes de comunicación social mención producción Multimedia para que un producto logre su éxito nos corresponde el diseño del producto que sea de manera llamativa y que provoque interés en las personas.

La identidad e imagen responde al significado y propósito de una empresa o entidad, con el fin de conseguir una respuesta positiva del mercado y conservar su preferencia. Utilizando campañas comunicacionales y así promocionar el producto final de la compañía.

Se busca que el presente video reportaje logre llegar a multitudes y facilitar un reconocimiento de lo que es la cultura otaku en el movimiento cosplay.

3.3.1. Nosotros: misión y visión “proyecto cosplay”

Misión

El proyecto de investigación tiene como producto audiovisual el video reportaje sobre el movimiento cosplay en Quito-Ecuador.

El equipo de investigación da prioridad a la comunidad otaku, desde la transformación del ser hasta las prácticas comunicacionales y sus representaciones sociales en el movimiento cosplay.

Visión

Nuestro objetivo es investigar el proceso de reconocimiento en la sociedad ecuatoriana y construir un video reportaje utilizando todas las herramientas audiovisuales.

Se busca que el video reportaje llegue a multitudes y facilite un reconocimiento de lo que es la cultura otaku en el movimiento cosplay.

3.3.2. Objetivo de la identidad e imagen

- Innovar una herramienta de imagen a partir del punto de vista del público, para que asegure su rápida identificación con el contenido.
- Dar a entender cómo se debe manejar un logo para establecer una marca en el campo social o comercial.
- Aplicar la imagen a las necesidades corporativas.

3.3.3. Manual de uso del logotipo

El objetivo del uso del logotipo, pretende establecer las condiciones que regulen la calidad, integridad y credibilidad del uso de los signos o distintivos, para garantizar que éstos sean adecuadamente identificados, entendidos, difundidos.

Occi Olachea, (2014) el logotipo es una gráfica, texto, símbolo, emblema o marca única que otorga origen, identidad y propiedad a las empresas. Su función principal es distinguir una empresa y penetrar gradualmente en el conocimiento de las personas.

El objetivo de un logotipo es actuar como un dispositivo que activa la memoria para comunicar el pensamiento o sentimiento que se desea transmitir y para generar la respuesta emocional deseada.

Tipos de logotipo respecto a su forma

Simbólico

Logotipos que son solo un símbolo, fuera de serie, sencillo y que es emblemático de una empresa en particular que utiliza esta imagen literal o abstracta y sin texto, dejando espacio para una más amplia interpretación de lo que representa.

Tipográfico

Logos cuyo diseño es solo de texto con un estilo tipográfico especial y modificado ligeramente en su forma en algunos casos.

Simbólico y tipográfico

Logotipos diseñados con texto y un símbolo alrededor de su tipografía que significan la imagen de la marca. Este tipo de logos clarifican muy bien a lo que se dedican.

Emblema

Un emblema tiene texto y símbolos también, pero en este tipo la tipografía se encuentra en el interior del símbolo.

Cabe señalar la importancia que desempeña el color dentro de la comunicación, sea tanto mediante signos no lingüísticos los cuales aportan en gran riqueza a la hora de transmitir mensajes, por ello es importante encontrar los colores adecuados para un proyecto.

3.3.4. Denotación y connotación de la imagen

Denotativo

Un logo construido a partir del icono de la cabeza de un gato como fondo y en la parte superior una vivienda antigua al estilo japonés. A todo esto se reúne la tipografía arial black y Saiyan-Sans con el contenido “proyecto cosplay”.

Connotativo

La imagen de una compañía que registra las convenciones de cosplay.

3.3.5. Diseño del logo

Logotipo versión color y en negativo

COLOR



NEGATIVO



Figura 1. Colores del logo “proyecto cosplay”

Elaborado por: Franklin Iza

3.3.6. Tipografía y color

En el logo se utilizaron dos tipos de fuentes:

La palabra “proyecto” tiene un tipo de fuente arial black

La palabra “cosplay” tiene un tipo de fuente saiyan-sans

Color CMYK

Los colores se relacionaron al logo del anime Dragon Ball

Logo construido con seis colores: azul, negro, amarillo, rojo, tomate y blanco

	CYAN	95		CYAN	86		CYAN	9		CYAN	0		CYAN	0
	MAGENTA	70		MAGENTA	85		MAGENTA	0		MAGENTA	95		MAGENTA	95
	AMARILLO	50		AMARILLO	79		AMARILLO	95		AMARILLO	95		AMARILLO	95
	NEGRO	15		NEGRO	100		NEGRO	0		NEGRO	0		NEGRO	2

Figura 2. Porcentajes del color en CMYK, para el logo “proyecto cosplay”

Elaborado por: Franklin Iza

3.3.7. Aplicaciones

Hoja membretada, tamaño A4



Figura 3. Hoja membretada para cartas y oficios “proyecto cosplay”

Elaborado por: Franklin Iza

Tarjeta de presentación

Tamaño 9.0 x 5.5 cm



Figura 4. Tarjeta de presentación de los realizadores del “proyecto cosplay”

Elaborado por: Franklin Iza

Carpeta corporativa

Tamaño 46 x 32 cm.



Figura 5. Carpeta para guardar cartas del “proyecto cosplay”

Elaborado por: Franklin Iza

Cartel A3

Tamaño 32 x 45 cm.



Figura 6. Afiche del “proyecto cosplay”

Elaborado por: Franklin Iza

Caratula para DVD

Tamaño 11 x 11 cm.



Figura 7. Caratula del Dvd “proyecto cosplay”

Elaborado por: Franklin Iza

Portada caja de DVD

Tamaño 26 X 18 cm.

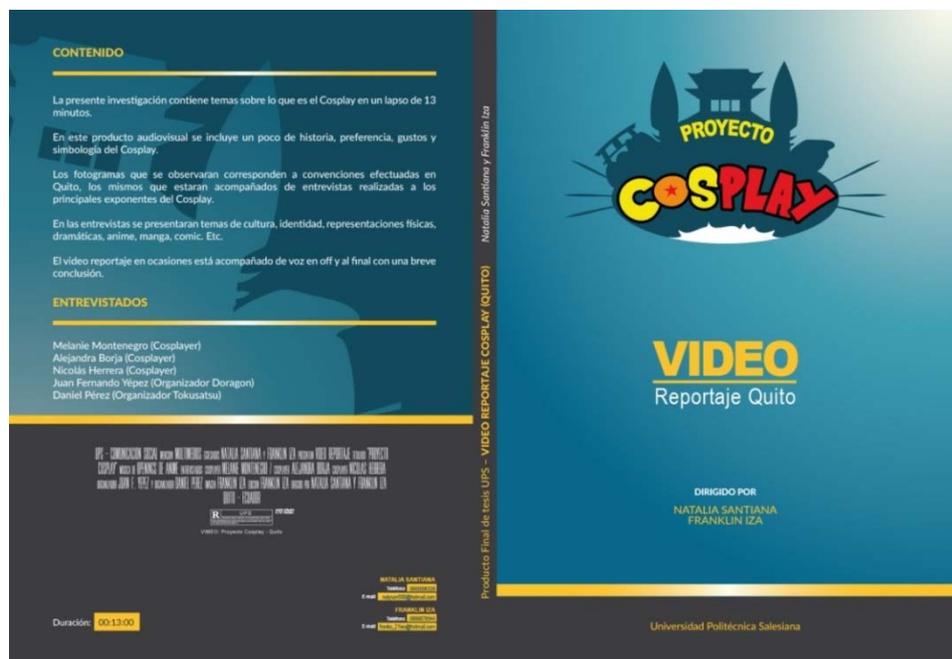


Figura 8. Portada para la caja del DVD “proyecto cosplay”

Elaborado por: Franklin Iza

Escarapela de identificación

Carrera de comunicación social Mención multimedios

Escarapela personal y Exclusiva debe presentarse con documento de identidad



Figura 9. Escarapela para ingresar a convenciones “proyecto cosplay”

Elaborado por: Franklin Iza

3.4. Video reportaje “proyecto cosplay”

3.4.1. Preproducción

Tabla 1.

