

ANEXO ARTÍCULO DE REVISIÓN

La comunicación y la integración cultural

Resumen

La investigación acerca de las categorías mencionadas, sobre la falta de consumo cultural y los cambios culturales, son eje principal en la investigación, donde analizan distintos autores quienes mencionan algunas razones de estas problemáticas. Mediante esta investigación, en el anexo mencionado, se presentarán los autores más representativos, dentro del análisis sistemático de literatura de igual forma, un complemento que se realizó a través de los principales conocimientos y resultados generados a partir de las lecturas pertinentes.

Durante los últimos años, los cambios culturales y la falta de consumo cultural, han sido un protagonista en la ciudad de Bogotá, ya que, se ha basado en un número exorbitante, de costumbres, compra y venta, nuevas prácticas de comunicación y cambios que sean presentado, en la forma de consumo cultural que se lleva en los jóvenes.

Introducción

En el presente artículo de revisión se plantea, como la comunicación se ha integrado en el papel que tiene en los jóvenes en la cultura, donde se tiene como prioridad el conocimiento cultural que presentan los jóvenes y su falta de consumo en la ciudad. Nos centramos principalmente en los focos de interés de cada elemento que se presenta para obtener un consumo cultural en la ciudad.

A raíz, de los diferentes parámetros que han sido ejecutados por las generaciones que son el principal estudio de los campos de cultura y los cambios que se han ido generando desde hace varios años, la participación de diferentes investigadores que han estudiado el objeto de estudio, fue de gran ayuda para dar a entender el resultado principal del objetivo, el cual es establecer como los jóvenes han sido los principales pioneros de la adaptación cultural en los diferentes lugares del mundo y que han sido conocedores de distintos conceptos que han arraigado bajo los parámetros de comunicación y cultura desde una idea conceptual que

depende la estructura lógica del contexto. La investigación integra el papel de la comunicación y la cultura desde un campo social que se ha ido construyendo desde los parámetros conceptuales, desde las artes y la modernidad, donde se han adaptado nuevos conceptos de comunicación los cuales han generado una integración acorde a las diferentes culturas que se reúnen en las principales ciudades del mundo, y que apropian de forma correcta las estructuras lógicas y cambios en una sociedad.

El objetivo general del proyecto es lograr que los espectadores puedan recopilar la información pertinente de búsqueda, donde se pueda establecer cuáles son las principales relaciones que existen entre los ítems establecidos que comprenden a la comunicación y la cultura desde un ámbito cotidiano y social, donde los jóvenes con el principal campo de estudio ya que por medio de ellos se crean parámetros de adaptación cultural a lo largo de la historia y de los cambios sociales que existen en todos los territorios.

La adaptación que se ha consignado en las culturas territoriales tanto rurales como urbanas son los principales cambios en toda la sociedad, ya que por medio de estas podemos hacer relevancia a los nuevos modelos que se han establecido de generación en generación, por medio de la presente investigación se puede demostrar cuales son los primeros parámetros que fueron implementados en la cultura social y como la comunicación ha representado un estándar donde se puede relacionar al individuo con el ámbito social y humano.

En cuanto a lo establecido, según Orozco, (1998) es importante conocer lo que nos hace la socialidad, para entender de manera interpersonal o colectiva:

Socialidad se entiende como esa dimensión interpersonal y colectiva que escapa a la racionalidad institucional - incluida la de los medios y tecnologías de información- y que se inspira y orienta en otras racionalidades, como la de los afectos, la del poder, la de la lucha. Socialidad es una trama que pone en la escena de lo cotidiano diferentes actores sociales en su lucha por sobrevivir, relacionarse y mantener su identidad.

Los autores que se establecieron a lo largo de la investigación fueron de gran apoyo y controversia ya que por medio de ellos se pudo lograr un hallazgo lógico y de contenido veraz que hace parte de la propuesta comunicativa en el ámbito cultural donde se demostró que en

las diferentes comunidades y países la comunicación cultural ha crecido paulatinamente a raíz de los procesos y cambios que han surgido en las diferentes comunidades y territorios.

