



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de
Ingeniero en Diseño Gráfico Publicitario.

TEMA:

“El uso del Street art graffiti como medio de difusión de las
festividades de la ciudad de Ambato”

Autor: Herrera Cáceres, Carlos Luis

Profesor Guía: Dis. Mg. Álvarez Lizano, Iván Patricio

Ambato - Ecuador
Mayo, 2017

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema:

“El uso del Street art graffiti como medio de difusión de las festividades de la ciudad de Ambato” del alumno Carlos Luis Herrera Cáceres, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, mayo 2017

EL TUTOR



Iván Patricio Álvarez Lizano

C.C.: 180309776-3

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “**El uso del Street art graffiti como medio de difusión de las festividades de la ciudad de Ambato**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de éste trabajo de grado.

Ambato, mayo 2017

EL AUTOR

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and flourishes, positioned above a horizontal dotted line.

Carlos Luis Herrera Cáceres

C.C.: 1725790198

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de éste Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, mayo 2017

EL AUTOR



Carlos Luis Herrera Cáceres
C.C.: 1725790198

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema **“El uso del Street art graffiti como medio de difusión de las festividades de la ciudad de Ambato”** de Carlos Luis Herrera Cáceres, estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Publicitario de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, mayo 2017

Para constancia firman

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

C.C.:

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.:

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.:

DEDICATORIA

A toda mi familia

A mi madre el pilar fundamental de mi vida, por echarse al hombro la responsabilidad de ser padre también por ayudarme a cumplir mis objetivos como persona y estudiante, apoyándome, aconsejándome, brindándome enseñanzas de ética y moral, a mis tíos, tías que sin duda se han convertido en un apoyo incondicional, a mi novia Gerald por todo su apoyo incondicional dentro de este camino y a mi querido abuelo aquel ángel que me acompaña siempre, esto va en agradecimiento a él por haber apoyado todo mi camino por ser el padre que nunca tuve.

AGRADECIMIENTO

A todos los que me han apoyado

Quiero dar gracias a Dios por acompañarme todos los días en este caminar. A muchas personas especiales a las cuales me gustaría agradecer, algunas que están en vida y otras que viven en mis recuerdos, por todo su apoyo y todas sus bendiciones.

A mi madre, mi mejor amiga, mi gran ejemplo de vida y superación.

A mis amigos por su apoyo y comprensión.

ÍNDICE GENERAL

PÁGINA DE TÍTULO O PORTADA	i
PÁGINA DE APROBACIÓN POR EL TUTOR	ii
PÁGINA DE AUTORÍA DE LA TESIS	iii
PÁGINA DE DERECHOS DE AUTOR	iv
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
ABSTRACT	xviii

CAPÍTULO I

1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Tema.....	2
1.1. Contextualización.....	3
1.1.1. Árbol de problemas.....	3
1.1.2. Macro.....	4
1.1.3. Meso.....	5
1.1.4. Micro.....	6
1.2. Delimitación del objeto de investigación.....	8
1.3. Justificación.....	8

1.4. Objetivos	10
1.4.1. Objetivo General	10
1.4.2. Objetivos específicos	10

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO	11
2.1. Antecedentes investigativos	11
2.2. Fundamentación filosófica	13
2.3. Bases Teóricas.....	13
2.3.1. Graffiti.....	13
2.3.2. Street art	15
2.3.3. Comunicación	16
2.3.4. Medios Impresos	18
2.3.5. Medios digitales	19
2.3.6. Teoría del color	20
2.3.7. Semiótica.....	20
2.3.8. Comunicación visual.....	21
2.3.9. Diseño Gráfico.....	22
2.3.10. Tradición	23
2.3.11 Cultura	23
2.3.12 Sociedad	24
2.4. Definiciones conceptuales.....	24
2.4.1. Materiales para hacer Street Art.....	24
2.4.2. Formatos.....	27

2.4.3. Tipos de arte urbano.....	28
2.4.4. Festividad (Fiesta).....	31
2.4.5. Festividades culturales	31
2.5. Fundamentación Legal	35
2.6. Categoría Fundamental	40
2.6.1. Constelación de Ideas Variable Independiente	41
2.6.2. Constelación Variable Dependiente	42
2.7. Formulación de Hipótesis	43
2.8. Señalamiento de Variables.....	43

CAPÍTULO III

3 MARCO METODOLÓGICO	44
3.1. Diseño Metodológico	44
3.1.1. Enfoque	44
3.1.2. Modalidad básica de la investigación.	45
3.1.3. Nivel o tipo de la investigación.....	46
3.2. Población y muestra.	46
3.2.1. Población.....	46
3.2.2. Muestra.....	47
3.3. Operacionalización de variables	49
3.3.1. Variable independiente	49
3.3.2. Variable dependiente.....	51
3.4. Técnicas de recolección de datos	54
3.5. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información	55

3.5.1. Análisis e interpretación de Resultados.	56
--	----

CAPÍTULO IV

4 DISEÑO	66
4.1. Memoria descriptiva y justificativa.....	66
4.1.1. Objetivos del Proyecto	66
4.1.2. Proyecto	66
4.1.3. Referencias	67
4.1.4. Descripción del proyecto.....	70
4.2. Memoria Técnica	71
4.2.1. Memoria técnica de materiales en insumos	71
4.2.2. Características técnicas	72
4.3. Diseño del Producto (Prototipo)	73
4.3.1. Modelo Operativo	74
4.3.2. Primera fase.....	76
4.3.2.1 Recolectar información de los lugares que poseen fiestas tradicionales en toda la ciudad.	77
4.3.3. Segunda Fase.....	78
4.3.4. Tercera Fase	78
4.3.5. Cuarta Fase.....	79

CAPÍTULO V

5 RESULTADOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	115
5.1. Resultados	115

5.2. Conclusiones	115
5.3. Recomendaciones.....	116

CAPÍTULO VI

6 BIBLIOGRAFÍA.....	118
6.1. Linkografía.....	120

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Festival Grafff – Arte Urbano.....	7
Tabla 2: rango de edad	47
Tabla 3: Variable independiente	49
Tabla 4: variable dependiente	52
Tabla 5: Técnica de recolección de datos	55
Tabla 6: Pregunta 1	57
Tabla 7: Pregunta 2	58
Tabla 8: Pregunta 3	59
Tabla 9: Pregunta 4	60
Tabla 10: Pregunta 5	61
Tabla 11: Pregunta 6	62
Tabla 12: Pregunta 7	63
Tabla 13: Pregunta 8	64
Tabla 14: Pregunta 9	65
Tabla 15: Pregunta 10	66
Tabla 16: Presupuesto	73
Tabla 17: Modelo Operativo	75

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Árbol de Problemas	3
Gráfico 2: Redes conceptuales	40
Gráfico 3: Constelación de ideas: variable Dep.....	41
Gráfico 4: Constelación de ideas: variable Ind	42
Gráfico 5: Pregunta 1	57
Gráfico 6: Pregunta 2	58
Gráfico7: Pregunta 3).....	59
Gráfico8: Pregunta 4).....	60
Gráfico 9: Pregunta 5).....	61
Gráfico 10: Pregunta 6).....	62
Gráfico 11: Pregunta 7).....	63
Gráfico 12: Pregunta 8).....	64
Gráfico 13: Pregunta 9).....	65
Gráfico 14: Pregunta 10).....	66
Gráfico 15: Colores fríos/cálidos	82
Gráfico 16: Boceto1	87
Gráfico 17: Boceto2	87
Gráfico 18: Boceto3	88
Gráfico 19: Boceto4	88
Gráfico 20: Boceto5	89
Gráfico 21: Boceto6	89
Gráfico 22: Boceto7	90

Gráfico 23: Boceto8	90
Gráfico 24: Boceto9	91
Gráfico 25: Boceto10	91
Gráfico 26: Boceto11	92
Gráfico 27: Aya huma.....	93
Gráfico 28: Musicos1	94
Gráfico 29: musicos2	95
Gráfico 30: Danzantes.....	96
Gráfico 31: Fondo1	97
Gráfico 32: claim.....	97
Gráfico 33: Inti Raymi	98
Gráfico 34: Danzante 2	99
Gráfico 35: Esposa del danzante	100
Gráfico 36: Tambonero.....	101
Gráfico 37: Fondo 2	102
Gráfico 38: claim2.....	102
Gráfico 39: Corpus Christi.....	103
Gráfico 40: Negro	104
Gráfico 41: Caporal.....	105
Gráfico 42: La doña	106
Gráfico 43: Fondo 3	107
Gráfico 44: claim3.....	107
Gráfico 45: Niño caporal	108
Gráfico 46: Montaje 1	109

Gráfico 47: Montaje 2	109
Gráfico 48: Montaje 3	110
Gráfico 49: Portada Book	112
Gráfico 50: Introducción del Book	112
Gráfico 51: Separador de sección	113
Gráfico 52: Retícula Modular	115

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente proyecto de investigación se abordó un tema muy discutido a nivel social y cultural como es el Street art graffiti y cómo nace la necesidad de difundir las festividades que durante el tiempo han ido restando importancia dentro de nuestra sociedad. Fiestas que dentro de nuestra cultura merecen no ser olvidadas, que tengan un espacio más amplio dentro de nuestra ciudad y que nos permita revalorizar cada una de ellas.

Dentro de esta búsqueda se analizó como el Street art graffiti es importante dentro de la comunicación de mensajes sociales o de cualquier otro tipo situación, de cómo esta expresión cultural es capaz de llegar a un público bastante extenso dejando a un lado cualquier otro tipo de medio de difusión cotidiano que ya no genera tal impacto. Utilizando varias documentos de respaldo que se han desarrollado en otros países que son anfitriones en esta manifestación artística, recolectando información mediante investigaciones de campo que nos permitan palpar la realidad del arte urbano y de las festividades tradicionales en nuestra sociedad el objetivo es promover culturalmente las festividades de la ciudad de Ambato que se han perdido utilizando el Street art graffiti como una opción alternativa de difusión.

Al recuperar las festividades que se han ido perdiendo durante varios años en la ciudad de Ambato y sus alrededores tendrán mucho aporte para nuestra sociedad, futuras generaciones y turistas podrán conocer más sobre nuestra cultura haciendo posible que la ciudad sea más visitada y más activa en el ámbito económico. Se tendrá provechosos beneficios como la recuperación de festividades, el aumento de turismo en la ciudad, mejorar la economía y producción, rescate de valores culturales que de una u otra forma sirven para no olvidar nuestros orígenes y poder tener una identidad propia. Debemos añadir que comerciantes serán beneficiados gracias a la recuperación y promoción de las festividades que serán difundidas por medio del Street art graffiti y que serán de gran ayuda para el conocimiento de los turistas que visiten el Cantón. Lo que se espera cambiar con la investigación es brindar una mejor información sobre las festividades que no

son muy nombradas y que se han perdido durante varias décadas, así como la recuperación de espacios perdidos y mal logrados de las diversas comunidades de nuestra ciudad.

Este trabajo investigativo ayuda a comprobar que existen otros tipos de medios alternativos que nos permiten llegar al público de mejor manera, generando mucha expectativa dentro de los pobladores donde se plasmarán los artes que por medio de la investigación se logró dar paso a un proceso creativo para la creación de las respectivas gráficas que irá acompañado de un book como estrategia de apoyo y de difusión a la propuesta donde se describen las fiestas escogidas y sus respectivos personajes.

PALABRAS CLAVE: ARTE URBANO, GRAFFITI, DIFUSIÓN, FESTIVIDADES, MEDIOS.

ABSTRACT

In the present project of investigation we approach a very discussed subject in social and cultural level as it is the Art of the street graffiti and how the necessity to diffuse the festivities that during the time have been resting importance within our society. Parties that within our culture deserve not to be forgotten, that have a wider space within our city and that allow us to revalue each one of them.

Within this research was analyzed as The art of the graphite street is important within the communication of social messages or any other type of situation, of how this cultural expression is able to reach a quite extensive public leaving aside any other Type of means of daily diffusion that no longer generate such an impact. Using several supporting research developed in other countries that host this artistic expression, collecting information through field research that allows us to feel the reality of urban art and traditional festivities in our society, the goal is to culturally promote the festivities From the city of Ambato they have been lost using the art of street graffiti as an alternative broadcast option.

When recovering the festivities that have gone during the last years in the city of Ambato and its surroundings will have much contribution for our society, future generations and tourists to know more about our culture making possible our most visited and active sea city in the Scope Economic Many benefits are possible in this research, such as the recovery of festivities, increase tourism in our city, improve the economy and production, rescue cultural values that in one way or another serve not to forget our origins and to have a own identity . We must add that merchants are benefited by the recovery and promotion of festivities that are disseminated through the medium of graphite street art and that serve as a great help for the knowledge of tourists who visit our Canton. What is being done to change the research is to provide better information about the girls who are not very named and who have lost for several decades, as well as the recovery of the lost and achieved spaces of the diverse communities of our city.

This research work has helped us to verify that there are other types of alternative media that are not allowed to reach the public in a better way, generating a lot of

expectation within the settlers where the arts were formed, through the means of research, A creative process for the creation of the respective graphics that are accompanied by a book describing the chosen parties and their respective characters.

KEYWORDS: STREET ART, GRAFFITI, DIFFUSION, FESTIVITY, MEDIA.

CAPÍTULO I

1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según Santana, Fabián (2010) en su trabajo de investigación nos explica que a mediados de los años 90 el término arte urbano ha sido utilizado para describir el trabajo de una gran diversidad de artistas que poco a poco han ido desarrollado una manera de expresarse en las calles mediante el uso de este tipo de arte utilizando varias técnicas tales como: stencils, stickers, murales etc.

El Street art o arte urbano al llegar a las calles y a varios lugares transitados, pretende generar un gran impacto en la sociedad. Bajo este contexto se puede decir que el arte urbano puede generar una gran publicidad bajo una buena presentación, creatividad y mensaje siendo utilizado en diversas temáticas sociales, la misma vida cotidiana, ideas surrealistas y hasta publicitarias como lo señala Santana. Estas y más son suficientes razones para dar el impulso de plasmar ideas en espacios y poder generar mayor grado de reconocimiento al público que observe cada arte.

Es por eso que hablar del street art graffiti como medio difusor de festividades es un tema muy poco debatido y mencionado en nuestro País y mucho más en nuestra Ciudad, el street art es un tema muy polémico en nuestra sociedad, al ser catalogado como vandalismo no ha tenido mucho reconocimiento en nuestra sociedad sabiendo que puede ser un medio alternativo de difusión de gran impacto dependiendo de la creatividad, estilos, formas y colores que puede ser utilizado para diversos temas sociales, es por eso que dentro de esta investigación se buscara solucionar algunos problemas de carácter social y de propaganda para aquellas festividades que durante el tiempo han ido perdiendo su importancia y sean recordadas de manera diferente y no tradicional que las demás, todo este proceso abarcara el diseño de graficas utilizando la semiótica, conceptualización visual, cromática, formas y medios impresos para su acorde promoción.

1.1. TEMA.

“El uso del Street art graffiti como medio de difusión de las festividades de la ciudad de Ambato”.

1.1. Contextualización

1.1.1. Árbol de problemas

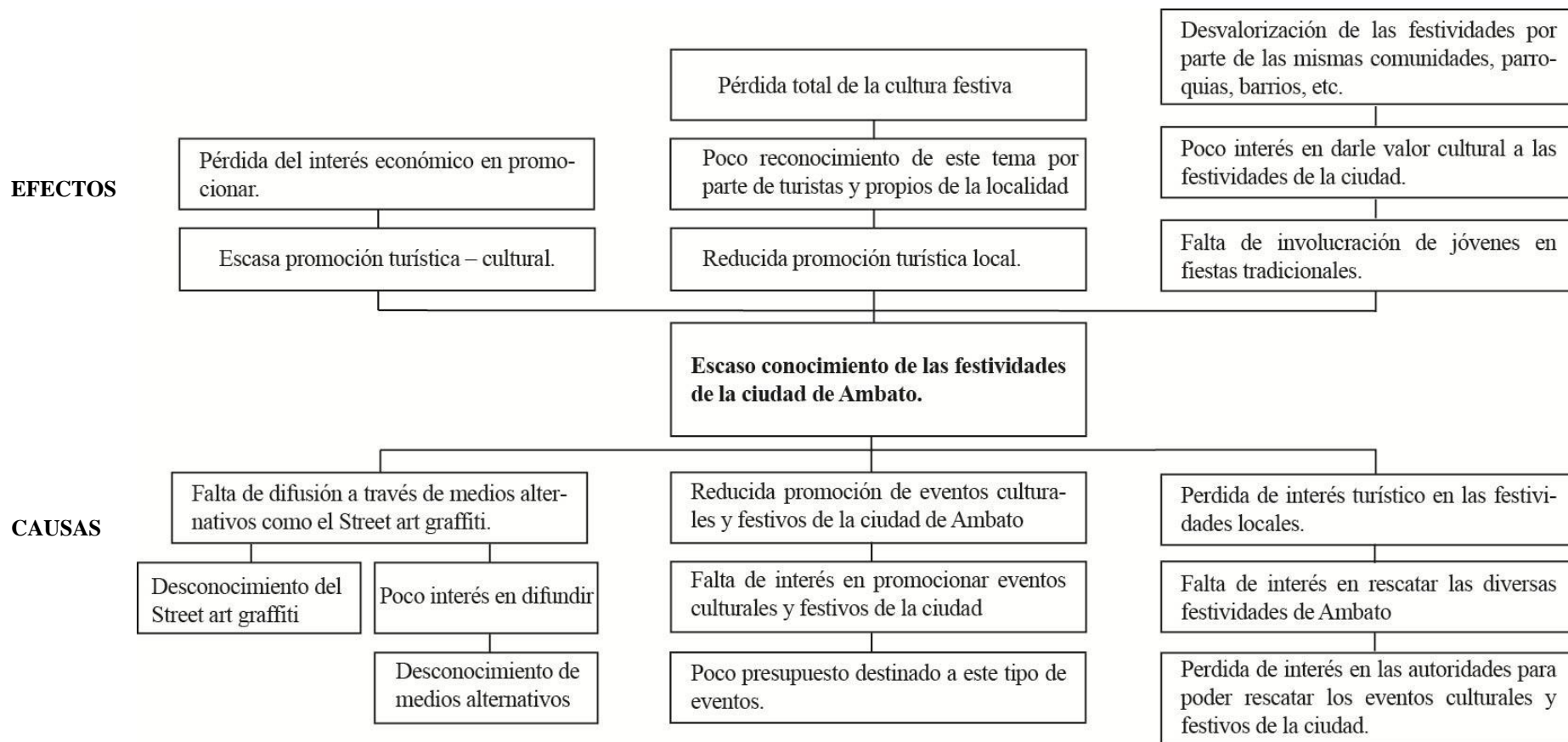


Gráfico 1: Árbol de Problemas

1.1.2. Macro

A nivel del continente Americano específicamente en México se realiza un proyecto llamado “manifiesto” algo similar a la representación de festividades pero en este caso mensajes políticos, este proyecto empieza desde principios de febrero grandes murales de arte de la calle cargados con mensajes políticos han ido poblando las paredes de la ciudad de México. Artistas callejeros locales e internacionales fueron invitados por **Fifty24MX** una galería de arte para el proyecto de manifiesto que se ocupa de las preocupaciones de la situación social y política en México, una vez más, utilizando el arte callejero como una herramienta social muy valiosa para proponer, reflexionar e informar.

El proyecto Manifiesto aborda las cuestiones incómodas de la sociedad mexicana. Un tema específico fue atacado y se alentó a los artistas de la calle para mirar a cuestiones tales como el aumento de la pobreza y la depresión entre la población de México, el agotamiento de los recursos naturales, la web social, el materialismo glorificado, un sistema de justicia disfuncional y los violentos acontecimientos que ocurrió en el estado de Guerrero el 26 de septiembre 2014 que involucró a las autoridades locales y dio lugar a la desaparición de 43 estudiantes de Ayotzinapa. Esta situación expone una crisis en las estructuras de poder de México y se agita el mundo. Ahora la gente quiere hablar, y la mejor forma es a través del arte.

Latir Latino (2012) “La calle es de todos, y los graffítos lo saben”. Así se da inicio al primer festival de arte en los espacios urbanos denominado Latir Latino en Perú que como objetivo principal quieren rescatar el significado de la calle, sin olvidar que la calle es un espacio de intercambios culturales y de comunicación, entre los países que apoyan este festival están: Argentina, Chile, Paraguay, Puerto Rico, Colombia y Perú.

Latido americano es un festival urbano más importante de américa latina que se realiza en Perú, que tiene como intención recobrar los valores perdidos entre las sociedades, para este año el festival se realiza en la provincia de Callao perteneciente a la misma, cabe recalcar que los dirigentes de este festival estuvieron contentos por

cómo la población reaccionó de manera positiva ante la propuesta de realizar graffiti dentro de cualquier espacio de la provincia.