Target

Edad	10 a 30 años
Genero	M - F
Nivel socio-económico	Cualquiera
Nivel de instrucción	Primario, secundario y Universitario
Ubicación	Quito - Ecuador
Idioma	Castellano
Formato	Video reportaje

Nota: Publico objetivo

Elaborado por: Natalia Santiana

Objetivo

Producción de un video reportaje sobre el movimiento cosplay, y sus representaciones y construcciones culturales.

Idea

El punto de arranque se da con la interrogación de saber cómo surge el cosplay en nuestro país más allá de que algunos lo vean como moda. En realidad es simbolismo y semiótica que se va estableciendo como medio de identificación en la sociedad quiteña.

3.4.2. Características del video reportaje

- Enfoque comunicacional para innovar ideas. El Investigar la vida de los otakus permite construir nuevos formatos para identificar y forjar la identidad. Como dice Patricio Guerrero: “No existe individuo, ni grupo social que carezca de identidad, puesto que sin ella no es posible la existencia de la vida social.
- De esta manera se brinda un apoyo a la ciudadanía responsable, a mirar a todas las culturas como entidades comunicacionales y expresivas que aportan al futuro del buen vivir.
- El video reportaje procurara profundizar en las causas de los hechos, explicar los inicios del cosplay, analizar su simbología, sumergirse y ser partícipes de los eventos cosplay sin distorsionar la información; de manera que atraiga la atención del público.
- El producto final será ante todo, una creación personal, una forma de expresión periodística que además de los hechos, recoge la experiencia personal de cada otaku participe de su cultura convirtiéndolo en un informador.
- El valor del video reportaje se medirá cubriendo aspectos como: satisfaciendo

las principales preguntas de interés cultural que se generan alrededor de movimiento cosplay, sin embargo se dejara preguntas abiertas para que los destinatarios tengan el interés de investigar más y saquen sus propias conclusiones.

- El video reportaje no generara conflictos o controversia, con las demás culturas creando un ambiente de interculturalidad que promueva un cambio, puntual y próximo.
- Cumpliendo todos estos puntos se asegurara la fidelidad al movimiento cosplay, a su significación y trascendencia de la información: Precisión en el registro de datos, cifras, informaciones y en las declaraciones de los entrevistados.
- No solo será un proceso de observación sino que seremos partícipes de los eventos a realizarse en Quito para poder sacar conclusiones, y de esta manera prever las consecuencias que el reportaje pueda llegar a tener en la educación y como recurso didáctico.

3.4.3. Estructura narrativa del video reportaje

Intro: logo cosplay

Apertura: resumen convenciones cosplay

Desarrollo: entrevistas sobre el cosplay y organizadores

Desenlace: conclusion

3.4.4. Guión.

Guion/secuencias del video reportaje “proyecto cosplay”

Dirección: Natalia Santiana y Franklin Iza

Guionista: Natalia Santiana y Franklin Iza

Producción y realización: Natalia Santiana y Franklin Iza

Duración: 13min **Año:** 2014 (Quito-Ecuador)

SEC.01 INTRO

Esc.01. Duración: 05s

Imágenes:

Universidad Politécnica Salesiana

Presenta

Locución: ninguna

Música: El increíble castillo vagabundo - Joe Hisaishi (Studio Ghibli)

Esc.02. Duración: 15s

Imágenes:

Logo proyecto cosplay

Locución: ninguna

Música: El Increíble Castillo Vagabundo - Joe Hisaishi (Studio Ghibli)

ESC.03 Duración: 10s

Imágenes:

Movimiento juvenil

Locución: ninguna

Música: El increíble castillo vagabundo - Joe Hisaishi (Studio Ghibli)

SEC.02 PRESENTACIÓN

Esc.01. Duración: 20s

Día/interior

Sala de grabación

Imágenes:

Presentadora en plano medio

Locución:

Presentadora: Hombres y mujeres, jóvenes en su mayoría dejan de ser ellos para convertirse en sus personajes de ficción favoritos.

Te invitamos a conocer esta nueva manera de entretenimiento que se ha apoderado de nuestro país.

Bienvenidos a un mundo de ficción que cobra vida.

Bienvenidos al proyecto cosplay.

Música: saint seiya (pegasus fantasy)

Esc.02. Duración: 50s

Día/interior

Convenciones

Imágenes:

(Recopilación de imágenes cosplay grabadas en convenciones)

Locución: ninguna

Música: saint seiya (pegasus fantasy)

1. SEC.03 DESARROLLO

Esc.01. Duración: 25s

Día/interior

Estudio de grabación

Imágenes:

(Presentadora) plano medio 3/4

Locución:

Presentadora: Dar vida a personajes de ficción forma parte de una nueva tendencia juvenil, los disfraces, los vestidos, las pelucas y cientos de dólares invertidos dan lugar a una transformación que sobrepasa la realidad.

Estos insumos son tan solo algunos de los productos comerciales que hoy en día seducen a los jóvenes a participar en una nueva cultura y que poco a poco se está apoderando de las nuevas generaciones, y han transformado por completo su manera de pensar.

Música: saint seiya (pegasus fantasy)

Esc.02. Duración: 25s

Día/interior

Cabina de grabación

Imágenes:

(Voz en off con imágenes de cosplayer en convenciones)

Locución: voz en off

Presentadora: Cosplay se deriva de las palabras costume que significa disfraz y play juego, por lo que su traducción definiría a juego de disfraces.

Pues es el cosplay la nueva forma de expresión juvenil, que consiste en interpretar en aspecto, forma de vida y actitud algún personaje de ficción, aunque, esto implique invertir tiempo y dinero. Al final se convierte en una pasión.

Música: saint seiya (pegasus fantasy)

Esc.03. Duración: 15s

Día/interior

Computadora

Imágenes:

(Como referencia: videos de programas de anime, comics, manga y videojuegos etc.)

Locución: voz en off

Presentadora: Este movimiento apareció aproximadamente en los años 70 en Japón y ha llegado al Ecuador como un tendencia relativamente nueva, en la cual, el número de seguidores se ha aumentado considerablemente.

¿Pero cómo se definen a sí mismos?

¿A quiénes representan?

Conozcámoslo a continuación

Música: saint seiya (pegasus fantasy)

SEC.04 ENTREVISTAS

Esc.01. Duración: 30s

Día/interior

Casa de Melanie Montenegro (entrevistada)

Imágenes:

¿Qué es ser cosplayer?

(Melanie Montenegro en plano medio mezclado con imágenes de su habitación).

Locución:

Melanie Montenegro: Ser cosplayer para mí es interpretar un personaje con el que tú te sientes identificado y hacerlo a tu manera.

Es decir tú empleas mucha imaginación para realizar los trajes, porque no existe una forma determinada un solo camino, sino que tú puedes ver varios métodos y básicamente con lo que este a tu alcance.

Para mí ser cosplayer significa expresarte de una manera diferente, salir de la rutina, porque es una actividad yo creo que muy interesante y no es como algo que uno haría normalmente.

Música: saint seiya (pegasus fantasy)

Esc.02 duración: 10s

Día/interior

Casa de Alejandra Borja (entrevistada)

Imágenes:

¿Qué es ser cosplayer?

(Alejandra Borja en plano medio).

Locución:

Alejandra Borja: Para mí ser cosplayer es identificarse con un personaje y traerlo a la realidad y hacer que la gente sienta que está a lado de ese personaje.

Música: saint seiya (pegasus fantasy)

Esc.03. Duración: 05s

Día/interior

Casa de Nicolás Herrera (entrevistado)

Imágenes:

¿Qué es ser cosplayer?

(Nicolás Herrera en plano medio, mezclado con las figuras de anime de su habitación).

Locución:

Nicolás Herrera: Para mi cosplay es traer a la vida a un personaje de la ciencia ficción a la vida real.

Música: saint seiya (pegasus fantasy)

Esc.04. Duración: 15s

Día/interior

Casa de Melanie Montenegro (entrevistada)

Imágenes:

(tild a Melanie Montenegro en un ángulo contrapicado con su traje de miku hatsune de senbonzakura).

Locución: ninguno

Música: saint seiya (pegasus fantasy)

Esc.05. Duración: 25s

Día/interior

Casa de Melanie Montenegro (entrevistada)

Imágenes:

¿Qué quieres transmitir?