Los jóvenes de las capitales y territorios principales de cada país hacen de una sociedad algo innovador y con nuevas expectativas ya que se adaptan a los diferentes cambios que surgen en la historia, la danza, la música, las artes, entre otras culturas se han ido apropiando de los genes y estructuras en una sociedad para la formación y el crecimiento de los individuos como seres comunicativos y sociales, en las diferentes generaciones se han establecido parámetros estándar que ayudan a que la comunicación sea parte de los cambios sociales que se han establecidos y acoplado a los diferentes territorios.

Los cambios culturales y la integración cultural

La comunicación cultural y su estudio, por lo general es realizado por investigadores profesionales, que buscan encontrar respuestas o soluciones, respecto a la problemática que se presenta en cuanto al bajo consumo y los cambios culturales que están latentes en la investigación, en ese orden de ideas, Bogotá – Colombia, ha sido un territorio de integración cultural, lo cual intenta concientizar a los jóvenes de que existen otras prácticas comunicativas, que conllevan a un mejor conocimiento de consumo en la ciudad, resaltando que es un país demasiado intercultural y con bastante historia, lo cual, permite conectar lo cultural con la comunicación.

Es importante, conocer y comprender como se construye la cultura y que componentes la apoyan, para forjar, lo que se pretende en tener una reflexión social. De este modo, la problemática de la investigación, se llevó a cabo, a través de diversas averiguaciones, que aportaron de manera conceptual, un sin número de ideas que sirven como apoyo para conocer, establecer y dividir los conceptos nombrados en la investigación, como lo son, “comunicación”, “cultura”, “comunicación cultural”, “cultura popular”, “jóvenes” e “integración juvenil”, como estructura lógica de este trabajo.

Por esta razón, el problema y su objeto de estudio, se realizan de manera completa, basándonos en los conceptos anteriores, en cuanto a ayudas de libros, artículos, anexos, investigaciones y definiciones de autores relacionadas con su respectiva bibliografía.

Es así, que, según Orozco, (1998), construye el concepto de las nuevas prácticas sociales y el uso de estas en varias culturas:

Tecnicidad es parte consustancial de ellos y la condición para el diseño de nuevas prácticas sociales. Sin competencias perceptivas no es posible la transformación de las prácticas. Por esto es tan importante entender esta dimensión, clave cuando lo que se busca es generar nuevas prácticas que a su vez generen nuevos sentidos y nuevos procesos de comunicación, más allá de los estimulados y condicionados por los mismos medios y tecnologías de información.

Mediante el proceso que utilizamos para recopilar toda la información de utilidad, que partirá desde el objetivo general y la pregunta problema, nos basamos en la búsqueda de conceptos generales que hacían referencia a la investigación principal y desde dos matices que fueron relevantes a largo de todos los resultados que hicieron efectivo el papel de la comunicación y la cultura desde diferentes puntos de vista, por medio de libros virtuales, buscadores de Google y bibliotecas se pudo lograr generar una amplia recopilación de resultados los cuales enriquecieron de forma útil la investigación donde el lector pudiera comprender de manera objetiva el fin de establecer los aspectos dentro del estudio.

La bitácora, implementada dentro de la investigación, fue la principal fuente que se utilizó para dar con los resultados oportunos y de forma organizada donde los puntos de vista pudieran ser coherentes y consecuentes a cada uno de los términos determinados dentro del estudio, de esta forma llegamos a implementar conceptos desde diferentes partes del mundo donde se pudo reconocer la importancia de la comunicación y la cultura dentro de la sociedad y como a raíz de las distintas generaciones se han ido fortaleciendo las herramientas para tener una cultura con más diversidad y nuevos modelos.

Los procesos que se han establecido a lo largo de la investigación para lograr consolidar una búsqueda exacta y de gran conocimiento, para que el lector pueda hacer parte de la historia que ha ido creciendo a lo largo de los años, fue de gran alivio y de una exhaustiva búsqueda que pudo generar nuevas herramientas de conocimiento donde se han establecido parámetros estratégicos que logran fortalecer el objetivo genera y los principios de gran relevancia dentro del proyecto.