Este evento nació luego de que algunos artistas se encontraron en un festival en Miami y se percataron en que eran pocos los artistas latinoamericanos que participaban en varios festivales internacionales, al darse cuenta que no existía un festival de gran magnitud en América Latina el artista Pésimo y antes decidieron crear algo grande.

Para la edición 2017 que se llevará a cabo entre el 3 y 30 de abril se cuenta con la participación de 20 artistas entre ellos, Saile de Chile, Apitatan de Ecuador, Oz Montaña de Paraguay, antes y Pésimo de Perú, Lesivo y Gleo de Colombia.

Uno de los festivales de graffiti más importantes llamado “Meeting of styles”, es un festival que se realiza en más de 20 ciudades del mundo y para este año México será la sede de este gran festival, el objetivo de Meeting of Styles es generar el encuentro entre artistas, el intercambio de técnicas y la retroalimentación y se convocaron a 25 artistas

1.1.3. Meso

A nivel nacional se realizan algunos festivales de Street art graffiti relacionados con temas importantes para la sociedad tratando de comunicar por medio de tal expresión mensajes positivos a favor de la sociedad ecuatoriana, es así como en la ciudad de Quito se realizó un evento en 2010 llamado ¡Si te respetan no te violentan! Evento que fue organizado en contra de la violencia en contra de la mujer, fue organizado por el colectivo de hip hop Sumak Kausai con el auspicio de UNIFEM, región Andina, ONU Mujeres y el Ministerio de Cultura buscando concientizar a la sociedad sobre este problema que afecta de forma masiva en nuestro País, “Pinta Graffiti” así fue denominada esta iniciativa la cual contó con la participación de más de 15 artistas nacionales referentes del graffiti que realizaron diferentes murales en el Sur de Quito cuyos motivos como dijimos anteriormente fue de sensibilizar a la sociedad sobre la violencia de género.

Otro de los festivales de arte público importantes que se realizan en nuestro país es el Grafff, la séptima edición se realizó en octubre y noviembre del 2015 en el Cantón Pujilí, Provincia de Cotopaxi, conto con la participación de 16 artistas extranjeros y nacionales cada uno con distinto estilo y forma de plasmar sus ideas, el motivo de este festival es convivir con las personas y descubrir nuevos lenguajes; en este evento se propuso que exista un dialogo entre las propuestas de arte contemporáneo, las necesidades de las comunidades y el empoderamiento del territorio; haciendo un llamado a desatar los portales de la libertad, creatividad y el placer de vivir las artes.

1.1.4. Micro

En la ciudad de Ambato se han realizado festivales de arte urbano siendo esta ciudad en donde se originó el Festival GRAFFF por mano del Colectivo Central Dogma de la localidad, el primer paso de este festival fue en el año 2009 como una actividad paralelo al festival de música de vanguardia llamado “Festival FFF”; la primera pintada llamado así vulgarmente por los artistas se llevó a cabo en un muro ubicado en la Av. Rodrigo Pachano frente al parque Luis A. Martínez con la invitación de 10 artistas, este festival conto con el total apoyo de los moradores del barrio quienes acogieron con gran expectativa la idea de transmitir vivencias a través del street art.

Tabla 1:
Festival Grafff – Arte Urbano

GRAFFF FESTIVAL DE ARTE URBANO	II EDICIÓN GRAFFF10	Se llevó a cabo en el año 2010, se intervino 5 barrios de la ciudad entre ellos Pasaje Carlos Mancheno, Parque de la Cdla Presidencial, Parque la Pradera, Calle Olmedo y Castillo, tuvo la presencia de 35 artistas.
	III EDICIÓN GRAFFF11	Festival realizado en el 2011 en la ciudad de Ambato con la participación de 15 artistas nacionales e internacionales, teniendo como finalidad la creación de espacios dispensadores de la felicidad.
	IV EDICIÓN GRAFFF12	Se realizó en el año 2012 recuperando 15 espacios públicos con diferentes técnicas, contó con más de 16 artistas y músicos que llenaron de felicidad los espacios de Ambato
	V EDICIÓN GRAFFF13	En el 2013 se continúa con el festival integrándose más expresiones artísticas como el muralismo, graffiti, danza, fotografía, proyectos audiovisuales entre otros, llegaron más de 30 artistas para este gran festival dispensador de felicidad.
	VI EDICIÓN GRAFFF14	Año 2014 se expandió a otras ciudades como Pujilí y Quito, 51 artistas, músicos, pintores e ilustradores; este festival tuvo como objetivo dotar de humanidad a los espacios, generar el diálogo, el ocio, el disfrute, un trabajo en conjunto con la comunidad.

En la actualidad la Ilustre Municipalidad de Ambato lleva a cabo un proyecto de street art en la ciudad de Ambato desarrollando gráficas, Municipio de Ambato (2016) “La esencia de los ambateños como personas solidarias, trabajadoras, que cuidan su entorno y transforman a la ciudad en un verdadero jardín” es el concepto que pone trabajo a todos los artistas invitados a este proyecto tales como el artista con el seudónimo de Guache, Vera Primavera, Ledania, Skore 999, La suerte, el francés “Mantra”, el español Zesar Bahamonte y de Uruguay Licuado y Alfalfa todos estos artistas intervienen lugares importantes de la urbe Ambateña.

Amoroso, Luis (2016) alcalde de la ciudad de Ambato menciona que “La Municipalidad no sólo mejora el aspecto estético de la urbe con la siembra de flores y plantas, sino con la transformación en positivo de espacios que generan un impacto visual negativo con imágenes que destacan nuestra identidad y riqueza natural”.

1.2. Delimitación del objeto de investigación.

Campo: Comunicación visual

Área: Diseño Gráfico

Aspecto: Visual

Tiempo: Año 2016 - 2017

Espacio: La investigación se realizó en el cantón Ambato

País: Ecuador **Provincia:** Tungurahua

Cantón: Ambato

Unidades de observación: Se seleccionó a los habitantes de la parroquia San Bartolomé de Pinllog porque será el lugar en donde se desarrollará el proyecto.

1.3. Justificación

El presente proyecto investigativo tiene como objetivo que el street art graffiti sirva como medio de difusión de festividades de la ciudad de Ambato permitiendo que aquellas fiestas que se han ido perdiendo durante el tiempo por parte de nuestra

sociedad sean rescatadas y valorizadas aplicando como medio alternativo de difusión el street art graffiti, además que servirán de recuperación de espacios urbanos que dan mal aspecto a la ciudad de Ambato.

Al recuperar las festividades que se han ido perdiendo durante varios años en la ciudad de Ambato y sus alrededores, habrá ciertos aportes para la sociedad, futuras generaciones y turistas podrán conocer más sobre nuestra cultura haciendo posible que la ciudad sea más visitada y más activa en el ámbito económico. Muchos beneficios serán posibles en esta investigación, como la recuperación de festividades, el aumento de turismo en la ciudad, mejorar la economía y producción, rescate de valores culturales que de una u otra forma sirven para no olvidar nuestros orígenes y poder tener una identidad propia.

Debemos añadir que comerciantes serán beneficiados gracias a la recuperación y promoción de las festividades que serán difundidas por medio del Street art graffiti y que serán de gran ayuda para el conocimiento de los turistas que visiten el Cantón.

Lo que se espera cambiar con la investigación es brindar una mejor información sobre las festividades que no son muy nombradas y que se han perdido durante varias décadas, así como la recuperación de espacios perdidos y mal logrados por las diversas comunidades de nuestra ciudad.

Los valores culturales de las festividades de la ciudad de Ambato cada vez está en decadencia perdiendo importancia en la población, Existen varias festividades de Ambato tales como la fiesta de los caporales, las fiestas tradicionales de San Jacinto en Izamba, fiestas religiosas como la semana santa, aparición de la virgen de la elevación patrona de la Diócesis de Ambato, fiestas de tradicionales como el Inti raymi celebrada en algunas comunidad situadas en parroquias rurales de Ambato y las octavas del corpus en Quisapincha que no son muy populares y son poco recordadas por los habitantes del cantón, debemos tener claro que no solo existe la fiesta de las flores, frutas y pan sino que hay otras festividades que son parte de nuestra identidad pero que no han sido debidamente difundidas y que necesitan ser recuperadas, recordadas y expuestas de cómo se originaron.

Uno de los vacíos a llenar; es la falta de conocimiento de cada una de las festividades de Ambato, poder generar un sentimiento cultural y el reconocimiento de éstas, para así fortalecer las festividades a través del Street art (graffiti) acotando que existen diferentes formas de transmitir un mensaje, baños, calles, paredes y una infinidad de lugares que, que con mucho ingenio pueden llegar hacer medios de difusión de gran impacto.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Promover las festividades culturales de la ciudad de Ambato que se han perdido por medio de la difusión alternativa utilizando el Street art graffiti, además que servirá como parte en el diseño urbano de la ciudad.

1.4.2. Objetivos específicos

- . Analizar la situación cultural actual del Street art en Ambato.
- . Investigar y generar un concepto sobre las festividades ambateñas que han ido perdiendo su notoriedad
- . Investigar cómo influye el street art graffiti en las difusión de las festividades de la ciudad de Ambato.
- . Plasmar un estilo de Street art graffiti que promueva las festividades de Ambato de manera creativa y con conceptos claros.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes investigativos

Investigando acerca del tema propuesto se mencionan algunos autores que han indagado sobre el mismo:

Gavin, Francesca (2008) hace referencia a que el street art o arte urbano es muy importante para el desarrollo cultural y social, obligando a las personas a que descubran el mundo que está a su alrededor mediante gráficos, palabras o garabatos que sean previamente analizados mostrando un mensaje claro y conciso al público sabiendo que la calle es un medio de difusión que puede llegar a miles de personas.

Gavin (2008) autora del libro CREATIVIDAD EN LA CALLE. NUEVO ARTE UNDERGROUND, un directorio de los artistas urbanos más influyentes en el mundo, defiende la idea que “las obras de éstos artistas son importantes porque obligan al público a ser consciente y a integrarse con el mundo que los rodea. La calle es el único lugar donde sabemos que algo es real, sin que sea exagerado o interpretado. Son, por definición, formas de protesta subversiva, escribe. Sea revolucionario o solamente decorativo, publicitario o todo lo contrario, el Street art va en busca de otros públicos. Es un fenómeno que se encuentra en cualquier callejón. Es un fenómeno que hace que el ser humano sea menos domésticos”.

El fundador de una gran propuesta de arte urbano “Medellín Graffiti Tour”, Jeiihco, en el año 2015 habla sobre lo importante que fue realizar este proyecto con el fin de ayudar a una comunidad llena de problemas sociales muy grandes y como el arte urbano (graffiti) y el post-graffiti desarrollado en lugares de mal aspecto fueron transformando la comuna 13 en un lugar muy transitado por turistas nacionales y extranjeros, siendo así que el Street art sirve como medio de publicidad de gran impacto para poder comunicar los problemas que presenta la comunidad.

Jeihco (2015) fundador de Medellín Graffiti tour menciona que: “A través de graffitis, se dan a conocer las historias que mueven e inspiran la esperanza y la búsqueda de mejores condiciones de vida para la comunidad, también se cuenta las historias de inequidades y violencias históricas que aún son presente en la zona 0.”

Parte de este texto fueron 20 respuestas que Jorge Melguizo respondió a una pregunta que le realizaban de cómo combatir la inseguridad en la precampaña a la alcaldía de Medellín, respuestas que animan a un grupo de jóvenes a combatir este tipo de problema social mediante el desarrollo del proyecto denominado comuna13 Graffiti Tour.

También visto como un proceso cultural que mediante el rap, graffiti, baile, pintura etc., podían cambiar la forma de pensar de los más jóvenes enseñándoles que la vida no es guerra, teniendo como objetivo principal la convivencia, que contrario a la inseguridad es la convivencia.

Según Melguizo, Jorge (2012) dice que: “la convivencia se construye con proyectos de urbanismo social, con acciones de mejoramiento integral de los barrios más pobres, con estrategias de educación ciudadana, con intervenciones de calidad en la educación formal, con una gran apuesta por la cultura y, en especial, por la cultura comunitaria, esa que se hace todos los días desde los barrios (y que se ha hecho casi siempre sin el estado, a pesar del estado y contra el estado), con un gran trabajo de comunicación pública y con la concertación y conjugación de esfuerzos entre los gobiernos nacional, regional y municipal, y de éstos con la comunidad, las universidades, las ONG, las empresas privadas (...) La convivencia no es un asunto solo del gobierno, ni del Estado: debe ser un asunto colectivo, un reto colectivo (...) El Estado se forma en el barrio: el Estado debe llegar a todos los lugares, no puede haber lugar de la ciudad sin una fuerte presencia, integral, del Estado (...) Pequeñas obras físicas contribuyen mucho al mejoramiento de la seguridad: mantenimiento de zonas verdes, pintura de fachadas (y mejor: impulso a muralistas y grafiteros para que se intervengan muros y fachadas de sectores estratégicos en barrios y en calles del centro), arreglo de andenes

y calles, excelente alumbrado público (y, en especial, iluminación de calidad para zonas de circulación de peatones), cambiar muros externos por otro tipo de cerramientos con jardines, flores, mobiliario urbano, obras de arte (los andenes con muros se vuelven peligrosos, otro tipo de cerramientos, más amables, mejoran la seguridad y también la percepción de seguridad) (...) El espacio público debe ser el espacio de la convivencia: hay que seguir avanzando también en un cambio del espacio urbano, que permita la reconfiguración de algunos barrios, de algunas comunas”.

2.2. Fundamentación filosófica

Este proyecto de investigación se fundamenta en el análisis crítico propositivo por cuanto se cuestiona los actuales métodos de difusión ordinarios que existen para promocionar o comunicar temas sociales, culturales, políticos, religiosos, etc porque se busca plantear una nueva alternativa para solucionar el problema.

2.3. Bases Teóricas

Presentando bibliografía, estudios y demás textos se abordan temas que ayudan a fundamentar las bases teóricas tales como el graffiti, que durante los años ha desarrollado otra categoría como el post-graffiti mencionado también como Street art (arte urbano en español), medios de difusión o comunicación, teoría del color, semiótica, comunicación visual y cultura.

2.3.1. Graffiti

Para iniciar el graffiti que viene del vocablo italiano graffiti plural de graffito que se define como el nombre dado por los arqueólogos a las inscripciones o dibujos

hechos en los muros antiguos y hallados en las excavaciones. A menudo referentes a acontecimientos de la vida diaria, contienen una valiosa información sobre las costumbres de la época. (Salvat, 1995, p. 1797).

Según Kozak, Claudia (2011) nos dice en el documental “Street Art”, que “el graffiti es una práctica que se dio a nivel bélico desde la antigüedad hasta el siglo XX”, diciendo que los militares escribían una frase “was here” en español estuvo aquí durante la segunda guerra mundial y que al marcar la ciudad significaba una forma de apropiarse de la misma, lo que hablar de graffiti desde la antigüedad ha sido una forma vandálica de comunicarse ante la sociedad, así es que Conor Harrington un artista muy reconocido de graffiti que empezó desde una corta edad menciona en el libro Beyond The Street de Mackenzie y Nguyen: “No me gustan las etiquetas, por ende no me gusta que me llamen artista callejero o artista urbano, soy un artista y punto” (2010, p. 21) reafirmando que el graffiti va más allá del arte por el mismo hecho de ser ilegal.

Por otro lado el artista Crayfish, (2011) menciona que “El graffiti es un elemento del hip hop, no lo podés sacar de ahí, nace de la cultura hip hop por más que hoy en día sea otra cosa, nace de eso”, en este sentido podemos decir que el graffiti que apareció en los años 70 en New York en una cultura subterránea como es el hip hop que nos es más que pintar letras y algunos caracteres sobre cualquier tipo de soporte en cualquier lugar sea público o ilegal con pintura en aerosol y por eso Kosak (2011) menciona en una bibliografía sobre el tema que existen dos tipos de graffiti: el graffiti que apareció en Francia en mayo mediante las protestas y el graffiti hip hop que apareció en New York como medio de arte.

Al pasar el tiempo el graffiti ha ido evolucionando y Ungar (2009) artista callejero citado en un proyecto de investigación, (2001) menciona que el graffiti es tan antiguo como la historia pero que a partir del siglo XX comienza a dar otro giro ya deja de ser considerado solo una par de letras y símbolos y pasa a convertirse en un arte más definido y mucho más elaborado y se dio paso al Tag o firma del artista en solitario o a un lado de su obra.

2.3.2. Street art

Volviendo a afirmar la teoría de que el graffiti es un acto de vandalismo que nunca pasara de moda el famoso artista urbano Nick Walker menciona que: “El arte urbano luce siempre mejor en la calle y no existe nada como el apuro de hacer una pieza en el lugar correcto, y que al final del día, las paredes de las calles sean la galería más grande del mundo”. (Mackenzie, S y Nguyen, P, 2006, p. 165).

Hastío, (2011) en la publicación de un artículo, edición dedicada al arte urbano dice que: “El arte urbano es aquel arte inmaculado de galería del centro, es la creatividad que no cabe, o no tiene entrada en facultades como Bellas Artes o Lenguas y Letras, donde pudiera parecerles que muchas de las manifestaciones que mencionó no son ni arte ni dignas de licenciatura. Creatividad, destreza e inspiración que tampoco podremos aprender en academias o escuelas privadas de música, diseño, baile o fotografía; artesanías que tampoco encontraremos en aparadores de cristal con un guardia cuidándolas”, al respecto podemos decir que el arte urbano va más allá de estudiar cada una de las técnicas que pueden haber y que pueden enseñar en algún centro educativo o alguna escuela de arte sino que con que con experiencia y trabajo diario se puede llegar a un arte muy sofisticado.

García, Pablo (2012) en una investigación para la Universidad de Córdoba menciona que: El *Street Art* es un fenómeno artístico presente en nuestra vida diaria al que se ha condenado a un cierto ostracismo. Tanto la comunidad académica, en este aspecto ajena a lo que ocurre en el mundo real, como la gran mayoría de la sociedad, inmersa en preocupaciones bien distintas, han obviado su existencia ineludible no ya en el arte, sino en el propio paisaje urbano. A esto podemos deducir que el Street art es un tipo de manifestación artística que durante el tiempo ha sido desterrado por la sociedad que ya de a poco se va viendo como un arte sino como algo propio de las calles algo que mientras el tiempo pasa se va convirtiendo en un adorno común.

Julius, Anthony (2002) en su libro “Transgresiones: el arte como provocación” menciona que: el Street Art para muchos se trata de un mero oxímoron, una irreverente muestra de la degeneración moral que nos atañe; otros, a

su vez, aprecian en tal aspecto –la transgresión– la verdadera esencia de todo acto artístico contemporáneo, siendo el Arte Urbano, por tanto, su epígono y máximo exponente. Siguiendo esa línea podemos decir que el Street art es un acto contradictorio que va ensuciando las calles siendo visto como un acto ilegal y de mal gusto en nuestra sociedad, pero otros lo ven como un medio que puede exponer un montón de ideas de diferentes aspectos sociales.

Klein, Naomi (1999) en su libro *No logo* nos define que el “*Street Art* engloba cualquier actividad artística que tenga como contexto el entorno urbano, hallando concreción en ciertas manifestaciones”(Klein, 1999, pp 363-376), bajo esta premisa podemos decir que el arte urbano siempre se ha desarrollado en un ambiente urbano, es decir, la calle se ha convertido en una galería urbana pública que sin ningún costo la gente puede visitar, haciendo que lugares de mal aspecto sean transformados en lugares concurrentes.

Cabrera, Chelin et al (2012) citan a Santana Fabián en su trabajo de investigación en donde expresa que “El arte urbano como medio publicitario interpreta la comunicación de forma diferente para llegar al público y permanecer en su memoria por medio de la utilización de un mensaje impactante”. Como lo menciona Santana el arte urbano expresa mensajes de manera diferente que ayuda al público a receptar las ideas de forma más creativa, colorida y sorprendente.

2.3.3. Comunicación

La comunicación fue definida por el filósofo griego Aristóteles, según Flores (1998), Aristóteles en su libro “*Retórica*” señala que la comunicación es un proceso que busca la persuasión por cualquier medio posible. Bajo este contexto podemos decir que la comunicación tiene un proceso muy importante y este es poder llegar al receptor de cualquier manera posible siempre que sea entendible.

Por otra parte Berelson, Bernard (1949) menciona que la comunicación “es el acto de transmitir información, ideas, emociones y habilidades por medio del uso de símbolos, cuadros, figuras y gráficas” (p. 112). En esta definición podemos decir que la comunicación va más allá de utilizar un mensaje hablado, sino que también puede

ser utilizado mediante mensajes gráficos, visuales, etc., y que para cada una existe un medio y un canal para transmitirlo.

