



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA:

“ANÁLISIS DE LA FUNCIÓN ESTÉTICA QUE CUMPLE EL ARTE URBANO (GRAFFITI) EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS URBANOS EN LA CIUDAD DE IBARRA.

Trabajo de grado previo a la obtención del Título de Licenciado en la Especialidad de Diseño Gráfico

AUTOR:

ZURITA ANGULO HENRY MIGUEL

DIRECTOR:

ING. DAVID ORTIZ

Ibarra, 2013

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado Titulado “ANÁLISIS DE LA FUNCIÓN ESTÉTICA QUE CUMPLE EL ARTE URBANO (GRAFFITI) EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS URBANOS DE LA CIUDAD DE IBARRA”, la misma que ha sido realizada por el Señor Zurita Angulo Henry Miguel; egresado de la Carrera de Diseño Gráfico, considero que el presente informe de investigación reúne los requisitos por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad.

Ibarra, 11-12- del 2013

MSC. DAVID ORTIZ

DIRECTOR DE TESIS

DEDICATORIA

A mi familia por el apoyo brindado durante esta etapa de mi vida, y amigos que han apoyado hecho posible este proyecto, los cuales luchan por la cultura urbana, mejorar su concepto visual y que ven en este noble arte una gran oportunidad de potencial turístico en nuestra ciudad.

AGRADECIMIENTO

- A la UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.
- Al distinguido Cuerpo Docente de la prestigiosa UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.
- Al MSC. David Ortiz, Director del trabajo de investigación.
- A nuestros familiares, amigos y colaboradores.

A todas las personas que están dentro de la cultura urbana que apoyaron e hicieron posible esta investigación.

ÍNDICE GENERAL

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE GRÁFICOS	ix
ÍNDICE DE TABLAS	x
RESUMEN	xi
RESUMEN ABSTRACT	xii
CAPÍTULO I.....	1
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1. Antecedentes.	1
1.2. Planteamiento del Problema.	2
1.3. Formulación del Problema.	3
1.4. Delimitación.....	3
1.4.1. Unidades de Observación.....	3
1.4.2. Delimitación Espacial.....	3
1.4.3. Delimitación Temporal.	3
1.5. Objetivos.	4
1.5.1. Objetivo General.	4
1.5.2. Objetivos Específicos.....	4
1.6. Preguntas Directrices.....	4
1.7. Justificación.	4
CAPÍTULO II.....	6
2. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. Fundamentación Teórica.	6
2.1.1. Antecedentes del Graffiti.....	6
2.1.2. Historia del Grafitti.	7
2.2. El Graffiti.	9
2.2.1. Definición	9
2.3. Influencias del Graffiti.....	10
2.4. Técnicas del Graffiti.	12

2.4.1.	Rotuladores o Marcadores.....	12
2.4.2.	Aerosoles:.....	13
2.4.3.	Otros Métodos:	13
2.4.4.	Morfología del Graffiti.....	15
2.5.	El arte.....	19
2.5.1.	La Estética	20
2.5.2.	La Estética en el Arte.....	21
2.5.3.	Arte o Vandalismo	21
2.5.4.	Diseño.....	23
2.5.5.	La Ilustración	26
2.5.6.	Publicidad	27
2.5.10	La Comunicación Visual	32
2.5.11	Estigma Social	32
2.5.12	Psicología del Graffiti.....	34
2.5.13	Función Territorial.....	35
2.5.14	Pandillas	37
2.5.15	Urbanismo	38
2.5.16	Arte Urbano	41
2.5.17	Cultura Underground	43
2.5.18	Hip Hop.....	44
2.5.19	MC o Maestro de Ceremonias	46
2.5.20	El Breakdance	46
2.5.21	Rap	47
2.5.22	Hard Core	48
2.5.23	Cultura Pop.....	48
2.5.24	Punk.....	49
2.5.25	Cultura Hippie	51
2.5.26	Grunge.....	51
2.5.27	Skinheads.....	52
2.5.28	Skateboarding.....	53
2.5.29	Subcultura.....	55
2.5.30	Tribu Urbana.....	56
2.5.31	Subversivo	57

2.5.31	Posicionamiento Teórico Personal.....	57
2.5.32	Glosario de Términos:.....	59
	CAPÍTULO III.....	61
3	MARCO METODOLÓGICO	61
3.1.	Tipo de Investigación.	61
3.2	Métodos.	62
3.2.1	Método Científico.....	62
3.2.2	Método Inductivo y Deductivo.....	62
3.2.3	Método Analítico y Sintético.....	63
3.3	Población y Muestra.....	63
3.3.1	Población de Ibarra.....	63
3.3.2	Población de Grafiteros	66
3.3.3	Cálculo de la Muestra	66
3.4	Técnicas e Instrumentos:	67
3.4.1	Técnicas:	67
3.4.2	Instrumentos:	68
	CAPÍTULO IV.....	69
4	ANÁLISIS DE DATOS.....	69
4.2	Encuesta Población entre 25 y 64 años.....	69
4.3	Encuesta a Graffiteros de la ciudad de Ibarra.....	77
	CAPÍTULO V.....	86
5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	86
5.2	Conclusiones.....	86
5.3	Recomendaciones:	86
	CAPÍTULO VI.....	88
6.1.	Título de la propuesta.	88
6.2.	Justificación e Importancia.....	88
6.3.	Fundamentación.	90
	UBICACIÓN SECTORIAL DEL EVENTO	95
	GUIÓN PARA CUÑA DE RADIO	115
	VOCES PARA LA CUÑA Locutores: voz joven (25-30 años) masculina con tono alegre, lectura ágil. MÚSICA PARA LA CUÑA Mexamafia- Vandalismo Puro.....	115

Caracterización de la Población Objetivo	131
PLAN DE CONTINGENCIAS PARA EVENTOS DE CONCENTRACIÓN MASIVA DE PERSONAS EN ESPACIOS ABIERTOS O CERRADOS.	136
1.- DATOS DEL EVENTO	136
2.- COMPROMISO	136
3.- PROGRAMA Y DESCRIPCIÓN DEL EVENTO	137
4.- CRONOGRAMA ACTIVIDADES	137
5.- AFOROS Y TARIMA	138
6.- PLANES DE ACCIÓN	138
6.1PLAN DE ACCIÓN ATENCIÓN PRE-HOSPITALARIA	138
6.2PLAN DE ACCIÓN CONTRA INCENDIOS	139
6.3 PLAN DE ACCIÓN ANTIDELINCUENCIAL Y DE SEGURIDAD.....	140
6.4PLAN DE ACCIÓN PARA LA EVACUACIÓN	141
7:- ANEXOS (CROQUIS DEL EVENTO).....	142

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Aceptación de Graffiti	69
Gráfico N° 2 Sinónimos de Graffiti	70
Gráfico N° 3 Razones No son Reconocidas	71
Gráfico N° 4 Participación de Eventos de Graffiti.....	72
Gráfico N° 5 Más Apoyo al Graffiti	73
Gráfico N° 6 Espacios Culturales.....	74
Gráfico N° 7 Espacio Adecuado para el Graffiti	75
Gráfico N° 8 Impacto por Promoción	76
Gráfico N° 9 Razones para Realizar Graffitis.....	77
Gráfico N° 10 Representación del Graffiti	78
Gráfico N° 11 Apoyo de Autoridades y Ciudadanía	79
Gráfico N° 12 Graffitero se Siente Discriminado	80
Gráfico N° 13 Graffiti es forma de Vandalismo	81
Gráfico N° 14 Graffiti trae Superación Personal.....	82
Gráfico N° 15 Graffiti en Galerías	83
Gráfico N° 16 Exposición en Galerías.....	84
Gráfico N° 17 Beneficios Económicos Arte Urbano	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Poblacional entre 25 y 64 años	64
Tabla N° 2 Población Proyectada	65
Tabla N° 3 Aceptación de Graffiti	69
Tabla N° 4 Sinónimos de Graffiti	70
Tabla N° 5 Razones No son Reconocidas	71
Tabla N° 6 Participación de Eventos de Graffiti	72
Tabla N° 7 Más Apoyo al Graffiti	73
Tabla N° 8 Espacios Culturales	74
Tabla N° 9 Espacio Adecuado para el Graffiti	75
Tabla N° 10 Impacto por Promoción	76
Tabla N° 11 Razones para Realizar Graffitis	77
Tabla N° 12 Representación del Graffiti	78
Tabla N° 13 Apoyo de Autoridades y Ciudadanía	79
Tabla N° 14 Graffitero se Siente Discriminado	80
Tabla N° 15 Graffiti es forma de Vandalismo	81
Tabla N° 16 Graffiti trae Superación Personal	82
Tabla N° 17 Graffiti en Galerías	83
Tabla N° 18 Exposición en Galerías	84
Tabla N° 19 Beneficios Económicos Arte Urbano	85

RESUMEN

El siguiente proyecto de grado a continuación se lo realizo tomando como base y referencia la historia del graffiti New Yorkino a través del cual se realizó el respectivo (análisis de su función estética que cumple este en espacios públicos de la ciudad de Ibarra) hoy en día siendo esta expresión artística mal catalogada como “problemática social” en nuestra ciudad debido a su ilegalidad y estigmas sociales. El marco teórico, se basa en aspectos básicos y referenciales como: (Antecedentes históricos, artísticos, filosóficos, estéticos, psicológicos, técnicos, morfológicos y científicos) abarcando varias áreas de estudio muy extensas por su gran complejidad que nos permite adentrarnos en ramas más complejas como: (el diseño, la ilustración, la literatura, la historia, la publicidad, el marketing, el urbanismo, la música, radio la televisión junto a este, con su gran poder de influencia social y gran pregnancia visual que este posee). El marco metodológico utilizado para la investigación del mismo fue (científico, inductivo y deductivo – analítico sintético) aplicándolo a la investigación mediante encuestas generadas con preguntas básicas, basadas en los contenidos claves referenciales, a espectadores (público en general) y a sus respectivos autores de estas formas de expresión (writers) los cuales nos definen de una forma clara y concisa su función dentro de nuestro medio circundante que es Ibarra. Como conclusión final y resultado final, nos dice que el graffiti si posee aceptación cultural-social, que hoy en la actualidad es considerada como (una forma de expresión artística cultural contemporánea) abriendo las puertas a nuevos procesos de socialización, procediendo a la creación de la propuesta, la cual busca integrar los espacios públicos urbanos para la socialización del graffiti dentro del espacio urbano, como medio de expresión artística contemporánea. Tomando como guía el marketing y la publicidad de eventos, creando así esta idea innovadora “LATITUD INERCIA” el primer festival de arte y graffiti conceptual en el país. Planteado para insertar dentro de su formato nuevas expresiones urbanas contemporáneas como: (música en vivo, body, paint, tatto, performance y malabares). Logrando una mejor concepción y socialización del graffiti y sobre todo de toda la cultura urbana relacionada con este arte junto a todos sus impactos socio - culturales a gran escala y a largo plazo en nuestra ciudad.

ABSTRACT

The following draft grade then we perform the basis and reference the history of graffiti New Yorker through which the accompanying was made (analysis of aesthetic role in the public spaces of the city of Ibarra) today this artistic expression being mislabeled as " social problems " in our city because of its illegality and social stigma. The theoretical framework is based on basic and referential aspects as: (Background , artistic , philosophical, aesthetic , psychological , technical , morphological and scientists) covering several areas of very extensive study by great complexity that allows us to explore more complex branches as: (design, illustration , literature, history , advertising , marketing, urban planning , music , radio television with this , with your great power and great social influence that this has visual cogency . .) . The methodological framework used for the research was the same (scientific, inductive and deductive - synthetic analytical) applying research through surveys generated with basic questions, based on the reference key content , viewers (general public) and their respective authors these forms of expression (writers) which define us in a clear and concise way their role in our surrounding environment is Ibarra. As a final conclusion and final result tells us that the graffiti if it has social-cultural acceptance, now today is considered as (a form of artistic cultural expression contemporary) opening doors to new processes of socialization , proceeding to the creation of the proposal, which seeks to integrate urban public spaces for socialization of graffiti in the urban space as a means of contemporary artistic expression. Guided by the marketing and advertising of events, creating this innovative idea "LATITUDE INERTIA " the first festival of graffiti and conceptual art in the country. Raised to insert into your new contemporary urban format expressions like (live music, body, paint, tatto, performance and juggling). Achieving better design and socialization of graffiti and especially of all urban culture related to this art with all its impacts socio - cultural large-scale and long -term in our city

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes.

San Miguel de Ibarra fue fundada por el Capitán Cristóbal de Troya por mandato de Don Miguel de Ibarra, Presidente de la Real Audiencia de Quito, el 28 de Septiembre de 1606 en el Valle de Carangue, en los terrenos donados por doña Juana Atabalipa, nieta de Atahualpa, último Inca y Señor del Tahuantinsuyo.

Un justificativo para su fundación, era su estratégica ubicación geográfica, que permitía la unión con el camino principal a los territorios de Nueva Granada (Colombia) y la zona marítima de Panamá, por San Lorenzo. Anheló que no se cumple a cabalidad, Ibarra una ciudad nueva, data de 1872, la más joven del Ecuador que ha crecido, a partir de su reconstrucción en 1872.

Hace no mucho tiempo atrás, formando parte de esta subcultura y de este “fenómeno” socio - cultural. Se ha observado en Ibarra expresiones urbanas, que han buscado abrir fronteras socio-culturales, pero sobre todo lograr una mayor libertad de expresión, y sociabilización del mismo.

Por medio de la intervención artística en eventos organizados a forma de festivales de arte urbano. Tratando de lograr una diferente forma de pensar en el público o espectador para mejorar su conceptualización y tolerancia así la imagen del graffiti. Pero actualmente existe un verdadero debate sobre los verdaderos objetivos de los artistas que intervienen el espacio público, ya que muchos de estos manejan

mensajes subversivos “subculturas” que critican a la sociedad, su política, invitan a la lucha social o simplemente nos llevan a la reflexión.

El arte urbano o graffiti al ser asociado con la cultura underground el hip-hop el rap el break dance y al estar relacionado con el comic, el tatto, la cultura pop, la televisión y el skate. Ha sido marginado, mal interpretado, discriminado causando intolerancia, un mal entendimiento, poco interés, y la más crítica

La poca sociabilización sobre la verdadera función que cumple el graffiti en el espacio urbano.

1.2. Planteamiento del Problema.

El desconocimiento total o parcial de la función que cumple el arte urbano en los espacios públicos, ha provocado el poco interés social hacia las diferentes clases existentes de arte alternativo desatando un verdadero error de apreciación del arte urbano.

Por otro lado la mala conceptualización visual que existe actualmente sobre el graffiti y que muchas veces es relacionado con pandillas, naciones o actos delictivos, ha llevado a que se genere una gran incomprensión e intolerancia a estas formas de expresión, distorsionando su verdadero concepto.

En la actualidad la falta de atención a estas formas de expresión han hecho que no exista una verdadera promoción de este, en el medio, gracias a su no conocimiento generando su estigmatización y mala interpretación del arte urbano. Por último, la falta de eventos y apoyo para estas formas de expresión cultural por parte de las autoridades y sociedad en general, han desatado una fuerte discriminación social hacia los

autores de esta forma de arte alternativo, muy importantes en la sociedad actual, generando su poca sociabilización.

1.3. Formulación del Problema.

¿Cuáles son las razones socio – culturales que han impedido el conocimiento y socialización de la verdadera función que cumple del arte urbano (graffiti) en la ciudad de Ibarra?

1.4. Delimitación.

1.4.1. Unidades de Observación.

Principalmente a toda la gente que forma parte de la cultura writer, y a todos los que estén relacionados con el arte urbano: Graffiteros, tatuadores, Aero grafistas, MCs, hoppers, rappers, skates y a todo el público en general que puedan exponer una opinión sobre el arte urbano: diseñadores, artistas plásticos.

1.4.2. Delimitación Espacial.

La investigación tuvo lugar en toda la parte urbana de la ciudad de Ibarra.

1.4.3. Delimitación Temporal.

La investigación se llevó a cabo durante el 7mo y 8vo semestre de Diseño Gráfico del 13 de septiembre al 31 de mayo correspondiente al periodo 2010 – 2011

1.5. Objetivos.

1.5.1. Objetivo General.

Analizar la función estética del arte urbano mediante el estudio del impacto visual que produce el (graffiti) en la ciudad de Ibarra para lograr una mejor conceptualización, tolerancia y mayor sociabilización del tema.

1.5.2. Objetivos Específicos.

- Investigar la función que cumple el graffiti en el medio urbano.
- Mejorar la apreciación y conceptualización social que tiene el graffiti, para evitar su distorsión conceptual.
- Diseñar, impulsar y socializar una propuesta del arte urbano, para así obtener una mayor tolerancia y sociabilización del tema a través de eventos.

1.6. Preguntas Directrices.

- ¿Cómo definir la función del graffiti en el medio urbano?
- ¿Cómo podemos lograr una mejor conceptualización del graffiti para evitar su distorsión conceptual?
- ¿Cómo diseñar, impulsar y socializar una propuesta para que el arte urbano logre su mayor aceptación y tolerancia?

1.7. Justificación.

La principal razón personal para investigar, este tema es que vivo de cerca esta cultura o fenómeno socio-cultural, al ser parte mi objetivo es mejorar la apreciación social que tiene el graffiti, sociabilizando e impulsando esta forma de arte, educando al espectador para así obtener

una mayor tolerancia y comprensión de la función que cumple este en el medio urbano como medio persuasivo.