Gracias a la bitácora y a las diferentes búsquedas establecidas, se pudo recopilar un sinfín, de hallazgos que fueron paulatinamente seleccionados y que se estudiaron para lograr implementar de forma óptima las lecturas y proyectos que tuvieron un mayor número de estructuras basadas en la comunicación, la cultura, los jóvenes y la sociedad hicieron parte de las herramientas de indagación por las que, surgió una guía específica dentro del contexto histórico que hace parte de la cultura y los cambios sociales.

Se pudo generar un amplio conocimiento, que, hizo parte de las expectativas del lector donde se podrán evidenciar diferentes puntos de vista, desde diferentes contextos y parámetros que han sido establecidos por los investigadores, de igual manera, se hace relevancia a la importancia de los pueblos y los territorios al momento de implementar nuevos cambios culturales dentro de la sociedad y donde las principales ciudades del mundo, lo cual, ha jugado un papel fundamental para la adaptación y nuevos modelos de comunicación que hacen parte de estos cambios y reformas socioculturales.

Es así como, la comparación entre jóvenes y las culturas populares, debe ir de la mano, para enseñarnos el contexto que tienen dentro del proceso en el que se desarrolla la comunicación cultural, de esta manera, lo relacionaremos como:

1. El intérprete, que hace parte del conocimiento cultural (Emisor)
2. Medio, se define como el lenguaje ya sea verbal o no verbal, que utiliza este personaje para hacer llegar su mensaje, ya sea de manera explícita o implícita (canal)
3. Jóvenes, son nuestro público objetivo, ya que, ese mensaje anterior, debe ser remitido directamente a ellos. (receptor)

De esta forma, utilizamos, los factores de comunicación más común o simples, con el objetivo, de que aquellas personas que se dedican, esfuerzan y trabajan por seguir alimentando la cultural, se basan en este canal y forma de comunicación, más conocida, para que sus mensajes sean aceptados de manera directa, más no correcta.

Como lo plantea, según Martínez (2011), los instrumentos de apoyo son:

La mayor parte de los estudios cualitativos están preocupados por el contexto de los acontecimientos, y centran su indagación en aquellos espacios en que los seres humanos se

implican e interesan, evalúan y experimentan directamente. Es más, esta investigación trabaja con contextos que son naturales, o tomados tal y como se encuentran, más que reconstruidos o modificados por el investigador.

Por esta razón, la unión entre comunicación cultural, posee varios acompañamientos dentro de los conocimientos sociales, en primera instancia se establece la necesidad de seleccionar las culturas populares en los jóvenes, debido a su impacto en los espacios públicos, que se han generado en los distintos escenarios. Esto ha permitido la creación de nuevas formas de comunicación para crear gustos personales, para el consumo de estas prácticas en general.

De esta manera, es importante conocer lo que ha hecho los cambios culturales, en el mundo o bueno, mejor dicho, en nuestra sociedad, actual, es decir, los cambios culturales son sumamente importantes hasta el punto que uno podría ver cómo muchos de estos asuntos que estaban digamos en capullo en los años sesenta, tienen vigencia en el momento presente, algunos se han resuelto, otros están para el futuro.

En nuestro país, específicamente en Bogotá, hablar de cambios es un tema que hace la vida social y de la sociedad, un tema de nuestra comidilla diaria, por eso, para ellos la cultural va arraigada, sobre temas que nos hace sentir patrióticos, como lo son los deportes (dando relevancia al fútbol, claro está) los lugares turísticos (que para todos solo sería donde hay mar) y los grandes festivales (como lo es el carnaval de Barranquilla), a esto se hace referencia para temas culturales, pero, no podemos dejar de un lado a, los antiguos espacios de ocio en la ciudad, elementos económicos en los espacios de ocio tradicionales, la utilización del lenguaje popular, sus expresiones propias al momento de expresarse en la venta tangible de los productos realizados a mano y así mismo, se presenta las distintas formas de ventas diarias para un sustento viable.

Falta de consumo cultural “otro producto colombiano sin consumir”.