Para la comunicación existen algunos componentes que facilitan el proceso de comunicación y Berlo, David (1984) citado por Lozano (1996) añade ya la retroalimentación con dos aspectos muy importantes que son el codificar y decodificar, añadiendo que el codificador es la parte fundamental entre el emisor y el receptor para poder completar el proceso de comunicación, de este modo Berlo incluye unos componentes: Fuente – Encodificador – Mensaje – Canal – Decodificador – Receptor – Retroalimentación.

Clasificación

2.2.3.1 Medios audiovisuales

Carrión (1990) define que los medios audiovisuales “Son los materiales que propiamente pueden llamarse no librarios, ya que publicaciones seriadas manuscritos, mapas, música impresa, grabados... pueden adoptar, y de hecho adoptan, muchas veces la forma de libro”. Es decir que los medios audiovisuales son aquellos que no son impresos medio que no son tangibles sino digitales que pueden llegar a ser diversos medios que permiten una comunicación más rápida.

Fotherguill & Butchart (1992) en su libro *Materiales no librarios en las bibliotecas: guía práctica* exponen lo siguiente acerca de los medios audiovisuales : “Los que no forman parte de un libro y excluyen cualquier mensaje impreso que se presente en forma de manuscrito, mapa, publicación periódica, folleto o partitura”...”abarca un amplio espectro puesto que también incluye los materiales excluidos anteriormente, siempre que se presenten de forma diferente, como un mapa en una diapositiva o una publicación periódica en una microficha”. Pudiendo afirmar que los medios audiovisuales son de tipo no impreso aquellos medios que el receptor solo los puede escuchar y ver cualquier tipo de mensaje.

2.2.3.2 La televisión

Fernández (1994) en su libro *Clase social, exposición a la televisión y percepción de la violencia en la televisión* nos dice que: “La televisión es un medio de comunicación que ha alcanzado una difusión sin precedentes, es usado por una cantidad muy significativa y grande de personas para satisfacer necesidades de información y entretenimiento” lo que podemos decir a fin es que la televisión es un medio social más común que puede existir y que la mayoría de personas lo tienen para poder informarse de cualquier situación existente en sus lugares de hábitat, un medio que

2.3.4. Medios Impresos

Dentro de los medios impresos podemos decir que se encuentra aquellos materiales que son librarios, es decir que son tangibles para el emisor y receptor, aquellos que estén impresos sobre papel que tengan como objetivo informar.

Flanagan (1991) dice que: “Los materiales impresos se diferencian de otros tipos de medios por el hecho de estar compuestos de hojas o pliegos (hechos, sobre todo de papel) sobre los que la información se presenta en hileras de caracteres o símbolos. A veces se intercala también material visual, entre las líneas. En ocasiones, el material impreso no es más extenso que una sola hoja de papel; otras veces, contiene una serie de páginas que pueden estar plegadas, cosidas, pegadas, atadas, encuadernadas o grapadas por uno de los lados, formando una especie de paquete.” (1991, p. 3806)

Dentro de los materiales impresos podemos destacar entre ellos los libros, las revistas, los periódicos.

2.2.5.1 Libro

Escarpit (1965) en su libro denominado *la Revolución del libro* nos dice que

“Un libro es una máquina para leer, pero nunca se puede utilizar mecánicamente. Un libro se vende, se compra, se cambia, pero no se le debe tratar como una mercancía cualquiera, porque es a la vez múltiple y único, innumerable e insustituible.” A lo que podemos acotar que un libro es algo más allá que hojas de papel es un conjunto de letras acompañadas de imágenes en algunos caso que se han puesto al servicio de determinadas intenciones que permiten determinadas utilizaciones según convengan a la industria humana.

2.2.5.2 Revista

La revista es un conjunto de hojas impresas, agrupadas en orden progresivo, fijadas por diferentes medios y protegidas por una cubierta de estilo que defina el diseñador de la revista. Tiene un título que lo distingue de los demás ejemplares con su portada y contraportada correspondiente, el tamaño es innumerable.

Según Cowles (2003) nos dice que “La clave para conseguir que una revista sea una marca está en la coherencia, tiene que ser siempre la misma y al mismo tiempo siempre cambiante” (p.8).

2.2.5.3 Periódico

Michel (1990) En su libro “Para leer a los medios, prensa, radio, cine, T.V. nos menciona que:” El periódico es un instrumento de información, educación y de propaganda política, de información y especulación, de cultura, etc.” (pp 67-72). A lo que podemos decir que el periódico o prensa es un medio impreso que nos muestra información local e internacional que presenta un número de sucesos que se presentan en la jornada y actualidades del día.

2.3.5. Medios digitales

En una publicación de Microsoft (2010) nos dicen que los medios digitales son contenidos de audio, vídeo e imágenes que han sido comprimidos. La

codificación de contenidos conlleva a convertir la entrada de audio y vídeo en un archivo de medio digital como, por ejemplo, un archivo de Windows Media que al ser codificado se puede reproducir, copiar, almacenar en cualquier dispositivo que acepte este archivo.

2.3.6. Teoría del color

En el libro *Nociones básicas de diseño*, Teoría del color nos menciona que el color en si no existe, sino es una apreciación subjetiva de las personas. A lo que podemos mencionar que el color es lo que podemos ver con los ojos, el resultado de la percepción de nuestro ojo con diferentes espectros de la luz blanca reflejada en algún material.

Desde otra perspectiva en el diseño existen teorías vinculadas sobre el comportamiento del color en la psicología del ser humano incluso en el comportamiento que los humanos reflejan al ver un color en cualquier tipo de información y que así mismo en el diseño gráfico están relacionados a los aspectos de identidad empresarial y de marca.

2.3.7. Semiótica

Chandler (2007) cita a Saussure (1983: 15 – 16) que nos dice que la semiología es “la ciencia que estudia el papel de los signos en la vida social” (p. 19), a esto podemos decir gran parte de nuestro contorno posee signos que identifican unos de otros. Para el filósofo Peirce (1931 – 58: 2.227) nos dice que la semiótica es “La doctrina formal de los signos que están estrechamente relacionado con la lógica” (p.2227), a este lineamiento podemos acotar que la semiótica no son más que signos que normalmente van de la mano de nuestro conocimiento, de nuestra capacidad de poder relacionar las cosas con otras.

2.2.8.1 Símbolo

Jardi (2012) nos menciona en el libro *Pensar amb imàgenes*, que los símbolos “Son signos que no mantienen una relación lógica o intuitiva con su significado sino que están conectados con él por una convención”. A esto se puede decir que un símbolo es algo convencional, algo cotidiano que está ligado a un hábito, algo que cumple su función sin importar si es símil o no.

2.2.8.2 Signo

Jardi (2012) nos vuelve a mencionar que “Un signo es cualquier elemento (imagen, sonido, etc.) a lo que los humanos hemos atribuido un significado. O dicho de otro modo es un elemento que sustituye a otro”. A esto podemos añadir que un signo representa a cualquier otro, que al igual que el símbolo el signo esta por cualquier aspecto cotidiano de la vida.

Según el lingüista suizo Ferdinand de Saussure, un signo está compuesto por dos partes: el significante y el significado. El significante es la parte física que percibimos y el significado es la idea que esta nos transmite.

2.3.8. Comunicación visual

Munari (1985) dice que “la comunicación visual es prácticamente todo lo que nuestros ojos pueden ver, desde una planta hasta las nubes que se mueven en el cielo. Cada una de estas imágenes tienen un valor distinto según en el contexto que están insertadas” (p. 79). Acotando a este concepto decimos que la comunicación visual tiene como objetivo enviar mensajes, ideas o información mediante medios impresos o digitales.

Para Bruno Munari existe la comunicación visual casual o intencional, una comunicación casual es aquello inesperado de cada situación de manera fácil sin ningún tipo de mensaje claro mientras que la comunicación intencional la personas

busca algo concreto comunicando mensajes claros y directos.

2.3.9. Diseño Gráfico

Al respecto podemos añadir que el diseño gráfico vino al ser humano para poder comunicar mediante procesos rigurosos cualquier tipo de ideas que para el público debe ser de fácil entendimiento, con mensajes claros y directos que puedan ser grabados en la memoria en cuestión de Minutos.

Moya (2006) autor del libro Diseño Gráfico Latinoamericano nos menciona que “es un proceso de creación, que puede ser más o menos complejo, pero que requiere tomar decisiones, estas a su vez pueden ser tan vastas como complejo sea el problema que suscita este proceso.”... “En el Diseño Gráfico es necesario un proceso creativo para comunicar ideas de una manera racional y sistemática, se trata de transmitir una idea que pueda ser decodificada socialmente, es la comunicación de códigos que deben ser descifrados de una manera rápida, agradable, representativa de lo que se quiere comunicar” (Moya, 2006, p.8).

Tanto para Gillam y Wong el diseño es algo fundamental en la vida cotidiana al mismo tiempo de que es un proceso que conlleva minuciosidad y creatividad cargados de procesos que tienen un propósito de transmitir un mensaje y cubrir miles de necesidades del público objetivo al que está dirigido cada elemento.

Gillam (1970) en el libro Fundamentos del diseño menciona que “Diseñar es un acto humano fundamental: diseñamos toda vez que hacemos algo por una razón definida. Ello significa que casi todas nuestras actividades tienen algo de diseño: lavar platos, llevar una contabilidad o pintar un cuadro”. Al mismo tema (Wong, 1991) nos dice que “el diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado. Un producto industrial debe cubrir las necesidades de un consumidor” (Wong, 1991, p. 9).

“Un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de algo” (p. 9). Ya sea esto un mensaje o un producto para hacerlo fiel y eficazmente.

2.3.10. Tradición

Según Staff & Sopena (1997) Aristos de la Lengua española las tradiciones son un sinfín de costumbres que durante el tiempo todas las generaciones las siguen llevando presentes en su vida, que a pesar del tiempo siempre están latentes en distintos tipos de sociedad que día a día llevan un proceso de cambio y actualización, al ser una expresión acompañada de diversas manifestaciones corporales, de lenguajes, vestuario, se convierten en un hecho único e irrepetible donde un gran grupo de gente concurre de manera masiva para poder experimentar cada actividad realizada.

Raimond Willians (1980) nos indica que:

Tradición selectiva: versión intencionalmente selectiva de un pasado configurativo y de un presente preconfigurado, que resulta entonces poderosamente operativo dentro del proceso de definición e identificación cultural y social.

- Tradición: como supervivencia del pasado.
- Tradición: pasado significativo, versión del pasado que pretende conectar con el presente.

2.3.11. Cultura

Malo (2001) dice que “lo esencial a la condición humana es cultura, no solo en su sentido tradicional como resultado de nuestras facultades que culmina en conocimientos y capacidades desarrolladas, sino, en el sentido antropológico de conjunto de ideas, creencias, actitudes, valores jerarquizados, tecnologías y sistema de pensamientos y comunicación”. A esto podemos decir que la cultura es infinitamente diversa, que posee diferentes tipos o maneras de expresarse al medio

público con diferentes ideas, aspectos, mensajes, formas, lenguajes que hacen que cada una se identifique sin perder verdadera esencia que durante el tiempo se ha ido forjando.

Añadiendo a lo dicho Bonfil (1989) dice que la cultura “es un conjunto relativamente limitado de conocimientos, habilidades y formas de sensibilidad que se agrupan principalmente en las Bellas Artes y otras actividades intelectuales”, cabe decir al respecto que la cultura son pequeños aspectos particulares que se vuelven pequeños actos muy limitados que solo algunos lo respetan y lo expresan al pasar el tiempo.

2.3.12. Sociedad

Según Aristóteles sociedad es el conjunto de personas que comparten fines, comportamientos y cultura, que se relacionan, cooperan e interactúan entre ellos para formar un grupo. Para Emile Durkheim se trata de reunirse entre personas, pueblos o naciones que conviven y se relacionan bajo unas leyes comunes, según Daniel Muñoz “La Sociedad es un contrato por el que dos o más personas convienen en poner en común bienes o servicios para ejercer una actividad económica y dividirse las ganancias”, siguiendo este lineamiento podemos añadir que la sociedad son grupos de personas cambiantes en costumbres que buscan día a día evolucionan sus costumbres por el mismo hecho de que el ser humano no se queda en un solo sitio sino que por naturaleza busca de nuevas experiencias para nutrir su conocimiento.

2.4. Definiciones conceptuales

2.4.1. Materiales para hacer Street Art

Para Salinas (2010) existen materiales básicos para el desarrollo de arte urbano o de un graffiti para los principales soportes en donde se desarrolla esta expresión artística.

2.4.1.1 Acrílico

La pintura acrílica es un polímero de metal metacrilato que en su estado natural no tiene color pero al momento de ser procesado se pueden obtener una variedad infinita de colores, puede ser usado en diferentes medios dependiendo rigurosos procesos.

Gracias a unos mexicanos en los años 80s y 90s que pintaban murales de gran magnitud en edificios se dio inicio a la investigación y desarrollo de pintura acrílica para mejorar la resistencia del pintado sobre soportes que están expuestos a diferentes tipos de clima.

2.4.1.2 Spray

Bellis (2016) nos dice en “La historia de las latas de aerosol” un pulverizador, aerosol, spray, atomizador o vaporizador (abreviatura empleada en perfumería) nos menciona que “es un recipiente donde se almacena un líquido, que tiene un dispositivo en la parte superior que permite expulsar ese líquido en forma vaporizada (reducido a gotas muy finas). El mecanismo de expulsión puede ser activado manualmente o mediante un gas. Uno de los usos se puede observar en la maquinaria agrícola, donde éste se utiliza para realizar aplicaciones fitosanitarias. También se usa para aplicar perfumes y productos de limpieza.”

Al referirnos al spray o conocido como pulverizador hablamos de un recipiente en donde se almacena un líquido que es expulsado mediante un dispositivo en la parte superior que permite la salida en diferentes proporciones a las que el propietario necesite

2.4.1.3 Brocha

La brocha al ser como una escobilla nos permite recoger un material específico que luego es distribuido sobre cualquier superficie dándole una apariencia diferente a la inicial.

2.4.1.4 Stencil

Al inicio de su historia fue llamado estarcido fue una técnica antigua que al pasar los años fue identificada como el estencil (del inglés *stencil*), añadiendo a su concepto podemos decir que es una plantilla que al ser utilizada con un dibujo o patrón recortado nos sirve como una hoja de calco y que nos permite representar lo antes dicho en alguna superficie entonces Indij (2007) en su libro Diálogos a través del tiempo nos dice sobre el stencil que es un medio que nos hace verlo multifuncional que se pueden hacer formas repetitivas que como resultado forman módulos o texturas que pueden tener algún significado.

2.4.1.5 Rotuladores

Bellis (2016) Un rotulador, marcador o plumón es un instrumentos de escritura, parecido al bolígrafo, que contiene su propia tinta y su uso principal es escribir en superficies distintas al papel. En varios países de Latinoamérica se conoce como plumón. La pluma del rotulador suele estar hecha de un material poroso, como el fieltro.

A esto agregamos que es un tipo de marcador que se puede utilizar para escribir sobre cualquier material o superficie contiene una punta absorbente con una variedad grande de colores.

2.4.1.6 Barniz UV

Quiminet en su publicación realizada en 2011 nos dice que el barniz UV o ultravioleta es una mezcla homogénea de resinas en un disolvente que al procesarse forman una película que es comparable con el proceso de plastificación, este tipo de barniz al no ser como otros este se seca mediante un mecanismo químico.

2.4.2. Formatos

2.4.2.1 Papel

El portal Icarito de Chile nos menciona que el papel viene compuesto de un material llamado celulosa que al ser procesado rigurosamente se forma una pasta de esto para que luego sean procesados de diferente manera para dar origen a varios tipos de papel.

2.4.2.2 Lienzo

En una publicación del sitio web de la universidad Francisco Marroquín de Guatemala nos dice que el lienzo es un tipo de pintura en tela que utilizaban los indígenas de Mesoamérica para comunicarse entre ellos formado por la combinación de textos, imágenes pictográficas y símbolos estilizados que solo eran comprendidos por los habitantes de esa época.

2.4.2.3 Piso

Al referirnos a piso podemos decir que es un tipo de suelo o pavimento que es la base de cualquier estructura de cualquier tipo de construcción.

2.4.2.4 Cristal

El cristal es un material sólido que tiene un patrón bien definido que a diferencia del vidrio el cristal es un material amorfo, existen algunos tipos de cristales como: luminosos que se usan en pantallas de dispositivos electrónicos, los cristales sólidos son los que se presenta de manera desordenada con diferentes tipos de composiciones que se utilizan para tecnología sofisticada, los cristales iónicos son aquellos que son duros y al mismo tiempo quebradizos que lo único que los mantiene fuertes es la electrostática, los cristales covalentes son los que siempre

están unidos en una red tridimensional únicamente por enlaces covalentes.

2.4.2.5 Pared

Diccionario de arquitectura civil, Benito Bails (1802) nos dice que una pared es una obra de albañilería vertical que limita un espacio arquitectónico. Su forma suele ser prismática y sus dimensiones horizontal (largo) y vertical (alto) son sensiblemente mayores que su espesor (ancho).

Una pared es un soporte, placa o tabique que se levanta para cerrar estructuras y sostener techos.

2.4.3. Tipos de arte urbano

2.4.3.1 Tag

Kozak (2004) en su libro Dejando de lado el debate nos dice que el origen del tag se remonta a los años 30 y que en los años 40 esta manifestación se vuelve viral para aquellos que practicaban el arte urbano como manera de protesta es así que dentro de algunas teorías se dice que un joven de Washington que se situaba en la calle 138 llamado taki fue el precursor de esta técnica que consistía en hacer una firma sobre las paredes en el año de 1935 también conocido como tagging o hitting .

2.4.3.2 Pompa

A finales de 1972, Phase 2 un graffitero de Bronx, fue el primero en desarrollar este tipo de letras curvilíneas y de gran grosor, en base a la referencia de Jako un graffitero en una publicación en 2011 podemos decir que la técnica pompa es también conocida como bubble letters, son letras redondas y gruesas pero muy sencillas de hacer que son fáciles de comprender por tener un borde de un color y el relleno de otro, existen otras sub categorías del bubble letters tales como:

- Phasemagotical fantástica: Letras pompa rodeadas por estrellas.
- Pompa nublado: Letras pompa envueltas en una forma a modo de nubes.
- Tablero de ajedrez: Letras pompa sombreadas.
- Pompa gigante: Letras pompa desproporcionadamente más grandes en su parte superior.
- El chorro exquisito: Letras pompa torcidas y rayadas.

2.4.3.3 Wild style

Los creadores del wild style o también conocido como Burners son Tracy 168 y stay high 149 que decidieron realizar una forma muy compleja de dibujar y escribir textos difícilmente de entender, este tipo de graffiti está compuesto por líneas superpuestas y entrelazadas formando letras, números y formas como flechas, flores o lo menos imaginable que exista, al tener una forma compleja este ha sido un estilo que pone a reto a todos aquellos artistas que quieran hacer uso del wild style.

2.4.3.4 Block letter

Block letter es altamente apreciado con respecto a su legibilidad y tamaño. Deben mantener un diseño sencillo, con caracteres de gran tamaño cuya función principal es ser muy explícito, es decir, de una sola mirada los individuos deben poder determinar qué dicen, generalmente, en largas distancias.

2.4.3.5 Personaje

Arosemena (2011) nos describe que el estilo graffiti personaje es utilizado mayormente por jóvenes generalmente suelen dibujar sobre paredes, muros y buses, mismos que desarrollan en sus graficas algún personaje de comic, otros que nacen de la creatividad del artista, cosas partículas que en si buscan llegar con un mensaje al público.

2.4.3.6 Orgánico

En el portal de internet “ecured” de cuba en un artículo publicado nos dan en rasgos breves el significado de este, el graffiti orgánico por así llamarlo es una de las técnicas donde se utiliza toda técnica o estilo de graffiti para desarrollar un arte novedoso, desde letras llamados pompa o el wild style agregando un personaje formando un solo conjunto.

2.4.3.7 ModelPasting

Del mismo sitio web citado anteriormente encontramos que el model pasting es una técnica de graffiti tridimensional con colores, formas y líneas que hacen que este estilo sea novedoso, que al ser utilizado con una variada gama de colores, luces, sombras, trazos muy eficaces y un trabajo minucioso dan como resultado un aspecto realista.

2.4.3.8 Muralismo

En un sitio web rescatamos alguna información sobre la técnica de graffiti llamada muralismo en donde podemos decir que este estilo es una forma de expresión y de comunicación con el certero propósito de impactar con su contenido, mensajes claros y socioculturales tales como situaciones, hechos históricos, fiestas y tradiciones de pueblos y muchos más son el principal aspecto que tiene el muralismo, generalmente son pintados en muros o paredes públicas o privadas y por ser de carácter decorativo es una técnica didáctica que su principal objetivo es el contar historias que son dirigidas a cualquier tipo de clase social.