Los beneficiarios a más de ser principalmente la cultura y sociedad en general con todos los artistas urbanos, considero que seríamos todos, ya que abriríamos esa barrera socio - cultural que existe en mi ciudad y porque no decirlo: en casi todo el país, que estigmatizan y muchas veces criminalizan estas formas de expresión, distorsionando su significado y la verdadera carga conceptual que este posee, gracias al desconocimiento por parte del espectador.

Esta investigación nos permitió conocer la función que cumple el graffiti en el medio urbano de la ciudad de Ibarra, y manejarlo desde el punto de vista artístico cultural. Manejándolo desde este punto de vista, logrando su mayor aceptación y comprensión, ya que manejaran cargas conceptuales y mensajes que serán aportes positivos para la sociedad en general logrando grandes beneficios a largo plazo.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación Teórica.

Fundamentación Epistemológica:

2.1.1. Antecedentes del Graffiti.

Escribir sobre los muros es un impulso tan antiguo como los indicios de racionalidad del ser humano: Los macedonios, los griegos o los antiguos egipcios con sus indescifrables jeroglíficos ya utilizaban esta superficie como soporte de su escritura y de su arte. Pero el ejemplo más significativo y el más antiguo son las pinturas rupestres realizadas en paredes de cuevas por el hombre primitivo

Las primeras muestras de pintura mural se remontan a la época prehistórica. Pero el graffiti como lo conocemos hoy en día se inicia en los años 60, en el metro de Nueva York. Cuando un joven llamado Demetrius empezó a escribir su apodo TAKI 183, en paredes, marquesinas, buses, y sobre todo en el metro de Manhattan.

El término graffiti es de procedencia italiana (“graffiare” o garabatear), grafitos (letrero o dibujo trazado o garabateado en paredes u otras superficies de carácter popular y ocasional), históricamente podemos decir que hasta el siglo XIV las paredes eran el principal soporte para la producción artística, pero sin embargo en la actualidad este no es un espacio libre, sino clausurado.

Llegando a considerarlo como una amenaza una verdadera “transgresión” prohibiendo el acceso al mayor lienzo del mundo, precisamente x esto se han llenado de incontrolables trazos en toda clase de superficies. Puertas. Buses paredes, etc. Así pasando a ser el soporte de lo q hoy en día es graffiti.

Una de sus muchas definiciones es: “Acto de escribir (nombre) o representar (símbolo que nos identifique o con el que nos identificamos) en una superficie ajena” pero si lo miráramos de este punto de vista todo el mundo habría hecho graffiti, por ejemplo inscripciones en árboles paredes (José y María), pintadas en mesas del colegio, y un largo etcétera.

Siendo este un acto íntimo y tan público, “la exteriorización de un sentimiento” un concepto parecido al arte, pero lo que hoy en día entendemos por graffiti y la personalidad que está cobrando nos adentrará en unos laberintos de creatividad y de posibilidades infinitas. (es.wikipedia.org).

2.1.2. Historia del Grafitti.

A finales de los 60 jóvenes de nueva york empezaron a escribir sus nombres y pseudónimos, escribiendo para sus amigos e incluso enemigos, el ejemplo más conocido es taki 183. Que a sus 17 años empezó a escribir su apodo en calles y principalmente en el metro de Nueva York, Taki trabajaba como mensajero y viajaba constantemente en el metro de un lado a otro de la ciudad. En el trayecto estampaba su tag (firma) en todos los lados, dentro y fuera del vagón.

No lo consideraba como algo malo: El respondía así a las preguntas que le formularon en una entrevista en el New York Times: “Simplemente es algo que tengo que hacer. Trabajo, pago mis impuestos y no hago

daño a nadie” Algunos de los escritores también destacados de aquella época fueron: Frank 207, Chew 127, Julio 204, Bárbara 62 En principio no buscaban estilo, sólo querían aparecer por todos los lados. Esta información salió de la página electrónica (es.wikipedia.org)

A partir de aquí surge el boom y cientos de adolescentes comienzan a poner su nombre por toda la ciudad, haciéndose necesaria la creación de un estilos, tanto en la caligrafía, como en los métodos de ejecución o incluso los lugares utilizados para dicho fin.

En cuanto a la caligrafía, en principio se utilizaba una bastante legible, hasta la llegada a Nueva York de un graffitero de Filadelfia llamado Top Cat, quien afirmaba que lo que sabía sobre graffiti lo había aprendido en el legendario pan de maíz de Filadelfia. Escribía su nombre en letras finas y alargadas muy juntas muy difíciles de entender, muchos adoptaron su estilo y lo bautizaron como “Broadway Elegant”.

Llego un punto en que la masiva cantidad de firmas, llevo a la necesidad de concentrarse en otros puntos como: color y tamaño, surgiendo así estilos como: “outline” (filete o línea de borde) más tarde Phase 2 lo perfeccionó dando así como resultado: bubble letters o letras pompa.

Posteriormente surge los famosos throw up o vomitadas piezas rápidas y espontaneas También están los las block letters, similares a los rótulos. El afán competitivo va más allá, las letras empiezan incluso a ser difíciles de entender, culminando así en el estilo más genuino del Bronx: Wild style o estilo salvaje.

A finales de los 70 alcanza su mayor apogeo, incorporando imágenes de la iconografía popular, como comics, caricaturas, e incluso retratos. De aquí nacen las master pieces (piezas maestras) de aquí posterior mente nace la Guerras de estilo (Style Wars). En un momento muy importante ya

que de aquí nacen las crews (pandillas, grupos). Así lo expresa (www.iespana.es/)

2.2. El Graffiti.

2.2.1. Definición

El criterio de (Ganz, Nicolas, 2010, págs. 8-9) graffiti: “Es un término tomado del italiano, graffiti, plural de graffito, que significa ‘marca o inscripción hecha rascando o rayando un muro’ y así llaman también arqueólogos y epigrafistas a las inscripciones espontáneas que han quedado en las paredes desde tiempos del Imperio romano. El arqueólogo Raffaele Garrucci divulgó el término en medios académicos internacionales a mediados del siglo XIX”.

El graffiti: surge como movimiento significativo a finales de los años 60, a principios de esta década se comenzaron a crear las primeras manifestaciones visuales en las calles, Manifestaciones nacidas en comunidades minoritarias y marginadas de suburbios de ciudades de los Estados Unidos

En la actualidad es arte urbano por excelencia, ya que para muchos jóvenes es la mejor forma para lograr expresarse, convirtiéndose en (la voz de los sin voz) y en la mejor forma de criticar al sistema o sociedad. Gran parte de estos son firmas, escrituras enrevesadas trazos muy coloridos signos e imágenes, que son eliminados por el tiempo.

Este tipo de firmas son actos egocéntricos por parte del autor, en medio de la urbe, lugar donde los humanos conseguimos sobrevivir de una forma apolonada y para muchos incómoda, el graffiti termina siendo una molestia pero aun así cumple con su función social.

Pero existe otra clase de arte urbano funcional comprometido con la sociedad que busca traspasar fronteras por su gran poder comunicativo para denunciar las injusticias del sistema, (el mejor exponente a nivel mundial es Banksy un Graffitero británico, nadie conoce su identidad, solo su apodo, esto sirve de subversivo para el egocentrismo).

Siendo este una manifestación visual artística callejera y en la actualidad una de las mejores formas de expresión en el mundo entero y actualmente arte urbano por excelencia, pero como yo lo diría “la mejor forma de gritar en silencio” en medio de una sociedad que difícilmente te escucha, pero si te observa.

Es cierto que la mayor parte de graffiti en nuestra urbe son simples actos egocéntricos los cuales no aportan con nada positivo en la sociedad ya que se guía por el yo, yo y solo yo. Pero también está el verdadero graffiti social funcional, muy difícil verlo en nuestra pequeña ciudad ya que nunca ha habido interés social hacia estas formas de expresión, ni una verdadera promoción, culturalización y apoyo, algo tan perjudicial que ha estancado el graffiti en Ibarra. A pesar de esto el gran poder comunicativo persuasivo y subversivo que tiene el graffiti es algo que debería ser aprovechado, obteniendo claros beneficios sociales, culturales, económicos, turísticos para nuestra linda ciudad.

2.3. Influencias del Graffiti.

En cuanto a las influencias el graffiti es un modo de expresión artístico indicativo de un estilo de vida urbano, pero sus principales influencias vienen de otras formas de expresiones culturales callejeras tales como el rap y el break dance.

Además de la morfología en la escritura este toma prestado diversos elementos de la iconografía popular tales como el comic o los cartoons la

influencia más destacada viene del artista Vaughn Bodé (continuado por su hijo Mark Bodé) los primeros artistas de comic underground.

No se puede hablar de la historia del graffiti sin mencionar a Bodé sus creaciones y personajes sirvieron de complemento para piezas de muchos escritores del metro neoyorkino, importante destacar el cierto contenido erótico de los cómics de Bodé (sobre todo en la serie Erótica, plagados de mujeres desnudas) hasta la actualidad se sigue haciendo tributo a este artista.

Por otro lado podemos destacar los ecos publicitarios, ya que están estrechamente ligados ya que este es publicidad ya que en publicidad si no estás en todos lados no existes”

El graffiti también toma elementos y personajes del cine, textos o citas famosas, iconos universales, la razón es doble: El autor se identifica con ello o lo hace para llamar la atención llegando así a imitar logotipos, marcas, adaptándolas a su autor, un recurso innovador de reinterpretación.

También podemos destacar la representación de hechos históricos, ideologías mensajes y temas de interés social. También el tatuaje influye directamente sobre este en la representación de tribales y como no el arte su principal influencia llegando a representar obras tanto clásicas y modernas con un estilo de graffiti genuino.

Por último punto podemos mencionar la influencia directa de disciplinas como el diseño gráfico la ilustración o la estética de la nueva corriente conocida como Street art, y no es raro encontrar piezas con ecos de esta disciplina, encontrando piezas que integran desde carteles o plantillas representando personajes, siluetas, tipografías o logotipos componiendo un mural de carácter totalmente urbano. (es.wikipedia.org)

2.4. Técnicas del Graffiti.

En un principio valía lo sé sea desde tizas, velas, piedras e inclusive se llegó a usar acido para dejar su marca, hasta la mismas llaves para rasgar los metales pintados, pasando por los pinceles, pintura, rotuladores, marcadores y finalmente hasta llegar al descubrimiento del “aerosol” o spray.

2.4.1. Rotuladores o Marcadores.

Los primeros rotuladores eran de un tamaño pequeño pocos milímetros el tradicional “EDDING” hasta años después que se creó el pilot instalándose con mucho éxito y siendo muy utilizado, pero todo va más allá muchos fabricaban sus propios marcadores conocidos como camaleones.

Llagando a llenar grandes recipientes convirtiéndolos en verdaderos marcadores gigantes, ensamblados con una punta casera que salía de los borradores de pizarras sin usar.

Mucho después dan un salto a otros más sofisticado aparte de marcadores de tinta aparecen marcadores de tempera que dio más variedad en color y la posibilidad de tener más superficies para ser atacadas, se los conoce como posca por su marca, estos contiene una bola mezcladora para asegurar su fluidez.

No solo vario la tinta sino también los tamaños, pasando de marcadores desde 1 cm hasta 5 cm, después esto ya no era suficiente y empezaron a buscar tinta q sea indeleble, a finales del 98 llega desde Italia la tinta (inferno) utilizada para tinturar cuero, con un gran poder de adherencia, haciendo casi imposible su eliminación poniendo en jaque a los dueños de la superficies que demanda una solución.

2.4.2. Aerosoles:

Sin duda la técnica por perfección del graffiti hoy en día, las razones de su gran expansión son su gran variedad, sus colores ya mezclados, su limpieza y su fácil uso, pero estos son resultado de la evolución de los primeros aerosoles. En un principio se destacaban las marcas europeas usadas en sus comienzos en Nueva York, los genuinos Krylon, los Rust-Oleum o los Red-Devil.

En España se destacaban los Novelty, Duplix, Pintex, entre las más conocidas, En los 90 la marca Felton hace mejoras ampliando la gama. Pero no es suficiente, haciendo que se inventara la forma de pasar pintura de un bote a otro obteniendo un tercero.

Por el 92 surgen graffiteros en España que se dedican a vender y comercializar se dedican a la venta de Felton luego más tarde oiremos Montana la líder mundial actualmente.

En cuanto a difusores boquillas o caps. Nos encontramos con dos: (macho y Hembra) independientemente a esto tienen sus características en cuanto al trazo que estos realicen (finos o gruesos, limpios o difusos, redondos o direccionables) podemos encontrar gran variedad. Otro elemento diferenciador de boquillas es el hecho de que tengan falda (siendo más ancha y cómoda para el dedo), hoy en día los más destacados son los montaña, ya que estos están encaminados exclusivamente en el graffiti lo cual les ha llevado a ser mejoras en sus productos, tanto en calidad diseño accesorios y productos.

2.4.3. Otros Métodos:

Por último cabe mencionar otros métodos como: los rayadores, piedras para cristales, destornilladores, rodillos, brochas, pintura plástica, ácidos

que corroen el cristal, de manera permanente o incluso tizas, velas. Llegando a adhesivos, carteles, plantillas como nueva atencencia.

a. Stencil o Plantillas

Este se refiere al uso de plantillas que a menudo tiene un mensaje político, este cobra especial relevancia en la segunda mitad de los años 60, en Paris. Cuando estas propuestas cobran auge en todo el mundo ya son percibidas como parte de un mismo fenómeno o escena (arte urbano). (www.worldlingo.com/)

Esta práctica es histórica y antigua ya que se originó junto al graffiti en la pintura prehistórica, siendo en la primera y segunda guerra mundial cuando los norteamericanos utilizaron esta técnica para identificar las cajas de armamento a mediados del siglo 20 surge en su forma autentica consiguiendo seguidores.

Convirtiéndose en un fenómeno callejero urbano ya que es simple y claro, su constitución es sencilla ya que utiliza las mismas técnicas de un medio de comunicación masivo pero expresado por medio de un mensaje contradictorio desconcertante y crítico de los medios, más conocido como: anti-publicidad.

Vale destacar que el stencil hoy en día se ha convertido en un movimiento cultural internacional, buscando el mismo objetivo que el graffiti, proyectar su mensaje, ser observados por el público entretenerlo y ser criticados por su propio movimiento o cultura.

Siendo una forma más de graffiti a través de plantillas, una de las mejores en el proceso de comunicación visual, ya que su mensaje es simple y claro el mismo que tiene una característica especial ya que es

considerado como una forma de expresión histórica que se la puede encontrar en la pintura rupestre.

Hoy un verdadero fenómeno mundial por la gran facilidad existente para realizar plantillas gracias a software como photoshop llevándole a este estilo de la mano con la tecnología, son muy fáciles de ver en nuestro medio político. Hoy el estencil es una de las mejores formas de hacer graffiti gracias a su facilidad y rapidez y su mejor característica: su fácil, y rápida captación del mensaje, convirtiéndose así en un movimiento mundialmente reconocido. (www.iespana.es/)

2.4.4. Morfología del Graffiti

Después de una larga investigación iremos describiendo uno por uno desde el más sencillo hasta el más complejo, pasaremos desde la simple firma hasta la abstracción total, el graffiti en si se rige por el grado de complejidad que se rige en dos criterios básicos que son: “el grado de abstracción” y “el grado de interpretación”. (es.wikipedia.org)

a. **Tags o Firmas:** Son piezas artísticas altamente sencillas y otras muy complejas, con un modo de comunicación muy cerrado; muchas veces representan iniciales del autor o grupo, fáciles de entender para las personas iniciadas en este movimiento, para el público sus trazos y formas lo hacen de muy difícil comprensión.

Existen 3 estilos básicos surgidos en Nueva York que son “Brooklyn Elegant” “Brooklyn” y “Bronx” más luego surgiría una variación de este llamado (tag con outline o firma con borde) que consistía en poner una línea de otro color mucho más fina haciéndolas más gruesas.

Tags o firmas como su propio nombre los dice: es una de las expresiones artísticas por su naturaleza más egocéntricas dentro del graffiti, ya que representa al yo un grupo o algo ya determinado.

Una de las más fáciles de observar y encontrar en nuestra ciudad. Es claro y estoy de acuerdo que estas piezas no aportan con nada positivo a la sociedad convirtiéndose en una verdadera molestia social, algo imposible de controlar mientras no exista una cultura del graffiti en nuestro medio y un verdadero compromiso social por parte de los escritores.

b. Bubble Letters o Letras Pompa:

Este diseño se basa en un diseño básico que son letras más gruesas, redondeadas, y relativamente sencillas que constan de relleno y borde, Su precursor original fue Phase 2, que decidió explotar este estilo, creando muchas variantes.

c. Throw-Up o Vomitado o Pota:

Es una simple versión de las letras pompa, estas tienen poco diseño ya que la finalidad era cantidad no calidad, al ser tan fácil su realización ha ganado muchos adeptos, llegando a conseguir diseños impactantes con la característica especial (su corto tiempo de ejecución). Este fue uno de los más utilizados en el metro neoyorkino donde la tensión obligaba a realizar piezas con gran rapidez y hoy en día uno de los más utilizados dentro de lo que son los tags.

d. Block Letters o Letras en Bloque:

Estas se caracterizan por tener un diseño complejo y original son letras muy simples fáciles de leer, están diseñadas para ser leídas con rapidez en cortos tiempos como por ejemplo en una avenida muy transitada.

e. Wild Style o Estilo Salvaje:

Llegamos a un grado de complejidad bastante alto dentro del graffiti el más popular y extendido, surgió de la búsqueda de letras cada vez más

complejas con la característica que estas son muy estilizadas con círculos semicírculos curvas y el elemento principal las flechas y sus variantes. Así se produce la llegada de lo q se lo llama como la guerra de estilos muchas veces la legibilidad de las piezas es nula y la única forma de identificar a su autor es por su estilo, a la vez nos podemos encontrar con diferentes grados de complejidad dentro del mismo.

f. Model Pastel o Estilo 3D

A lo igual que el WILD STYLE este busca llamar la atención, pero de una forma diferente creando un efecto real y más realista, cobrando más importancia los efectos de las letras.