Como todo costo, hay un beneficio, y así como se exportan muchos de los elementos que en Colombia somos capaces de consumir, encontramos el factor cultural, que, aunque el tiempo no haga parte de un consumo tangible, se puede definir como algo netamente

económico, es por eso que, otro producto colombiano que no consumen los jóvenes, es el verdadero talento, manejo corporal y comunicativo que arraiga la expresión cultural, de las calles.

De estos productos, dejamos a un lado a, los pulgueros son aquellos muebles, ropa, zapatos, antigüedades, cachivaches, libros electrodomésticos y artesanías, desfiladas cada domingo y lunes festivo, en sitios estratégicos de la ciudad, donde se reúne un factor principal multicultural que aporta al reconocimiento social y patrimonial para aquellos que reconocen de la verdadera cultura bogotana.

Es así como construye los distintos efectos e influencia que tiene las nuevas formas de comunicación cultural en los centros comerciales híbridos de la ciudad, la producción, la venta y las proporciones de estas”.

De este modo, se realiza la comparación entre los antiguos espacios de ocios y su forma de comunicación y aquellas nuevas prácticas de comunicación, consumismo y dispersión social que existe, esto permite que los productos colombianos como lo son las artesanías, la música, el baile coloquial, la compra y venta se queden sin consumir, y sean conocidos por las mismas personas de siempre y estos productos no lleguen a un amplio conocimiento de las nuevas generaciones.

En este caso, el sector cultural en cuanto a lo colombiano se ha convertido en unos de los temas importantes, para este gobierno actual, lo cual se define en el primer informe según el DANE (2019), como la economía actual como, “El conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual.”

Es por eso, que las nuevas prácticas comunicativas se conocen como, aquel discurso que se ha usado durante varios años, a través de las culturas populares, donde se enfatiza en distintos parámetros que funcionan de manera intencional, en las prácticas sociales, como lo es el ajedrez, juegos de mesa, relatos o dichos entre quienes habitan a diario el centro.

En ese sentido, las prácticas populares, se han convertido en la representación de la comunicación cultura, haciendo parte del abordaje aquellas dimensiones de lo simbólico y cultural.

De este modo, es necesario plantear los ejes conceptuales que se plantean durante la investigación. Así mismo se identificaron las explicaciones sobre comunicación cultural creando una relación de lo coloquial y urbano, que hacen parte de nuestra cotidianidad.

Resultados

La comunicación cultural, en integración de los jóvenes en un objeto de estudio, que va más allá de un concepto preliminar que se pueda dar a conocer, esto implica que la comunicación es una de las practicas principales que presentan los jóvenes hoy día, como elemento de intercambio cultural, de igual manera, la cultural conserva su estatus de promover las diversas formas de esparcir los distintos elementos de conocimiento espacios de ocio en la ciudad.

A través, del proceso que utilizamos para recopilar toda la información de utilidad que partía desde el objetivo general y la pregunta problema, nos basamos en la búsqueda de conceptos generales que hacían referencia a la investigación principal y desde dos matices que fueron relevantes a largo de todos los resultados que hicieron efectivo el papel de la comunicación y la cultura desde diferentes puntos de vista, por medio de libros virtuales, buscadores de Google y bibliotecas se pudo lograr generar una amplia recopilación de resultados los cuales enriquecieron de forma útil la investigación donde el lector pudiera comprender de manera objetiva el fin de establecer los aspectos dentro del estudio.

Salazar (1991) simplifica que la cultura hace parte de “La cultura es la herencia social de los miembros de toda colectividad, herencia que es transmitida, aprendida, comprendida y modificada”.

Sim embargo, Sandoval (2000) destaca que los cambios culturales son “Este fenómeno de fin de siglo estaría indicando que vivimos un cambio de época que coincide con el cambio de milenio y que estaríamos en el umbral de algo que viene y que no sabemos bien cómo es, qué forma tiene y cuáles son sus contenidos”.