2.4.3.9 Stickers (pegatinas)

Cabrera (2012) en su trabajo de tesis nos menciona que el sticker es una pegatina que no es otra cosa que un adhesivo que contiene texto, imágenes cuya

parte posterior tiene una capa de adhesivo que permite adherir en cualquier soporte aunque no es un material de duración larga. También existen los stickers que promueven mensajes políticos o comentarios entre los artistas urbanos

2.4.4. Festividad (Fiesta).

Gonzales, (2002) historiador de La Universidad de La Gran Colombia nos dice que festividad son reuniones de un conjunto de personas que tienen como objetivo celebrar un hecho o un acontecimiento importante, en estos casos las bebidas, comida, baile y música con los aspectos principales que caracterizan a una festividad que a su vez se distinguen dos tipos de fiestas las públicas y las privadas.

2.4.4.1 Privada

Las fiestas privadas son aquellas organizadas por una persona que al mismo tiempo se encarga de seleccionar el número de invitados, una variedad de comida y bebida que se caracteriza por ser algo menor cantidad de personas que las festividades públicas.

2.4.4.2 Pública

Las fiestas públicas se caracterizan por ser celebradas con un número de miembros mayor a la de las festividades privadas, generalmente este tipo de fiestas se celebran en lugares de entretenimiento masivo que tienen características adecuadas para tal fin.

2.4.5. Festividades culturales

Una fiesta cultural conmemora y honra ciertas situaciones que tienen que ver con un suceso espiritual, tecnológico con una mentalidad abstracta y emotiva (ABC, 2011) siendo diferente en cada sociedad.

2.4.5.1 Mama negra

Peña (2014) nos dice que la mama negra “es una fiesta popular pero también es religiosa porque es en honor a la Virgen de la Merced” (p. 16) es decir la mama negra también conocida como santísima tragedia es una fiesta que devela la vida a diferentes pueblos arraigados en el mestizaje, una fiesta que integra a toda un pueblo entero celebrándose en septiembre como una fiesta de devotos y en noviembre como una fiesta política o de independencia,

Lema (como se citó en Peña, 2014) nos dice que: No importa cuando caiga 24 esa fecha se respeta así sea domingo, entre semana eso es lo de menos. Los guaguas no van a la escuela, los guambras no van al colegio, se habla con los profesores, ellos ya saben que es por la virgen. Todos festejamos los días que son. (Lema, 2013, p.14)

2.4.5.2 La Chonta de la Amazonía

Esta celebración se realiza en el mes de mayo cuando la chonta esta en tiempo de cosecha, todos los de esta comunidad se preparan respetuosamente para la elaboración de la chicha llamada “Nijimach” con cantos, poemas, bailes, compartiendo experiencias y que siempre son guiados por un adulto mayor que es considerado el sabio de la comunidad.

Intercultural (2017) habla sobre esta fiesta tradicional mencionando que esta fiesta: “es de fortalecimiento físico y espiritual, así como la abundancia, la fertilidad y la alegría de buen vivir del mundo shuar y sus generaciones”. Esta celebración ayuda a “promover, difundir y fortalecer el patrimonio cultural de la Nacionalidad Shuar”.

2.4.5.3 Rodeo montubio

Esta fiesta popular del litoral ecuatoriano se celebra en octubre el día de la

raza, donde todos los montubios se reúnen para participar y sacar sus mejores peripecias dentro del corral, la participación de haciendas de diferentes cantones es importante para esta fiesta que con mucho valor y sin importar el riesgo dejar el nombre en alto es el objetivo, las bandas de pueblo, los amorfinos, las criollas (reinas) son parte fundamental de este rodeo.

Calero (2012) nos dice que: El rodeo montubio es una tradición de los vaqueros del campo en el litoral ecuatoriano, a través del cual muestran las costumbres y habilidades adquiridas en el trabajo diario con el ganado en las haciendas en Balzar en las que trabajan. (p.1)

2.4.5.4 Carnaval de Guaranda

El carnaval de Guaranda es una de las fiestas que convierte a esta ciudad en una de las mas visitadas turisticamente hablando, compuesta por bailes coloridos y tradicionales seguido del juego con agua, polvo de colores, harina, serpetinas, espumas carnavaleras y huevos, sumado a comida típica y el fuerte licor propio de la ciudad llamado pajaro azul.

Baquero (2014) nos dice que el: carnaval tradicional de Guaranda no es tan solo el del desfile de comparsas coloridas, no es el de la elección de una reina de belleza ni tampoco es el que se juega con espuma, harina, huevos y lodo. El Carnaval es, históricamente, el tiempo que precede al recogimiento espiritual. Representa el exceso, el jolgorio, permite licencias al placer y desconoce a la autoridad y sus órdenes. (p.1)

2.4.5.5 Fiesta de las flores y las frutas

La fiesta de las flores y las frutas es mencionada como una de las fiestas mas esplendidas de todo el pais, que se celebra en el mes de Febrero, el desfile de la confraternidad es el evento mas importante de todas las fiestas compuesta por numerosas comparsas coloridas y llenas de alegria, carros adornados con flores, frutas y pan y al igual que el carnaval de Guaranda miles de turistas extranjero y

nacionales visitan la ciudad.

Guanopatin (2010) nos dice que: La fiesta de las flores y de las frutas surgió como un llamado de fraternidad a los hermanos de la patria. Es una manifestación cultural y de voluntad de los ambateños que aceptando el precio propuesto por la naturaleza, se levantaron con fervor y entusiasmo en búsqueda de respuestas tangibles al daño sufrido, organizando varios eventos populares. (p.22)

2.4.5.6 Diablada de Píllaro

La diablada de Píllaro es una fiesta popular que ha crecido en los últimos años debido a su contexto negativo, una fiesta catalogada como pagana por ciertos comportamientos dentro de la misma, como una fiesta que venera y realza en nombre del diablo, sin embargo esta celebración ha tenido muchas teorías y una de ellas es que en la antigüedad los indígenas se vestían de diablos en repudio a las prédicas sacerdotales, maltrato físico, psicológico y económico que recibían por parte de los españoles. La diablada se celebra los primeros días de enero con bailes propios de Píllaro con la participación de los principales protagonistas que son los diablos cargados de atuendos rojos, máscaras hechas con papel y engrudo, cachos de venados, cabras, corderos y toros.

(Lasluiza, 2012) describe en su trabajo investigativo que la diablada pillareña es: la festividad recuerda la invasión española que trajo nuevas concepciones e incluso recreaciones sobre lo que era el diablo, siendo 26 asimiladas por los pueblos sometidos que vieron en el singular personaje un medio idóneo para liberarse de las cotidianidades y la opresión colonial. (...) hay una versión que ya tiene explicación científica, se refiere a la rebeldía mestiza e india en contra de la religión católica, la que originó y dio comienzo a dicha festividad (p.26)

2.4.5.7 Fiesta del Yamor

La fiesta del Yamor que se celebra en Otavalo en agradecimiento a la Pachamama por las bondades que ha brindado durante el año a todos los habitantes de la ciudad, el nombre de esta fiesta proviene de una bebida sagrada llamada chicha que consumían incas de las regiones. (Turismo, 2016) comparte información en su página web sobre la fiesta del Yamor describiendo que:

Esta celebración es una expresión más de la rica cultura que envuelve a nuestro país. Una chicha tradicional, bebida milenaria preparada en base a diferentes clases de maíz, conocida como yamor, es la que da el nombre a las tradicionales fiestas septembrinas del ‘Valle del Amanecer’, puesto que se celebra al finalizar las cosechas de maíz, como agradecimiento a la fecundidad de la madre tierra.

2.5. Fundamentación Legal

En los Objetivos nacionales para el buen vivir (2017) encontramos ciertos objetivos que ayudan a mejorar el estilo de vida de los ecuatorianos y en uno de ellos se encontró objetivos que ayudan a la creación y al mejoramiento de los espacios públicos que fortalezcan la identidad nacional, la cultura, las nacionalidades, etc y que podemos enumerar a continuación:

Objetivo 5. Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.

5.3 Impulsar los procesos de creación cultural en todas sus formas, lenguajes y expresiones, tanto de individuos como de colectividades diversas.

5.3a Incrementar el acceso a recursos públicos para la creación, producción, difusión, comercialización, distribución y exhibición de bienes y servicios culturales, a través de mecanismos de inclusión y democratización.

5.3b Fortalecer la coherencia con los objetivos nacionales, como criterio para el acceso a los recursos públicos que promocionan las actividades culturales.

5.3c Generar espacios de apropiación colectiva para la creatividad, la contemplación y la difusión artística y cultural en los territorios.

5.4 Promover las industrias y los emprendimientos culturales y creativos, así como su aporte a la transformación de la matriz productiva

5.4d Estimular la creación, la producción, la difusión, la comercialización, la distribución, la exhibición y el fortalecimiento de emprendimientos e industrias culturales y creativas diversas, como sector estratégico en el marco de la integración regional.

5.4f Establecer mecanismos de incentivos fiscales que promuevan actividades artísticas y culturales del talento nacional.

5.4i Rescatar e impulsar la valoración, la apropiación y el uso de contenidos simbólicos provenientes de las nacionalidades y pueblos en las industrias culturales y creativas.

Estos son objetivos que ayudan a que los procesos creativos y culturales tengan mayor acogida dentro de la ciudadanía.

El Ministerio de cultura del Ecuador en el acuerdo ministerial No. Dm-2012 nos menciona ciertos artículos de la constitución de la República del Ecuador que están ligados a la cultura y el derecho de acceder a espacios públicos y que a continuación se detallan textualmente:

Art. 23.-

De la Constitución de la República establece que las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público de las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con su sujeción a los principios constitucionales.

Art. 377.-

De la Constitución de la República, dispone que el sistema nacional de cultura

tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y patrimonio cultural.

Derechos del buen vivir, (Cap. II; Sección cuarta; Título II)

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

Art. 22.-

Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

Art. 23.- Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.

Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales.

Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

Art. 380.-

Serán responsabilidades del Estado:

Velar, mediante políticas permanentes, por la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión y acrecentamiento del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza histórica, artística, lingüística y arqueológica, de la memoria colectiva y del conjunto de valores y manifestaciones que configuran la identidad plurinacional, pluricultural y multiétnica del Ecuador.

En estos artículos podemos interpretar que existe libertad para promover diversos tipos de expresiones culturales, creación artística y producción, servicios culturales, la igualdad en la diversidad.

Ministerio de Cultura del Ecuador, (Políticas para una revolución cultural, Derechos culturales, julio 2011) presentan ciertas estrategias permiten que la ciudadanía en general cuide de espacios de expresión cultural teniendo como derechos y deber social al mismo.

4. Derecho al acceso y uso del espacio público. Promover el acceso a los espacios públicos a toda la ciudadanía, sin ningún tipo de discriminación.

Estrategias

Promover el derecho a la expresión cultural en los espacios públicos de todos los grupos sociales, especialmente de aquellos discriminados por políticas intolerantes y excluyentes por su condición étnica, de género, etaria, opción sexual, capacidades especiales y colectivas y tribus urbanas.

Promover, en coordinación con los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD), el diseño de espacios públicos adaptados a las necesidades de las personas con capacidades especiales.

Promover campañas de concienciación ciudadana para la defensa y cuidado del espacio público.

Desarrollar alianzas interinstitucionales para promover el desarrollo de rutas e itinerarios turísticos culturales en los espacios públicos a nivel nacional, regional y local.

2.6. Categoría Fundamental

Redes de inclusión conceptuales

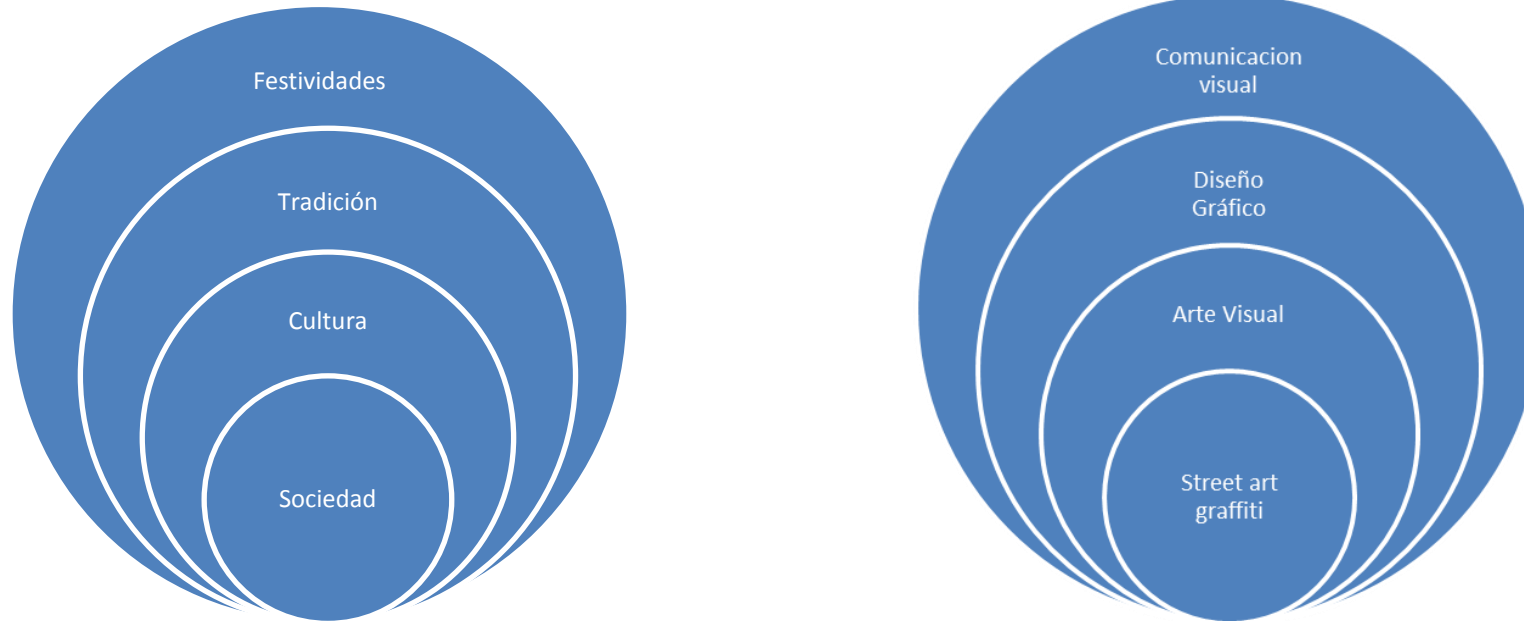


Gráfico 2: Redes de inclusión conceptuales

2.6.1. Constelación de ideas Variable Independiente

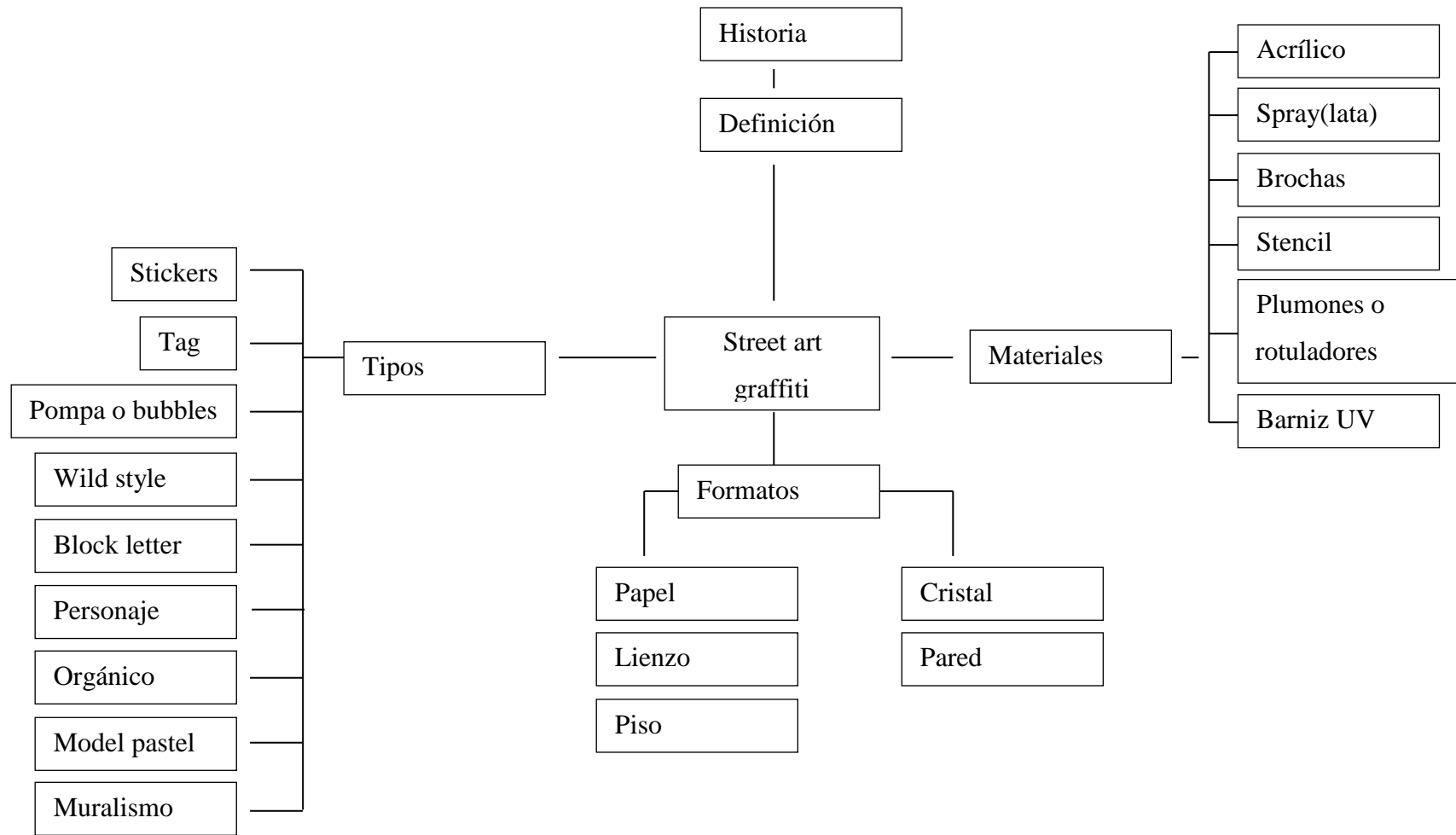


Gráfico 3: Constelación de ideas

2.6.2. Constelación de ideas Variable Dependiente

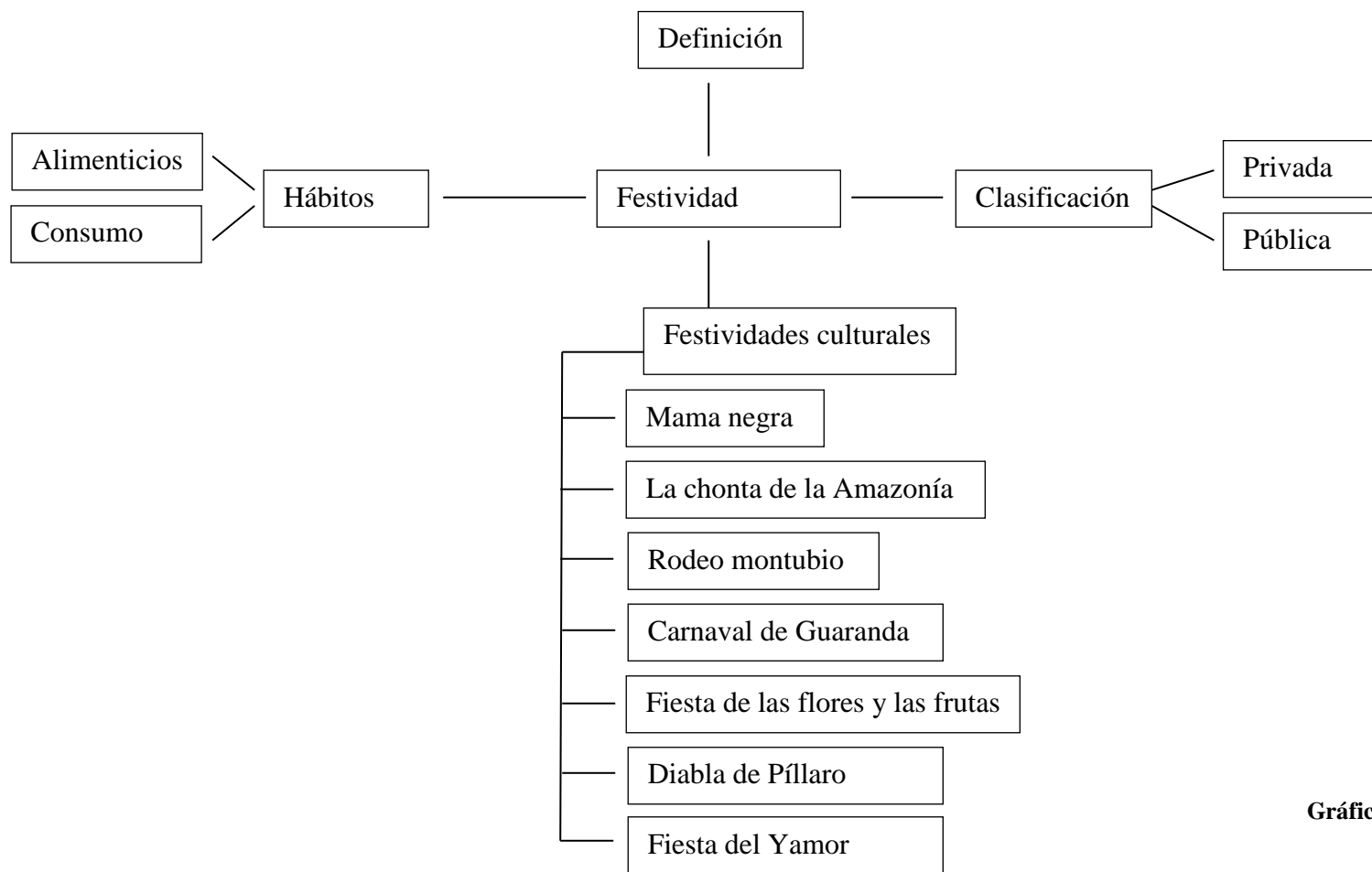


Gráfico 4: Constelación de idea

2.7. Formulación de Hipótesis

Cree que el uso del street art graffiti influye como medio alternativo de difusión para las festividades de la ciudad de Ambato.