Este estilo posee los mismos elementos que los anteriores como trazos y brillos pero adoptando degradados y planos de color. Generalmente este estilo necesita más dedicación, es menos espontaneo y más artístico de hecho es el que más gusta a la gente fuera del movimiento, a diferencia del WILD STYLE DE NEW YORK este nace en Europa.

g. Dirty o Estilo Basura:

Es el estilo más reciente basado en el desdibujo creando formas incorrectas, deformidades, el riesgo de este es saber si el artista lo hace con intención así quedando la duda si en realidad saben pintar, este es originario de Francia gracias a: Honet que podemos destacar su estilo al añadir a sus letras elementos deformes haciendo pensar que es un novato.

h. Graffiti Orgánico

Este es un estilo relativamente novedoso, ya que es la mezcla de todos los estilos, creando un estilo propio como la calavera que llega a representar y se convierte en una letra "O".

i. Personajes

Los personajes surgieron para ser acompañantes de las letras, pero hoy en día Los personajes: pasan a ser muchas veces, parte de “la obra total” podemos decir que Vaughn Vode fue una de sus principales influencias. Pero también personajes de comic o series de TV,

Estos permiten una mejor expresión. Dando paso a la creación de los propios... En este caso existen grados de representación las pictográfica (caricaturas, animales, objetos con estilo comic o ilustración). O la de carácter realista la cual la lista sería muy infinita ya que existirían muchos estilos.

j. Iconos

Podemos decir que los iconos son una derivación de los personajes ya que su función es llamar la atención y crear constancia en el espectador, llegando a sustituirlos por la firma.

Sus formas de presentación son muy variadas, desde un color a varios y de objetos simples a algunos más complejos.

k. Grafitti abstracto:

Este el grado más extremo que ha llegado el graffiti, este sigue realizándose con aerosol, es el único rasgo que lo distingue pierde su forma completamente. Sin ninguna forma en particular como su propio nombre lo dice (abstracto).

I. Nuevas Tendencias

El graffiti en si como tendencia artística termina evolucionando hacia otras disciplinas muy interesantes, como el arte, el muralismo, diseño

gráfico, la ilustración, el, la publicidad, dejando a lado a su espontaneidad. Así surge la interrogante: (¿cuándo deja de ser graffiti?). (Craig Castleman Hermann Blume, s/n)

2.5. El arte.

Podemos definir al arte como una disciplina o actividad creada por el hombre en un punto de vista, pero más amplio decimos que este talento o habilidad está situada en un contexto literario musical y de puesta en escena, esto incluye tanto al artista como al q lo observa.

En la historia la mayoría de civilizaciones y culturas la han fusionado con la estética, en el siglo XVIII se lo concibe con un valor estético y con una función práctica, la definición más pura para este concepto sería: es un medio por el cual el individuo expresa sentimientos pensamientos e ideas. En otras palabras podemos decir que la obra de arte es el producto o mensaje considerando su función de su estructura sensible (la estética) es una expresión de la actividad humana mediante la cual se expresa una visión personal de lo real o imaginado. El arte es un juego con las apariencias sensibles, colores, formas, volúmenes, los sonidos, etc. Un juego donde se crea de la nada, de poco más que la nada una apariencia que no pretende otra cosa que engañarnos.

Es un juego placentero que satisface necesidades eternas de simetría, de ritmo o de sorpresa. (www.abcpedia.com)

Podemos definir dentro del arte 4 funciones:

- **Función Moral:**

Esta concepción muy antigua y a la vez muy vigente, se basa en que el arte está en servicio de la moralidad, e incluso llegando a rechazar todo

a que lo que promueva cualquier clase de valores no aceptables, esto se remonta a Platón siglo IV antes de cristo.

- **Arte por el Arte**

Este concepto tiene sentido y se basa en sí mismo, es decir el artista con todas sus cualidades creativas su principal obligación es perfeccionar la obra.

- **Función Social:**

Es totalmente opuesta a la anterior y el artista tiene una gran responsabilidad y debe de (estar comprometido) con su tiempo y su espacio.

- **Función Comunicacional:**

Sencillamente la obra de arte es el medio del cual se vale el artista para expresarse y comunicarse, ya sea sentimientos, pensamientos e ideas, como lo dijimos anteriormente. (www.edukativos.com)

2.5.1. La Estética

Este es un término con muchas excepciones, en lenguaje colonial denota lo bello. Pero la definición filosófica más conocida es: (La rama de la ciencia que tiene por objetivo el estudio el estudio de la belleza), pudiendo también referirnos al campo de la teoría del arte, que también puede significar el estudio de la percepción pero en general.

- **Valores estéticos:**

1. Gracioso
2. Grandioso

3. Elegante
4. Sublime
5. Ridículo
6. Trágico

Estos pueden ser objetivos o subjetivos, tomando en cuenta cuestiones de gusto, ya que es permitido pensar que algo bello no es bello, o pensar disfrutar de algo menos hermoso por algo más bello, puesto que la pasión no va siempre con la razón. (www.monografias.com)

Así discutiendo sobre gustos podemos decir que la belleza existe solo en la mente, por eso discutir de gustos es inútil, pero algo rompe con la igualdad natural de gustos y plantea una pregunta: ¿existe en el subjetivismo algo de objetividad? Por ende existe la posibilidad de juicio crítico.

2.5.2. La Estética en el Arte

En este campo encontramos al artista con toda su genialidad, en un contexto cultural y e histórico que moldea su gusto personal. Esto es tan importante ya que en muchas ocasiones el artista rechaza ciertos ideales o prototipos de su época como los movimientos vanguardistas de principio de siglo, (impresionistas, expresionistas, surrealistas, pintura abstracta etc.) Dentro del graffiti podemos encontrar valores estéticos muy extensos, dependiendo de la pieza pintada su tema su localización entre muchos puntos que podemos tomar en cuenta dentro de este movimiento. (www.wikillerato.org)

2.5.3. Arte o Vandalismo

Desde el punto de vista que lo veamos es un dilema filosófico, ya que el graffiti siempre va acompañado de su condición transgresora, extralimitada, destructiva, combativa, en realidad es éste el carácter que

constituye su esencia podemos llamarlo vandalismo pero en realidad no es un problema tan grande.

Considerando al graffiti como: el acto más pequeño de vandalismo, aceptarlo sin su esencia (la ilegalidad) es no entender causas de producción, encontrándonos con un fenómeno de creación y destrucción, por otro lado el carácter artístico que posee, se lo puede tratar desde un punto de vista pictórico.

Manteniéndonos al margen de las ideologías podemos dividir al graffiti en dos partes: Graffiti legal (arte en galería) y graffiti ilegal (vandalismo), generando muchas opiniones al respecto de cómo debe pintar un escritor legal o ilegalmente aunque cada una tienen sus razones y su forma de ver las cosas.

A pesar de estas dos propuestas que son contrapuestas en sus opiniones ambas defienden la misma bandera (el graffiti) de hecho el graffiti es imponerse a los demás de una forma ilegal buscando el lado más artístico del vandalismo o el lado más vandálico del arte.

Por otro lado el graffiti legal deja de ser graffiti, ya que para muchos el verdadero graffiti está en la calle, y no tiene nada que hacer en una galería, pero se la considera como la evolución lógica del trabajo de un Grafitero que puede ser expuesto en galerías.

Estoy muy de acuerdo que es un verdadero dilema si tomamos en cuenta la verdadera esencia del graffiti (transgresor, subversivo y revolucionario) una condición que para muchos es vandalismo, pero aceptarlo sin su esencia, sería no aceptar el graffiti.

Pero donde dejamos el carácter artístico pictórico del graffiti? Una interrogante que como artista plástico y como diseñador se ha repetido por mucho años, y más aun viviendo en Ibarra, capital de Imbabura

conocida nacionalmente y mundialmente como “la cuna del arte”, pues sería lo más lógico que siendo una provincia culturalmente artística existan espacios para estas formas de expresión urbana.

Algo difícil de comprender, porque si bien somos una provincia ícono nacional en el arte, ¿Por qué no ser pioneros en el arte urbano? Sería lo lógico, lo que no ha sucedido ya que nunca ha sido apoyado y actualmente hasta criminalizado.

Tomando en cuenta que las personas que lo criminalizan lo estudian desde afuera pero no lo han vivido desde adentro.

Un problema muy grave porque como alguien puede hablar de algo que ni siquiera conoce y no lo han vivido. Tal vez no comprenden la importancia del graffiti en el medio urbano o no existe un verdadero interés cultural.

Sancionando no aportamos con nada positivo a la sociedad. Apoyando e impulsándolo obtendríamos mejores beneficios tanto sociales, culturales, económicos y turísticos que serían más positivos que las medidas actuales tomadas en nuestra ciudad. (www.valladolidwebmusical.org)

2.5.4. Diseño

Etimológicamente esta palabra proviene del italiano disegno dibujo, designio, signare, signado que representa el porvenir (una visión) o una prefiguración mental, diseñar es plasmar el pensamiento de las posibles soluciones mediante: esbozos, dibujos, bocetos, esquemas.

Pero hay que aclarar esta supuesta raíz etimológica. Ya que esta palabra (disegno) en la actualidad en italiano sólo significa dibujo, de

hecho para los italianos el diseño es "design" en inglés. Ya que diseño es mucho más complejo que dibujar y proyectar una idea.

El verbo “diseñar” se refiere al proceso de creación y desarrollo para producir un objeto nuevo o medio de comunicación. (Objeto, servicio, proceso, entorno, ambientes)

Mientras que el sustantivo “diseño” se refiere al plan final o proposición determinada, el fruto o resultado final del proceso puesto en práctica, realizado en el momento de diseñar, (dibujo, imagen, maqueta, proyecto, plano, descripción técnica u objeto). Utilizando el contexto de las artes plásticas, ingeniería, arquitectura y otras disciplinas creativas. Diseño es: (el proceso previo a la configuración mental) más bien llamado “pre-figuración” en la búsqueda de la solución a un problema.

Se suele confundir frecuentemente al diseñador con el artista, aunque lo único común es la creatividad. El diseñador proyecta en función de encargo, y ha de pensar en el cliente como el usuario, justificando propuestas. A diferencia del artista; es espontáneo en sus acciones y a veces pueden no estar justificadas.

A la acción de diseñar intuitivamente la podemos llamar “creatividad” ya que este es un acto de creación e innovación o modificación del diseño ya existente (abstracción, síntesis, o transformación).

El diseño guarda estrecha relación con el arte, ya que emplea un lenguaje similar, al utilizar la sintaxis de las artes plásticas, siendo un fenómeno más complejo con un campo más amplio (industria, comercio, cultura, educación, “orientación técnica”, procesos industriales, constructivos, arquitectura, comunicación audio-visual, artes gráficas, publicidad, marketing, packaging) y enteramente vinculado con la productividad y el comercio. Refiriéndonos al signo y su significante, designar es diseñar ya que es el resultado de los recursos la forma y su

significado implícito, “solución estética”, obteniendo un diseño con significado implícito, dada su ambigua apreciación, el acto humano de diseñar no es artístico, pero puede valerse de los mismos procesos y medios de expresión para su aplicación práctica.

Diseñar requiere consideraciones funcionales y estéticas, que necesita numerosas fases de investigación y análisis, modelado, ajustes y adaptaciones previas al diseño final. Además comprende una multitud de disciplinas y oficios dependiendo del objeto o producto a diseñar.

Diseñar es una tarea compleja, dinámica e intrincada de investigación ya que junta varios requisitos técnicos como: (sociales y económicos, necesidades biológicas, efectos psicológicos, materiales, forma, color, volumen y espacio) todo relacionado con el medio, de aquí la alta responsabilidad ética del diseñador y que el diseño posee.

Tras leer e informarme sobre lo que es el diseño su etimología y su estrecha relación con las artes plásticas y sobre todo viviéndolo; puedo definir al diseño personalmente como: (un acto mental intuitivo, creativo y altamente persuasivo).

El mismo que guarda estrecha relación con el graffiti ya que cada uno es un verdadero diseño y dependiendo del mismo otros pasan a ser verdaderas obras de arte, por lo tanto el graffiti lo podemos analizar de ambas formas.

De aquí la gran importancia que tiene en la sociedad como un diseño altamente persuasivo en el medio urbano o como una pieza artística, tomando en cuenta que los graffiteros tienen una gran responsabilidad ética desde el momento de la creación de su diseño. Que a su vez guarda una carga conceptual (conceptos, preceptos e ideologías) y al utilizar la calle como su lienzo entre lugares muy transitados, automáticamente el

graffiti pasa a ser un medio de comunicación visual la podemos comparar con la publicidad. (Best, Fathryn, 2007, pág. 142)

2.5.5. La Ilustración

Según: (Lawrence, Zeegen, 2008, pág. 93): “Se trata de un movimiento totalmente moderno, este tiene mucho que ver con la pintura la arquitectura, y los dibujos realizados para revistas. La explotación de esta comúnmente se lo hace en la publicidad, pasando a ser anuncios, la portada de un libro, o una imagen descrita”.

Así podemos considerarla como una corriente más dentro de la época contemporánea, (un movimiento artístico) tal vez de menos envergadura y aceptación pero ya forma parte de la historia de la arte, un medio para las masas, puede ser fotografía cartel o comic.

Comúnmente entendemos como ilustración cualquier obra realizada con cualquier técnica artística que tenga rasgos de cartel o comic, la influencia del cartel es clara ambas están destinadas al mundo del producto y el consumo, normalmente muy coloreada, con un mensaje icónico y de rápida percepción.

En definitiva, la ilustración se trata de un dibujo icónico-gráfico destinado normalmente a la difusión masiva en copias mecánicas idénticas entre sí sobre soporte plano y estático, está en si es un medio de comunicación visual un campo muy extenso donde se puede desarrollar un arte figurativo.

Cada artista puede interpretarlo a su manera, ya que es totalmente libre, desde el campo de la (interpretación grafica visual) hasta la creación de un universo propio más cercano al (arte), a su vez existen varios tipos:

- Ilustración científica:

De libros, revistas, infogramas, donde se aclara con el dibujo lo q se explica en el texto, por ejemplo la anatomía, la ingeniería, la mecánica etc.

- Ilustración literaria:

Este uno de los más importantes en el desarrollo cultural e histórico, el que más seguidores, artistas y representantes tiene, podemos destacar el movimiento (Arts and Crafts) en Inglaterra a partir del siglo XIX, de aquí surge el renacimiento de la ilustración de los libros como los conocemos hoy en día.

- Ilustración Publicitaria:

En los últimos 50 años la ilustración publicitaria ha resultado muy importante, no solo para los carteles sino para productos y envases varios ofreciendo una visualización rápida de la información, esta ofrece otra ventaja con respecto a la fotografía: (puede alcanzar connotaciones que la fotografía no alcanza).

- Ilustración Editorial:

Esta es otra área de la ilustración muy extensa, y muy utilizada tanto en periódicos y revistas de todo tipo, así como páginas web, animaciones, films, muchas veces con fines empresariales y comerciales. (es.wikipedia.org)

2.5.6. Publicidad

Hoy en día esta es una de las principales herramientas del marketing, y la mercadotecnia, enfocada directamente a persuadir dando un mensaje con el objetivo de dar a conocer un producto servicio o idea, con la

finalidad de atraer posibles y potenciales compradores. (Camara, Sergi, 2008, pág. 36).

Hoy en día podemos decir que el aire que respiramos está formado por oxígeno nitrógeno y publicidad, Algo exagerada esta afirmación, pero se desprende una evidencia difícil de contradecir, y es que la publicidad se ha instalado en nuestra vidas. Su presencia en la sociedad genera partidarios y detractores.

Pero hay que entender la diferencia entre publicidad y propaganda: esta es un producto ideológico que intenta modificar la actitud del receptor ya sea con fines, culturales, políticos, sociales... Por ejemplo, las campañas políticas. Mientras la publicidad: Llama la atención del receptor para crear la necesidad de consumir. (www.materialesdelengua.org)

2.5.7 Anuncio publicitario.

- Un anuncio es un mensaje destinado a dar a conocer un producto, suceso o similar al público. Actualmente los anuncios están relacionados con un propósito persuasivo y están encauzados a la promoción de artículos, productos y servicios. El mayor ámbito de actuación de los anuncios son los medios de comunicación, especialmente los audiovisuales, por tener un efecto más fuerte sobre el espectador.
- También puede decirse que es un soporte visual, auditivo o audiovisual de breve duración que transmite un mensaje que se limita a un hecho básico o a una idea, generalmente de carácter publicitario, entendiéndose con esto último a que forma parte de la publicidad. Como se puede apreciar en el aserto anterior, un anuncio puede estar constituido exclusivamente por sonidos, por imágenes o por ambos en conjunto.