La bitácora implementada dentro de la investigación fue la principal fuente que se utilizó para dar con los resultados oportunos y de forma organizada donde los puntos de vista pudieran ser coherentes y consecuentes a cada uno de los términos determinados dentro del

estudio, de esta forma llegamos a implementar conceptos desde diferentes partes del mundo donde se pudo reconocer la importancia de la comunicación y la cultura dentro de la sociedad y como a raíz de las distintas generaciones se han ido fortaleciendo las herramientas para tener una cultura con más diversidad y nuevos modelos.

Tal es el caso de Grenfield, (1999) afirma que:

Nuestro estudio examina la relación entre la continuidad y el cambio intergeneracional en el nivel cultural, y en los procesos de aprendizaje innovación y desarrollo cognitivo en el nivel individual. Al hacerlo dejamos en claro el papel tanto de la interacción social como de las herramientas representacionales externas en estos procesos de cambio y continuidad cultural.

Por esta razón, para Jaramillo (2000), Otro factor que está perjudicando la vida, la salud, la identidad cultural y en general, las condiciones físicas y sociales de los pueblos indígenas, es la política gubernamental de represión de los cultivos ilícitos y su tráfico.

Es por esto que, la búsqueda de las diferentes investigaciones que sirvieron como principal método de estudio, donde se pudo evidenciar y fortalecer las herramientas establecidas dentro del concepto fundamental del proyecto, las cuales hacían referencia a la integración y adaptación de culturas mediante la comunicación, se pudo comprobar un amplio régimen de hallazgos establecidos por los diferentes autores que fueron pieza principal de la estructura del trabajo, donde aportaron ideas y conocimientos desde las diferentes culturas y espacios que han sido estudiados bajo los objetivos principales y de desarrollo a lo largo de la investigación.

De esta forma, pudimos revelar más de 60 citas que atribuyeron a crear un amplio margen de estudio, donde los lectores puedan generar un enriquecimiento con mayores resultados y conceptos que se basan en la comunicación, la cultura y los jóvenes en la sociedad, se pudo comprobar que la adaptación cultural es una rama y un espacio que ha tenido diferentes maneras de ver desde los diferentes espacios de estudio y que a raíz de los cambios que se ha tenido en la sociedad se pueden generar nuevos modelos de comunicación y cultura que ayudan a fortalecer el ambiente y el conocimiento de los jóvenes dentro de una sociedad o un campo social.

Serna (2018) asegura que la adaptación cultural es “La evolución del consumo cultural se produce a partir de la relación que la sociedad entabla con los nuevos medios: la convergencia mediática conduce a que el consumo cultural ya no solo consista en ser espectador o productor de contenidos culturales”.

Guell (2012) hace una relación entre el consumo y la cultura de la siguiente manera “Una buena parte de la discusión sobre consumo cultural gira en torno a preguntas sobre la distribución que este exhibe en una población determinada, su relación con las formas de la estratificación social”.

Se encontraron diferentes conceptos de comunicación cultural que han sido de gran cambio en los diferentes territorios sociales teniendo en cuenta las adaptaciones de los individuos como ente social, donde cada uno de los autores que han recorrido estos parámetros se han enfocado en los diferentes acompañamientos que han realizado de generación en generación para ser un nuevo modelo cultural que permita implementar estas reformas en todos los ámbitos socioculturales que han surgido en los últimos años.

Las fechas y parámetros establecidos fueron los principales factores de búsqueda implementados donde se ejecutó un número reconfortante de libros, investigaciones y trabajos ya realizados que hicieron parte de la historia cultural que ha crecido y se ha manifestado con diferentes estrategias generadas a partir de los hallazgos establecidos en cada uno de los territorios y espacios de estudio.

Los hallazgos fueron seleccionados con el fin de incrementar y apropiarse de forma veraz y correcta la información ya establecida desde un campo propio, donde cada uno de los investigadores y las investigaciones pudieron implementar nuevos conocimientos en el campo de investigación. Donde todos los referentes fueron expuestos de forma ordenada y paulatina para poder realizar un documento que fortalezca el conocimiento de los lectores al momento de ser parte del cambio social y cultural que ha tenido la historia y sus diferentes modelos de innovación y adaptación principalmente en los jóvenes que han hecho parte de estos cambios de forma oportuna y con principios estándares.