Hipótesis Nula

El uso del street art graffiti no influye como medio alternativo de difusión para las festividades de la ciudad de Ambato.

2.8. Señalamiento de Variables.

Variable Independiente: Street art graffiti

Variable Dependiente: Festividades (Fiesta)

CAPÍTULO III

3 MARCO METODOLÓGICO

3.1. Diseño metodológico

Este proyecto de investigación se fundamenta en el análisis crítico propositivo por cuanto se cuestiona los actuales métodos de difusión ordinarios que existen para promocionar o comunicar temas sociales, culturales, políticos, religiosos, etc porque se busca plantear una nueva alternativa para solucionar el problema.

3.1.1. Enfoque

Cualitativa

La investigación cualitativa evita la cuantificación. Los investigadores cualitativos hacen registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas. La diferencia fundamental entre ambas metodologías es que la cuantitativa estudia la asociación o relación entre variables cuantificadas y la cualitativa lo hace en contextos estructurales y situacionales. La investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica.

La presente investigación posee un enfoque cualitativo porque se realizará un análisis crítico que permita que el análisis investigativo se concrete y se desarrolle de manera apropiada que permite que se pueda utilizar el desarrollo del Street art como medio alternativo de difusión en diferentes lugares de la ciudad logrando que el público al que se va a dirigir entienda el mensaje.

Cuantitativa

Por medio de mediciones numéricas se busca calcular, medir que sucede, proporcionar información específica de una realidad que podemos explicar mediante un análisis.

En la investigación se busca las causas y la explicación de los hechos que generan el problema, por lo tanto el proceso solicita el análisis e interpretación estadística de los datos cuantitativos recolectados mediante alguna técnica de recolección de datos que pueden ser, entrevista, encuesta, observación, sesión de grupo.

Los resultados serán interpretados mediante un análisis estadístico, numérico y de representación gráfica.

Para el enfoque cuantitativo se ejecutaron encuestas a los ambateños residentes en la vía Ambato - Quisapincha un barrio que está situado en los límites de la parroquia San Bartolomé de Pinllog de entre 17 y 22 años de edad.

3.1.2. Modalidad básica de la investigación.

Esta investigación es bibliográfica – documental, de campo, experimental y de Intervención Social.

Bibliográfica –documental

La información para objeto de nuestra investigación se ha logrado mediante la utilización de libros electrónicos, páginas de internet con información verídica e investigaciones anteriores que permite sustentar el contenido de la presente investigación que tiene como objetivo conocer, profundizar y concluir con diferentes teorías y criterios de diferentes autores sobre el tema.

De campo

La investigación de campo nos ayuda a recoger datos directamente del lugar

donde suceden los hechos de este modo evitamos manipular o controlar las variables de los fenómenos sociales.

La investigación se llevará a cabo en el sitio donde el público turista concurre de manera más habitual en la ciudad de Ambato.

3.1.3. Nivel o tipo de la investigación.

En esta etapa que elige la investigación exploratoria ya que permite la formulación de un problema para posibilitar una investigación más precisa, el desarrollo de una hipótesis, poder tener en claro algunos conceptos y reunir información acerca de posibilidades prácticas de difundir festividades a través del Street Art, para llevar a cabo investigaciones en un marco de vida actual.

La investigación descriptiva sirve mucho en esta investigación porque permite llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes mediante la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas pero esta no se limita porque nos permite predecir e identificar las relaciones que existen entre dos o más variables

3.2. Población y muestra.

3.2.1. Población

La población y muestra con la que se trabajó en la actual investigación es la Parroquia San Bartolomé de Pinillo conformado por 9.094 habitantes según el último censo del 2010 realizado por el INEC en el Ecuador.

Según el plano turístico de Ambato publicado por el Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua del año 2016, la Unidad de Turismo del Municipio de Ambato y el Ministerio de Turismo describen que la Parroquia San Bartolomé de Pinillo es un lugar turístico y concurrido semanalmente por turistas nacional, extranjeros y propios de la Provincia de Tungurahua por poseer ciertos lugares

tradicionales tales como las gallinas de Pinllo, el famoso pan de Pinllo, yaguar loco y de mini turismo como el monumento a la primera imprenta y sus prolongados cultivos verdes, a más de ser paso para otros sitios turísticos también nombrados en este plan de turismo como el parque de la Familia y Quisapincha.

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: San Bartolomé de Pinllog (Vía Ambato - Quisapincha)

Edad:

Tabla 2

Rango de edad (Censo 2010)

De 15 a 19 años	De 20 a 24 años	De 25 a 29 años
907	738	746

Total: 2391

3.2.2. Muestra

Simbología:

n = Tamaño de la muestra

PQ = Probabilidad de ocurrencia (0.25)

N = Tamaño de la población ()

e = error de muestreo / margen de error (5% = 0.05)

k = Coeficiente de corrección / nivel de fiabilidad del 95% (1.96)

$$n = \frac{PQ*N}{(N-1) () + PQ}$$

$$\frac{n= 597,75}{2390(0,000651) + 0,25}$$

$$\frac{n= 597,75}{1,80589}$$

n = 331 personas

3.3. Operacionalización de variables

3.3.1. Variable independiente

Tabla 3

Variable Independiente: Operacionalización de variables

Variable independiente : Street art graffiti				
Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnicas / Instrumentos
Se considera arte urbano a todo aquello que engloba a las diferentes expresiones artísticas que se representan en la calle como forma de protesta o como simple representación artística de un aspecto de la cultura popular o tradicional de una zona concreta o simplemente de los movimientos sociales más predominantes en cada	Definición Tipos	Historia Stickers Tag Pompa o bubbles Wild style	¿Cree usted que el Street art graffiti sirve como medio de difusión para festividades tradicionales? ¿Considera usted que se debe utilizar otros medios alternativos para difundir cualquier tipo de festividades o fiestas tradicionales? ¿Para usted el aplicar la	Técnica Entrevista Instrumento Cuestionario

territorio.		Estático	técnica del Street art graffiti en una pared o mural puede generar mayor reconocimiento de las festividades?	Técnica
		Personaje		
		Orgánico		
	Formatos	Model pastel		Entrevista
		Abdusting		
		Muralismo	Considera usted que debería existir un espacio permanente para el uso del Street Art Graffiti?	Instrumento
		Pared		Cuestionario
	Medios	Spray		Técnica
		Brochas		
		Stencil		Entrevista
		Plumones o rotuladores		
		Pintura		Instrumento
	Contenidos	Aplicación de estilos		Cuestionario
		Mensajes visuales		

3.3.2. Variable dependiente

Tabla 4

Variable dependiente: Operacionalización de variables

Variable dependiente : Festividades				
Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnica / Instrumento
Festividad es una reunión de personas para celebrar un acontecimiento o divertirse. Por lo general, una fiesta suele acompañarse de <u>comida</u> y <u>bebida</u> , y a menudo también de <u>música</u> y <u>baile</u> .	Definición Clasificación	Historia Privada Pública	¿Aparte de la fiesta de la Fruta y de las Flores usted ha observado murales pintados presentando otras fiestas tradicionales del Cantón Ambato que no son conocidas? ¿Conoce alguna de estas festividades? ¿Cree usted que se debe difundir las fiestas tradicionales del cantón	Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario

	Tipos	Rural	Ambato que no son conocida	
		Urbana		
		Religión	¿Considera que las fiestas tradicionales que se desarrollan dentro del cantón Ambato son un factor determinante en el desarrollo del turismo?	
		Cultura		
		Patronal	¿Cree que es importante en conocimiento más amplio acerca de las demás fiestas que se realizan en el cantón Ambato?	
	Hábitos	Alimenticios		
		Consumo		
		Espirituales	¿Considera usted que actualmente se mantienen gran parte de las fiestas tradicionales en la Parroquias Rurales del Cantón?	

			<p>entrevista</p> <p>¿Usted como artista callejero cree conveniente usar el street art graffiti para difundir las festividades?</p> <p>¿Considera usted que el street art graffiti sea un medio más atractivo para que el público tenga mejor conocimiento de las festividades?</p>	
--	--	--	---	--

3.4. Técnicas de recolección de datos

Tabla 5

Técnica de recolección de datos

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Para qué?	Para conocer si se puede difundir las festividades que se realizan en la ciudad de Ambato
¿A qué personas o sujetos?	Turista extranjeros, nacionales y locales
¿Sobre qué aspectos?	Sobre la técnica del street art graffiti
¿Quién?	El investigador
¿Cuándo?	En periodo de Octubre 2016 – Febrero 2017
¿Dónde?	Parroquia San Bartolomé de Pinllog
¿Cuántas veces?	Una vez a los encuestados
¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta
¿Con que instrumentos?	Cuestionario
¿En qué situación?	En hora de la tarde, noche y fines de semana.

3.5. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

Después de haber realizado la recolección de datos, se procede a procesar la información de la siguiente manera:

1. Diseño de las preguntas para encuesta en base a la matriz de la operacionalización de variables
2. Recolección de información en base al cuestionario estructurado a los habitantes.
3. Depuración la información.
4. Tabulación de datos.
5. Representación gráfica de los resultados estadísticos.
6. Análisis e interpretación de datos de resultados.

3.5.1. Análisis e Interpretación de resultados.

Encuesta dirigida a la población de San Bartolomé de Pinllog.

1. ¿Cree usted que el street art graffiti (arte callejero) sirve como medio de difusión para festividades tradicionales?

Tabla 6
Pregunta 1

RESPUESTA	FRECUENCIA	F. ABSOLUTO	PORCENTAJE
SI	244	244	74%
NO	45	45	14%
QUIZAS	42	42	12%
TOTAL	331		100%

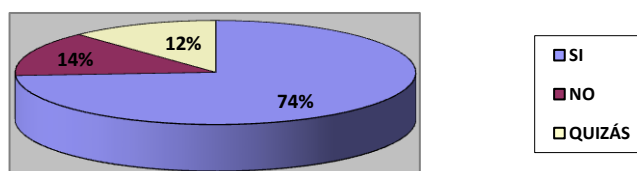


Gráfico 5: Pregunta 1

Interpretación: Pregunta N°1 ¿Cree usted que el street art graffiti (arte callejero) sirve como medio de difusión para festividades tradicionales? Se obtuvo como resultado que la opción SI eligieron 227 personas lo que en porcentaje es 74%, mientras que para el NO eligieron 42 personas siendo en porcentaje 14% y por tanto 40 personas eligieron la opción quizá siendo en porcentaje 12% haciendo un total del 100% de encuestas.

Análisis: Se puede deducir que la mayoría de la población considera que el street art graffiti sirve como medio de difusión para fiestas tradicionales que necesitan ser revalorizadas, que se necesita de otro medio para salir de lo habitual a lo diferente.

2. De esta lista de festividades escoja tres opciones que usted conoce.

- a) Inti Raymi (Comunidades indígenas).
- b) Fiestas de la Virgen de la Elevación “Patrona diócesis de Ambato”.
- c) Sol de noviembre.
- d) Fiesta del niño caporal (Totoras).
- e) Fiestas de San Jacinto (Izamba).
- f) Corpus Christi.

Tabla 7
Pregunta 2

RESPUESTA	FRECUENCIA	F. ABSOLUTO	PORCENTAJE
A	269	269	
B	88	88	
C	130	130	
D	105	105	
E	66	66	
F	221	221	
TOTAL			

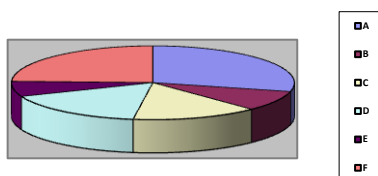


Gráfico 6: Pregunta2

Interpretación: de la pregunta N°2 ¿De esta lista de festividades escoja tres opciones que usted conoce? Por tanto 253 personas escogieron la opción A equivalente al %, 86 personas escogieron la opción B equivalente al %, 130 escogieron la opción C equivalente al %, 101 personas escogieron la opción D que es equivalente al %, 66 personas escogieron la opción E equivalente al % y por ultimo 221 personas escogieron la opción F equivalente al % siendo así que según el porcentaje tres opciones tienen mayor voto por tanto y las que serán plasmadas en la propuesta.

Análisis: En esta pregunta podemos ver que el público objetivo no sabía de ciertas festividades que se realizaban dentro de la ciudad, pero si tenían mejor conocimiento sobre las fiestas que se celebran en otras ciudades tal es el caso del Inti Raymi y el Corpus Christi. Es así que dentro de las opciones la mayoría tenía poco de conocimiento de 3 festividades las cuales serán utilizadas para el desarrollo de las gráficas.

3. Aparte de la Fiesta de la Fruta y de las Flores, usted ha observado murales pintados presentando otras fiestas tradicionales en paredes de la ciudad de Ambato.

Tabla 8
Pregunta 3

RESPUESTA	FRECUENCIA	F. ABSOLUTO	PORCENTAJE
SI	82	82	25%
NO	230	230	69%
QUIZAS	19	19	6%
TOTAL	331		100%

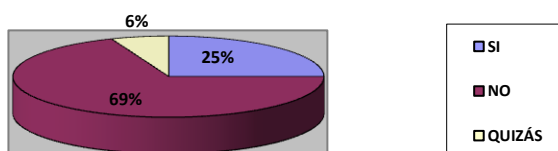


Gráfico N° 7: Pregunta3

Interpretación: pregunta N°3 ¿Aparte de la Fiesta de la Fruta y de las Flores, usted ha observado murales pintados presentando otras fiestas tradicionales en paredes de la ciudad de Ambato?, por tanto 77 personas escogieron la opción SI equivalente a 25%, 217 personas escogieron el NO equivalente a 69%, mientras que 15 personas escogieron la opción QUIZÁS equivalente a 6%, con un total del 100% de encuestados.

Análisis: La mayoría de encuestados al conocer sobre el street art no habían observado algún graffiti que tengan mensajes sobre fiestas y menos de festividades que no sean las Fiestas de las Flores y Fruta, siendo intrigante que dentro de nuestra sociedad no haya el interés a que se difundan fiestas que recuerdan nuestras raíces.

4. ¿Cree usted que se debe difundir las fiestas tradicionales del Cantón Ambato que no son conocidas?

Tabla 9
Pregunta 4

RESPUESTA	FRECUENCIA	F. ABSOLUTO	PORCENTAJE
SI	276	276	83%
NO	31	31	9%
QUIZAS	24	24	8%
TOTAL	331		100%

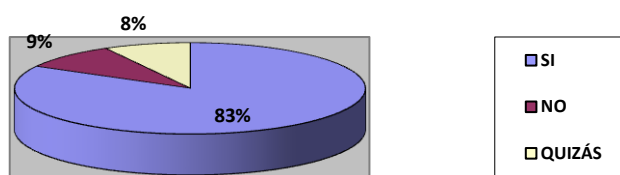


Gráfico 8: Pregunta 4

Interpretación: pregunta N°4 ¿Cree usted que se debe difundir las fiestas tradicionales del Cantón Ambato que no son conocidas?, por tanto 271 personas escogieron la opción SI equivalente a 83%, 21 personas escogieron el NO equivalente a 9%, mientras que 17 personas escogieron la opción QUIZÁS equivalente a 8%, con un total del 100% de encuestados.

Análisis: El público encuestado se mostró interesado en que sería una buena idea el hecho de difundir fiestas que no se conocían dentro de nuestra sociedad ambateña y que era importante tener conocimiento sobre cada una y que las próximas generaciones no olviden las raíces ancestrales.

5. ¿Considera usted que se debe utilizar otros medios alternativos para difundir cualquier tipo de festividades o fiestas tradicionales?

Tabla 10
Pregunta 5

RESPUESTA	FRECUENCIA	F. ABSOLUTO	PORCENTAJE
SI	271	271	82%
NO	23	23	7%
QUIZAS	37	37	11%
TOTAL	331		100%

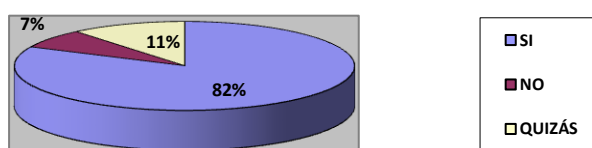


Gráfico 9: Pregunta 5

Interpretación: pregunta N°5 ¿Considera usted que se debe utilizar otros medios alternativos para difundir cualquier tipo de festividades o fiestas tradicionales?, por tanto 257 personas escogieron la opción SI equivalente a 82%, 19 personas escogieron el NO equivalente a 7%, mientras que 33 personas escogieron la opción QUIZÁ equivalente a 11%, con un total del 100% de encuestados.

Análisis: Se puede considerar según los resultados de las encuestas que sería de gran utilidad difundir las festividades utilizando otro tipo de medios que no sean los mismos, uno de los encuestados menciona que todo está robotizado, nadie se preocupa por cambiar las formas de dar a conocer la información de formas más creativas y diferentes a lo cotidiano.

6. ¿Para usted el aplicar la técnica del street art graffiti en una pared o mural puede generar mayor reconocimiento de las festividades?

Tabla N 11

Pregunta 6

RESPUESTA	FRECUENCIA	F. ABSOLUTO	PORCENTAJE
SI	205	205	62%
NO	44	44	13%
QUIZAS	82	82	25%
TOTAL	331		100%

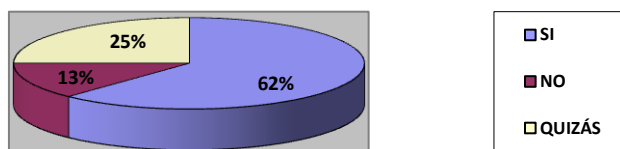


Gráfico 10: Pregunta 6

Interpretación: pregunta N°6 ¿Para usted el aplicar la técnica del street art graffiti en una pared o mural puede generar mayor reconocimiento de las festividades?, por tanto 194 personas escogieron la opción SI equivalente a 62%, 38 personas escogieron la opción NO equivalente a 13%, mientras que 77 personas escogieron la opción QUIZÁS equivalente a 25%, con un total del 100% de encuestados.

Análisis: Esta pregunta es una clara muestra que utilizar otros medios de difusión pueden generar mayor expectativa y claramente podemos decir que la gente considera la técnica del Street art graffiti como medio de difusión alternativa puede generar mayor reconocimiento de las festividades siempre y cuando el mensaje sea claro y permita mejorar el aspecto de las calles.

7. ¿Considera que las fiestas tradicionales que se desarrollan dentro del cantón Ambato son un factor determinante en el desarrollo del turismo?

Tabla 12
Pregunta 7

C	FRECUENCIA	F. ABSOLUTO	PORCENTAJE
SI	275	275	83%
NO	34	34	10%
QUIZAS	22	22	7%
TOTAL	331		100%

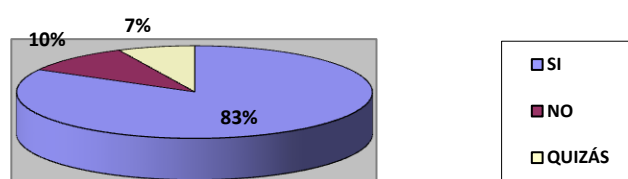


Gráfico 11: Pregunta 7

Interpretación: pregunta N°7 ¿Considera que las fiestas tradicionales que se desarrollan dentro del cantón Ambato son un factor determinante en el desarrollo del turismo?, por tanto 262 personas escogieron la opción SI equivalente a 83%, 26 personas escogieron la opción NO equivalente a 10%, mientras que 21 personas escogieron la opción QUIZÁ equivalente a 7%, con un total del 100% de encuestados.