- En algunos países de habla hispana, "comerciales" es el nombre coloquial con que se le denomina a los anuncios de radio o televisión. Un término que se puede prestar a discusión puesto que no todos los anuncios que se emiten tienen fines comerciales (el ejemplo son los anuncios utilizados por la publicidad de servicio público, la publicidad de instituciones u otros tipos de publicidad no comercial). También los anuncios pueden estar al servicio de la llamada publicidad política (no confundir con propaganda).

Las características de los anuncios varían según los medios:

Televisión

- Es el medio ideal para la difusión de estos mensajes, ya que, puede combinar imágenes en movimiento con sonidos y músicas atractivas para el espectador.

Radio

- Los anuncios en algunos casos llamados cuñas, son más persuasivos que seductores ya que al no disponer de soporte visual tienen que basarse más en la argumentación.

Pieza gráfica

- En lo que respecta a la prensa escrita o en revistas, al carecer del poder seductor del anuncio televisivo y del poder de argumentación que da la voz en una cuña, suelen explotar más la imagen de marca del producto a vender, de igual modo en la vía pública donde tiene el fuerte en que se pueden confeccionar anuncios con relieve para atraer más atención en el mensaje.

(www.español.answers.yahoo.com)

2.5.8 El marketing.

Tiene diversas definiciones según Philip Kotler «el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios» también se lo define como una filosofía la cual sostiene q la clave para alcanzar los objetivos es conocer las necesidades mediante un proceso de estudio del mercado, más conocido como (merchandising). En español mercadotecnia o mercadeo pero muchos lo traducen como estrategia comercial o como promoción y propaganda.

2.5.9 Marketing y publicidad del evento.

El marketing del evento es la tarea más importante y, con frecuencia, la más desafiante en la organización de eventos, y suele considerarse como el factor más importante del éxito de un evento. Esto se debe a que el número de participantes en un seminario depende en gran manera de la potencia de las actividades de marketing y la publicidad. Que el evento logre su objetivo o no depende en gran medida de la comerciabilidad de dicho evento. Esto significa que deben adoptarse el posicionamiento adecuado de la estrategia correcta de marketing para conseguir el número deseado de asistentes al evento.

La mayor parte de las veces, los organizadores de eventos que disponen de presupuestos holgados optan por opciones de marketing de pago, como los periódicos.

También pueden enviarse comunicados de prensa a los principales periódicos, para dar a conocer el próximo evento. Además, también pueden adquirirse grandes pancartas y carteles publicitarios para anunciar el evento en zonas muy  transitadas. Se utiliza publicidad impresa, el periódico o revista concretos que utilice deben tener el público

objetivo de su evento como principal base de lectores. Además, todos los soportes impresos deben estar redactados de forma atractiva, y resaltar las grandes ventajas de participar en el evento.

De todos modos, si el presupuesto es un problema, el marketing “de guerrilla” también puede hacer maravillas. Si el evento se dirige a un sector concreto, se podría realizar un envío masivo de mensajes a empresas de dicho sector. El envío masivo de mensajes de correo electrónico se ha convertido en uno de los métodos más rentables para llegar a grandes audiencias. Esto es realmente útil si el organizador del evento ya cuenta con una base de datos.

- **Patrocinadores**

Conseguir que patrocinadores acreditados participen en un evento contribuirá a aumentar la credibilidad de dicho evento, además de reducir costes. Los patrocinadores también pueden servir de ayuda en el marketing, pues pueden publicitar su evento, además, entre ellos. Por otra parte, algunos de los patrocinadores pueden contribuir a pagar el alquiler del local a cambio de espacio publicitario o de publicidad para ellos mismos. Algunos patrocinadores solicitan además que se comunique a los participantes un breve mensaje de su empresa durante el evento.

- **Organización del personal y componentes**

Cualquier evento necesita un buen equipo de personas que se encarguen de tareas relacionadas con el armado, el registro, la atención al cliente y las finanzas. Familiarizando al equipo el evento, con el fin de eliminar la posibilidad de que se produzca alguna confusión o algún error. Para garantizar una ejecución impecable, todos deben estar familiarizados con sus funciones concretas.

Esto puede garantizarse preparando una programación detallada de eventos, a través de cuadros junto con la descripción de las funciones y responsabilidades de cada persona. Lo ideal es que un jefe de proyecto controle a todo el equipo y se asegure de que todo el mundo desempeñe sus obligaciones de forma eficiente. Además, se delega en el jefe de proyecto la autoridad necesaria para tratar con todas las partes, entre las que se incluyen los propietarios del local, los patrocinadores y los expositores que participen en el evento. (<http://isoc.org/wp/chapter-events/primer-es/>)

2.5.10 La Comunicación Visual

La habilidad para representar visualmente las ideas es fundamental, pueden adoptar diversos formatos, desde imágenes en miniatura hasta bocetos pasando al arte o dibujo final, para analizar los problemas del diseño se explora sus aspectos para obtener su mejor familiarización con su contenido. Los diseñadores tienen una habilidad fundamental (el dibujo) que permite captar y comunicar ideas, utilizan la visualización, en la cual se atraviesan por un proceso de análisis y descarte, pero más aún: cuando se comunica por medio de conceptos abstractos es importante crear bocetos. Además el dibujo es un medio que permite analizar y comprobar la viabilidad de las ideas se emplea para captar pensamientos, ideas pasajeras, así como para registrar y representar información. Siendo la comunicación visual en una de las principales habilidades fundamentales y exclusivas diría yo de artistas y diseñadores para representar y transmitir ideas a través de la utilización del dibujo, algo obviamente presente en el graffiti, al ser una expresión visual es claro que transmite su mensaje visualmente y la más importante del mismo “masivamente”. (es.wikipedia.org)

2.5.11 Estigma Social

Es la desaprobación social severa hacia personas creencias o culturas los estigmas sociales a menudo conllevan a la marginalización los estigmas sociales existentes son dos: físicos y mentales, la opinión de estos de correcto o incorrecto pueden llevar a su criminalización y a un estigma muy fuerte.

Estos vienen en tres formas: (deformaciones físicas abiertas o externas, desviaciones de los rasgos personales, estigmas tribales) aunque estas tres formas básicas pueden variar a través de épocas, dependiendo del lugar cultura, periodos y raíces evolutivas.

Muchas veces los estigmas conducen a la diferenciación o etiquetado identificando así las diferencias humanas más sobresalientes o relevantes, creando un hecho de simplificación de grupos, (negro, blanco, homosexual, heterosexual, sano mentalmente, loco, enfermo, joven y viejo

En este sentido al etiquetar a un grupo humano con causas fundamentales diversas provoca estereotipos, por lo tanto el uso común del “nosotros” y “ellos” componente del proceso de estigmatización, explicando que el grupo etiquetado es menos humano.

Colocando así a los individuos etiquetados en grupos definidos estableciendo así una desconexión entre el “nosotros” y “ellos”, ligándoles características indeseables conduciendo a la discriminación o pérdida de estado, y circunstancias desiguales como el acceso social, económico, y energía política.

Este uno de los principales problemas existentes que tiene el graffiti en la ciudad de Ibarra y en todo el país en este caso estamos hablando de (estigmatización tribal) que actualmente ha generado hasta su criminalización un problema de todos, simplemente; por la falta de cultura ante el mismo.

Lo más preocupante es que ha generado su desaprobación e intolerancia y discriminación, marginalización y etiquetado hacia las personas que practican estas formas de expresión, siendo mal interpretados y relacionados con pandillas, naciones y actos delictivos lo que genera la distorsión total del verdadero significado de un Graffiti.

En Ibarra si existe una fuerte estigmatización hacia el graffiti lo que lo he podido vivirlo en carne propia, siendo etiquetado y mal interpretado, más aun hoy en día hasta criminalizado y sancionado! Cuando la solución no es imponer sanciones.

La solución sería: crear una cultura del graffiti, apoyando e impulsando el arte urbano para mejorar su conceptualización y tolerancia donde nos beneficiaríamos todos de diferentes maneras, eliminando un estigma social y abriendo barreras culturales.

Porque si bien es cierto es una larga cadena: “mientras exista criminalización existirá discriminación, mientras sea discriminado será marginado, mientras sea marginado seremos etiquetados y si somos etiquetados seremos estigmatizados”. Algo que sucede en Ibarra.

Esto no conlleva a nada positivo sino a más problemas sociales, tomando en cuenta: que el graffiti no es un problema! el gran problema no es el graffiti, sino la falta de información y apoyo social cultural a estas formas de expresión, generando así problemas como los “estigmas sociales”. (www.valladolidwebmusical.org)

2.5.12 Psicología del Graffiti

Numerosos han sido los intentos de sociólogos, psicólogos y profesionales del estudio del comportamiento humano que han intentado

dar una explicación de este fenómeno y del porqué del graffiti? La mayoría de las veces con un resultado equivocado y muy superficial.

Siempre se oye hablar de inconformistas, inadaptados, antisociales o rebeldía juvenil, pero para su estudio y justificación no se puede remitir a eternos estereotipos, esta requiere adentrarse a las entrañas de un verdadero Graffitero o escritor.

Existen dos formas para llegar a la verdadera esencia y filosofía del graffiti, ya que cada persona tiene su postura, sus “porqués” y su propio punto de vista. La primera es ser un escritor de graffiti y la segunda estudiar desde varios puntos de vista, esta cultura.

El objetivo principal de todo Graffitero, es común como la de cualquier tipo de arte, (expresar por medio de la razón, dar a conocer su filosofía, la búsqueda del reconocimiento, salir del anonimato, y dejar constancia de nuestra existencia por el paso en el planeta) pero es mucho más que eso.

Estoy muy de acuerdo que para estudiar el graffiti la mejor forma es adentrándose a las entrañas de un Graffitero, para conocer su verdadera esencia, filosofía y “sus porqués” de su pintada, ya que estudiándolo desde afuera el resultado nunca es real.

Concuerdo que tiene el mismo objetivo que el arte y que es una verdadera forma y filosofía de vida pero aun así en el fondo un graffiti encierra mucho más.

2.5.13 Función Territorial

En las grandes ciudades, la función territorial es otra causa ya que (la urbe no se siente como propiedad, sino como propietaria del individuo). Los Graffiteros en sus inicios en Nueva York escribían nombres de Gangs o bandas violentas, para delimitar su territorio ganándose por derecho la

protección de la misma. De aquí surge una de las características más destacadas e importantes del graffiti la competición, siempre surgirán debates en torno al tema puesto que muchos se lo toman como algo más personal y artístico, mientras otros se rigen más por la competición.

Ninguna de las dos está mal en el contexto de graffiti, aunque este espíritu de competición es lo que ha mantenido vivo al graffiti en su continuo proceso de creación y desarrollo de sus aspectos, competir, ir más lejos, en definitiva evolucionar, una actitud frente a la nueva educación de la competitividad.

En esta dura competición donde el más fuerte sobrevive existen normas que casi nunca se cumplen, la primera: el respeto a la competencia o pieza artística. La segunda: el escritor no puede utilizar el nombre de otro o no pueden existir dos grupos con las mismas siglas, dando lugar a guerras.

En Ibarra, el graffiti si es utilizado para esta función, aunque nuestra ciudad es muy pequeña y normalmente es utilizada mayormente en las grandes ciudades, la razón es porque si existen pequeñas ramificaciones de naciones provenientes de otras grandes ciudades del país, que muchas veces, pelean el control territorial de nuestra pequeña urbe.

Actualmente existen dos naciones: "BLOOD" y "LATING KING" La primera: "BLOOD" esta que en español traduce "SANGRE" e integrada mayormente por Ibarreños, podemos decir que es la que actualmente tiene más peso en nuestra ciudad y la que tiene el control del territorial, si ponemos atención en nuestra ciudad, podemos divisar tags con este nombre, su insignia: es el color rojo.

Aunque en Ibarra, el graffiti si es utilizado para esta función pese a su pequeño territorio, podemos empezar a divisar la gran competencia existente tanto personal y artística, por medio del graffiti por parte de sus

autores, que le han dado fuerza a este movimiento cultural en nuestra pequeña ciudad permitiéndole evolucionar en el tiempo y espacio, formando parte de nuestro medio urbano. (www.valladolidwebmusical.org)

2.5.14 Pandillas

Derivado del latín pandus, de panda, reunión de gentes, estas son un grupo de personas que tienen una relación cercana íntima e intensa entre sus miembros, esto los lleva a hacer actividades desde fiestas hasta actos violentos o delictivos, muchas veces este es utilizado como sinónimo de trampa.

En algunos países como El Salvador, Honduras, y Guatemala, se utiliza el término mara como sinónimo de pandilla, este en sus principios representaba a los obreros del Reino Unido, pero con el tiempo fue adquiriendo una connotación negativa especialmente en Iberoamérica.

Muchas poseen una estructura organizada interna y liderazgo identificable, formada por grupo de jóvenes o personas con antecedentes y motivaciones similares cumpliendo con los criterios de pandilla.

Logrando efectos específicos incluyendo: actividad ilegal, control territorial y actividad delictiva.

Estas victimizan a las personas con robo, secuestro. La cocaína es la droga de principal distribución, muchas toman control territorial a menudo brindando protección, una especie de extorción, pues la protección es de la propia pandilla, o depende de otras actividades delictivas.

En nuestra ciudad si existen células o ramificaciones de pandillas o naciones, muchas de ellas provenientes de otras ciudades como: Blood, Latín King, Ñetas, Némesis entre otras, las cuales muchos de sus integrantes son prófugos de su ciudad y comparecen en la nuestra, intentando refugiarse e intentando tomar el control.

Tomando en cuenta el gran poder que tiene la nación Latín King a nivel nacional conformada por adolescentes y personas provenientes de otras ciudades y barrios urbano marginales, que actualmente victimizan a personas, estudiantes de secundaria y muchos de ellos dedican actividades ilegales en nuestra ciudad.

Cabe destacar que ninguna de estas naciones es originaria de Latinoamérica mucho menos de Ecuador, La mayor parte de Gangs o bandas nacieron y tienen su historia en grandes ciudades de Estados Unidos como: Nueva York, Brooklyn, California.

“BLOOD” la que más peso tienen en Ibarra, originalmente es proveniente de California que formaron parte de una guerra entre dos MCs (Túpac y Notorius Biggiest Smalls) viejos amigos que por la fama se convirtieron en enemigos, ambos involucraban seguidores y dos naciones diferentes los CREW y los “BLOOD”, guerra que terminó con la muerte de ambos MCs , primero con la confusa muerte de Notorius, que más tarde sus seguidores acabarían con la vida de Túpac que lo creían autor de la muerte de su líder Notorius, esto sucedió en la costa este de California, finalmente la muerte de ambos dio paso a la paz entre las dos naciones y “BLOOD” es una de las naciones que logró expandirse por toda Sudamérica y el mundo entero, tomando en cuenta que aquí en Ecuador y latino América no existe la presencia de CREW.

Esta historia es muy fácil de ver en la película (Biggi Notorius) producida por Madre Wallace y por sus antiguos gerentes Wayne Barrow y Mark Pitts que fue estrenada el 11 de junio de 2009 en California Estados Unidos. (es.wikipedia.org)

2.5.15 Urbanismo

El término “urbanismo” es un término creado en 1868 por el ingeniero español Il. Defonso Cerdá en su obra Teoría General de la Urbanización, esta significa ciencia y arte de la ordenación urbana. Utilizada para mencionar una disciplina que surgió en el siglo XIX, siendo una ciencia y teoría de la ciudad.

Tomando esta primera acepción del término “urbanismo” este es utilizado en una segunda, siendo más amplia e imprecisa refiriéndose a todo lo relacionado con la ciudad (morfología urbana, mentalidad, legislación, etc.) hoy es considerada como una ciencia pluridisciplinaria, que abarca un área de estudio y de práctica muy amplia.

Tomando en cuenta estos conceptos, la ciudad termina siendo un complejo sistema abierto, con un continuo espacio-temporal, que es el resultado de la evolución de las formas urbanas, siempre y cuando entendiendo los componentes espaciales como los temporales.

Componentes espaciales es: el análisis de la ciudad desde su emplazamiento y situación. Emplazamiento se refiere al lugar donde se sienta la ciudad “características geográficas” (relieve, geología, clima, situación y orientación, etc.) estas no determinan pero si condicionan la evolución de la ciudad. Por otro lado la situación va en relación con el territorio de una ciudad y con los caminos o vías de comunicación tanto terrestres o marítimas ya que estas condicionan y definen su función que puede ser múltiple y compleja, pero esta puede cambiar con el paso del tiempo.

Además de los componentes de emplazamiento y situación de una ciudad se debe de añadir los componentes temporales, ya que una ciudad es un proceso continuo de crecimiento, transformación y evolución, el resultado del tiempo ya que no es fruto de un planeamiento, sino de varios planeamientos sucesivos.

La forma de la ciudad, es decir: la relación entre las tipologías arquitectónicas y espacios urbanos, es reflejada en el plano representando su trazado o trama, esta lectura muestra la transformación y evolución a través del tiempo, la estructura fundamental es su trazado a partir de un primer núcleo, ya que va creciendo por agregaciones que se juxtaponen o superponen con el tiempo.

Existen dos tipologías fundamentales de ciudad: la radio céntrica y la ciudad en cuadrícula. La radio céntrica: dispuesta en anillos desde un núcleo central, esta se presenta más en ciudades asiáticas. El otro es en cuadrícula surgida en civilizaciones agrarias y planificada por Hipodamos de Mileto en Grecia.