Las investigaciones consignadas en el documento tienen un número de referentes establecidos donde se puede corroborar la información y los párrafos que fueron usados como

principal herramienta dentro del contexto y problemática propuesta, donde se puede reconocer la búsqueda y los hallazgos que han sido de gran relevancia en los diferentes territorios que han sido espacio de estudio, donde también los investigadores hacen énfasis en las problemáticas que han surgido por la falta de atención y aprobación en muchas sociedades para adaptarse a los nuevos cambios que han traído las culturas a raíz de la historia y que son un parlamento fundamental en el crecimiento y desarrollo de los seres humanos.

Es por eso, que la batalla que existe entre los nuevos espacios de ocio y las antiguas formas de comunicación nos permiten llegar a una conclusión y es que, los jóvenes deben tener conocimiento de estas nuevas prácticas culturales, para así, hacer partícipes de ellas, llevando consigo, numerosas maneras de encontrar los lugares que hacen parte de estos antiguos espacios de ocio, como lo es el centro de la ciudad, un territorio netamente cultural.

Sin alguna duda, las exportaciones han sido parte de un sin número de tareas productivas que se hacen nuestro país, pero de igual manera, las importaciones también han llegado a la capital, para dejar de un lado lo que producimos los colombianos, como espacios de ocio y hacen parte de las grandes cosas de nuestro país.

Es por esto, que para llegar a la conclusión de que muchos jóvenes prefieren alimentar sus espacios de esparcimiento o de ocio, de nuevas prácticas de la cultura, realizamos un bagaje de lectura, basado en varios artículos e investigaciones, donde se denota la falta de consumo cultural o mejor dicho, dejando a un lado, la importancia de conocer, experimentar y utilizar nuestra cultura, como orgullo de Bogotá, encontrando que es la capital de integración cultural y que nos permite conocer las nuevas prácticas de comunicación cultural que se presentan de distintas maneras en varios puntos claves de la ciudad.

Discusión

Los hallazgos establecidos en medio de la investigación son las principales herramientas que sirven como resultado general dentro de un objetivo, con el fin de recopilar información establecida por diferentes textos, artículos, libros, revistas, etc. se puede generar un amplio concepto de conocimientos que se han ido adaptando a lo largo de la historia, los cuales permiten establecer parámetros de alivio donde la cultura y la comunicación juegan un papel

fundamental en las sociedades primitivas donde los jóvenes, pueden ser los principales autores de adaptar y reconocer los cambios que han surgido de diferentes generaciones que han implementado nuevas herramientas culturales dentro de una sociedad.

En la ciudad de Bogotá y en las principales ciudades se puede establecer un concepto totalmente relevante de la cultura y como la comunicación a jugado un papel fundamental dentro de los parámetros que se establecen con los cambios, los investigadores que hicieron parte del trabajo y del método de estudio generaron un amplio margen de conocimientos los cuales han desarrollado desde los diferentes lugares y espacios de estudio, donde al final cada raza cultura y sociedad han demostrado un cambio que enriquece los diferentes espacios sociales.

Dentro de los diferentes resultados que se pudieron encontrar a lo largo de la búsqueda se pueden establecer estándares basados en los diferentes conceptos que han sido el objetivo general dentro del trabajo donde primeramente se puede generar un ámbito completo de los diferentes caracteres de búsqueda, la comunicación como campo individual y la cultura desde diferentes puntos de vista son los principales contenidos que hirieron parte del contexto histórico donde se le pudo generar una estructura continua y fundamental para dar con el desarrollo de la investigación.

La idea que fortaleció la investigación surge a raíz de las adaptaciones que han tenido las poblaciones para poder llevar a cabo los diferentes cambios culturales que han sido de total patrimonio dentro de los territorios sociales, donde los jóvenes han sido participes de están nuevas generaciones que se han ido apropiando del crecimiento social dentro un espacio de estudio y de cultura, a raíz de estos nuevos modelos se ha logrado establecer una conexión con la comunicación desde un punto de vista que hace parte de los cambios donde se establece que se deben apropiar y conjugar estos dos parámetros para poder consolidar de forma óptima cada uno de los modelos que se han incorporado en los ámbitos socioculturales.