Análisis: En esta pregunta según el público considera que las fiestas que se realizan dentro del cantón Ambato son un factor determinante en el desarrollo del turismo y por ende en el desarrollo económico por eso se debe dar un realce a las festividades que no tienen tanta importancia.

8. ¿Cree que es importante un conocimiento más amplio acerca de las demás fiestas que se realizan en el Cantón Ambato?

Tabla 13
Pregunta 8

C	FRECUENCIA	F. ABSOLUTO	PORCENTAJE
SI	266	266	81%
NO	31	31	9%
QUIZAS	34	34	10%
TOTAL	331		100%

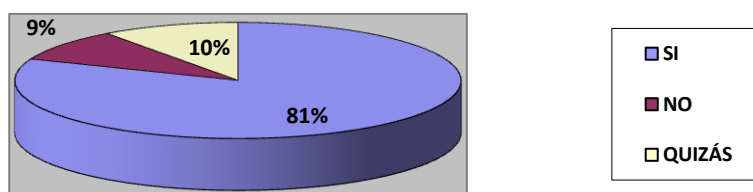


Gráfico 12: Pregunta 8

Análisis e interpretación: pregunta N°8 ¿Cree que es importante un conocimiento más amplio acerca de las demás fiestas que se realizan en el Cantón Ambato?, por tanto 266 personas escogieron la opción SI equivalente a 81%, 31 personas escogieron la opción NO equivalente a 9%, mientras que 34 personas escogieron la opción QUIZÁS equivalente a 10%, con un total del 100% de encuestados.

Análisis: En base a los resultados de las encuestas se afirma que es importante conocer festividades que no son conocidas dentro del Cantón Ambato para poder generar un impulso económico y turístico en los lugares donde se desarrollan las festividades.

9. ¿Considera usted que actualmente se mantienen gran parte de las fiestas tradicionales en las Parroquias Rurales del Cantón?

Tabla 14
Pregunta 9

C	FRECUENCIA	F. ABSOLUTO	PORCENTAJE
SI	109	109	33%
NO	138	138	42%
QUIZAS	84	84	25%
TOTAL	331		100%

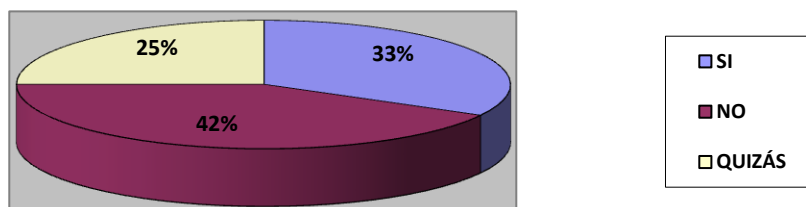


Gráfico 13: Pregunta 9

Análisis e interpretación: pregunta N°9 ¿Considera usted que actualmente se mantienen gran parte de las fiestas tradicionales en las Parroquias Rurales del Cantón?, por tanto 95 personas escogieron la opción SI equivalente a 33%, 133 personas escogieron la opción NO equivalente a 42%, mientras que 81 personas escogieron la opción QUIZÁ equivalente a 25%, con un total del 100% de encuestados.

Análisis: Los resultados muestran un mismo criterio que en la mayoría de lugares del cantón no se mantienen vivas las fiestas que algún día fueron importantes para esos lugares, la gente pide que se vuelvan a retomar las fiestas para ayudar al sector económico y turístico.

10 ¿Considera usted que debería existir un espacio permanentemente para el uso del Street art graffiti?

Tabla 15
Pregunta 10

C	FRECUENCIA	F. ABSOLUTO	PORCENTAJE
SI	247	247	75%
NO	28	28	8%
QUIZAS	56	56	17%
TOTAL	331		100%

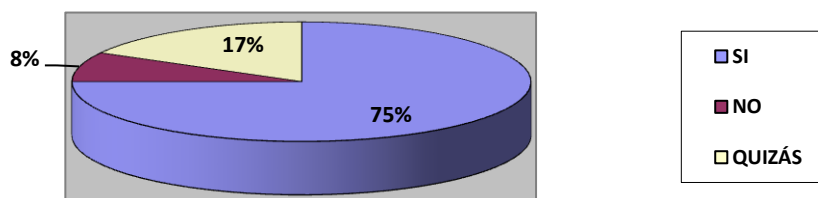


Gráfico 14: Pregunta 10

Análisis e interpretación: pregunta N°10 ¿Considera usted que actualmente se mantienen gran parte de las fiestas tradicionales en las Parroquias Rurales del Cantón?, por tanto 236 personas escogieron la opción SI equivalente a 75%, 23 personas escogieron la opción NO equivalente a 8%, mientras que 50 personas escogieron la opción QUIZÁ equivalente a 17%, con un total del 100% de encuestados.

Análisis: En esta pregunta podemos decir que la gente considera que debería existir un espacio destinado para el uso del Street art graffiti y que así no se dañen paredes de domicilios ya que casi no siempre realizan un arte de buena calidad dejando el lugar con un terrible aspecto.

CAPÍTULO IV

4 DISEÑO

En este capítulo describimos todo el proceso para llevar a cabo la propuesta que consta de un análisis, utilización de métodos, técnicas, estilos, medios impresos para el desarrollo de las propuestas graficas mediante el uso del Street art Graffiti que ayudara a comunicar a la sociedad mensajes sobre las festividades no tradicionales de la ciudad de Ambato que serán plasmadas en los muros cercanos a la parroquia San Bartolomé de Pinlog.

4.1. Memoria descriptiva y justificativa

4.1.1. Objetivos del proyecto

4.1.1.1 Objetivo general

- Desarrollar artes visuales acerca de festividades no muy conocidas de la ciudad en la parroquia San Bartolomé de Pinlog utilizando como medio de difusión el Street art graffiti.

4.1.1.2 Objetivos específicos

Investigar con que métodos y técnicas se puede desarrollar la propuesta.

- Difundir mediante material impreso el lugar donde se desarrolla la propuesta.
- Desarrollar un book con todas las gráficas utilizadas en la propuesta como complemento para la difusión de las festividades.

4.1.2. Proyecto

Este proyecto es de investigación – intervención ya que esta enfoca en poder

inmiscuir el Street art graffiti (arte urbano) como medio de difusión de festividades que se han ido perdiendo al pasar de los años en el Cantón Ambato, con el desarrollo de estos artes en lugares de concurrencia masiva en la ciudad de Ambato se busca llegar al turista nacional y extranjero permitiéndole conocer parte de las festividades que poco a poco han dejado de ser importantes en nuestra ciudad.

4.1.3. Referencias

Autora: Fernanda Salomé Mercado Bayas

Año de sustentación: Junio 2010

Tema de investigación: El graffiti en la ciudad de Quito como medio de expresión cultural y su vínculo alternativo en la comunicación

Facultad: Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación

Ciudad: Quito

País: Ecuador

Este es un proyecto que busca alternativas comunicacionales como el graffiti identificando como puede ayudar el arte urbano en revalorizar y fortalecer la identidad, la realidad social logrando en conjunto el recuperar y valorar cualquier tipo de manifestación artística.

Mercado, Salome (2010, p 107) El graffiti por medio del arte necesita de un análisis que ratifique el poder de la palabra y la manifestación comunicacional de lo que el individuo está viviendo como una evidencia, reclamo y exigencia de sus derechos e inconformidad con la sociedad. - 108 - El objetivo de estudio es el graffiti” y su fin es identificar y analizar la influencia del arte utilizada en relación con la fusión de los elementos en la vida real de la sociedad, estudio que servirá para proporcionar alternativas comunicacionales que evidencien los recursos necesarios para una guía del estudio enfocada a nuestro país. En lo social, el principal destinatario de los resultados que se logren obtener de esta investigación será los sujetos sociales, pues se espera contribuir a revalorizar y fortalecer la identidad y la

autoestima mediante la realidad social haciendo que se ponga interés en la recuperación y valoración del arte.

Autora: Máximo Randrup.

Año de sustentación: 16/10/2009.

Tema de investigación: El graffiti tiene la palabra.

Facultad: Facultad de periodismo y comunicación social.

Ciudad: La plata.

País: Argentina.

Esta investigación obtuvo grandes resultados al saber que tiene buena acogida dentro de la ciudad logrando que más artistas puedan practicar esta manifestación artística con mensajes que tengan una repercusión en la ciudad de La Plata.

Máximo, Randrup (2009) El fenómeno de estudio investigado fue la práctica sociocultural del graffiti en la ciudad de La Plata. El interrogante que se intentó, y consideramos que se logró, responder fue: ¿Qué características tiene la práctica sociocultural del graffiti en La Plata? Por estas razones nuestro objetivo general fue analizar qué características tiene dicha práctica hoy, en esta ciudad.

Por su parte, los objetivos específicos fueron: analizar el graffiti como forma de comunicación y como relación bi-direccional, diferenciar los distintos tipos y técnicas de graffitis en la ciudad de La Plata, y conocer cuáles son las razones que llevan a los graffiteros a comunicarse a través de esta práctica.

Autores: Sebastián Cabrera Chelin – Yocelsy Jiménez Morales

Año de sustentación: 2012

Tema de investigación: Arte Urbano como recurso publicitario en la Ciudad de Santo Domingo.

Facultad: Artes y Comunicación, Escuela de Publicidad (Universidad UNAPEC)

Ciudad: Santo Domingo Dn.

País: Republica Dominicana.

En esta investigación sobre el Arte urbano como medio publicitario tras una ardua investigación de cómo afecta el arte urbano a la sociedad y de cómo este puede servir como un medio publicitario de gran importancia ya que al ser un tipo de manifestación artística urbana puede generar grandes resultados siempre y cuando se logre llevar un mensaje muy bien conceptualizado, podemos concluir que dentro de esta investigación se logró recatar una gran variedad de información que hace que el arte urbano sea muy importante dentro de la sociedad como medio publicitario ya que muchas empresas a nivel mundial se han valido de este método para comunicar su marca y poder cumplir con su objetivo publicitario.

Cabrera, Sebastian & Jiménez, Yocelsy (2012) Las marcas y los artistas urbanos buscan ser únicos y originales, persiguen “hacerse ver”, y “quedarse en la mente” de la gente. En los últimos tiempos, bajo el préstamo del lenguaje urbano, el arte urbano ha entrado en el terreno de las marcas. Como se ha podido observar, el hombre siempre ha tenido la necesidad de expresar sus más profundos pensamientos, desde los más banales hasta los más espirituales y el arte urbano ha sido la manera perfecta de expresarlo, es por esto que la publicidad ha buscado el apoyo de este medio para transmitir sus mensajes con el fin de captar la atención de los consumidores, atraer la atención de éstos es cada vez más difícil ya que se encuentran en un mundo sobre comunicado. Cabrera Chelin et al (2012) citan a Santana Fabián en su trabajo de investigación en donde expresa que “El arte urbano como medio publicitario interpreta la comunicación de forma diferente para llegar al público y permanecer en su memoria por medio de la utilización de un mensaje impactante”. Cabrera Chelin et al nos dicen que el arte urbano “No tienen como objetivo ensuciar la ciudad, sino interactuar con ella y muchos de los artistas tratan los espacios públicos con respeto. Suelen ser características comunes a ellos encontrar sus orígenes en el GRAFFITI, en el campo del diseño gráfico o en historia de arte”

4.1.4. Descripción del proyecto

La parroquia San Bartolomé de Pinllog es una de los poblados más visitados de la ciudad de Ambato teniendo en su vía principal de acceso un pared de grandes magnitudes, la misma que ha sido usado como mural para el desarrollo de eventos de graffiti. Este proyecto tiene como finalidad la difusión e inserción de las festividades no muy reconocidas en nuestra sociedad a través del Street art graffiti como medio y técnica para poder difundir las mismas; investigando, analizando, desarrollando y diseñando cada una de las gráficas con mensajes que sean entendibles al público.

El objetivo del proyecto es que se beneficien todas las personas de la comunidad donde se va a realizar el proyecto, de esa forma se impulsara el medio turístico y por ende la situación económica del lugar.

Este proyecto tiene como finalidad la difusión e inserción de las festividades no muy reconocidas en nuestra sociedad; investigando, analizando, desarrollando y diseñando cada una de las gráficas con mensajes que sean entendibles al público.

El objetivo del proyecto es que se beneficien todas las personas de la comunidad donde se va a realizar el proyecto, de esa forma se impulsara el medio turístico y por ende la situación económica del lugar.

Es así que la idea es brindar una mejor experiencia y una forma de comunicar que genere mayor impacto al momento que las personas deciden conocer nuevas fiestas teniendo más opciones de lugares por visitar dentro de nuestra ciudad, llegando a ser una mejor opción de generar atracción al lugar donde se originó la festividad y diferentes posibles lugares donde se haría la difusión de las mismas.

Hacer este tipo de procesos creativos y no cotidianos, procesos que generalmente son mal vistos pero que con un cambio de perspectiva y un mejor manejo hiciesen que demás lugares tomen esta iniciativa para generar mayores estadísticas de turismo que les permitirán crear y generar más ingresos económicos.

4.2. Memoria técnica

4.2.1. Memoria técnica de materiales en insumos

4.2.1.1 Proceso de bocetaje

Bocetero

Lápices

Borrador

Estilete

Datos informativos de las festividades y del estilo de street art escogidos

Referencias

Sprays con amplia gama de colores

Pintura

Rodillos

Brochas

4.2.1.2 Proceso de digitalización

Recursos Tecnológicos

Wacom Bamboo Touch

Computador

Mouse

Software

Adobe Illustrator

Adobe Photoshop

Driver Wacom Bamboo

Presupuesto

Tabla 16
Presupuesto

Internet	50
Copias	30
Transporte	30
Impresiones	60
Insumos físicos (spray, pintura, rodillos, escobas, brochas, mascarillas, mano de obra)	200
Medios impresos	100
Imprevistos	30
Total	500

Financiamiento

Los recursos económicos que se utilizarán en este proyecto serán adquiridos mediante financiamiento propio.

4.2.2. Características técnicas

Institución ejecutora

Universidad Técnica de Ambato – Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes

Equipo técnico responsable

Entidades graficas del medio para el desarrollo de los medios impresos redes sociales, y muros de la vía principal a San Bartolomé de Pinllog, investigador del presente proyecto, tutor, colaboradores, artistas urbanos de Street art.

Costo

El costo aproximado para la ejecución de este proyecto es de \$1000.

4.3. Diseño del producto (Prototipo)

Para iniciar el proceso creativo de la propuesta y sus graficas se da paso al desarrollo de personajes de tres tipos de festividades que son: Inti Raymi, Corpus Christi y Fiestas del Niño Caporal; partiendo de esto se inicia un proceso de creación de personajes con el desarrollo de un brief que contiene investigación sobre cada personaje, objetivos (concepto), personalidad del personaje, apariencia, características físicas, genero, colores, signos, símbolos.

4.3.1. Modelo Operativo

Tabla 17
Modelo Operativo

Fases	Etapas	Metas	Actividades	Tiempo	Recursos	Responsable
1	Planificación - Diagnóstico	Recopilar información sobre festividades que no son conocidas en la ciudad de Ambato	Recolectar información de los lugares que poseen fiestas tradicionales en toda la ciudad	8 días	Computador Internet Libros Transporte cuaderno	Investigador Carlos Herrera
2	Socialización	Socializar con las personas de la Parroquia de Pinlog y de atocha sobre la propuesta	Preguntas a los pobladores para saber la opinión sobre el tema de propuesta	5 días	Copias Esferos Transporte	Investigador Carlos Herrera
3	Recopilación de	Recoger información importante sobre las	Recolectar información	15 días	Copias	Investigador

	información	festividades que se escogieron mediante la utilización de encuestas	mediante medios impresos y digitales y de personas que conocen acerca del tema		Internet Libros Transporte	Carlos Herrera
4	Ejecución	Desarrollo de artes visuales acerca de festividades no muy conocidas de la ciudad en la parroquia San Bartolomé de Pinllog utilizando como medio de difusión el Street art graffiti. y como plus un book donde se describe las características de cada personaje	Desarrollo de bocetos Digitalización Maquetación Puesto en escena Impresión	25 días	Computador Tablet Wacom Bocetero Suministros de oficina	Investigador Carlos Herrera

Concepto general de la propuesta

Luego de la investigación y del análisis para el diseño de gráficas de festividades de las ciudad de Ambato que no son reconocidas este proyecto se enfoca en generar graficas con personajes y su entorno de cada una de las festividades que necesitan ser revalorizadas por la sociedad, que tendrán como características diseños personalizados y con colores llamativos propios de cada festividad para no perder el concepto original.

Las gráficas que se proponen son atractivas por la utilización de colores cálidos y colores fríos que contrastan perfectamente para lograr el proceso recordar - facilitar el aprendizaje de cada una de las festividades, acompañado de símbolos y signos propios de cada carácter haciendo de esto algo que va más allá de un simple cuerpo humano.

El concepto general de la propuesta es diversidad y unidad debido a que las personas tienen atracción a figuras coloridas y de diferente aspecto para poder recordar y generar impacto sobre las mismas. La diversidad hace que el público se entretenga más en analizar cada detalle de las cosas, que no genere aburrimiento y pase desapercibido sino al contrario que logre captar la atención de las personas al momento de observar cada arte. Y la unidad que siempre se mantiene presente en las personas que son participes de las fiestas.

El book es una estrategia de apoyo a la propuesta principal donde se describirá a cada personaje y que servirá como apoyo para la difusión de la propuesta

4.3.2. Primera fase

Planificación – Diagnóstico

Objetivo.- Recopilar información sobre festividades que no son conocidas en la ciudad de Ambato.

4.3.2.1 Recolectar información de los lugares que poseen fiestas tradicionales en toda la ciudad.

A través de las diversas investigaciones logradas a través de internet e investigación de campo se pudo encontrar algunas fiestas que se desarrollan en diferentes fechas en distintos lugares dentro de la ciudad de Ambato, dentro de las cuales están el inti raymi, fiestas de la virgen de la elevación una fiesta religiosa, fiesta del corpus christi, fiesta del niño caporal que se celebra en las fechas de carnaval en la parroquia de Totoras y fiestas de san Jacinto en la parroquia de Izamba, fiestas que generalmente atrae solo a propios de los lugares nombrados y no al resto de población que pertenecen a la ciudad de Ambato y mucho menos a turistas de otros cantones y países.

Análisis de la situación cultural del street art en Ambato.

Al saber que el street art o graffiti en nuestra sociedad ambateña no es visto como un aspecto positivo dentro de la parte cultural y de arte, tras un recorrido por la ciudad de sur a norte por algunas calles principales y se pudo evidenciar en la zona sur que el arte urbano no tiene apogeo, artes sin sentido, gráficos sin vida sin ningún mensaje que pueda decir o significar algo para los ciudadanos, firmas, tachones, rayas que solo empañan la ciudad y que dan mal aspecto.

Al llegar a la parte céntrica podemos evidenciar cierta presencia de arte urbano pero con características de deterioro, estos graffitis que encontramos en el viaducto de la Yahaira, Parque el Sueño, Plaza Urbina, calle pichincha Alta, calle Olmedo, av. los Capulíes av. Rodrigo Pachano fueron hechos en festivales de música y de graffiti pero que con un criterio profesional tan solo son bastos gráficos que se puede decir que dan mal aspecto a la ciudad y que los habitantes tras un conversatorio pequeño no estuvieron conformes con los resultados y por ende el street art seguir siendo “algo” que solo mancha las paredes, lo que resta es el centro-norte y norte donde se encuentra una escases de lo que es arte urbano y solo se

observan tachones, firmas, nombres, amenazas, frases incoherentes y vandalismo que generan distintas reacciones negativas dentro de los pobladores de estas zonas.

Sin embargo este año se dio paso a una iniciativa diferente que fue apoyado por instituciones públicas del estado de la ciudad de Ambato que dio un nuevo giro significativo al street art graffiti invitando a artistas de gran renombre que plasmaron grandes artes dentro de la ciudad con mensajes que destacan nuestra identidad y la riqueza natural que poseemos. Es así que se puede decir que esta manifestación cultural artística está tomando un nuevo sentido dentro de la ciudad de Ambato y de su población, los comentarios son positivos tras esta intervención, las personas se interesan en saber el porqué del gráfico, ya no son trazos vacíos, ahora son trazos llenos de cultura y magia que transportan a la persona hacia ese mundo.

4.3.3. Segunda Fase

Socialización

Objetivo: Socializar con las personas de la Parroquia de Pinllog y de Atocha sobre la propuesta.