(Melanie Montenegro con el traje de miku hatsune de senbonzakura en plano medio, mezclado con imágenes en plano entero de su traje y su caracterización).

Locución:

Melanie Montenegro: busco transmitir que cualquier persona es capaz de hacer lo que se proponga, es lo que yo pienso, es un mensaje poco raro a través del cosplay, pero yo pienso que es cierto porque cuando tú ves un arma o vez un traje tu buscas la manera de hacerlo, entonces dices mmm esto sería bien de esta forma o mi amiga me puede ayudar haciendo esto o escuchado que lo puedo hacer de tal forma, entonces tú buscas y te das maneras para lograr un objetivo.

Música: saint seiya (pegasus fantasy)

Esc.06. Duración: 20s

Día/interior

Casa de Alejandra Borja (entrevistada)

Imágenes:

¿Qué quieres transmitir?

(Alejandra Borja en plano medio, mezclado con la caracterización de su personaje rurouni kenshin - samuray x en plano entero).

Locución:

Alejandra Borja: La identidad del personaje, intento ser lo más fiel posible al personaje y entonces es eso de sacarlo a la vida real es como un live action.

Música: saint seiya (pegasus fantasy)

Esc.07. Duración: 55s

Día/interior

Casa de Nicolás Herrera (entrevistado)

Imágenes:

¿Qué quieres transmitir?

(Nicolás Herrera en plano medio, mezclado con la caracterización de su personaje de assassins creed en plano entero).

Locución:

Nicolás Herrera: yo quiero transmitir que osea todas las personas pueden hacer ese tipo de cosas osea que no solo los otakus los freke hacen cosplay sino que todos pueden hacerlo y no necesariamente pueden hacer un cosplay de un personaje de anime, video juegos o comic sino que también un personaje de una actriz de hollywood un actor de hollywood de películas de series televisadas como en muchos casos he visto cosplay de doctor house he visto cosplay reciente de gotan osea con esto quiero demostrar que todos pueden hacer cosplay osea que nos es algo raro osea es algo

muy normal como igual nosotros como igual ver a las culturas como son los hoperos a las culturas como son los rockeros otro tipo de subculturas como son los goticos es algo normal y también aca se trata de transmitir a las personas que no es nada del otro mundo y que todos podemos realizar.

Música: butter fly - digimon

SEC.05 CONVENCIONES ORGANIZACIÓN

Esc.01. Duración: 20s

Día/interior

Sala de video

Imágenes:

Presentadora y planos (animación)

Locución:

Presentadora: Una vez creado el personaje no se oculta entre cuatro paredes, por el contrario sale al mundo real para darse a conocer y compartir con personas que conllevan este gusto.

Y su lugar de encuentro son las “convenciones”.

Que son espacios de recreación y entretenimiento en donde se pueden expresar libremente, y dar rienda suelta a su imaginación y creatividad.

Música: butter fly – digimon

Esc.02. Duración: 25s

Día/interior

Cabina de grabación

Imágenes:

(Voz en off y se pasa imágenes de las convenciones).

Locución:

Presentadora: En Quito se vienen desarrollando convenciones en un promedio de uno por mes, es aquí en donde los fanáticos del comic, manga, kpop, videojuegos, y

demás se dan cita para compartir sus mismas aficiones, mediante concursos, presentaciones, con invitados de la industria del video, actores de doblaje y grandes exponentes del cosplay.

Además se complementan con la venta de artículos, comidas, posters, trajes, y más. Eventos de asociaciones como el grupo Asa No Inori, Doragon, Ichiban, y Tokusatsu se han ubicado entre los más representativos realizados en nuestra ciudad, el esfuerzo de jóvenes ha sido el que ha logrado que estas convenciones se vuelvan atractivas, pese a las limitaciones de no contar con auspicio de importantes entidades.

Música: butter fly - digimon

Esc.03. Duración: 35s

Día/interior

Universidad de las Américas

Imágenes:

¿Cuentan con algún tipo de colaboración?

(Entrevista a Juan Fernando Yépez organizador del grupo doragon en plano medio).

Locución:

Juan Fernando Yépez: No, no realmente los eventos los organizamos netamente todo el grupo Doragon como te decía al principio solo éramos Fabián y yo pero ahora como los eventos son más grandes siempre desde el primer evento hubo gente que nos apoyó y ahora decidimos hacerlos participes mucho más cercanos y hemos decidido conformar el grupo Doragon y de nuestros bolsillos realmente es de donde se financia todo, no tenemos apoyo ni gubernamental, ni tampoco de empresas privadas más allá de lo que se cobra el valor por los stands, el resto todo se financia netamente de nuestros trabajos.

música: butter fly - digimon

Esc.04. Duración: 50s

Día/interior

Universidad de las Américas

Imágenes:

¿Cómo influye el cosplay?

(Entrevista a Juan Fernando Yépez organizador del grupo doragon en plano medio y con imágenes de cosplayer en convenciones).

Locución:

Juan Fernando Yépez: Creo q les ayuda un poco a describirse les ayuda un poco a expresarse, yo creo que como cualquier expresión artística es un poquito el reflejo también de la persona, a veces hay personas que se expresan con canciones, otras se expresan dibujando, otras se expresan escribiendo cosas por ejemplo los cosplayer se expresan y expresan lo que tienen en su interior a través del arte de vestirse y de interpretar a su personaje favorito, entonces me parece que es una herramienta de escape muy chévere, muy sana y que posibilita que todos estos jóvenes que en su mayoría son jóvenes logren decir, expresar lo que ellos creen lo que ellos sienten hacia el mundo que lo rodea.

Música: butter fly - digimon

Esc.05. Duración: 50s

Día/interior

Universidad de las Américas

Imágenes:

¿Hay transformación de ser?

(Entrevista a Juan Fernando Yépez organizador del grupo doragon en plano medio y con imágenes de cosplayer en convenciones).

Locución:

Juan Fernando Yépez: Es indudable eso, yo conozco a muchísimos cosplayer varios de mis mejores amigos del ámbito otaku son cosplayer entonces yo conozco mucha gente que es introvertida en el día a día, pero cuando tú los veas con el traje son completamente otra persona se acercan se toman fotos e interpretan se suben al escenario cosas que tal vez en el día a día no lo hacen, esa es la magia precisamente del cosplay jugar a que eres otra no solo en la parte visual sino también en tu carácter en tu forma de ser y creo que eso ayuda a que personas que sean tal vez muy tímidas o personas que diariamente no pueden expresarse de una mejor manera a través del

cosplay lleguen a trascender un poco más en nuestra actividad.

Música: butter fly - digimon

Esc.06. Duración: 35s

Día/interior

Juzgados transito

Imágenes:

¿Qué es hacer cosplay?

(Entrevista a Daniel Pérez organizador del grupo tokusatsu ecuador en plano medio y con imágenes de cosplayer en convenciones).

Locución:

Daniel Pérez: Hacer cosplay para mí significa ser tú mismo por un momento a la vez que estas siendo otra persona entonces es un modo de expresarte, es un modo de sacar hacia el exterior una parte de tu personalidad que generalmente no muestras, es una forma de liberarte un poco hacia la sociedad y hacia el mundo que te rodea.

Música: mighty morphin (power rangers)

Esc.07. Duración: 35s

Día/interior

Juzgados transito

Imágenes:

¿Cómo influye el cosplay?

(Entrevista a Daniel Pérez organizador del grupo tokusatsu ecuador en plano medio y con imágenes de cosplayer en convenciones).

Locución:

Daniel Pérez: Es un gran apoyo, no porque te permite expresarte solamente sino porque te permite desarrollar talentos la base fundamental del cosplay es que tú tienes que hacer algo de los trajes algo de los accesorios entonces una persona que hace cosplay comienza a desarrollar varias habilidades electricidad, carpintería, costura, corte y confección, artesanías entonces no solamente te ayuda a expresarte a

ti mismo sino te ayuda a desarrollar habilidades que te pueden ser útiles en otros campos.

Música: mighty morphin (power rangers)

SEC.06 MENSAJES Y CONCLUSIONES

Esc.01. Duración: 25s

Día/interior

Sala de video

Imágenes:

Presentadora y planos (animación)

Locución:

Presentadora: El ser cosplayer es una forma de vida por ello representa mucho más que llevar un disfraz, una peluca o una armadura, significa estudiar y ensayar por mucho tiempo al personaje para comportarse y actuar como él.