Una ley en el continuo crecimiento urbano es: que nunca se puede borrar el plano primitivo o primer plano, ya que ni las transformaciones más radicales borrarán su estructura, pero en muchos casos la ciudad surge de forma espontánea reflejando su variada morfología en el trazo.

Al realizar el análisis urbano hay que tener en cuenta dos elementos esenciales: las tipologías arquitectónicas y los espacios urbanos. Siendo analizados mutuamente ya que el espacio construido tiene relación con el espacio vacío.

Tipologías son aquellos monumentos o lugares representativos que por su forma o representación pueden convertirse en icono del lugar estas pueden ser (históricas o modernas) el análisis debe realizarse en inserción con el trazado urbano ya que están ligadas con la ciudad. Otro elemento es el espacio urbano es decir el exterior, el espacio existente entre edificios o entre casas, el mismo que queda definido por valores volumétricos, en si el espacio interior es la esencia de la arquitectura y el exterior es la esencia del urbanismo.

Hablando un poco del urbanismo de Ibarra, como ya muchos conocen su emplazamiento y situación geográfica es muy estratégica permitiendo la unión con Colombia y con la zona marítima de Panamá por el puerto de San Lorenzo así llegando a cumplir el anhelo de la vía interoceánica, esta condicionaría y definiría una nueva y compleja función para nuestra ciudad.

Tipológicamente nuestra ciudad posee un trazado hipodámico, muy fácil de definir por su trazado en cuadrícula, sus tipologías arquitectónicas son muchas y muy variadas la vez, por ser una ciudad altamente rica en paisaje turismo e historia, posee muchos lugares que se han convertido en iconos representativos de nuestra ciudad a nivel nacional. (es.wikipedia.org)

2.5.16 Arte Urbano

Es un movimiento artístico que resurgió en los años 90, a nivel mundial, describe toda expresión artística realizada en la calle, normalmente de manera ilegal. Englobando tanto el graffiti como otras formas y diversas técnicas de expresión artística callejera como: (plantillas, posters, pegatinas, murales etc.) Pero el graffiti en si surgió a finales de los años 60, en las comunidades marginadas y minoritarias de los Estados Unidos, transcurriendo los 70, se asocia con la cultura underground extendiéndose a todas las clases sociales y transformándose en una forma de vida.

A finales de esta década pasa a incluirse en los estándares institucionales transformándose en una manifestación artística, legítima para los círculos artísticos de aquella época, siendo el graffiti el icono más representativo de esta subcultura elevándolo así a la categoría de arte.

La imagen del graffiti como manifestación pasa a extiende por todo el globo, adoptando esta subcultura en diversas ciudades del mundo, pasando a ser parte de este movimiento cultural llamado el nuevo underground, relacionados con el (hip hop, comic, tattoo, pop, punk, el grunge, el hardcore, skate, la cultura metalera, la televisión entre otras).

En vísperas del año 2000 Surge la necesidad de abrir fronteras culturales, sociales y económicas, desarrollándose en estos años una variación del ya conocido graffiti tradicional, aunque este ya existía se lo retoma como movimiento paralelo, conociéndolo con el termino de street art, arte callejero o arte urbano.

El arte urbano al integrarse visualmente en las calles y lugares públicos muy transitados su único objetivo es sorprender al espectador, a través de un mensaje subversivo que critica a la sociedad su política con gran ironía, que invitan a la lucha social o simplemente nos conducen a la reflexión.

Estas han buscado cobijarse bajo nuevas formas independientes y autónomas, combinando el uso de la pintura y buscando una hermandad con la tecnología y los medios de comunicación e instrumentos mediáticos para así lograr su mejor difusión y el perfeccionamiento de sus formas.

En todas estas formas de evolución para abordar el graffiti actualmente se han creado redes internacionales de artistas, que exponen su trabajo por medio de la web así surge (arte global bastardo) integrada por artistas de varios países que pretende extenderse a países de Latinoamérica. Su ideología es crear espacios artísticos alternativos a la institución del museo y la galería invadiendo espacios urbanos por medio de intervenciones artísticas colectivas en forma de a modo de festivales de arte alternativo, registrándolos en videos y en fotografías posteriormente integrándolos a la web.

Arte global es una estructura que nace para hacer conexión con artistas urbanos, que producen un arte social, urbano, colaborativo, en diferentes ciudades de Europa y el mundo a través de células de información e intercambio de conocimiento.

Definiendo al arte urbano como toda expresión artística callejera a través de variadas técnicas que hoy en día, convertido en el icono más representativo mundialmente de esta cultura y actualmente arte urbano por excelencia.

Hoy en día el graffiti junto al nuevo underground, con las nuevas tecnologías ha empezado abrir fronteras culturales, sociales y económicas, integrándose a la urbe en lugares muy transitados, mejorando así su proceso de comunicación, estas piezas funcionan igual que una publicidad exterior, en este caso la publicidad pintada.

Hoy en día el arte urbano ha evolucionado de tal forma que ha captado el interés social de muchas organizaciones mundiales, por su alto contenido subversivo, trasgresor y revolucionario que critican a la sociedad nos invita a la lucha o simplemente nos hace reflexionar pero sobre todo su alto contenido pictórico artístico y social muy independiente a galerías y museos. (es.wikipedia.org)

2.5.17 Cultura Underground

Este adjetivo que en español significa “subterráneo” es designando para todos los movimientos contraculturales o sub-culturas, el uso de este aplicado a las subculturas se usó por primera vez en 1953 designado para movimientos de resistencia, durante la segunda guerra mundial contra la ocupación alemana. En los años 60 es utilizado para designar varias culturas como: (la generación beat, la cultura hippie, el movimiento punk, el hip hop. el grunge, el hardcore la cultura metalera entre otras. Underground usualmente se aplica a los artistas que no son auspiciados corporativamente y no quieren estarlo.

Con el internet muchos argumenta que esta palabra no tienen sentido, puesto que accedemos a cualquier manifestación artística y propuesta ideológica, ya que difunde trabajos e ideas sin tener que acomodarse a los intereses de nadie e incluso lo que un día estuvo oculto se ha incorporado al acervo común.

Underground una palabra designada para las subculturas totalmente independientes y muchas de ellas en total oposición a la ideología del sistema. Hoy en día no debemos hablar de una subcultura, sino de una verdadera cultura que existe, pero simplemente ya no es underground, gracias a la tecnología y a la gran capacidad comunicativa existente mundialmente. En Ibarra existen muchas de estas culturas mal llamadas underground entre ellas están: (la hip hop, la hippie, la hard core, la cultura skate, la metalera y la punk,) entre muchas otras que forman parte de una sola cultura pero a la misma vez, cada una con su propia ideología, esto es lo que hace interesante e importante el estudio de lo “underground”, su gran diversidad de ideologías, conceptos, preceptos, y sobre todo su mismo objetivo: formar parte de la sociedad, a través del tiempo y el espacio. (es.wikipedia.org)

2.5.18 Hip Hop

Es un movimiento surgió a finales de los años 60 en Estados Unidos, en barrios populares de Bronx, Queens y Brooklyn, Afrika Bambaataa Acuñó el término en los años 70 para describir una cultura y referirse de modo peyorativo a este estilo, este se define con cuatro pilares básicos: MC, DJ, breakdance y graffiti.

La creación de este término hip hop se le atribuye a Keith Cowboy, “rapero” se cree que este bromeaba con un amigo que acababa de enlistarse en las fuerzas armadas de los Estados Unidos y al cantar “hip-hop hip-hop” imitando la marcha de los soldados.

Este se expandió a principios de los años 80 dando a lugar a escenas propias en varios países del mundo, y convirtiéndose en una cultura, pero tomando en cuenta que el hip –hop siempre atenido una estrecha relación con toda la comunidad latina.

Ya que los latinos jugaron un papel muy importante en el desarrollo inicial del hip – hop y también en su debida expansión del estilo por muchas zonas de Latinoamérica continuando así con su la popularización mundial de este género.

Este género actualmente es uno de los que más han ido tomando fuerza en los escenarios musicales de nuestra ciudad, y en el mundo entero más aun actualmente, con la existencia de varios grupos de hip – hop que se han convertido en buenos representantes y exponentes de este género tanto en nuestra ciudad como fuera de ella.

Pero aclararemos: el hip hop no tiene nada que ver con el “reggaetón” ya que este es mucho más comercial, mientras el hip – hop ¡NO! En lo único que se parecen es en la utilización de la poesía rítmica.

Tomemos en cuenta que los cantantes de reggaetón en sus inicios fueron MCs o raperos que simplemente decidieron tomar el camino más fácil, “el comercial”. Dejando atrás su verdadera ideología comprometida con el verdadero hip – hop revolucionario, “el que no se vende”

Entre ellos están ejemplos como: Dady Yanky, Winsin y Yandel, Don Omar, entre muchos más, que han llegado al podio de la fama pero de una forma prefabricada!

Actualmente el hip – hop es una de las mejores formas de expresión musical ya sea por la crudeza de sus letras y veracidad de sus palabras que ha logrado llegar lejos y traspasar fronteras, dependiendo de la utilización de géneros que este utilice, entre los más destacados esta: él

hip - hop hardcore, el hip – hop reggae, entre muchas más. Este género y estilo musical es el que más estrecha relación guarda con el graffiti, ya que dentro del mismo es uno de sus pilares básicos, y automáticamente se convierte en algo infaltable e inalienable.

Pero cabe destacar que en el verdadero hip – hop si se rigüe por la competencia y en sus letras tiene una carga conceptual muy trasgresora y subversiva lo que lo ha llevado a ser discriminado y repudiado socialmente ya sea por su lenguaje, temáticas fuertes y crudas. (es.wikipedia.org)

2.5.19 MC o Maestro de Ceremonias

Este está estrechamente unido con el DJ, ya que el MC “vocalista” logra una entrega vocal rítmica por medio de rimas dependiendo del DJ para la conformación del estilo musical, mientras que en el DJ carga con la responsabilidad de representar el estilo del grupo por medio del sonido y efectos que este requiera.

Este apelativo se lo usaba comúnmente para las persona que eran encargadas de animar al público en fiestas donde la música era pinchada por un DJ, en la actualidad este término es usado para referirse a los vocalistas del genero hip – hop o rap y en menor medida para otros géneros.

Actualmente es muy fácil ver a un MCs o cantantes de hip – hop o reconocer a muchos jóvenes que aspiran a serlo en nuestra ciudad, pretendiendo formar un grupo de hip – hop, el MCs automáticamente, es la persona más importante dentro de este género musical. (es.wikipedia.org/)

2.5.20 El Breakdance

Es el baile popular del hip hop, a la persona que practica este se lo denomina b-boy o b-girl, pero existe una diferencia entre b-boy y breaker. El primero baila por cultura aportando elementos nuevos y llevando a otro nivel su dificultad mientras que el breaker solo baila por moda y no tiene conciencia del hip – hop.

Este combina movimientos aeróbicos y rítmicos, influenciado de bailes aborígenes, artes marciales, gimnasia, funk. La lista es extensa, requiere de gran dedicación y fuerza, se divide en 4 ramas: toprock (baile de pie-menos disciplinado), footwork (baile en el suelo con las manos y los pies), powermoves (movimientos difíciles y espectaculares) y freezes (movimientos congelados y considerados los más difíciles).

Este es uno de los bailes modernos más difíciles por su alta complejidad en los movimientos y uno de los más influenciados por la competición ya que mientras más complejos sean sus movimientos, más valor tiene dentro del break dance.

Para llegar a practicarlo la persona debe de contar con un buen físico, es decir resistencia y fuerza muscular especialmente en sus brazos, ya que son la base para muchos de los movimientos, pero sobre todo el que baila breakdance debe tener conciencia de los que es el hip - hop. (es.wikipedia.org)

2.5.21 Rap

Conocido en inglés como “emceeing” o recitación rítmica, juego de palabras o poesía, surgida a mediados del siglo 20, es uno de los pilares básicos del hip – hop de ahí que a menudo se lo llama hip – hop pero puede interpretarse a capella, este va acompañado de un fondo musical y es interpretado por MCs.

También se propone la etimología alternativa formada por el acróstico de “Rhythm and Poetry” “RAP” ritmo y poesía en español, el rap es pasión no se vende que se hace por sentimiento, no por lucro ni estilo, el rap se vive! no se cuenta!

El rap muy fácilmente lo podemos escuchar en menor cantidad en otros géneros musicales que lo utilizan para crear rimas en su música, pero el género que más lo utiliza y ha logrado su desarrollo es el hip – hop adoptándolo como pilar básico dentro de su género musical. (es.wikipedia.org)

2.5.22 Hard Core

Este término proviene del anglicismo hardcore (violento, duro) este puede tener varios significados: (hardcore punk, hip hop hardcore, porno hardcore, techno hardcore, humor hardcore).

Dentro del rock este género es uno de los que más fuerza ha tomado dentro de la escena musical y uno de los géneros que mayor proyección internacional tiene en la actualidad, está caracterizado por la dureza y violencia de su ritmo y además por tocar temáticas sociales muy fuerte que para muchos todavía serían un tabú.

Este género es con el que más me llevo a identificar, ya que para hoy en día es uno de los mejores en el momento de transmitir el mensaje directo y sin prejuicios (sin pelos en la lengua) y es muy utilizado por muchos géneros más que lo han llegado a utilizar creando verdaderas fusiones, géneros y derivaciones musicales muy variadas. (es.wikipedia.org)

2.5.23 Cultura Pop

La expresión “pop” viene del inglés pop music o música popular en español, por lo tanto música pop es la combinación de varios géneros musicales muy populares en una ciudad, esta se caracteriza por su alta comercialización, pero visto como un estilo existente y en desarrollo por separado.

Históricamente no era visto como un género con características concretas, era todo lo contrario, música de culto a la música clásica. Entrando géneros como: el funk, el folk incluso el jazz, entendido como la música para gente de escasa cultura musical, pero ha ido ganando espacio como género independiente.

El término pop se registró por primera vez en 1926, usado para representar una pieza musical con atractivo popular, este es orientado a la venta de sencillos ya que como género no es la suma de varios éxitos sino de varias fuentes, contemplado como un género con una existencia y desarrollo por separado.

Hoy en día el pop es uno de los géneros más escuchados mundialmente y porque no decirlo unos de los más comerciales, más vendidos y cotizados, tanto por radios y casas discográficas, al ser un género de muy fácil acceso, el cual sería muy difícil que alguien no haya escuchado este género musical. (es.wikipedia.org)

2.5.24 Punk

El punk es un género que emergió a principios de los 70, se caracteriza por su actitud independiente y amateur, en sus inicios era muy simple y cruda y descuida un tipo de rock sencillo, creando un ambiente ruidoso y agresivo heredado del garage rock.

Su naturaleza ha sido principalmente la libertad individual y el pensamiento libre, contiene una revisión crítica del mundo, en sus

principios tenía una filosofía muy diferente que se la expresaba con "There is no future" (no futuro, no hay futuro) un concepto muy pesimista y negativo.

Pero ya no es lo mismo que hace 30 años solo puede resumir con (rechazo de dogmas, hazlo tú mismo, no buscar un único punto de vista y no actuar conforme las modas y manipulaciones mediáticas, además estar siempre en contra del consumismo .

Este dio lugar a trasgresiones estéticas buscando liberarse de los corsés estéticos de la opresión, la autoridad y en no estar de acuerdo con la sociedad convencional, busca incomodar, chocando, ofendiendo y molestando, en un primer momento era básicamente actitudes de transgresión estética y musical.

Suele estar asociadas algunas ideologías políticas como el anarquismo, el anti capitalismo, el antimilitarismo, el antirracismo y el antifascismo, pero existe un debate constante que critica a los aficionados por cuestiones estéticas o musicales dejando a un lado el enfoque social o político.

Este género es uno de los que más historia ideológica posee, el más asociado con la anti política, el menos escuchado y uno de los más criticados socialmente por su alto contenido trasgresor estético, que para muchos incomoda y llega a disgustar.

Actualmente es uno de los géneros que menos seguidores y menos fuerza tiene en la escena musical Ibarreña, sucediendo lo mismo en casi todo el país gracias a que sus seguidores son muchas veces criticados, estigmatizados tribalmente por simplemente auto excluirse de los corsés políticos, sociales y estéticos impuestos por este sistema. (es.wikipedia.org)

2.5.25 Cultura Hippie

Es un movimiento nacido en los años 60 se deriva del inglés deriva del inglés hipster usado para describir esta sub cultura, esta heredó algunos valores contraculturales de la Generación Beat, optan por la simplicidad voluntaria por motivaciones espirituales, religiosas, artísticas, políticas, o ecologistas. Pero siguientes generaciones llamados neo-hippies mantienen vivo al movimiento como una subcultura establecida en muchas formas y con nuevas generaciones hasta hoy continúan desarrollando este estilo de vida, aunque con modificaciones, ya sea bien en la ciudad o en el campo.

Este se caracterizaba por la práctica de la simplicidad voluntaria, existe la tendencia a revalorizar y valorizar estos modos espirituales, que están en desacuerdo, con la clase media, burguesía, burocracia, paternalismo, militarismo, multinacionales, de aquí cabe resaltar su alta visión ecologista.

Cabe destacar que la cultura hippie es una de las más pacifistas de todas, por su alto nivel espiritual, que junto a prácticas doctrinales como el yoga logran el perfeccionamiento espiritual, mayor concentración anímica y un elevado nivel de conciencia social.