Es por esto, que para los jóvenes las nuevas prácticas de comunicación cultural ha genera en ellos, un proceso de intercambio oral, expresivo y comunicativo que se ha convertido para los jóvenes en un tema de alto interés social, se han venido manejando desde los nuevos procesos culturales que han llegado a la ciudad Bogotá.

Es así como, la comunicación cultural, ha generado nuevos espacios, creando nuevas ramas que se encuentran ligadas con ellas, desde hace muchos años (música, arte, diseño, nuevas formas de comunicación) llevando consigo, las nuevas culturas populares, que son muy conocidas en los jóvenes y hace parte de un gran estudio en la sociedad.

Cabe aclarar, que el modelo de investigación, nos permitió, incentivar a los jóvenes para realizar un consumo de estas prácticas populares y de desarrollo tanto social como personal, donde han surgido las culturas populares en Bogotá.

La perspectiva de comunicación cultural, finalmente se une con la culturales populares, para crear un conocimiento de las distintas zonas del país, donde existen lugares que unifican, conocido como la diversidad cultural.

De igual forma, la investigación cuenta con dos categorías que hicieron parte de un exhausto y arduo manejo de información, para poder concentrar los temas importantes del análisis sistemático, que nos permitió identificar el propósito, los pasos y los resultados, que se obtuvieron partiendo del objetivo general.

ANEXO A. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- DANE (2019). PRIMER REPORTE ECONOMIA NARANJA.
https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli_cultura/economia-naranja/1erreporte-economia-naranja-2014-2018.pdf
- Grenfield, P. (1999) Cambio cultural y desarrollo humano. Revista Aletheia, N° 4, Vol. 3.
Recuperado de <http://www.ramwan.net/restrepo/eccscol/eccs%20en%20colombia.pdf>
- Güell, P. Y Peters, T. (2012) La trama social de las prácticas culturales. Editorial Universidad Alberto Hurtado, Chile. Recuperado de <https://bbibliograficas.ucc.edu.co:4058/es/ereader/ucc/68595>
- Jaramillo, J. (2000) La historia de la cultura en Colombia y algunos problemas históricos de la disciplina. Revista de ponencia, Vol. 4. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/26497547_La_historia_de_la_cultura_en_Colombia_y_algunos_problemas_teoricos_de_la_disciplina/fulltext/0f318d1e3829de22163582e6/La-historia-de-la-cultura-en-Colombia-y-algunos-problemas-teoricos-de-la-disciplina.pdf
- Martínez, J. (2011). Métodos de Investigación Cualitativa Qualitative Research Methods. Revista de la Corporación Internacional para el Desarrollo Educativo. Bogotá, Colombia. Recuperado de <http://www.cide.edu.co/doc/investigacion/3.%20metodos%20de%20investigacion.pdf>
- Orozco, G (1998). Las prácticas en el contexto comunicativo. Revista Chasqui, N° 62, junio. Recuperado de <https://locucionucvcohortelvii.files.wordpress.com/2012/06/guillermoorozco-comunicacion-y-practica.pdf>.
- Orozco, G (1998). Las prácticas en el contexto comunicativo. Revista Chasqui, N° 62, junio. Recuperado de <https://locucionucvcohortelvii.files.wordpress.com/2012/06/guillermoorozco-comunicacion-y-practica.pdf>
- Salazar, F. (1992) Cambios culturales. Artículo, Revista universidad Autónoma metropolitana, Vol. 6, N° 17 recuperado de

<http://www.sociologicamexico.azc.uam.mx/index.php/Sociologica/article/view/839/812>

Sandoval, M. (2000) La relación entre los cambios culturales de fines de siglo y la participación social y política de los jóvenes. Editorial CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Buenos Aires. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/gt/20101023021140/8sandoval.pdf>

Serna, A. (2018) Prácticas de consumo cultural mediático en jóvenes estudiantes colombianos. Revista de Dixit, Vol.10. Recuperado de <https://revistas.ucu.edu.uy/index.php/revistadixit/article/view/1579%20/1542>