El realizar cosplay te lleva a romper esquemas, a ir contra corriente para ser lo que quieras ser, aunque sea simplemente para cumplir algo que no deja de ser ficción.

Música: mighty morphin (power rangers)

Esc.02. Duración: 40s

Día/interior

Casa de Melanie Montenegro (entrevistada)

Imágenes:

Un mensaje

Melanie Montenegro en plano medio con el traje de miku hatsune de senbonzakura e imágenes de su caracterización.

Locución:

Melanie Montenegro: Yo les diría que antes de emitir una opinión primero deberían conocer acerca del tema un poco mas no lo que parece a simple vista sino hablar con alguien que practique esta actividad o que esté familiarizado, porque en realidad no hacemos nada malo yo pienso que esta es una actividad muy saludable porque como

dije no salimos así que estamos por las calles con otras personas sino nos divertimos con nuestros amigos en convenciones desarrollamos nuestras habilidades al elaborar estos trajes o al elaborar accesorios y lo que mencione igualmente que es aprender a cumplir un objetivo trazarse un objetivo y hacer todo lo posible para cumplirlo.

Música: mighty morphin (power rangers)

Esc.03. Duración: 30s

Día/interior

Casa de Alejandra Borja (entrevistada)

Imágenes:

Un mensaje

(Alejandra Borja en plano medio).

Locución:

Alejandra Borja: Es algo creativo, es algo que no, no es como irse a tomar todos los días o irse a fumar todos los días es algo que nos hace dedicar tiempo es algo que nos hace escapar de esa rutina diaria de ir a la universidad de ir al trabajo y es algo productivo en si porque nos ayuda, con esto simplemente de hacer los accesorios ya es como un estímulo mental.

Música: mighty morphin (power rangers)

Esc.04. Duración: 20s

Día/interior

Casa de Nicolás Herrera (entrevistado)

Imágenes:

Un mensaje

(Nicolás Herrera en plano medio con su traje de assassins creed).

Locución:

Nicolás Herrera: Más que todo que esto no es nada raro, no es nada fuera de lo común, que es más, es algo divertido yo les invitaría a las personas que lo prueben, al inicio como que no les va a gustar, ósea mientras hagan el traje no les va a gustar

pero cuando ya lo prueben y ya tengan hecho el traje puesto, no van a parar de hacer cosplay.

Música: mighty morphin (power rangers)

Esc.05. Duración: 25s

Día/interior

Sala de video

Imágenes:

(Presentadora y plano medio con animación)

Locución:

Presentadora: El cosplay pone a nuestro alcance una ficción; es una manera para decir, sin usar palabras, que la narrativa fantástica sigue alimentando nuestra imaginación

Analizándolo desde todo punto de vista consideraremos entonces que la práctica cosplay a más de ser un aspecto social y cultural, constituye un pasatiempo sano, y sobre todo divertido.

Pues la tolerancia y la aceptación serán la clave para mejorar nuestra sociedad.

Música: mighty morphin (power rangers)

SEC.07 CRÉDITOS

Esc.01. Duración: 50s

Día/interior

Computadora

Imágenes:

(Textos de créditos combinadas con imágenes making of).

Proyecto cosplay

Dirigido por

Natalia Santiana & Franklin Iza

Imagen & Edición

Franklin Iza

Agradecimientos

Melanie Montenegro (cosplayer)

Alejandra Borja (cosplayer)

Nicolás Herrera (cosplayer)

Juan Fernando Yépez (organizador doragon)

Daniel Pérez (organizador de tokusatsu)

Presentadora

Natalia Santiana

Música

Intro & marvel: El increíble castillo vagabundo - joe hisaishi

Primer tema: Saint seiya (pegasus fantasy)

Segundo tema: Butter fly (digimon)

Tercer tema: Mighty morphin (power rangers)

Entrevista Melanie Montenegro: Miku hatsune – senbonzakura

Entrevista Alejandra Borja: Rurouni kenshin - samurai x

Entrevista Nicolás Herrera: Epic assassins creed rap instrumental

Entrevista Daniel Pérez: Mighty morphin (power rangers)

Créditos: Adrián Barba - el poder es nuestro

Quito- Ecuador

Mayo – Noviembre

(2014)

Ser otaku es ser un mundo de sonrisas

Locución:

Ninguna

Música:

Adrián Barba - el poder es nuestro.

Duración total del video: 13m

3.4.5. Escaleta

Tabla 2.

ESC	SEC	IMAGEN	AUDIO	EQUIPO TECNICO	TIEMPO
INTRODUCCION					
1	1	Introducción: Logo animado y presentación “Movimiento Juvenil”	Musicalización: Cortina musical (El Increíble Castillo Vagabundo - Joe Hisaishi (Studio Ghibli))	Computadora, Animación	30s
2	1	Interior/ Cabina de grabación Presentadora: Natalia Santiana Plano Medio	Locución de texto	Computadora; animación. Cámaras Canon 60D, Canon T3i y micrófono zoom H1 (grabadora de audio portátil), Trípode	20s
DESARROLLO					
3	1	Interior/ Cabina de grabación Presentadora: Natalia Santiana Plano Medio	Locución	Computadora. Cámaras Canon 60D, Canon T3i y micrófono zoom H1 (grabadora de audio portátil),	25s

				Trípode	
4	1	Int Recopilacion de imágenes de cosplay en eventos	Texto en voz en off	Micrófono	25s
4	2	Int /Set de Grabación Animación de videos, programas anime comics, etc Croma	Texto en Voz en off	Computadora, animación Set de Video Cámaras Canon 60D, Canon T3i y micrófono zoom H1, Trípode	15s
ENTREVISTAS					
5	1	Int / Dia Casa de Melanie Montenegro Planos: Entero, medio, primer plano	Entrevista.	Cámaras Canon 60D, Canon T3i y micrófono zoom H1, Trípode	30s
5	2	Int/Dia Casa de Nicolas Herrera. -Alejandra Borja -Nicolas Herrera Planos: Medios, enteros, detalle	Entrevista	Cámaras Canon 60D, Canon T3i y micrófono zoom H1, Trípode	15s
5	3	Int/Dia Casa de Melanie Montenegro Planos: Medios, enteros,	Cortina Musical Saint Seiya (Pegasus Fantasy)	Cámaras Canon 60D, Canon T3i y Trípode	15s

		Contrapicado			
5	4	Int/Dia Casa de Nicolas Herrera. -Alejandra Borja -Nicolas Herrera Planos: Medios, enteros, detalle	Entrevista	Cámaras Canon 60D, Canon T3i y Trípode micrófono zoom H1,	1m25s
CONVENCIONES					
6	1	Interior/ Cabina de grabación Presentadora: Natalia Santiana Plano Medio	Locución	Computador, Animación. Cámaras Canon 60D, Canon T3i y Trípode y micrófono zoom H1	20s
7	1	imágenes de las convenciones	Texto Voz en Off	Cabina de grabación. micrófono zoom H1	25s
8	1	Interior, Dia Universidad de las Americas Juan Fernando Yépez organizador del grupo Doragon en plano medio	Entrevista	Cámaras Canon 60D, Canon T3i y micrófono zoom H1, y Trípode	2m20s
9	1	Interior, Dia Juzgados de transito Daniel Pérez organizador del grupo Tokusatsu	Entrevista	Cámaras Canon 60D, Canon T3i y micrófono zoom H1, y	1m10s

		Ecuador en plano medio y con imágenes de cosplayer en convenciones		Trípode	
CONCLUSIONES					
10	1	Interior/ Cabina de grabación Presentadora: Natalia Santiana Plano Medio	Locución	Computadora, Animación. Cámaras Canon 60D, Canon T3i y micrófono zoom H1, y Trípode	25s
11	1	Int/Día Casa de Melanie Montenegro Planos: Medios, enteros.	Entrevista	Cámaras Canon 60D, Canon T3i y micrófono zoom H1, y Trípode	40s
12	1	Int/Día Casa de Nicolas Herrera. -Alejandra Borja -Nicolas Herrera Planos: Medios, enteros, detalle	Entrevistas	Cámaras Canon 60D, Canon T3i y micrófono zoom H1, y Trípode	50s
13	1	Interior/ Cabina de grabación Presentadora: Natalia Santiana Plano Medio	Locución	Computadoras , Animación, Cámaras Canon 60D, Canon T3i y micrófono	25s

				zoom H1, y Trípode	
CREDITOS					
14	1	Textos de créditos combinadas con imágenes making of	Cortina Musical: Adrián Barba - El Poder es nuestro	Computadora, efectos, animación	50s

Nota: lista de escenas para la realización del video reportaje “proyecto cosplay”

Elaborado por: Natalia Santiana

3.4.6. Entrevistas

Entrevista formato reportaje

Entrevistadora: Natalia Santiana

Tema: cosplay

Lead: (La presentación fue la misma para todas las entrevistas)

El cosplay es una forma de expresión que cada día crece en la ciudad de Quito. Para ello entrevistaremos a sus máximos representantes y organizadores.