A través de las visitas que se realizó a las comunidades nombradas hay cierta división de criterio sobre el tipo de propuesta que se llevara a cabo pero la mayoría de gente está de acuerdo en realizar la propuesta siendo que mejorara el aspecto de la parroquia y barrio, generando mayor concurrencia de visitantes y mejoramiento de la situación económica y turística.

4.3.4. Tercera Fase

Recopilación de información

Objetivo: Recoger información importante sobre las festividades que se escogieron

Mediante la aplicación de encuestas una técnica de recolección de datos importante

se logró recoger información necesaria para el desarrollo de la propuesta donde se escogió a tres fiestas para ser puestas en escena en paredes de la comunidad.

4.3.5. Cuarta Fase

Ejecución

Desarrollo de artes visuales acerca de festividades no muy conocidas de la ciudad en la parroquia San Bartolomé de Pinllog utilizando como medio de difusión el Street art graffiti.

¿En qué medio se emplearán los personajes?

Los personajes son diseñados para murales que serán plasmados mediante una técnica de Street art llamado “muralismo”.

¿Cómo serán usados los personajes?

Se diseñará distintos personajes que serán puestos de forma simultánea sobre el mural representado a su fiesta.

¿Cómo serán mostrados los personajes?

Los personajes serán diseñados con una gama de colores, formas y texturas de acorde a la festividad que represente cada uno.

¿A quién va dirigido?

El público objetivo tiene un promedio de edad de entre los 18 a 30 años de edad hombres y mujeres.

Estilo de street art graffiti

- Muralismo

En un sitio web rescatamos alguna información sobre la técnica de graffiti llamada muralismo en donde podemos decir que este estilo es una forma de expresión y de comunicación con el certero propósito de impactar con su contenido, mensajes claros y socioculturales tales como situaciones, hechos históricos, fiestas y tradiciones de pueblos y muchos más son el principal aspecto que tiene el muralismo, generalmente son pintados en muros o paredes públicas o privadas y por ser de carácter decorativo es una técnica didáctica que su principal objetivo es el contar historias que son dirigidas a cualquier tipo de clase social.

Como referencias para el desarrollo de los artes se tomó a dos artistas Apitatán artista nacional e Inti artista chileno quienes crean personajes a partir de la vida cotidiana de cada una de sus culturas llegando a ser artistas únicos que transmiten el mensaje de manera rápida hacia el público exterior.

Cromática

Colores cálidos

Los colores cálidos son los que van desde el magenta hasta el amarillo verdoso y el rojo es el color considerado como más cálido otros colores cálidos son el rojo, naranja, amarillo, escarlata, etc.

Estos colores son relacionados con conceptos como la fuerza, la alegría, el movimiento y la agresividad

Son colores que suelen generar sensaciones positivas, excepto en aquellos casos en que son llevados al extremo.

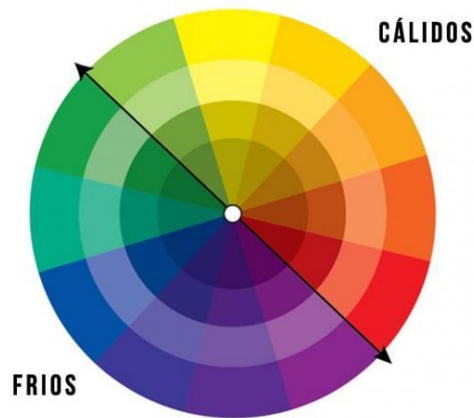


Gráfico 15: Colores Fríos/Calientes
Fuente: Pinterest, 2016

Colores fríos

Son aquellos colores que van desde el verde más amarillento hasta el violeta pasando por el azul los colores fríos son todos en los que está presente el azul, tales como, el verde, el turquesa, el cian, el azul, el índigo y el violeta.

Estos colores son relacionados con conceptos como: serenidad, paz, sentimentalismo, sensación de frío.

También se relación a efectos psicológicos en las personas, haciendo que las personas tengan un sensación de calma, tranquilidad, tristeza y paz.

Investigación

Inti Raymi

En una publicación del periódico El Diario actualizada este año 2016 nos menciona que “El Inti Raymi es en sí el símbolo de la gratitud de los pueblos andinos que ofrecen a la Pacha Mama (madre tierra), por la bondad de haber permitido una buena producción y cosecha de productos tradicionales, la gratitud se celebra con la presencia de música y danza, concentrándose más de un centenar de conjuntos autóctonos. Recoger esta vivencia milenaria, permite que nuestras raíces étnicas conserven todo su esplendor y colorido a través del canto y la alegría de los vientos

que nacen de los verdes campos y los dorados trigales de este suelo”.

Kowii, Ariruma (2009) nos dice que “En la área andina, los lugares que han logrado mantener vigente la práctica de esta tradición es el Pueblo Kichwa Otavaleño que antiguamente era conocida como la gran Marca (gran región) constituida por los pueblos de Kutakachi, Imantak, Natabuelas, Karankis, Imbayas, en el norte, y en el caso del sur, el Cuzco, dos núcleos que rememoran el Janan y Urin, la dualidad andina que lograba entrelazar y hermanar al Pueblo Kichwa de los andes”.

Otro lugar en donde se realiza esta fiesta es en el pueblo indígena de los Chibuleos situado en el Cantón Ambato Una comunidad perteneciente a la Parroquia Rural de Juan Benigno Vela, esta comunidad es la única en mantener esta tradición y la celebran los días 16 y 17 de julio Uno de los principales Colaboradores es Manuel Ainaguano menciona que se reúnen en un sitio destinado para el ritual llamado Conolongo sitio donde se realiza una purificación para que la fiesta salga bien, Manuel nos habla sobre personajes característicos de esta fiesta tales como el aya huma, los músicos, los danzantes y demás cosas que adornan esta festividad.

Personajes de la fiesta:

Kowii, Ariruma (2009) escritor otavaleño en un artículo web nos describe algunos personajes del inti raymi, cabe mencionar que en las fiestas del inti raymi que se realiza en Chibuleo no participan todos los personajes descritos por este escritor, por eso hemos tomado aquellos que son parte de esta festividad en la comunidad de Chibuleo.

Aya Uma: El guía, orientador, el sabio, en el caso de Otavalo, en Cotacachi este rol lo asume el capitán.

Los Takik: los músicos, constituyen el eje de la fiesta, generadores de la armonía, el orden, la continuidad.

Los Instrumentos de música: principalmente, el churo, las flautas, el rondín, bandolín, guitarra. En los últimos años se incluye el violín, charango, mandolina, etc.

Los Tushuk: los danzantes, elementos fundamentales que complementan el ciclo, guiados por los ritmos, reproducen el movimiento de traslación y rotación de la

tierra, sus danzas en los corridos, imitan el movimiento de la serpiente, la misma que en el pueblo kichwa simboliza sabiduría.

En estos meses, se alista los diferentes ingredientes que permitirán la preparación de la Chicha, así como del cuy, la gallina, el mote, como platos principales de la misma.

El Castillo: en altar principal se encuentra el castillo, nutrido de ofrendas facilitadas por los familiares y amigos, ofrendas como: pan, plátanos, licor, dinero, etc., productos de la madre tierra, productos que simbolizan el bienestar.

Corpus Christi

Periódico La hora. (2016, 20 de marzo) una publicación del periódico nos dice que el Corpus Christi “es una de una de las fiestas religiosas más tradicionales que se celebran en Ecuador, puesto que mantiene características mestizas. Se hace en el mundo católico en honor al ‘Cuerpo de Cristo’, como agradecimiento por todos los favores recibidos. Sin embargo, en el país este acontecimiento religioso cuenta con matices de la cultura indígena. Además de la connotación espiritual, en esta fecha también se agradece a la Pachamama y al Taita Inti por el éxito en las cosechas obtenidas. “En Ecuador, el Corpus Christi se destaca con las fiestas que efectúan los indígenas que habitan en Cuenca y en Pujilí, cada una con sus diferencias”, señala el ‘Atlas alimentario de los pueblos indígenas y afro descendientes del Ecuador’”.

Bajo la investigación que se realizó pudimos encontrar en el Portal web de la Parroquia de Augusto Martínez que se realiza esta celebración en las comunidades de Llatantoma, Calhua Chico, Calhua Grande nos mencionan que “la festividad se caracteriza un poco más por sus matices indígenas los miembros de las comunidades se reúnen para agradecer a la Pachamama por el éxito de la cosecha y para esto se organizan comparsas y bailes durante ocho días, lo que se conoce como la ‘Octava de Corpus. Durante los desfiles se destaca la presencia de los danzantes, que son personajes disfrazados con coloridas túnicas decoradas con espejos y con peñachos o cabezales que pueden pesar hasta 20 libras”.

Personajes

En una publicación del periódico la hora nos mencionan a los personajes del corpus christi que se realizan en Pujilí, y que como el inti raymi tomamos la definición de algunos personajes que participan en esta fiesta en la parroquia de Augusto Martínez por tener los mismos rasgos.

Periódico La hora. (2016, 20 de marzo) “Oficiales, tamboneros y pingulleros: Son músicos experimentados durante muchos años, tocan los instrumentos hechos a mano, como por ejemplo los tambores elaborados con el cuero de borrego.

Danzante: La imponente apariencia del Danzante representa la figura del cóndor de los Andes, distinguido por tener una atractiva corona con plumas y una amplia cola que llega hasta los talones del bailarín que lo posee.

La Mujer Danzante: ataviada con cintas multicolores, anaco de bayetilla y rebozo de seda y en la cintura amplias fajas. Sombrero de paño, aretes de plata, collares de musgos... Permanece a prudente distancia en actitud de respetuosa espera.

La Banda de Pueblo: después de los tamboreros y pingulleros, se incluye en el gran séquito de los danzantes una banda de música por ser la que mejor entona ritmos alegres para la fiesta.”

Significado

Periódico “La hora” (2016, 20 de marzo) “El baile del danzante proviene de Anta Citúa y Cápac Citúa de los incas. El primero se realizaba en julio, cuando los oficiales y soldados lucían con las mejores galas: morriones dorados, plumajes, joyas y armas de cobre bruñidas, resplandeciendo en las manos para utilizarlas en juegos y figuras militares durante el baile.”

Fiesta de carnaval (Totoras)

Periódico “El Comercio” (2016, 5 de febrero) en un artículo publicado nos describen que “La fiesta del Niño Caporal con más de 150 años de tradición se celebra en la parroquia Totoras, a 10 kilómetros de Ambato, en Tungurahua. Dylon Cárdenas, ex caporal y presidente de la Junta Parroquial de Totoras, cuenta que este

año tres caporales son los sacerdotes que financian la fiesta que se cumple en honor al Niño Dios. Esta imagen, que data desde hace más de 200 años y actualmente es custodiada por Teresa Sánchez, recorre cada una de las viviendas de los sacerdotes donde también se prepara comida para los invitados y visitantes. La celebración se complementa con tinajas de chicha de jora, chanchos, un toro, 300 cuyes y gallinas, para alimentar a los devotos del Niño Caporal. Según Cárdenas, lo que se festeja es la salida de los españoles y la libertad de los afro descendientes.”

Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica (2014, 03 de Septiembre) en una publicación web nos mencionan los personajes tradicionales de esta fiesta tales como:

ANDES (2014, 03 de Septiembre) nos describen lo siguiente “El caporal: El sacerdote mayor que visten varias telas de diferentes colores. Es elegido por todas las bendiciones que ha recibido durante todo el año.”

Los negros: son hombres vestidos de ese color y pintados la cara con carbón. Llevan un casco y un cinturón con 12 campanas colgando en su pecho, que representan a los 12 meses del año. A esto agregan que como algo simbólico los negros dan tres vueltas a la derecha y tres a la izquierda que representan los días de la semana y los días malos y buenos.

Las doñas: son hombres disfrazados de mujeres que bailan junto a los negros en la casa del caporal.

Otro elemento importante es la música de violines, bombos y el autóctono churo (instrumento de viento), que le otorgan la alegría propia del carnaval. Así mismo, existe el tiempo de oración durante las misas ofrecidas por los caporales, quienes agradecen por la vida y las bendiciones que les ha dado el niño caporal”.

Proceso de bocetaje



Gráfico 16: Boceto 1



Gráfico 17: Boceto 2



Gráfico 18: Boceto 3



Gráfico 19: Boceto 4



Gráfico 20: Boceto 5



Gráfico 21: Boceto 6



Gráfico 22: Boceto 7



Gráfico 23: Boceto 8



Gráfico 24: Boceto 9



Gráfico 25: Boceto 10



Gráfico 26: Boceto 11

Digitalización

Se llevó a cabo el proceso de digitalización para tener una idea de cómo quedarán las gráficas en las paredes.