Actualmente considerados como ecologistas de sepa, y porque no decirlo: es muy difícil reconocer a un verdadero hippie, ya que un verdadero hippie lleva su ideología en su corazón y espíritu, mas no en su parte física. (es.wikipedia.org)

2.5.26 Grunge

Se cree que proviene de la pronunciación relajada del adjetivo "grungy" usada para decir sucio, originando así una serie de términos "dirt" (suciedad o mugre) o filth (inmundicia, porquería). Un subgénero del rock

derivado del indie rock, rock alternativo, tomando sonidos del hard rock, heavy metal, punk, hardcore punk y estructuras del pop rock clásico. Las letras se destacan por su desencanto y apatía con la alienación, la búsqueda de la libertad o la marginación social, mostrando su disconformidad con la sociedad sin embargo, no todas las canciones tenían este tipo de temáticas: un claro ejemplo es la canción "In Bloom" de Nirvana.

Un sub género más dentro de la música, altamente trasgresora y con un alto nivel de disconformidad social, desarrollado e influenciado por muchos géneros que a través de la historia formaron y dieron pasó al grunge, abrieron las puertas y encaminando a muchos otros, que escogieron este género para echarse al ruedo musical y hacer escuchar su voz, entre los mejores exponentes clásicos que dejaron huella dentro de este género, Nirvana. (es.wikipedia.org)

2.5.27 Skinheads

Este término significa (cabezas rapadas), es utilizado para denominar a los miembros de un movimiento originado en Jamaica y llevado a Gran Bretaña en los años 1960, eran jóvenes de clase media, gustaban de la ropa elegante, scooter y peleas callejeras, adoptan una estética y una actitud más agresiva.

Se identifican con la clase obrera: botas de trabajo, tirantes etc. con una tendencia a cortarse el pelo más cortó que antes pero sin rapárselo, muchas características estéticas fueron adoptadas de los rude boys jamaicanos como el uso de tirantes y pantalones remangados.

Los skinheads se identifican con la cultura original inglesa nacida en los 60 escuchan música (ska, rock teady, reggae, y soul) Se identifican más con rude boys, existen skinheads neonazis, fascistas, racistas y

nacionalistas, Vale aclarar que no se identificaban con ninguna fuerza política, pero comparten su origen obrero.

En el caso de los skinheads no tengo muchas cosas de las que yo pueda hablar destacando que nunca he compartido su ideología, nunca me agrado su forma de reaccionar ante otras culturas urbanas, porque siempre portan una actitud muy agresiva ante las demás personas. Cabe destacar que en Ibarra, la presencia de skinheads es mínima (son grupos muy pequeños) pero en nuestra provincia podemos encontrar más skinheads en nuestra ciudad vecina Atuntaqui, en la cual si existe presencia de estas tribus urbanas. (es.wikipedia.org)

2.5.28 Skateboarding

Para (Water, House, 2006, pág. 50) el skateboarding es: "...un deporte practicado en el mundo entero por jóvenes de toda clase social, para buscar diversión. El skate fue creado por surfistas en los años 70 por su imposibilidad de hacer surf todos los días del año. Para esto cogieron una tabla más corta y le añadieron ruedas".

Al principio el skate solo se basaba en bajar pendientes y hacer algunas piruetas. También se comenzaron a diversificar los primeros movimientos o trucos en el espacio de la calle y con los obstáculos que esta ofrecía.

Allan "ollie" revoluciono este deporte al inventar la técnica de salto sin agarrar la tabla con las manos, técnica que adopto su nombre: el ollie, que podía practicarse también en las calles. Otros innovadores de esa época son Cristian Hosoi y Steve Cabalero, más tarde aparecieron Mark Gonzales, Tony Hawk, Jasón Lee, Ronny Muller entre muchos otros

Este deporte extremo que se lo practica con una skateboard especialmente en la calle o en un parque extremo llamado "skatepark" o

donde esta pueda deslizarse, filos, gradas, rampas, paredes, barandas, bancas y todo lugar posible ya que es un deporte totalmente libre.

Existen dos tipos básicos de practicar el skate: El street o estilo callejero: (Se lo practica en calles plazas, parques, actualmente es la tendencia dominante que consiste en patinar filos, saltar escaleras o gaps deslizarse en barandillas etc. Esta es una práctica que combina una técnica compleja. Y a la vez es muy arriesgada por la proximidad del tráfico de peatones y vehículos).

Half pipe (se lo practica en rampas y es necesario un skatepark para su mejor desempeño para ser capaces de realizar grandes saltos, el half pipe o vertical es una tendencia que consiste en patinar una rampa con forma de semitubo (half pipe) o una piscina (pool o bowl) y alternar trucos aéreos con flips (giros de tabla), grinds (deslizamientos) y lip triks equilibrios en el coping). (es.wikipedia.org)

Sobre todo sigue teniendo mucha aceptación en los estados Unidos y en España. El vertical requiere de más fuerza y potencia y de mejores pista lo que es en nuestra ciudad todavía está muy lejos, por el poco interés que le han puesto las autoridades locales y provinciales a este deporte callejero sin tomarnos en cuenta y a más de que no nos han dado un skatepark los municipales no dejan patinar en paz.

En nuestra ciudad como en Atuntaqui han hecho skateparks que en realidad no sirven para nada y simplemente han votado la plata a la basura, plata que pudo haber sido utilizada para mejores cosas, contruidos por oportunistas que se aprovechan de nuestra cultura y estilo de vida siendo lo peor gente que nunca se ha subido a una tabla estancando a este deporte, por años un deporte ¡que es nuestro! y de nadie más!

Actualmente en nuestra ciudad no existe ninguna clase de apoyo hacia este deporte, no han sabido aprovechar los beneficios que traería apoyar este deporte tanto: turísticos, sociales, deportivos, culturales y económicos sobre todo si existiera una buena pista con un buen diseño que si sirva, con el mismo atrayendo a turistas extranjeros y skaters de otras ciudades.

Tomando en cuenta que en nuestra pequeña ciudad tenemos uno de los mejores climas y paisajes pero sobre todo: si existe un buen nivel en este deporte, contamos con buenos skaters que aun sin apoyo local han representado a nuestra ciudad en competencias en varias ciudades como, Quito y Guayaquil logrado muy buenos resultados, entre uno de ellos esta Jeff Hidalgo.

Que llego a formar parte del team vidasur skateboards la primera compañía seria y registrada de productos de skate en Ecuador que actualmente ya poseen 3 videos y magazine skateboard revista editada por David Holguín uno de los propulsores de todo esto, junto a su hermano Andrés Holguín uno de los mejores skaters a nivel nacional que llego a ser auspiciado por empresas como, (Blueprint skateboards, ES shoes y después para etnies) en Inglaterra y Luego de esto patinado en ciudades como Barcelona (España) Suecia Dinamarca y Escocia.

El skateboarding actualmente está estrechamente ligado con la cultura callejera y con el arte urbano, para muchos y para todos los skate una verdadera filosofía y estilo de vida, un verdadero arte sobre la tabla, un sentimiento, una vida para mí: algo tan trivial como “el primer amor”, y como lo dice David Holguín: (El skate es de los skaters, manténgamelos así!). (www.vidasurskateboards.com)

2.5.29 Subcultura

Este un término usado en sociología, antropología y semiótica cultural, para definir grupos humanos con distinto comportamiento y creencias de

la cultura dominante, esta puede formarse a partir de etnia o género o cualidades como estéticas, políticas, identidad sexual o una combinación de ellas.

Asociada a personas de toda edad y clase social, con preferencias comunes tanto en entretenimiento y significado de símbolos, se define por su oposición a la cultura dominante, pero esta definición no es universalmente aceptada ya que nunca se ha producido una radical oposición entre cultura y sub-cultura.

En este sentido, muchos grupos o segmentos de la sociedad con diferentes componentes de cultura tanto simbólica o no material son observados y estudiados como subculturas, algunas simplemente son grupos humanos con gustos comunes como por ejemplo: los emo. (es.wikipedia.org)

2.5.30 Tribu Urbana

Son grupos de personas que se comportan de acuerdo a las ideologías de su subcultura, caracterizado por la homogeneidad lingüística y cultural, la conciencia colectiva, sentimiento de pertenencia, así como el lugar de residencia, siendo esencial los símbolos comunes y tradiciones estables.

Algunos críticos opinan que es la búsqueda juvenil de aquella identidad añorada, ya que al juntarse a una sociedad con las mismas tendencias moda y pensamiento se sentirá identificado con el grupo, símbolos y moda, vale destacar que unas son más intolerantes que otras.

La identidad de estas varía según su ideología y según la persona, por ejemplo los skinheads son de tendencia violenta y los hippies son pacifistas, vale aclarar que las tribus urbanas solo se desarrollan en las grandes ciudades. (es.wikipedia.org)

2.5.31 Subversivo

Su etimología puede analizarse de la siguiente forma "sub" "versivo", una versión diferente, por debajo de la oficial, una óptica distinta a la implantada por la sociedad, el término subversión se relaciona con un trastorno, una revuelta, una destrucción.

Se designa con el término subversivo a aquel individuo o grupo social, que intenta por medio de varias acciones subvertir el orden social o moral establecido, este se hace popular en mencionado sentido de grupos con el objetivo de derrocar estructuras, tales como el estado en el siglo pasado

La motivación de estos suelen ser las mismas como que las políticas económicas y sociales no son representativas ni orientadas al bienestar común sino todo lo contrario perjudican la situación de la clase desprotegida por eso llevan a cabo acciones desestabilizadoras contra el gobierno. (es.wikipedia.org)

2.5.31 Posicionamiento Teórico Personal

Después de investigar leer e informarme sobre todo lo que involucra Street art, junto a su íntima relación con el diseño gráfico, la ilustración y su estrecha con la publicidad exterior pintada, que es lo más cercano con lo que se lo puede comparar, de aquí su gran importancia de este como medio de comunicación de masas altamente persuasivo visualmente.

Sobre todo destacando la gran importancia que este tiene pictóricamente, destacando la poca importancia prestada en nuestra ciudad siendo capital de una provincia culturalmente artística llamada: (la cuna del arte) porque no ser pioneros en arte urbano...? Siendo arte... donde está su espacio?

La única razón por la cual este tipo de arte se ha estancado son los estigmas sociales, entender lo que esto significa me ayudado a comprender este problema que lo han llevado a su desaprobación, intolerancia social, discriminación, marginalización, y etiquetado de sus autores, provocando desinterés social así estas formas de expresión y por consecuencia el desconocimiento de la función que cumple en los espacios públicos urbanos. En la actualidad en nuestra urbe el arte urbano es un tema en auge que necesita ayuda y una pronta solución para este problema, de falta de instrumentos de información y apoyo al mismo, que en vez de ser sancionado debería ser apoyado, creando una verdadera cultura del graffiti el mismo que encierra grandes campos como: sociales, culturales, artísticos, económicos, considerarlo hoy en día como una cultura “underground” es algo ridículo, porque actualmente gracias a la red nada está excluido ni oculto.

Al hablar de arte urbano, estamos hablando de la realidad que transcurre en la sociedad, una realidad que muchos no conocen y la etiquetan por su alto contenido subversivo y transgresor e ilegal, tratando de excluirla y taparla con un dedo, una realidad que existe pero es imposible ignorarla.

Junto a este, están todas sus mal llamadas subculturas y sus ramificaciones, que ocupan un lugar muy amplio en la sociedad llegando a la conclusión que el graffiti posee un espacio cultural muy importante dentro de todas las urbes y más aún en la actualidad.

Las subculturas así como los géneros musicales siempre han formado parte de nuestra vida y porque no decirlo es algo tan trivial ya cada uno de nosotros a formado parte en algún momento de nuestra vida de una subcultura, o simplemente nos hemos identificado con alguna de ellas compartido su ideología e inclusive su filosofía de vida.

El graffiti aunque actualmente sea criminalizado y para muchos un acto vandálico, seguirá existiendo y nunca nadie lo va a poder parar callar ni eliminar porque esa es su esencia ser ilegal! Seguirá expresando sentimientos escondidos, tabús sociales e ideologías anti publicitarias, inconformidad social, siempre buscando cambios sociales, reales y sub reales, seguirá cumpliendo sus variadas funciones en una sociedad cada vez más globalizada. El simple hecho de pertenecer a una subcultura y movimiento urbano, me ha ayudado a comprender lo que en realidad significa el graffiti, gracias a esto puedo comprender su significado, su filosofía y sus porqués, total mentes independientes a la típica sociedad que a pesar de ser estigmatizados y marginados y hoy en día en nuestra ciudad sancionados y criminalizados siempre estaremos aquí a través del tiempo y el espacio. (Orgullosamente subversivos y revolucionarios).

2.5.32 Glosario de Términos:

- Abstracto: Obra de arte de prescinde de todo tema o motivo anecdótico.
- Anarquía: Falta de gobierno en un estado, desorden por ausencia de autoridad.
- Anglicismo: Vocablo o giro de esta lengua empleada en otra.
- Antifascismo: tendencia contraria al fascismo
- Antropología: Ciencia que estudia al hombre desde su punto de vista biológico y cultural tanto en el presente como en el pasado.
- Apatía: Desinterés por el medio.
- Auge: Elevación grade en dignidad y en fortuna.
- Bocetos: Trazos previos y rápidos realizados previamente como pre visualización de la idea o arte final a realizar
- Coping: Parte superior de la rampa en vertical.
- Connotación: Comprensión de un concepto.
- Contradictorio: Posición que se produce entre dos preposiciones que diferencian en calidad y en cantidad de manera que no puede afirmarse una sin negar la otra.

- Egocentrismo: Exagerada exaltación de la propia personalidad, hasta considerarla como centro de atención y actividades generales.
- Emplazamiento: lugar donde se sienta una ciudad posición geográfica
- Enrevesado: Difícil, intrincado, oscuro o poco inteligible.
- Estereotipos: Opinión o concepción muy simplificada de algo o alguien.
- Fascismo: Movimiento político fundado por Mussolini, totalitario, corporativo e imperialista.
- Gangs: Grupo de personas miembros de un grupo humano, pandilla o grupo delincuencia.
- Homogeneidad: Relativo a un mismo género puesto que sus elementos son de igual naturaleza y condición.
- Implícito: Aquello que ya se encuentra incluido en una proposición sin necesidad de que se exprese.
- Ironía: Burla fina y disimulada.
- Morfología: Ciencia que tiene por objeto el estudio y la descripción de los caracteres somáticos de las especies vegetales y animales.
- Tags: Traducido al español firma, trazo rápido personalizado y de difícil comprensión realizado por writers o graffiteros.
- Trivial: Vulgarizado, que carece de toda importancia y novedad.
- Transgresor: Quebrantar, violar un precepto, ley o estatuto.

CAPÍTULO III

3 MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de Investigación.

El tipo de investigación que se utilizó en esta proyecto fue la investigación de campo, este tipo de investigación se lo realizo en el mismo lugar donde se realizan los acontecimientos y al ser un tema con una proyección altamente social y tendrá un enfoque cualitativo que es la más apropiada para realizar esta investigación.

Este tipo de investigación nos permitió entrar en contacto directo con los verdaderos protagonistas del problema “los Graffiteros” y los gestores que somos toda la sociedad, y su enfoque nos permitió conocer diferentes puntos de vista y sus porqués, comprendiendo su función y su filosofía.

Permitiéndonos contar con datos verídicos, que contrastaran con la verdadera realidad, sin influencias externas hacia los conceptos personales vertidos en cada obra pictórica en su y forma de expresión realizada por cada artista urbano en su obra personal.

Pero lo más importante: de esta investigación es que nos permitió conocer el verdadero nivel de apreciación y acogida de apreciación conceptual socia actual que tiene el graffiti, en toda la parte urbana de la ciudad de Ibarra. Como resultado ambiguo no dio a conocer que estigmas sociales creados por la sociedad, han impedido su desarrollo, y el porqué de su marginalización y etiquetado, que ha afectado directamente su desarrollo comprensión y la sociabilización, de este tipo de expresiones y arte alternativo.

3.2 Métodos.

- Método científico
- Método inductivo y deductivo
- Método analítico y sintético

3.2.1 Método Científico.

Es el conjunto de reglas que señalan el procedimiento para llevar a cabo una investigación cuyos resultados sean aceptados como válidos, el método científico se vale de la ciencia para la investigación científica, para el descubrimiento de la verdad, (es un proceso de razonamiento que intenta no solamente describir los hechos sino también explicarlos)

3.2.2 Método Inductivo y Deductivo

La inducción va de lo particular a lo general, proviene del latín inductivo, de in: en, y de ducere: conducir (acción o efecto de inducir) se lo emplea cuando a partir de varios casos observados, se obtiene una ley general, válida para los casos observados.

Este método inductivo es un proceso totalmente “analítico - sintético” en el cual se estudia los casos hechos o fenómenos particulares para así llegar a un principio o ley que los rige, consiste en descomponer en partes algo complejo para así explicar las causas o hechos que constituyen un todo. Mientras que la deducción va de lo general a lo particular, este presenta conceptos, principios leyes o normas generales las cuales se aplican como principio general para los casos particulares y así comprobar su validez, esta parte de un principio y tiene carácter universal. Al ser mi tema social e involucrar muchas personas, puntos de vista, conceptos, principios, considero este método la mejor forma de llegar a una conclusión y análisis, que permitirá analizar, cada parte en particular, pero partiendo de la deducción (normas generales), para llegar a una

conclusión general que servirá como base para su comprobación y análisis, estableciendo una ley o principio.