Enfoque:

Mostrar cuales son los puntos de vista del máximo exponente cosplay.

Conocer como esta persona aporta al cosplay e indagar si la comunicación ha sido el eje transversal del desarrollo de este movimiento.

Demostrar cuál es la ayuda para los organizadores por parte del gobierno.

3.4.7. Elementos audiovisuales: Plan de rodaje

Localizaciones

1. INT/DÍA Casa de cosplay y casa de organizador.

La nota se abrirá con un plano medio mostrando al entrevistador en su domicilio.

2. INT/DÍA Detalles de objetos cosplay.

Después la introducción se abrirán tomas detalles de sus pertenencias que le identifican como cosplay.

3. EXT/DÍA Tomas con vestimenta cosplay.

Se realizara varias tomas de la transformación a los cosplayer.

Las preguntas en las entrevistas son las siguientes:

Entrevista a cosplayer:

(Presentación)

Nombre, edad. ¿Cuánto tiempo llevas haciendo cosplay?

(Cosplay)

¿Qué significa el cosplay para ti?

¿Qué fue lo que te motivo a entrar en el mundo del cosplay?

¿Cuál ha sido tu mejor experiencia como cosplayer?

¿Cuál es tu personaje favorito y porque?

¿Compras un traje o lo realizas a mano?

¿De qué conversan los cosplay cuando asisten a una convención?

(Cosplay e identidad)

¿Por qué te sientes identificada con ser cosplay?

¿Cómo influye el cosplay en tu vida: personalidad, carácter, etc.?

¿Que sientes en el momento que empiezas a utilizar un traje?

¿Qué quieres transmitir al practicar cosplay?

¿Has sufrido un tipo de discriminación por practicar cosplay?

¿Qué es lo que te gusta de la cultura japonesa?

¿En qué se diferencia el cosplay japonés con el cosplay latinoamericano?

(Cosplay Ecuador)

- ¿Cómo crees que mira la sociedad a los cosplayer?
- ¿Qué piensa tu familia sobre el cosplay?
- ¿Cómo ves el proceso que tiene el cosplay en el Ecuador?
- ¿Qué crees que le falta al cosplay en el Ecuador?
- ¿Crees que el movimiento cosplay recibe el apoyo necesario de la sociedad o de las autoridades?
- ¿Por último cuéntanos quien está detrás del disfraz?

Sonidos:

La imagen y el sonido son vehículos de información, esta vez como sentidos de la ausencia se encargaran de la importancia del encuadre y ritmo visual.

Los mismos que serán construidos en el proceso de postproducción.

Imágenes / planos:

Domicilio o espacio a entrevistar en plano medio.

Tomas exterior planos generales.

Entrevista a organizadores de convenciones

(Presentación)

Nombre, edad.

- ¿Asociación a la que representa?
- ¿Cuál es la función que desempeña?

(Asociación y eventos)

- ¿De qué se encarga la asociación?
- ¿Cuál es el factor que ha determinado el avance de este movimiento?
- ¿Cuánto tiempo y cuantos eventos han organizado?
- ¿Cuentan con la colaboración de alguien?
- ¿Aproximadamente cuantas personas asisten a los eventos?
- ¿Han tenido dificultades para la promoción de estos eventos?
- ¿Cree usted que los organismos gubernamentales apoyan a este movimiento juvenil?

(Cosplay/ identidad)

¿Qué significa ser cosplay?

¿Cómo llegó este movimiento a Ecuador?

¿Cuáles son las principales influencias en este movimiento?

¿Cómo crees que se encuentra el desarrollo del cosplay en Ecuador?

¿Consideras que este movimiento es apoyado por la sociedad?

¿Considera usted que el cosplay aporta o influye en la personalidad de los jóvenes?

Cartas de invitación



Figura 10. Invitación para citar a las entrevistas del “proyecto cosplay”

Elaborado por: Franklin Iza

Selección de personas

Tabla 3.

Nombres de personas a entrevistar

COSPLAYER	ORGANIZADORES DE CONVENCIONES
Melanie Montenegro	Juan Fernando Yépez
Alejandra Borja	Daniel Pérez
Nicolás Herrera	

Nota: se selecciono a los máximos exponentes del cosplay.

Elaborado por: Natalia Santiana.

3.4.8. Proceso de grabación

3.4.8.1. Cámaras DSLR y grabación

Cámaras: Canon 60D y Canon T3i

Objetivos o lentes: Canon EF 50mm f/1.8 II - Canon EF-S 18-55mm f/3.5-5.6 IS II

Tamaño de grabación: 1920x1080 a 30 fotogramas por segundo.

Indicaciones:

Según el cronograma de actividades de las convenciones, se planifico lo más importante a grabar.

Se realizó prueba de sonido y balance de blancos.

Las grabaciones tuvieron hasta un máximo de 2min sin interrupción. Esto con el fin de facilitar la edición.

La cámara principal y fija con trípode fue la canon EOS 60D.

Con el canon EOS T3i se realizó a planos detalle y movimientos de cámara. Con ruptura del eje.

3.4.8.2. Luces y sonido

Para las entrevistas no se usó un rebotador. Sin embargo se buscó iluminación natural o de ambiente.

El audio de las entrevistas se grabó con la zoom H1 (grabadora de audio portátil).

Con la ayuda de un aplauso en edición se ajustó el audio con la imagen. (Simulando una claqueta).

3.4.9. Convenciones

Doragon game's party 07 Junio

Lugar: cámara de comercio de Quito

Plan de rodaje

Hora: (El evento cosplay empezará a las 15h30)

Realizar tomas de planos generales y detalle.



Figura 11. Afiche del evento doragon games party.

Elaborado por: el grupo doragon.

Ichiban cosplay 30 Agosto

Lugar: Centro Cultural PUCE (Universidad Católica Av. 12 de Octubre y Roca)

Plan de rodaje

Hora: (El evento cosplay empezará a las 15h00)

13h00 – Realizar tomas de los cosplay que se encuentren en exteriores del centro cultural.



Figura 12. Afiche del evento ichiban cosplay.

Elaborado por: el grupo ichiban.

Hariken cosplay “2” sábado 06 de septiembre

Lugar: Teatro nacional de la Casa de la cultura (Quito – Ecuador)

Plan de rodaje

Hora:

15:30 Concierto Anime (Tomodachi J-Band)

16:15 Conferencia Actrices de doblaje (Patricia Acevedo y Circe Luna)

17:30 Concurso cosplay (Individual y Grupal)



Figura 13. Afiche hariken cosplay 2.

Elaborado por: el grupo asa no inori.

3.4.10. Equipo técnico y talento humano

Necesidades técnicas

Cámaras: Canon 60D y Canon T3i

Objetivos o lentes: Canon EF 50mm f/1.8 II - Canon EF-S 18-55mm f/3.5-5.6 IS II

Tamaño de grabación: 1920x1080 a 30 fotogramas por segundo.

Necesidades humanas

Producción: Natalia Santiana y Franklin Iza

Dirección: Natalia Santiana y Franklin Iza

Fotografía: Natalia Santiana y Franklin Iza

Guion: Natalia Santiana y Franklin Iza

Audio: Franklin Iza

Montaje y edición: Franklin Iza

Imagen y diseño: Franklin Iza

Presentadora: Natalia Santiana

3.5. Producción y postproducción

Tabla 4.