Gráfico 27: Aya huma



Gráfico 28: Músicos 1



Gráfico 29: Músico 2



Gráfico 30: Danzantes



Gráfico 31: Fondo

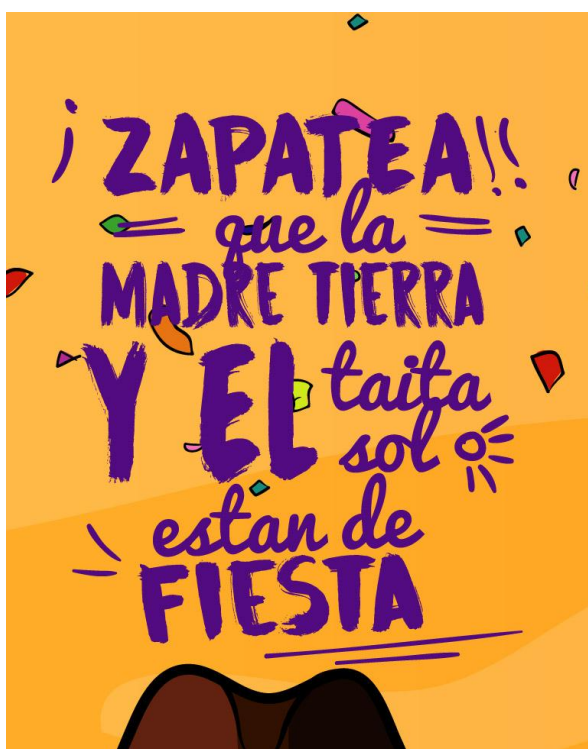


Gráfico 32: Claim



Gráfico 33: Inti Raymi



Gráfico 34: Danzante 2

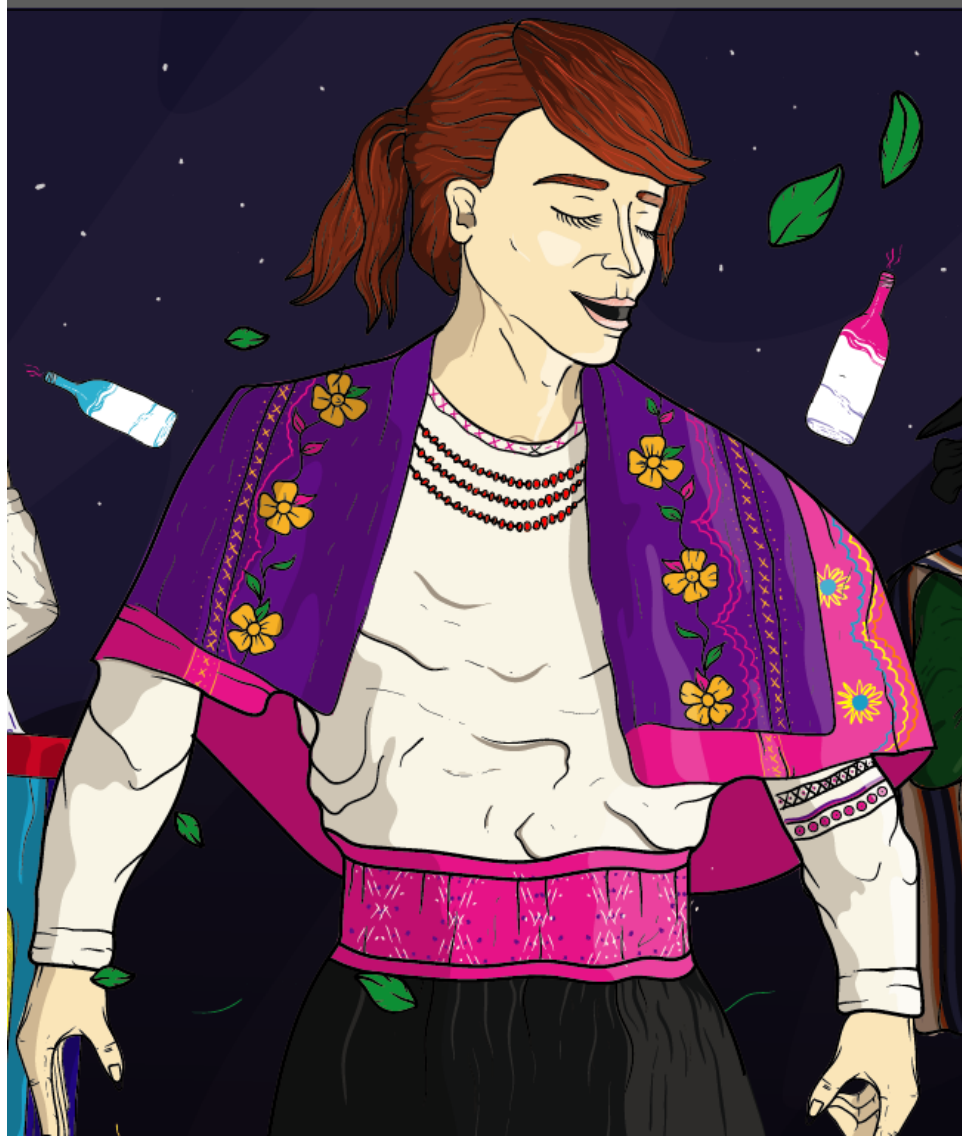


Gráfico 35: Esposa del danzante



Gráfico 36: Tambonero



Gráfico 37: Fondo 2

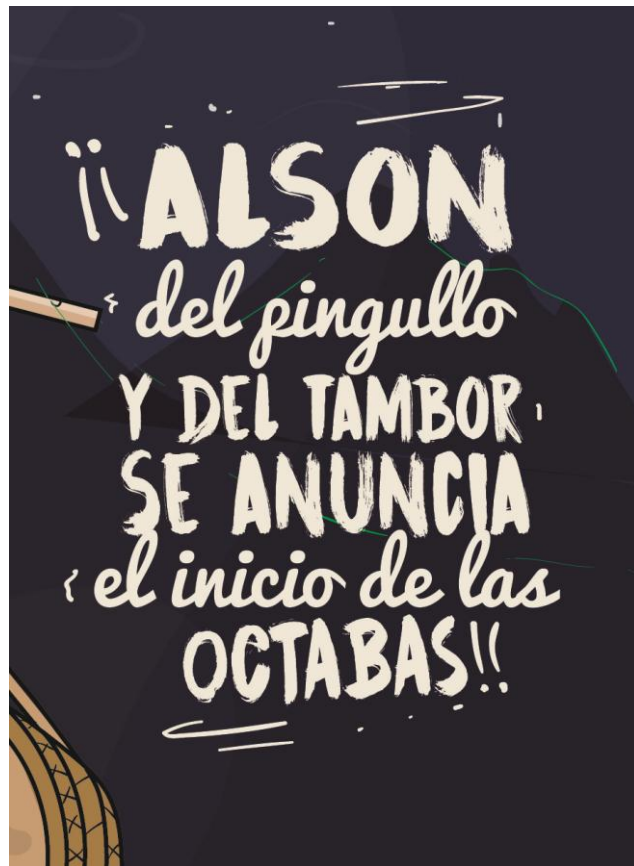


Gráfico 38: Claim2



Gráfico 39: Corpus Christi



Gráfico 40: Negro



Gráfico 41: Caporal



Gráfico 42: La doña

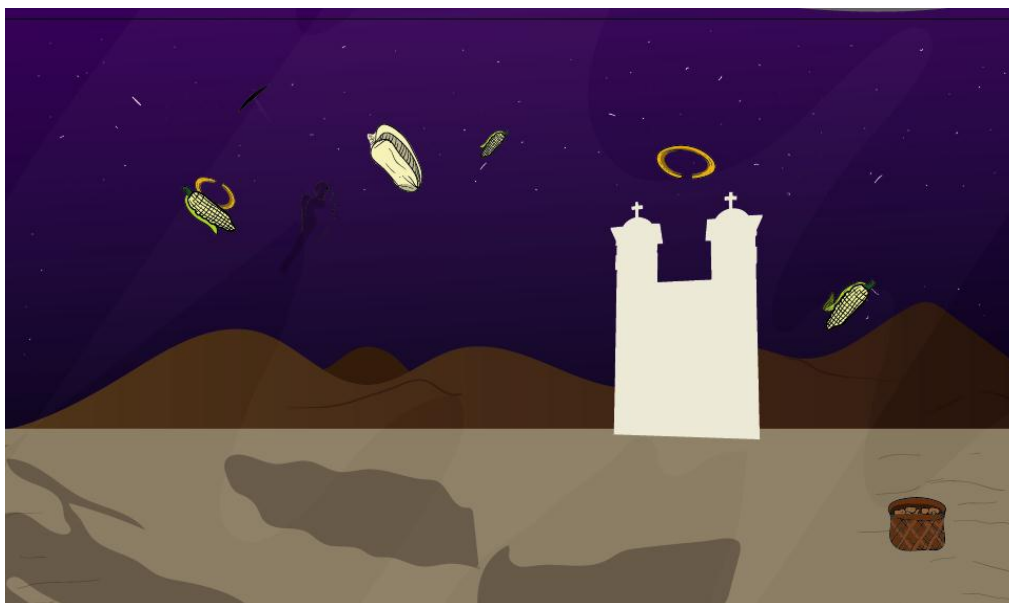


Gráfico 43: Fondo3

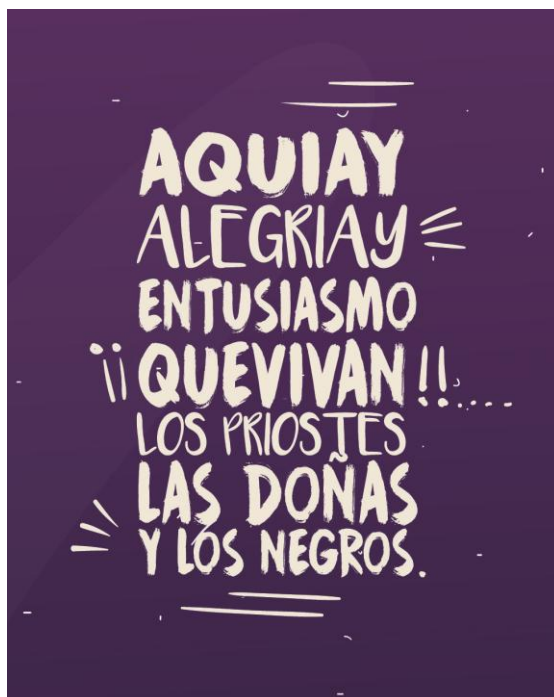


Gráfico 44: claim3



Gráfico 45: niño caporal

Fotomontajes



Gráfico 46: Montaje 1



Gráfico 47: Montaje 2



Gráfico 48: Montaje 3

Validación profesional

Tras el proceso de creación y digitalización de los personajes se tomó como apoyo para las gráficas y su validación el criterio de 3 profesionales o docentes que pudieran constatar la veracidad de los conceptos para esto el artista y pintor Noe Mayorga reconocido por su obras de “Khipunk”, “Puñalica”, “El solsticio de San Juan”, “Las octavas de Mocha”, entre otras al mostrarle las ilustraciones manifestó que la iconografía es muy buena, clara y concisa, los personajes entendibles y sus colores nos reflejan fiesta, un aspecto a tomar fue el que se podría reemplazar las botellas con otro icono de la fiesta del Corpus Christi, el segundo criterio fue parte Gustavo Valencia ex docente de la facultad al respecto supo manifestar que la composición tiene un estilo único, la paleta de colores denota y connota mucha fiesta y alegría, hablando de la composición y conformación de todos los elementos de la ilustración, también sugirió que si se está hablando de fiestas tradicionales debería existir el nombre de la fiesta y una pequeña descripción de ella, creo que es importante que la gente se entere de eso para que haga relación con tu ilustración, pero como refuerzo está el book informativo de las mismas fiestas y como último criterio el tecnólogo en diseño Xavier Silva dueño de la agencia “Causa & Efecto” de

manifestó que las ilustraciones y sus colores comunican el concepto que en este caso es unión y alegría, los personajes están bien contruidos de manera diferente y creativa a la que se suele ver en los graffitis de la ciudad acotando que se debería reforzar la parte informativa de cada festividad mediante algún medio impreso para que los visitantes puedan canalizar la información.

Diseño del book

El book es una estrategia de apoyo para la propuesta para difundir las festividades que serán plasmadas a través del Street art graffiti, medio que contendrá a cada uno de los personajes que se personifico con descripciones breves y claras para facilitar el proceso de aprendizaje en el público, cabe decir que habrán pocas reproducciones de las misma ya que solo es un plus a la propuesta y dependerá del impacto que tenga este para poder reproducir más copias.

Cabe destacar que se tendrá convenios con la Casa de la cultura del Ecuador núcleo Tungurahua, la Casa del Portal y el Municipio de Ambato para poder difundir este medio impreso de manera masiva y que dentro de las agendas de turismo se incorpore la visita a los murales de graffiti.

Maquetación

Luego del proceso de recolección de información se procede a maquetar el book empezando con la diagramación, distribución del contenido tales como texto, imágenes, etc.



Gráfico 49: Portada book

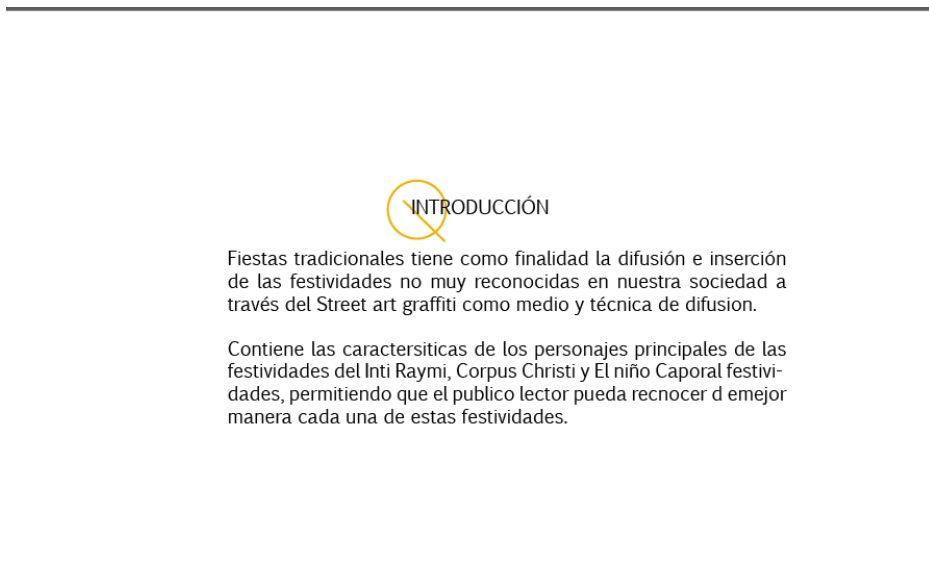


Gráfico 50: Introducción del book



Gráfico 51: Separador de sección

Formato

El formato que se utilizará es de 21cm x 13cm un formato cómodo y de fácil manejo para el público, un formato que permite ser movilizadado en cualquier bolsa o a mano.

Tipografía

Para el book se utilizan dos tipografías que guardan relación con la propuesta, una tipografía tipo script que se utilizara para la portada y división de secciones acompañada de una tipografía sin serifa que perfectamente acompaña la una a la otra que será utilizada para el resto de datos que tendrá el book.

Para la portada y los separadores de sección se utilizara la tipografía DK Cinnabar Brush esta tipografía no tiene familia tipográfica pero va perfectamente con el concepto de las gráficas de la propuesta, es una tipografía muy dinámica que atrae visualmente al público.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ

abcdefghijklmnopqrstvwxyz

1234567890

Para el texto complementario del book se utilizará una tipografía san serif denominada Euphemia con un puntaje de 12 que para la edición de un libro se considera el tamaño adecuado para el lector.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUV

WXYZ

abcdefghijklmnopqrstvwxyz

1234567890

Retícula

Para la diagramación del book se consideró utilizar una retícula modular ya que es una modalidad que nos ofrece una ilimitada posibilidad de facilidad y movilidad para estructurar nuestro texto e imágenes.

MODULAR

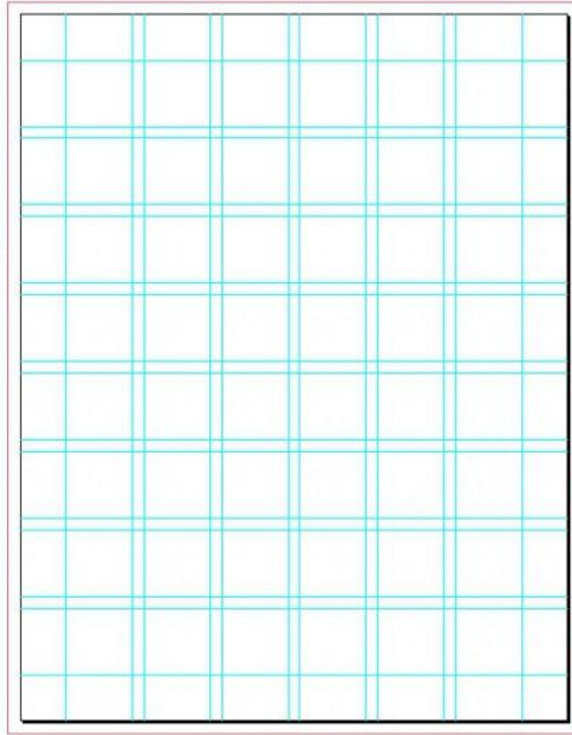


Gráfico 52: Retícula modular

Cromática

Para el book se eligió dos colores: el rojo y el amarillo colores cálidos que conceptualmente son llamativos, que van de acuerdo a la propuesta llevando una línea grafica adecuada en todo el proceso. Al ser un material impreso se manejará el modo de color CMYK.

Encuadernado

Para este proceso se utilizara dos tapas firmes para cubrir y proteger el book de cualquier abolladura, el colado será mediante un proceso manual y tecnológico.

CAPÍTULO V

5 RESULTADOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Resultados

Este proyecto de investigación se enfocó en crear gráficas para ser utilizadas por medio del Street art graffiti para poder difundir fiestas no muy conocidas de la ciudad de Ambato y mejorar el reconocimiento de las misma tanto a nivel local y nacional.

Para esto se aplicó un instrumento de investigación denominada encuesta para poder entender de mejor manera cómo ve la gente al Street art, a continuación se realizó otras preguntas que nos ayudaron a preparar la información para el desarrollo del proyecto, seguido de la investigación sobre las festividades que se desarrollan en la ciudad de Ambato.

Cumpliendo con otro de los objetivos propuestos en el proyecto se procedió a realizar las propuestas llevando un solo estilo de arte urbano que previamente se investigó y que es uno de los más utilizados para representar este tipo de mensajes culturales y como valor agregado se diseñó un book para mejorar el proceso de comunicación de estos mensajes de tipo cultural.

5.2. Conclusiones

Podemos constatar que al ver como posibilidad el uso del Street art graffiti como medio alternativo de difusión ha sido muy escaso debido a que esta expresión no es muy bien vista dentro de nuestra sociedad pero dentro de la investigación se pudo evidenciar que el arte urbano es un medio que comunica y transmite mensajes de manera muy grande y no cotidiana, de una manera que hace que genere al espectador una sorpresa pudiendo así llevar a cabo el desarrollo de este proyecto que de manera social y cultural es muy importante para su mejor reconocimiento y que las misma no se pierdan durante el pasar de los años.

Analizar este tema ha sido de mucha importancia para poder revalorizar nuestra cultura, con el fin de rescatar a cada una de estas y difundirlas de manera diferente por medio del uso del arte urbano, este hecho ha generado impacto en la cultura ya que tanto las festividades ancestrales y las festividades tradicionales con el tiempo han restado importancia dentro de nuestra sociedad y como objetivo se quiere dar a conocer nuevamente sobre la existencia de las mismas es así que mediante el desarrollo de la investigación se logró dar un giro a lo que se conoce como Street art a que es un hecho de vandalismo sino que el arte urbano funciona como medio publicitario de mayor eficacia para poder comunicar entrando en el terreno de la publicidad.

Manejar mejores estrategias innovadoras para el desarrollo de proyectos investigativos, con mayores campos que permitan ampliarse de mejor manera que sean argumentados y detallados para su mejor entendimiento, al ser un proyecto investigativo en el campo gráfico debería tener más importancia el proceso gráfico porque de esta manera se podría resolver problemas de forma eficaz.

5.3. Recomendaciones

El conocimiento en las personas sobre este tema es escaso y va en constante deterioro por eso es necesario trabajar y mantener las fiestas tradicionales dentro de nuestra cultura ya que vivimos en un país pluricultural donde debemos recordar nuestras raíces y tradiciones, donde debemos dar más énfasis en rescatar valores propios de nuestras culturas y generar mayor difusión mediante la utilización de otros métodos de comunicación que no son conocidos en nuestro entorno y que ya no generan un impacto tanto como el que se espera.

El arte urbano como medio publicitario es una herramienta de menor costo que ayuda a comunicar mensajes de manera directa a la sociedad generando mayor expectativa en el público, es así como este medio durante los años se ha ido convirtiendo en una herramienta eficaz para la guerra de mensajes que se dan hoy en día entre tantos medios publicitarios obsoletos, investigaciones realizadas han podido

arrojar resultados que la publicidad toma como apoyo a esta expresión artística para transmitir sus mensajes y ya no solo se habla de simples dibujos sino de llevar al graffiti más allá que pintar en una pared y por eso se recomienda la utilización de esta expresión para una creativa difusión.

Poder generar más espacios públicos para el desarrollo de este arte ayudando al progreso cultural y social de nuestras ciudades así como al cambio de criterio de lo que verdaderamente significa el arte urbano.

CAPÍTULO VI

6 BIBLIOGRAFÍA

- Allepuz-García, P. (2013): El Street Art y la (in)cultura urbana: el ejemplo de Córdoba. *Arte, Individuo y Sociedad*, 26 (1) 137-151
- Arosemena, M. (16 de Septiembre de 2011). Recuperado el 12 de Diciembre de 2016
- Berelson, B. (1949). *Mass communications*. Houston: Unidad de ivnvestigacion de comunicacion.
- Berlo, D. (1984). *El proceso de la comunicación 14º reimpresión*. Buenos Aires: El Ateneo.
- Cabrera, S. (2012). *Tesis* . Quito: Universidad.
- Casetti, F. (2005). *Teorias del cine, tercera edición*. Madrid: Cátedra.
- Chandler, D. (2007). *Introduccion a la semiótica segunda edición*. Oxon: Routledge.
- Crayfish. (2011). *Street art Captirulo 1 Serie de televisión*. Buenos Aires: Prame.
- Escarpit, R. (1965). *La revolucion del libro*. Paris: Unesco.
- Fernández, F. (1994). *Clase social, exposición a la televisión y percepción de la violencia en la televisión, Estudios Sociales*. Chile.
- Flanagan. (1991). *Medios impresos*.
- Fotherguill, R., & Butchart, I. (1992). *Materiales no librarios en las bibliotecas: Guía práctica*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruiperez.
- García, P. A. (2012). *El Street Art y la (in)cultura urbana: el ejemplo*. Cordova: Universidad de Cordova.

- Gavin, F. (2008). *CREATIVIDAD EN LA CALLE NUEVO ARTE UNDERGROUND*. Barcelona: Blume.
- Gillam, R. (1970). *Fundamentos del diseño; edición castellana*. Argentina: Victor Leru S. A.
- Guanopatin, P. S. (2010). *LA FIESTA DE LA FRUTA Y DE LAS FLORES, Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO DE LOS PRINCIPALES LUGARES TURISTICOS DEL CANTÓN AMBATO*. Ambato: UTA.
- Gutiérrez, M. C. (1990). *Manual de bibliotecas*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- Hastío. (2011). *Ante la doble moral gubernamental !Salud por el arte urbano; .* Mexico: Panóptico.
- Indij, G. (2007). 1000 stencil. Argentina graffiti. Buenos Aires: La Marca Editora.
- Jardi, E. (2012). *Pensar amb imatges; edicion castellana*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Julius, A. (2002). *Transgresiones. El arte como provocación*. Barcelona: Destino.
- Klein, N. (1999). *No Logo*. Barcelona: Paidós Ibérica .
- Kozak, C. (2011). *Street art, the old school*. Buenos Aires: Prame.
- Larousse, P. (1916). *El pequeño Larousse*. París: LAROUSSE.
- Lasluiza, G. L. (2012). *“LA FIESTA DE LA DIABLADA PILLAREÑA Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO DE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN PÍLLARO*. Ambato: UTA.
- Malo, C. (2001). *Patrimonio cultural y globalización*. Cuenca: CIDAP.
- Michel, G. (1990). *Para leer los medios:Prensa, radio, cine y televisión*. México: Trillas.
- Moya, R. (2006). *El libro diseño gráfico latinoamericano*. Quito: Trama .

- Munari, B. (1985). *Diseño y comunicación visual; edición castellana*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Netdisseny. *Nociones básicas del diseño - Teoría del color*. Castellón: Clapissa.
- Nguyen, P., & Mackenzie, S. (2010). *Beyond the street de mackenzi y nguyen*. Gestalten.
- Peña, L. E. (2014). *LA MAMA NEGRA DE SEPTIEMBRE Y SU RESISTENCIA COMO FIESTA POPULAR FRENTE AL PROCESO DE APROPIACIÓN DE ESTA CELEBRACION POR PARTE DE LAS ÉLITES LATACUNGEÑAS*. Quito.
- Romo, M. (1987). *Introducción al Conocimiento y Práctica de la Radio*. México.
- Salvat (1995). *Diccionario enciclopédico Salvat*. Barcelona: Salvat Editores.
- Staff, E., & Sopena. (1997). *Aristos: diccionario ilustrado de la lengua española*. Barcelona: Ramón Sopena S. A.
- Taki 183 (2009). Taki 183 / Biography. New York. Disponible en: <http://taki183.net/#biography>.
- Wong, W. (1991). *Fundamentos del diseño bi- y tri-dimensional; edición castellana*. Barcelona: Gustavo Gili S. A.

6.1. Linkografía

- ABC. (2011). <http://www.definicionabc.com>. Obtenido de:
<http://www.definicionabc.com/social/festividad.php>
- ANDES (2014, 03 de Septiembre) La fiesta del niño caporal, un acto de fe y tradición en el centro andino de Ecuador recuperado de:
<http://www.andes.info.ec/es/noticias/fiesta-nino-caporal-acto-fe-tradicion->

centro-andino-ecuador.html

- Amoroso, L. (7 de Diciembre de 2016). *www.ambato.gob.ec*. Recuperado el 22 de 12 de 2016, de <http://www.ambato.gob.ec/2-mil-metros-cuadrados-de-arte-representan-la-esencia-de-ambato>
- Baquero, D. C. (03 de Marzo de 2014). <http://www.labarraespaciadora.com>. Recuperado el 17 de Abril de 2017, de <http://www.labarraespaciadora.com/aqui-y-ahora/el-alma-del-carnaval-de-guaranda-sobrevive-en-su-musica/>
- Bellis, M. (14 de Septiembre de 2016). *www.thoughtco.com*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2016, de <https://www.thoughtco.com/history-of-aerosol-spray-cans-1991231>
- Calero, J. (24 de 06 de 2012). <https://haciendabalzar.wordpress.com>. Recuperado el 17 de 04 de 2017, de <https://haciendabalzar.wordpress.com/2012/06/24/rodeo-montubio-practica-comun-en-las-fiestas-de-las-haciendas-en-balzar/>
- Icarito. (2016). <http://www.icarito.cl>. Obtenido de <http://www.icarito.cl/2010/08/39-9281-9-4-el-papel.shtml/>
- Intercultural. (21 de 03 de 2017). <http://www.informateypunto.com>. Recuperado el 17 de 04 de 2017, de:

<http://www.informateypunto.com/index.php/intercultural/12770-fiesta-de-la-chonta-de-la-amazonia>
- Learn (2010). *La tecnología en la educación primaria* Recuperado el 2 de noviembre del 2012 de <http://sac30.blogspot.com/2012/11/los-medios-audiovisuales.html>
- Microsoft. (Abril de 2010). *technet*. Recuperado el Abril de 2010, de [https://technet.microsoft.com/es-es/library/what-is-digital-media-2\(v=ws.11\).aspx](https://technet.microsoft.com/es-es/library/what-is-digital-media-2(v=ws.11).aspx)
- Periódico La hora. (2016, 20 de marzo) Corpus Christi, una fiesta que mezcla

la fe y la cultura recuperado de
http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101926972/-1/Corpus_Christi,_una_fiesta_que_mezcla_la_fe_y_la_cultura.html#.WKIfaVXhDZ6

- Turismo, M. d. (05 de Septiembre de 2016). *http://www.turismo.gob.ec*.
Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/las-fiestas-del-yamor-encienden-otavalo/>
- Ungar, V. (2009). *Controversias en Psicoanálisis de Niños y Adolescente*.
Buenos Aires: APdeB. Disponible en:
http://www.controversiasonline.org.ar/images/stories/Controversias/controversias_n4_esp/ungar.pdf