3.2.3 Método Analítico y Sintético

Método Analítico: Este método implica el análisis (del griego análisis, que significa descomposición), esto es la separación de un todo en sus partes o en sus elementos constitutivos. Se apoya en que para conocer un fenómeno es necesario descomponerlo en sus partes.

Método Sintético: Implica la síntesis (del griego synthesis, que significa reunión), esto es, unión de elementos para formar un todo.

3.3 Población y Muestra.

3.3.1 Población de Ibarra

Población de la Ciudad de Ibarra

AREA # 1001	IBARRA		
Grupos de edad	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año	1,061	935	1,996
De 1 a 4 años	4,914	4,741	9,655
De 5 a 9 años	6,438	6,253	12,691
De 10 a 14 años	6,617	6,400	13,017
De 15 a 19 años	6,275	6,264	12,539
De 20 a 24 años	5,701	6,152	11,853
De 25 a 29 años	5,243	5,890	11,133
De 30 a 34 años	4,552	5,255	9,807
De 35 a 39 años	4,159	5,004	9,163
De 40 a 44 años	3,841	4,456	8,297
De 45 a 49 años	3,388	4,116	7,504
De 50 a 54 años	2,685	2,991	5,676
De 55 a 59 años	2,158	2,595	4,753
De 60 a 64 años	1,849	2,056	3,905
De 65 a 69 años	1,451	1,749	3,200
De 70 a 74 años	1,152	1,355	2,507
De 75 a 79 años	818	993	1,811
De 80 a 84 años	583	686	1,269
De 85 a 89 años	305	371	676
De 90 a 94 años	122	180	302
De 95 a 99 años	31	59	90
De 100 años y más	6	6	12
Total	63,349	68,507	131,856

FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo

Tabla Nº 1 Poblacional entre 25 y 64 años

Rangos de Edad	Hombre	Mujer	Total
De 25 a 29 Años	5243	5890	11133
De 30 a 34 Años	4552	5255	9807
De 35 a 39 Años	4159	5004	9163
De 40 a 44 Años	3841	4456	8297
De 45 a 49 Años	3388	4116	7504
De 50 a 54 Años	2685	2991	5676
De 55 a 59 Años	2158	2595	4753
De 60 a 64 Años	1849	2056	3905
Total	27875	32363	60238

FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo

ELABORADO: Henry Zurita

Es pertinente explicar que la información que proporciona el INEC es del año 2010, por lo tanto es necesario calcular la población actual por medio de una fórmula y utilizando la tasa de crecimiento de la misma fuente, que es del 1,63% anual.

Fórmula:

$$P_p = P_a(1 + i)^n$$

Simbología:

P_p = Población Proyectada

P_a = Población Actual

1 = Valor Constante

i = Tasa de Crecimiento

n = Tiempo

Tabla N° 2 Población Proyectada

Año	Crecimiento Poblacional
2011	61220
2012	62218

ELABORADO: Henry Zurita

$$P_p = 60238(1 + 0,0163)^2$$

$$P_p = 60238 \times 1,03286569$$

$$P_p = 62217,76 \cong \mathbf{62218}$$

Es decir que para el año 2012, el rango poblacional de entre 25 y 64 años ascenderá a 62218 habitantes en la ciudad de Ibarra.

3.3.2 Población de Grafiteros

En base a una ficha de observación y conocimientos del investigador, ya que él también es grafitero se pudo conocer que la cantidad de grafiteros de la ciudad de Ibarra son aproximadamente 100 personas.

3.3.3 Cálculo de la Muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N - 1) \frac{e^2}{k^2} + PQ}$$

Simbología:

N = Tamaño de la Muestra

PQ = Varianza de la Población, valor constante

N = Población/Universo

(N-1) = Margen de error estadísticamente aceptable, se cogió 0,05%

K = Coeficiente de corrección de error, valor constante 2.

Se procede a sustituir las variables por los datos.

a. Muestra de la población entre 25 a 64 años

$$n = \frac{(0,5)(0,5) \cdot 62218}{(62218 - 1) \frac{0,05^2}{2^2} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{15554,5}{(62217)0,000625 + 0,25}$$

$$n = \frac{15554,5}{38,885625 + 0,25}$$

$$n = \frac{15554,5}{39,135625}$$

$$n = 397,45 \cong 397 \text{ habitantes}$$

Se aplicara 397 encuestas a los habitantes que se encuentren entre los 25 y 64 años.

b. Muestra de los Grafiteros de la Ciudad de Ibarra

En este caso no se puede utilizar la fórmula muestral, ya que la población no es mayor de 100 personas, por ende se realizó un censo poblacional.

3.4 Técnicas e Instrumentos:

3.4.1 Técnicas:

- Encuestas.
- Entrevista semi estructurada.
- Observación.

a. Encuestas

Es una técnica para recolectar información, consiste en la formulación de una serie de preguntas a personas que deben responderlas sobre la base del cuestionario, se la realiza al entregar a las personas un cuestionario que debe ser llenado por ellas libremente, la encuesta puede ser por correo, entregada al encuestado, o por teléfono. Las encuestas serán aplicadas a toda la gente que forma parte de la cultura underground, a todos los grafiteros y público en general, para llegar a conocer su opinión personal sobre el Graffiti o “arte urbano”, para así llegar a una conclusión general

b. Entrevista semi estructurada

La entrevista es una conversación, una relación directa en base a la palabra entre el entrevistador y el entrevistado, esta emplea la expresión oral para obtener información.

En este tipo de entrevista el entrevistador tiene un cuestionario generalmente poco extenso a cumplir, que puede desarrollarse con cierta libertad de acuerdo con las características de la persona entrevistada.

Las entrevistas semi estructurada serán aplicadas a todos los writer o grafiteros en el proceso de construcción del graffiti, en el momento de sociabilización del mismo, para conocer su verdadera carga conceptual de la imagen directamente de la mano de su autor, descifrando sus porqués y su filosofía en la imagen.

c. Observación Semi Estructurada

Se recogen hechos significativos o bien se refiere a la percepción normal que cada uno tiene en las situaciones. Las técnicas más habitual son las anécdotas que recogen de forma episódica los hechos sobresalientes surgidos en clase o fuera de ella; informes o narraciones delo sucedido. Esta delimita el campo de observación escogiendo aspectos relevantes, escoge los instrumentos y registra lo observado de una forma precisa clara y asistemática. La observación nos permite recolectar información con mayor objetividad y eficiencia, para así facilitar su comprensión, difusión y sociabilización en el medio.

3.4.2 Instrumentos:

- Cuestionario

a. Cuestionario

Es un listado de preguntas que está elaborado minuciosa y técnicamente, que tiene por objeto lograr información de un sector más o menos amplio de la población sobre un tema definido, que consiste en un formulario de preguntas que se las utiliza en entrevistas encuestas y test.

CAPÍTULO IV

4 ANÁLISIS DE DATOS

4.2 Encuesta Población entre 25 y 64 años

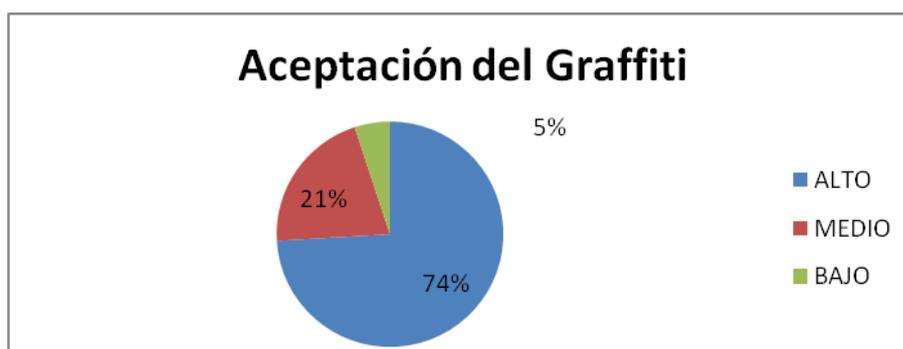
1. ¿Cuál es el nivel de aceptación que Ud. tiene sobre el graffiti y la cultura urbana?

Tabla N° 3 Aceptación de Graffiti

Aceptación del Graffiti	Frecuencia	Porcentaje
ALTO	294	74,06%
MEDIO	83	20,91%
BAJO	20	5,04%
TOTAL	397	100,00%

FUENTE: El Investigador

Gráfico N° 1 Aceptación de Graffiti



FUENTE: El Investigador

INTERPRETACIÓN

Como resultado a esta interrogante deducimos que el graffiti tiene un nivel de aceptación alto en nuestra ciudad con gran acogida por parte del público, llegando al 74 mientras una minoría el 21% no lo tolera mucho y una minoría que es el 05.0% no lo acepta, concluyendo finalmente que el graffiti es muy bien aceptado en el medio.

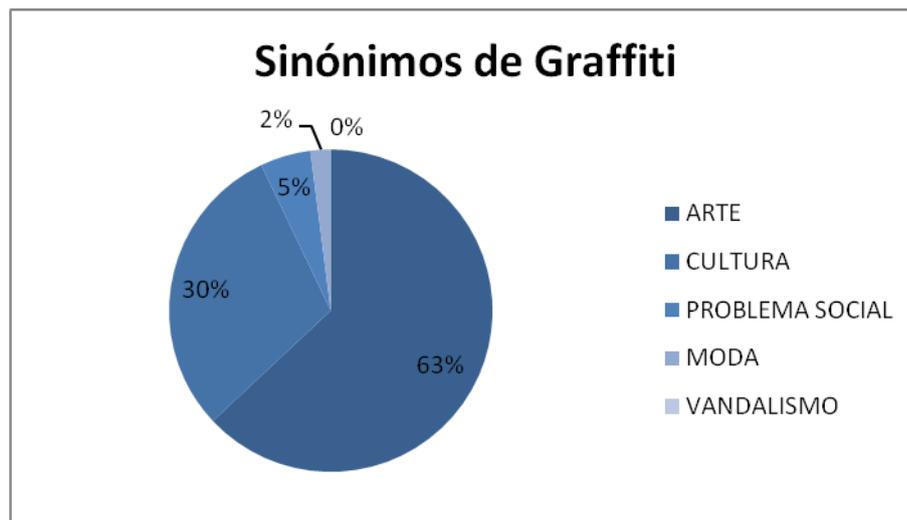
2. ¿De las siguientes opciones escoja un sinónimo para definir el graffiti?

Tabla Nº 4 Sinónimos de Graffiti

Sinónimos de Graffiti	Frecuencia	Porcentaje
ARTE	250	62,97%
CULTURA	119	29,97%
PROBLEMA SOCIAL	20	5,04%
MODA	8	2,02%
VANDALISMO	0	0,00%
TOTAL	397	100,00%

FUENTE: El Investigador

Gráfico Nº 2 Sinónimos de Graffiti



FUENTE: El Investigador

INTERPRETACIÓN:

De esta segunda interrogante podemos definir que tiene la categoría de una forma de expresión Artística, Plástico, Cultural. Podemos destacar la gran importancia de este movimiento como medio de expresión contemporánea dentro la misma sociedad.

3. ¿Cuál cree usted que son las razones para que este tipo de expresiones culturales no sean reconocidas?

Tabla N° 5 Razones No son Reconocidas

Razones No son Reconocidas	Frecuencia	Porcentaje
FALTA DE APOYO ALA CULTURA	175	44,08%
POCO INTERÉS O DESCONOCIMIENTO	83	20,91%
FALTA DE ESPACIOS PUBLICO	67	16,88%
DESPREOCUPACIÓN DE LAS AUTORIDADES	44	11,08%
OTRAS	28	7,05%
TOTAL	397	100,00%

FUENTE: El Investigador

Gráfico N° 3 Razones No son Reconocidas



FUENTE: El Investigador

INTERPRETACIÓN:

A Través de esta interrogante podemos decir que mayor apoyo a la cultura por parte de autoridades es necesario para que este tipo de expresiones sean más conocidas, ganando interés y mayor conocimiento sobre el tema, a través de la creación de eventos y espacios públicos para su práctica, trayendo grandes beneficios nuestra ciudad tanto Turísticos, Económicos y Sociales e Intelectuales.

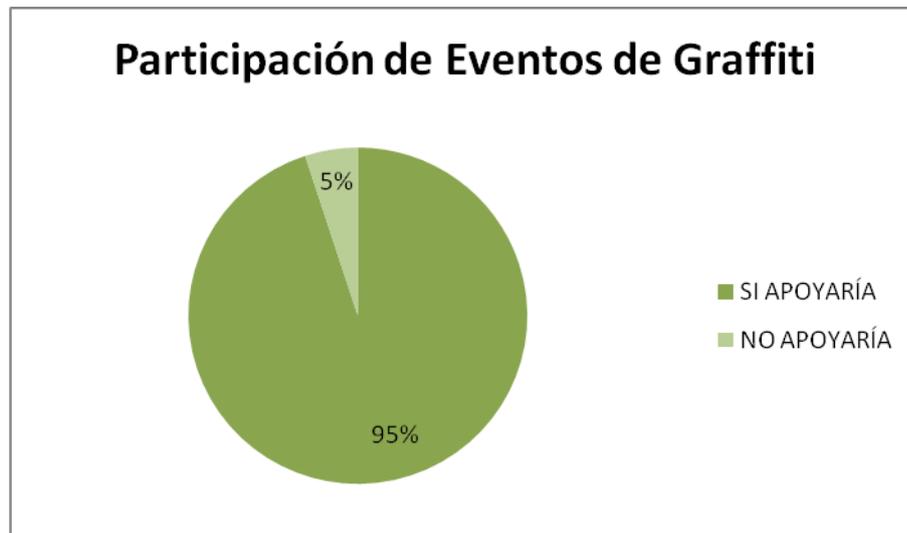
4. ¿Le gustaría a UD. Participar en eventos culturales relacionados con el graffiti?

Tabla Nº 6 Participación de Eventos de Graffiti

Participación de Eventos de Graffiti	Frecuencia	Porcentaje
SI APOYARÍA	377	94,96%
NO APOYARÍA	20	5,04%
TOTAL	397	100,00%

FUENTE: El Investigador

Gráfico Nº 4 Participación de Eventos de Graffiti



FUENTE: El Investigador

INTERPRETACIÓN:

En esta pregunta podemos deducir que el graffiti y eventos culturales relacionados tienen gran acogida en gran porcentaje el 95%, apoyando la misma, demostrando así un gran interés hacia el Arte Urbano. Tan solo el 05% no apoyaría ni participaría.

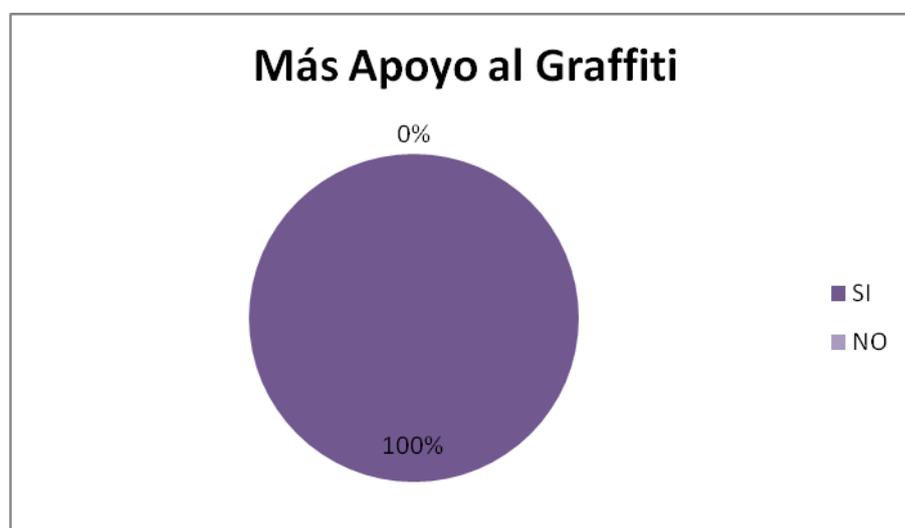
5. ¿Piensa UD, que estas formas de expresión cultural en general deberían ser más apoyadas y sociabilizadas?

Tabla N° 7 Más Apoyo al Graffiti

Más Apoyo al Graffiti	Frecuencia	Porcentaje
SI	397	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	397	100,00%

FUENTE: El Investigador

Gráfico N° 5 Más Apoyo al Graffiti



FUENTE: El Investigador

INTERPRETACIÓN:

Esta una de las preguntas más importantes, el total de los encuestados 100% opina que si deberían ser apoyas y socializadas estas formas de expresión artística cultural contemporáneas demostrándonos que existe poco conocimiento del tema en nuestra ciudad.