Formato de grabación

Formato	.mov
Tamaño	1920x1080
Velocidad de fotogramas	30 fps
Audio cámara	no referente
Audio zoom h1	sincronización de audio en post

Nota: configuración de cámara DSLR para el rodaje.

Elaborado por: Franklin Iza

Contenido organizado por carpetas

Para poder editar videos fluidamente organizamos el material de la siguiente manera:

Creamos una carpeta con el nombre del video: “proyecto cosplay”

Dentro de ella varias carpetas: Video, fotografías, audio y música.

3.5.1. Software utilizado en la producción y post-producción



Figura 14. Programas utilizados para la realización del producto multimedia.

Elaborado por: Franklin Iza.

Adobe Photoshop CS3: Adobe Photoshop CS3 es una herramienta de edición, creación de fotos, imágenes, iconos, etc. permite editar de una manera más profesional y avanzada.

Adobe Illustrator Cs6: Adobe Illustrator es un programa de diseño para crear composiciones mediante gráficos vectoriales.

Adobe After Effects Cs6: Adobe After Effects es la herramienta de posproducción de Adobe, que permite agregar efectos especiales y retoques de video de manera profesional.

Adobe Audition Cs6: Adobe Audition es un programa para Grabar, editar y crear contenido de audio, un completo conjunto de para acelerar los flujos de trabajo de la producción de audio y ofrecer los más elevados estándares de calidad de sonido.

3.5.2. Técnicas audiovisuales

Para el video se utilizó expresiones, scripts y plugins.

Expresiones:

`loopOut("cycle")`

`loopOut("pingpong")`

`loopOut("continue")`

`loopOut("offset")`

Script:

Ease and wizz 2.0.4

Duik_14

Plugins:

Element 3D

keylight after effects cs6

Magic bullet mojo

Magic bullet photo looks

Optical flares

Trapcode particular 2.1.2

Twitch

Twixtor

VC color vibrance

Lower third o rótulo animado

Realizado en after efectos, para colocar nombres de las convenciones, nombres de entrevistados y cargos.



Figura 15. Rotulo o etiqueta para colocar nombres de entrevistados

Elaborado por: Franklin Iza

Animaciones

Intro – Personaje animado Chihiro de Studio Ghibli creado en ilustrador y animado en after effects con el script Duik 14.



Figura 16. Creación de rig para movimientos del personaje chihiro.

Elaborado por: Franklin Iza

3.5.3. Música

Intro: El Increíble Castillo Vagabundo - Joe Hisaishi

Primer Tema: Saint Seiya (Pegasus Fantasy)

Segundo Tema: Butter Fly (Digimon)

Tercer Tema: Mighty Morphin (Power Rangers)

Entrevista Melanie Montenegro: Miku Hatsune – Senbonzakura

Entrevista Alejandra Borja: Rurouni Kenshin - Samurai X

Entrevista Nicolás Herrera: Epic Assassins Creed Rap Instrumental

Entrevista Daniel Pérez: Mighty Morphin (Power Rangers)

Créditos: Adrián Barba - El Poder es nuestro.

3.5.4. Tiempo de edición

Tabla5.

Horas de trabajo

Intro logo “proyecto cosplay”	10 horas
Presentadora	15 horas
Resumen de convenciones	10 horas
Entrevistas	25 horas
Total	60 horas de edición en video

Nota: se realizo en un periodo de 9 meses. Elaborado por: Franklin Iza

Render: 00:40:00

Características de computador

Procesador: Intel core i7 velocidad 3.40 GHz

Memoria ram: 8.00 GB.

Tarjeta de Video: Geforce GTX 650

Tiempo de render: un minuto de edición equivale a 13 minutos de render

3.5.5. Ficha técnica

Tabla 6.

Personas responsables del producto.

Título	“proyecto cosplay”
Promueve	Universidad Politécnica Salesiana
Tutor	Mauro Ruiz
Dirección:	Natalia Santiana y Franklin Iza
Cámaras:	Natalia Santiana y Franklin Iza
Montaje y edición:	Franklin Iza
Guion:	Natalia Santiana y Franklin Iza
Sonido:	Franklin Iza
Presentadora:	Natalia Santiana
Imagen y edición:	Franklin Iza
Foto fija:	Franklin Iza
Duración:	13 minutos
Año de realización	2014

Nota: grupo de trabajo para realizar el video reportaje.

Realizado por: Natalia Santiana

Este audiovisual puede reproducirse para su uso educativo. Ninguna parte puede utilizarse con fines comerciales o lucrativos sin el consentimiento de los realizadores.

3.5.6. Presupuesto

Tabla 7.

Insumos económicos

Recursos	Descripción	TOTAL
Materiales	Esferos	1.50
	Resma de Papel	3.00
	Copias	10.00
	Impresiones	25.00
	Adhesivos	8.00
	Identificaciones	7.00
	Carpetas	5.00
Tecnológicos	Computadoras e Internet	1.500
	Cámara Baterías y tarjetas SD	2.500
	Micrófono	120.00
	CD	5.00
	Laptop	500.00
	Diseño y Edición	100.00
	Flash Memorias	25.00
	Iluminación	500.00
Económicos	Eventos	50.00
	Transporte	30.00
	Alimentación	35.00
Bienes	Textos	18.00
Extras		20.00
TOTAL		5512,00

Nota: cantidad de dinero que se administró en la realización del producto multimedia.

Realizado por: Natalia Santiana

CONCLUSIONES

Conclusión teórica

Una vez concluido el presente trabajo investigativo podemos desarrollar las siguientes conclusiones teóricas:

El aspecto social y cultural influye sobre el comportamiento humano, y moldea la personalidad del individuo y su forma de presentarse y de convivir en sociedad.

Podemos afirmar que por lo tanto existen nuevos enfoques de como estudiar al ser humano para poder definirlo de una manera sistémica, íntegra como un todo y a la vez como parte de una sociedad.

Por lo tanto en el presente trabajo hemos recorrido textos, citas que exponen los principales postulados del individuo, detallando aspectos metodológicos y hallazgos fundamentales en cada una de ellos y citando a los autores más destacados en este ámbito del conocimiento.

De la teoría utilizada en el presente estudio, podemos decir que hemos abordado desde todas las aristas al ser humano, en cuanto a las ciencias sociales que estudian al hombre, para comprender su comportamiento y poder advertir su forma de reaccionar frente a los estímulos que se le presentan en la vida.

Como todo trabajo investigativo, se trata de exponer con precisión los argumentos teóricos y las estrategias metodológicas que han generado lo que hoy sabemos sobre comportamiento humano y social.

Haría falta únicamente estudiar a la persona desde el lado anatómico y fisiológico, psicológico, y químico, pero ese campo ha sido reservado a las ciencias médicas, pues el equilibrio del ser humano radica en la salud y un desequilibrio en enfermedad, por lo tanto esos aspectos ya no constituyen parte de este estudio.

Otro de los aspectos sociales que contempla el estudio del ser humano que se ha desarrollado en el presente trabajo, consiste en descubrir las destrezas que se

desenvuelven en base a aspectos sociales como el arte y la comunicación.

La aparición de nuevos movimientos sociales está estrechamente vinculado a la globalización, a las nuevas maneras de comunicación y avance de tecnología, hoy en día es relativamente fácil pertenecer a un grupo con tan solo estar de manera virtual es un espacio determinado.

Nuestro interés es concientizar a la sociedad que los grupos humanos son cambiantes, evolucionan, y que debemos estar abiertos a entenderlos y aceptarlos respetando sus particularidades e individualidades.

El disfraz es un valioso instrumento para transmitir conocimientos, información y normas, pues desde el punto de vista social, el juego con disfraces estimula la interacción y amplía nuevas formas de comunicación.

También contribuye al desarrollo de la identidad y de la conciencia moral; y, favorece el autocontrol y la conciencia personal (imagen del Yo). Además, el juego con disfraces promueve la cooperación entre iguales. Inclusive desde el ámbito afectivo-emocional, los disfraces son excelentes promotores de experiencias, emociones y fantasías.

Por lo tanto el presente trabajo, servirá de insumo, para futuras investigaciones sobre el tema y como entender el apareamiento de nuevas “Culturas , Subculturas y movimientos juveniles”, pues como el ser humano, las sociedades y el individuo no es estático, son cambiantes, día a día seremos espectadores del surgimiento de nuevas culturas y la desvanecimiento de otras, y cada vez llamará más nuestra atención el saber que la mente y la imaginación del ser humano, no tiene límites para el cambio o adaptarse a nuevos cambios.

Si se realizaría de nuevo la investigación del movimiento cosplay se incluiría los siguientes temas: teoría del placer, literatura, cine, la imagen, estética, arte y el movimiento otaku dentro de otras tribus urbanas.

Conclusión empírica

El valor del presente trabajo no consiste únicamente en mostrar las clases de preguntas, hipótesis, métodos, hallazgos, sino también las especulaciones, interpretaciones, críticas sociales, que han marcado las formas predominantes de investigar el comportamiento humano, sino que se pretende también conocer aspectos de comportamiento social desde la intuición o por simple criterio, es por eso que los reportajes y exposiciones de quienes intervienen en el movimiento juvenil cosplay nos relatan sus vivencias, sin recurrir a una base científica sino más bien es una experiencia personal.

Cada individuo a su manera relata las experiencias personales de pertenecer a un grupo en este caso a los cosplay y pese a que son experiencias individuales cuya finalidad común es representar a un personaje como un pasatiempo, todos confluyen en que lo hacen con el afán de pertenecer e identificarse con el grupo.

El cosplay es una forma de expresión corporal, que hoy en día es practicada por varias personas, en su mayoría jóvenes fanáticos del anime, comic, manga, video juegos, series, películas, entre otros, estos individuos pueden caracterizar a su personaje favorito según su elección tanto en su apariencia física como en el papel que desenvuelva el protagonista.

Las personas apasionadas por esta práctica son conocidas como cosplayer y su principal fuente de atracción constituye la cultura oriental, los jóvenes han optado por apropiarse de estas nuevas prácticas culturales y aplicarlas a una nueva subcultura conocida como otaku.

Este fenómeno aproximadamente apareció en el Ecuador hace unos diez años, sin embargo, para muchos seguidores es un movimiento relativamente nuevo y que cada vez cobra más fuerza incrementando paulatinamente su comunidad, además ya es parte de una subcultura urbana, por ello es más común encontrarse con muchos cosplayer dentro de las “convenciones”, los cuales son espacios donde se reúnen para socializar con personas que tienen sus mismos gustos y preferencias. Aquí se puede evidenciar las destrezas y habilidades con las que los cosplayer mejoran los trajes,

con el fin de ser lo más parecido a sus personajes favoritos.

En estas “convenciones” se llevan a efecto concursos cosplay, con diferentes premios para quien mejor caracterice a su personaje, además en las convenciones existen stands que contienen artículos de la cultura oriental como son figuras de anime, posters, trajes, accesorios y comida.

Pero ¿Hasta dónde puede extenderse el fanatismo?, Los jóvenes cada vez buscan perfeccionar los diseños de sus trajes, primero se relacionan con su personaje ficción y estudian cada detalle con el fin de desenvolverse y dejar por un momento su cotidianidad, salen de lo común y enfrentan un escenario que los ovaciona.

Cabe destacar que este movimiento es llevado y promocionado de jóvenes para jóvenes, no existe un líder identificable, pues este movimiento se ha desarrollado por el interés de los jóvenes, pues chicos entre 18 a 27 años han creado asociaciones, y eventos que se han convertido en representativos dentro del movimiento, como lo es el Ichiban fest, Doragon party, o los eventos de la asociación Asa No Inori, que son llevados a cabo por jóvenes los cuales recaudan fondos para poder traer invitados internacionales para que sus eventos sean de calidad y muy promocionados.

Es por lo tanto conveniente analizar lo positivo, entendiendo que esta práctica contribuye al desarrollo de destrezas, de expresión corporal e interpretación, de creatividad para construir, diseñar y mantener un disfraz muy similar al original, factores que son positivos para el desarrollo motriz e intelectual de los jóvenes, una manera eficaz de interrelacionarse y más aún si lo consideramos como una forma de escape sana y creativa. Pues al momento de empezar a usar un disfraz, se evidencia una transformación del ser la cual ayuda a mejorar el carácter, les proporciona seguridad en sí mismo, existe un cambio de personalidad, liberándolos hasta cierto punto del estrés, perdiendo la vergüenza, utilizando así al cosplay como un arte y una nueva manera de expresarse.

El cosplay pone a nuestro alcance una ficción; es una manera para decir, sin usar palabras, que la narrativa fantástica sigue alimentando nuestra imaginación y es, además, un producto artístico hecho a mano que conlleva un duro trabajo y que no

quiere recibir otra compensación que el asombro ilusionado de un grupo de fans.

Visto desde todo punto de vista consideraremos entonces que la práctica cosplay a más de ser un aspecto social y cultural, constituye un pasatiempo sano, y sobre todo divertido.

Una manera sana de interrelacionarse, será siempre una forma saludable de coexistencia, para aquellos individuos que son espectadores de estos cambios, la tolerancia y la aceptación serán la clave para mejorar nuestra sociedad.

Porque como diría Vlachou, en un mundo lleno de diferencias la normalidad no existe.

Conclusión metodológica

Durante la realización de la investigación, siempre el propósito fue obtener información teórica que responda a la investigación empírica y así buscar la mejor manera de conocer la teoría y el campo, así mismo elaborar un producto audiovisual que sintetice dicha investigación.

Mediante la investigación bibliográfica, la observación, la participación de los investigadores, los resultados obtenidos dieron lugar a la consecución de un producto audiovisual cuya estructura se realizó pensando en que involucrarse en este aspecto nos dará una experiencia real de este movimiento cosplay.

Principalmente para desarrollar una empatía entre el investigador y el participante de este proceso de investigación, es así, que se creó un video reportaje que contenga los aspectos más sobresalientes de lo que constituye el movimiento cosplay y ser parte de él; cuya finalidad consiste en que el espectador comprenda, entienda, participe, acepte y entienda las nuevas formas que tiene el individuo de representar sus gustos y aficiones, que pueden ir desde una vestimenta, hasta representar culturalmente a otros hemisferios del continente.

Para ello se diseñó una estrategia comunicacional con el objeto de involucrarnos dentro de este movimiento, y motivar la participación, reacción, y aceptación de actores externos dentro de su espacio social.

Para la realización del producto se pusieron en práctica los conocimientos obtenidos en el área de multimedia, el mismo que fue trabajado desde diseño gráfico, animación, fotografía, edición de video, etiquetas y musicalización. De esta manera se construyó un material de calidad que es un aporte para el espacio educativo, social y cultural.

Con el propósito de dar a conocer más sobre este mundo de ilusión, el video reportaje realizado contiene: entrevistas, convenciones y caracterizaciones de los participantes, con este producto audiovisual exponemos a la sociedad en general, la existencia de un nuevo movimiento, que se ha inmiscuido en la juventud y se abre campo para ser una arista más en las culturas existentes de nuestro medio, por esa necesidad propia de identificación y pertenencia.

Dentro del video reportaje se puede evidenciar un poco de la historia de este movimiento, el por qué llegó a nuestro país, con qué finalidad y lo más importante, determinar cuál ha sido la clave para que esta práctica haya llegado a introducirse con tanta aceptación en nuestra sociedad.

RECOMENDACIONES

Como recomendación, sugerimos que al momento de grabación se debe tomar en cuenta las siguientes diez reglas para realizar un video reportaje.

Regular cámaras centrándonos en el color.

Enfocar y encuadrar.

Ubicarse correctamente para evitar incomodidad y movimientos violentos de cámara.
(Usar trípode)

No grabar tiempos largos.

Probar sonido si es ambiental o direccional.

Grabar todo en modo manual.

Planos generales y detalle del lugar de 10 a 12 segundos (tild).

Rebotador muy importante para entrevistas (luz).

Llevar baterías y tarjetas de memoria a la mano.

Usar mayor apertura del lente, 50mm en entrevistas.

No grabar a menores de edad previa autorización.

El video reportaje puede estimular y animar a cualquier persona a hacer cosplay, a ser creativos a usar el arte para comunicar.

Por eso vale la pena manejar el tema cosplay donde los estereotipos se pueden aprovechar positivamente.

De esta manera se brinda un apoyo a la ciudadanía responsable, a mirar a todas las culturas como entidades comunicacionales y expresivas que aportan al futuro del buen vivir.

LISTA DE REFERENCIAS

- Agustín, J. (1996). *La contracultura en México: la historia y el significado de los rebeldes sin causa, los jipitecas, los punks y las bandas*. México: Grijalbo.
- Aranda, D., Sánchez, J., & Roig, A. (2013). *Fanáticos. La cultura fan*. Barcelona: Editorial UOC.
- Araya, S. (2002). *Las representaciones sociales*. San José: FLACSO.
- Arce, T. (2008). Subcultura, contracultura, tribus urbanas y culturas juveniles: ¿homogenización o diferenciación? *Revista Argentina de Sociología*.
- Arciniegas, S., & Mora, S. (2010). *Estudio del diseño del anime japonés como generador de prácticas placenteras*. Bogotá: Universidad Sergio Arboleda.
- Barbero, J. (2001). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Barbero, J. (2002). Medios y cultura en el espacio latinoamericano. *Iberoamericana vol. 2, n° 6*.
- Barlés, E., & Almazán, D. (2010). *Japón y el mundo actual*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Bisbal, M. (2000). El encuentro de la cultura y la comunicación en el cosumo cultural. *Caátedra UNESCO de Comunicación*.
- Bueno, J. (2007). Entre el individuo y sociedad: un repaso histórico. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIATAM*.
- Claude, F. (2001). Estructura, dinámica y transformación de las representaciones sociales. En J.-C. Abric, *Prácticas sociales y representaciones*. México: Ediciones Coyoacán.
- Cobos, T. L. (2011). *Razón y palabra*. Recuperado el 11 de 11 de 2014, de www.razonypalabra.org
- Di Santo, M. (2010). *El proceso de comunicación*. Recuperado el 18 de septiembre de 2014, de http://comunicayperiodismo.blogspot.com/2010_06_01_archive.html
- Donati, P. (1995). Cultura y comunicación. Una perspectiva relacional. *Communication & Society*.
- Echeverría, B. (2008). *Sociedades icónicas: historia, ideología y cultura*. México: Siglo XXI.
- Feixa, C. (1998). *De jóvenes, bandas y tribus*. Barcelona: Ariel.
- Foucault, M. (1988). El sujeto y el poder. *Revista Mexicana de Sociología Vol. 50, N° 3*.
- Galarcio, J. (2006). *Formación de la identidad en la adolescencia*. Medellín:

Universidad Pontificia Bolivariana.

Gállegos, R. (2003). Ideología, identidad y cultura.

García Calclini, N. (2000). Industrias culturales y globalización: procesos de desarrollo e integración en América Latina. *Estudios Internacionales*.

García Canclini, N. (2012). *Culturas híbridas*. México: Debolsillo.

García, D. (2009). *Subculturas ¿moda o pleigro?* Bogotá: Editorial San Pablo.

Giménez, G. (2009). *Comunicación, cultura e identidad. Reflexiones epistemológicas*. San Luis Potosí: Coloquio Internacional de Cibercultura.

Giménez, G. (2011). *Comunicación, cultura e identidad. Reflexiones epistemológicas. Cultura y representaciones sociales*.

Guerrero, P. (2002). *La Cultura*. Quito: Ediciones Abya-Yala.

Guzmán, E. (2012). *Diversión y entretenimiento en las ciberculturas de Facebook: Representaciones sociales en adolescentes de San Cristobal*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Hall, S. (1997). *Representaciones: Representaciones culturales y prácticas significantes*. Londres: Sage Publicaciones.

Hooft, M. (2009). *Tribus urbanas*. Miami: Editorial Vida.

Hopenhayn, M. (2003). Brechas de sentido: entre las TIC, la cultura y la educación . *Revista Perspectiva*.

Ichiban. (SF de SF de SF). *Club Ichiban* . Recuperado el 11 de 11 de 2014, de http://www.ichiban.com.ec/acerca_de_ichiban.htm

Independent Pub Group. (2007). *El gran libro del manga* . Barberà de Vallès: Malsinet Editor S.L.

Juliao, C. (2012). Culturas juveniles y tribus urbanas: ¿homogenización o diferenciación? *Praxis Pedagógica*.

Krotz, E. (2004). Alteridad y pregunta antropológica. En M. Boivin, A. Rosato, & V. Arribas, *Constructores de otredad*. Buenos Aires: Antropofagia.

López, P. (2005). Representación, estereotipos y roles de género en la programación infantil. En M. Bengoechea, *Infancia, televisión y género*. Madrid: IORTVE e Instituto de la Mujer.

Lozada, V. (2014). *Japón-Harajuku: y el Mundo Occidental*. Barcelona: Marresa.

Marchesi, Á., & Díaz, T. (2009). Desafíos de las TIC. El cambio educativo en Iberoamérica . *Revista Telos*.

Moliner, P. (2001). *la dinámica de las representaciones sociales* . Grenoble:

Universidad de Grenoble.

Nascimento, M. (2012). *Tips para realizacion de reportajes de television*. Obtenido de Producción:

http://www.academia.edu/528947/Tips_para_realizacion_de_reportajes_de_televisio_n

Nash, M. (SF). *Cidob*. Recuperado el 11 de 11 de 2014, de <http://www.cidob.org>

Nava, C. (2009). La interrelación individuo-sociedad en la constitución del sujeto como ser social. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*.

Noticias Quito . (2013). *Agencia Pública de Noticias Quito* . Recuperado el 11 de 11 de 2014, de <http://www.noticiasquito.gob.ec/>

Perillán, L. (2009). *Otakus en Chile*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.

Proaño Vallejo, V. P. (2013). *Análisis sobre la construcción social de la cultura Otaku Quiteña y sus estrategias de comunicación a partir de la cultura Japonesa en la ciudad de Quito y diseño de un medio de comunicación para esta agrupación social*. Recuperado el 11 de 11 de 2014, de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/1780/1/UDLA-EC-TP-2013-02.pdf>

Olachea, O. (2014). *Los 4 factores que hacen de tu diseño una pieza amada u odiada*. Obtenido de Diseño: <http://www.paredro.com/los-4-factores-que-hacen-de-tu-diseno-una-pieza-amada-u-odiada/>

Ramos, L., & Remondegui, M. (2011). Lo popular urbano y la experiencia contemporánea desde las expresividades sociales: el fenómeno murguero en Córdoba. En M. Boito, E. Toro, & J. Grosso, *Transformación social, memoria colectiva, y cultura(s) popular(es)*. Buenos Aires: Estudios Sociológicos.

Reguillo, R. (1998). Culturas juveniles. Producir la identidad: un mapa de interacciones. *Jóvenes, Revista de estudios sobre juventud*.

Solé, J. (s.f.). Los jóvenes y sus prácticas culturales a través de las TIC. *Revista de Ciencias de la Educación*.

Stefoni, C. (2001). *Representaciones culturales y estereotipos de la migración peruana en Chile*. Buenos Aires: CLACSO.

Suárez, J., Lacalle, R., & Pérez, J. (2014). *II Conferencia Internacional sobre género y comunicación. Libro de Actas*. Sevilla: Dykinson S. L.

Valenzuela, J. (2005). Juventudes latinoamericanas. En J. Barbero, G. Sunkel, M. Nubia, N. Pacari, & J. Valenzuela, *América latina, otras visiones desde la cultura*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

- Villalobos, Á., & Ortega, C. (2012). Formas de interculturalidad en el arte; hibridación y transculturalización. *Ra-Ximhai*.
- Villareal, R. (2000). Los quebrantos de la contracultura mexicana . En C. Martínez, *CulturaContraCultura*. México: Plaza Janés Crónica.
- Von Sprecher, R. (2008). *Concepto de Comunicación Social*. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.
- Wilkis, A., & Berger, M. (2005). La relación individuo-sociedad:una aproximación desde la Sociología de Georg Simmel. *Athenea Digital*.