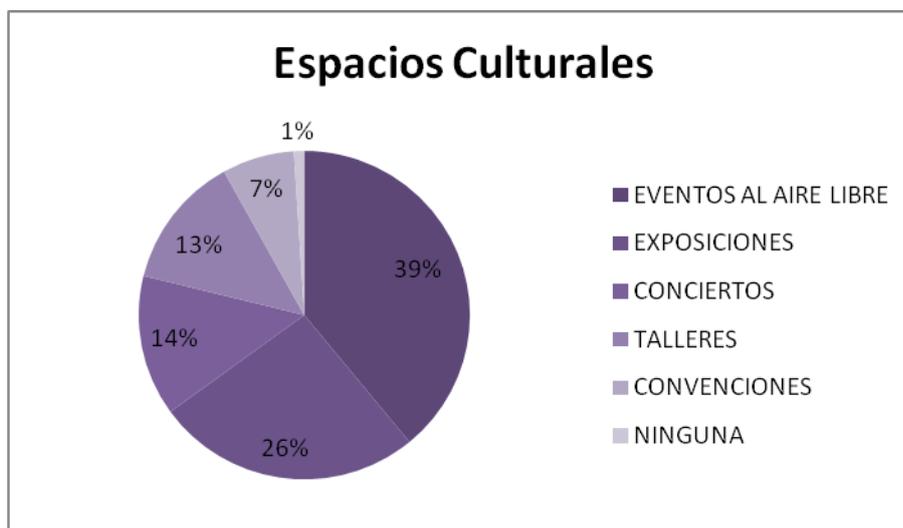
6. ¿Cree que deberían abrirse espacios culturales para estas formas de expresión. En forma de:

Tabla N° 8 Espacios Culturales

Espacios Culturales	Frecuencia	Porcentaje
EVENTOS AL AIRE LIBRE	155	39,04%
EXPOSICIONES	103	25,94%
CONCIERTOS	55	13,85%
TALLERES	52	13,10%
CONVENCIONES	28	7,05%
NINGUNA	4	1,01%
TOTAL	397	100,00%

FUENTE: El Investigador

Gráfico N° 6 Espacios Culturales



FUENTE: El Investigador

INTERPRETACIÓN:

Esta interrogante nos indica el mejor camino a seguir para socializar estas formas de expresión contemporáneas, a través de la creación de festivales al aire libre, y eventos relacionados con la cultura urbana como conciertos.

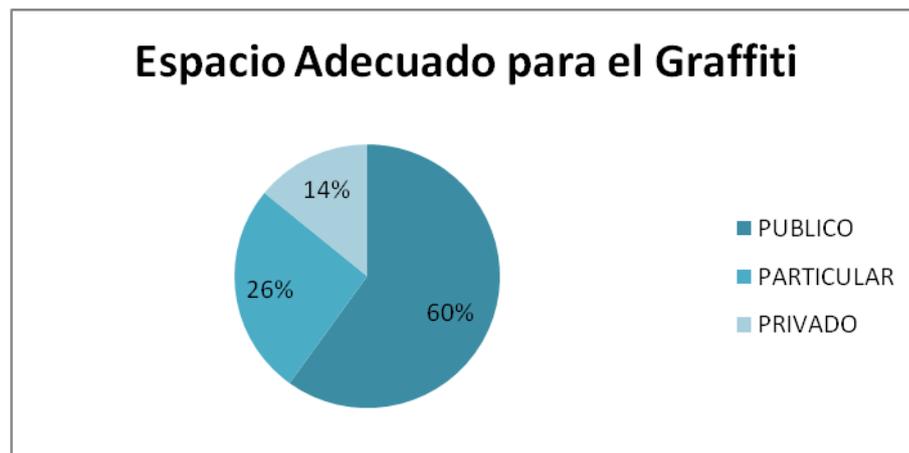
7. ¿Qué tipo de espacios cree UD. Que serían los más adecuados para la práctica de este tipo de expresión cultural?

Tabla Nº 9 Espacio Adecuado para el Graffiti

Espacio Adecuado para el Graffiti	Frecuencia	Porcentaje
PUBLICO	238	59,95%
PARTICULAR	103	25,94%
PRIVADO	56	14,11%
TOTAL	397	100,00%

FUENTE: El Investigador

Gráfico Nº 7 Espacio Adecuado para el Graffiti



FUENTE: El Investigador

INTERPRETACIÓN:

Se deduce de esta interrogante, que el espacio más adecuado para la realización de festivales y eventos culturales de este tipo son el público particular por su mayor acceso y mayor impacto. En un menor porcentaje los espacios privados pierden interés (galerías, museos)

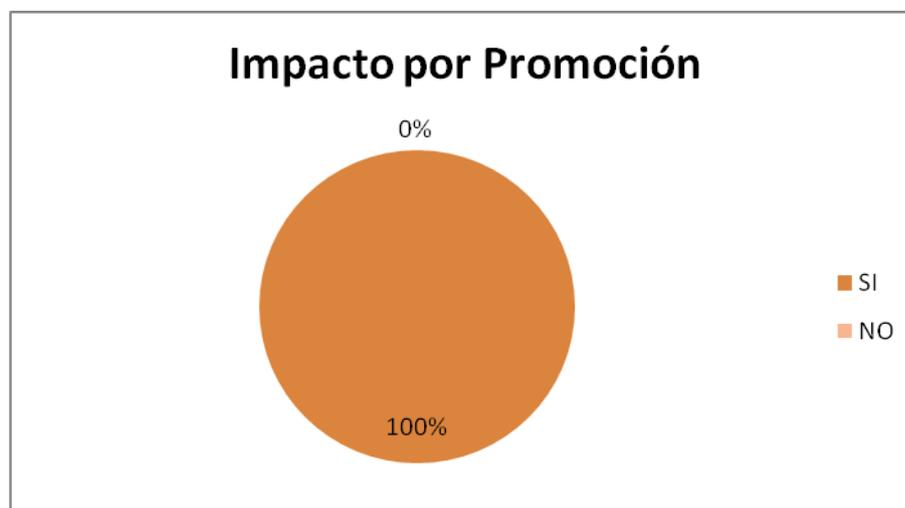
8. Piensa UD. Que si este tipo de expresiones culturales se promocionaran adecuadamente ¿se podría apreciar de una mejor forma el arte en el Ecuador?

Tabla Nº 10 Impacto por Promoción

Impacto por Promoción	Frecuencia	Porcentaje
SI	397	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	397	100,00%

FUENTE: El Investigador

Gráfico Nº 8 Impacto por Promoción



FUENTE: El Investigador

INTERPRETACIÓN:

Con el resultado de esta podemos ver que el 100% de los encuestados opina que si se promocionaran mejor este tipo de expresiones adecuadamente con festivales y eventos relacionados se llegaría a comprender y entender mejor esta forma de arte contemporáneo evitando así distorsiones conceptuales.

4.3 Encuesta a Graffiteros de la ciudad de Ibarra

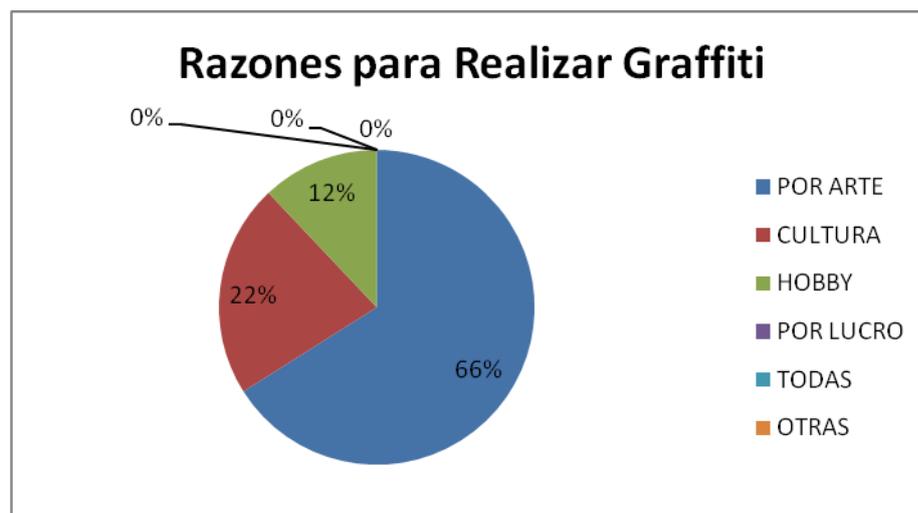
1. ¿Qué razones te llevan a realizar un graffiti?

Tabla N° 11 Razones para Realizar Graffitis

Razones para Realizar Graffiti	Frecuencia	Porcentaje
POR ARTE	33	66,00%
CULTURA	11	22,00%
HOBBY	6	12,00%
POR LUCRO	0	0,00%
TODAS	0	0,00%
OTRAS	0	0,00%
TOTAL	50	100,00%

FUENTE: El Investigador

Gráfico N° 9 Razones para Realizar Graffitis



FUENTE: El Investigador

INTERPRETACIÓN:

Como resultado de esta primera preguntan podemos deducir que los principales motivos de creación son por arte y cultura demostrándonos la importante categoría social q este posee en nuestro medio.

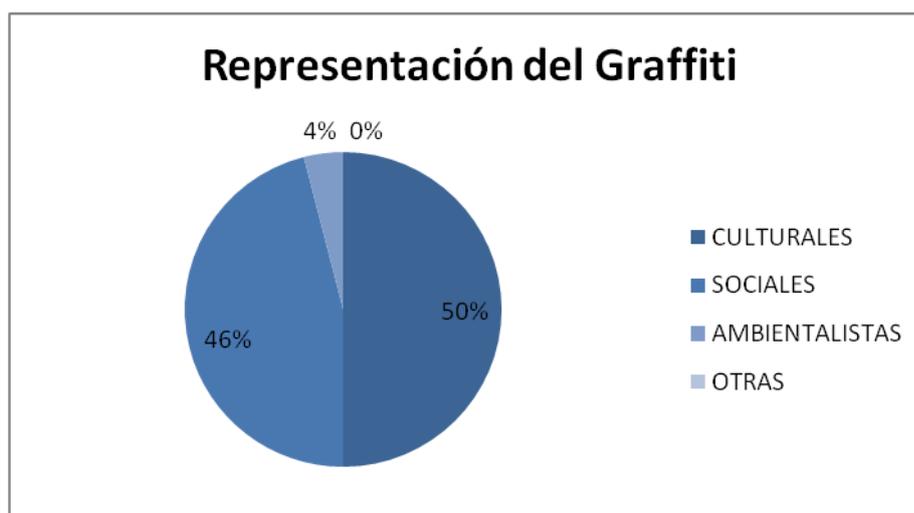
2. ¿Qué representaciones podemos encontrar en tu práctica artística?

Tabla N° 12 Representación del Graffiti

Representación del Graffiti	Frecuencia	Porcentaje
CULTURALES	25	50,00%
SOCIALES	23	46,00%
AMBIENTALISTAS	2	4,00%
OTRAS	0	0,00%
TOTAL	50	100,00%

FUENTE: El Investigador

Gráfico N° 10 Representación del Graffiti



FUENTE: El Investigador

INTERPRETACIÓN:

Como resultado de esta pregunta podemos decir que las temáticas más utilizadas para la práctica artística del graffiti son las culturales y sociales en un gran porcentaje. Podemos destacar que hablar de cultura y sociedad es un tema muy extenso.

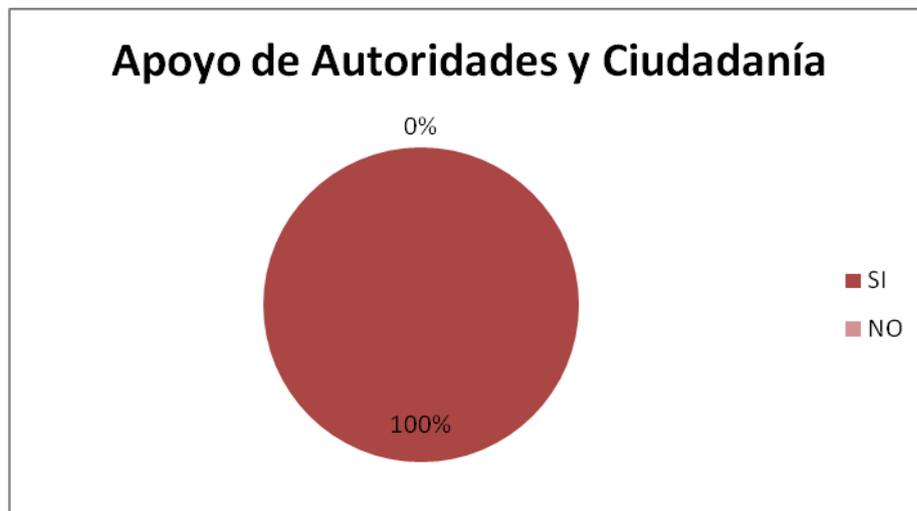
3. ¿Te gustaría que esta forma de arte sean mayormente apoyada por las autoridades y la ciudadanía en general?

Tabla N° 13 Apoyo de Autoridades y Ciudadanía

Apoyo de Autoridades y Ciudadanía	Frecuencia	Porcentaje
SI	50	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	50	100,00%

FUENTE: El Investigador

Gráfico N° 11 Apoyo de Autoridades y Ciudadanía



FUENTE: El Investigador

INTERPRETACIÓN:

Esta tercera pregunta nos da como resultado que el 100% de los encuestados, opinan que si desearían ser más apoyadas expresión contemporánea en nuestra ciudad, demostrando el gran interés por sus autores por socializar impulsar el arte urbano. y dar a conocer esta cultura creando beneficios mutuos.

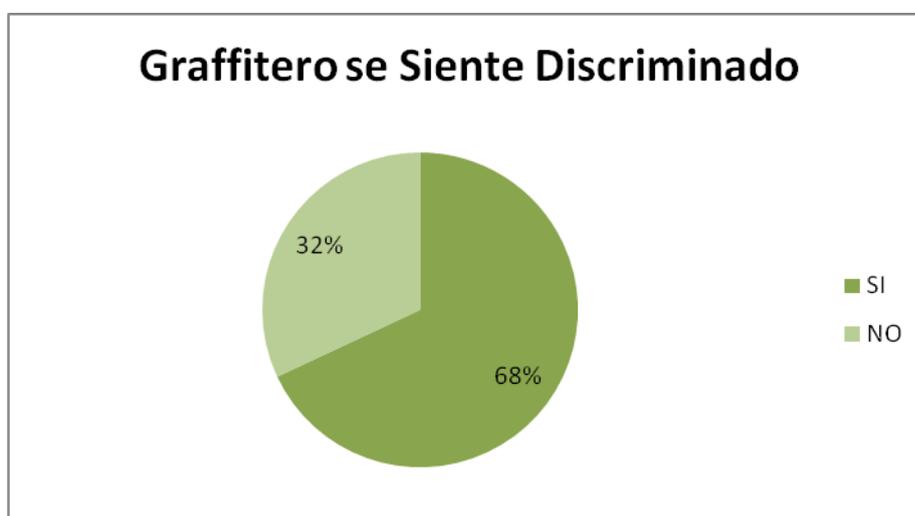
4. ¿Te has sentido discriminado, marginado o etiquetado por el hecho de ser Graffitero?

Tabla N° 14 Graffitero se Siente Discriminado

Graffitero se Siente Discriminado	Frecuencia	Porcentaje
SI	34	68,00%
NO	16	32,00%
TOTAL	50	100,00%

FUENTE: El Investigador

Gráfico N° 12 Graffitero se Siente Discriminado



FUENTE: El Investigador

INTERPRETACIÓN:

En esta cuarta interrogante podemos apreciar que si existe discriminación en un 68%, que la podemos solucionar con una verdadera socialización y creación de eventos relacionados a estas formas de expresión artística mejorando automáticamente su concepción visual estética en Ibarra.

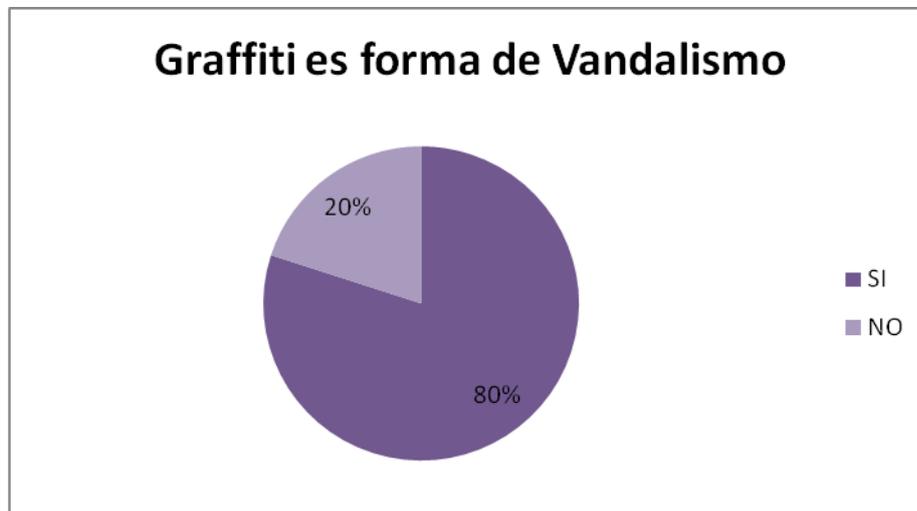
5. Consideras al graffiti una forma de vandalismo?

Tabla N° 15 Graffiti es forma de Vandalismo

Graffiti es forma de Vandalismo	Frecuencia	Porcentaje
SI	40	80,00%
NO	10	20,00%
TOTAL	50	100,00%

FUENTE: El Investigador

Gráfico N° 13 Graffiti es forma de Vandalismo



FUENTE: El Investigador

INTERPRETACIÓN:

Esta pregunta nos da como resultado que el 80% de encuestados opinan que el graffiti es vandalismo, ya que si perdiera su esencia ilegal dejaría de ser graffiti automáticamente. En conclusión si existe una es real de lo que el graffiti, pero la necesidad de apoyar y crear espacios para este tipo de expresiones es muy necesario.

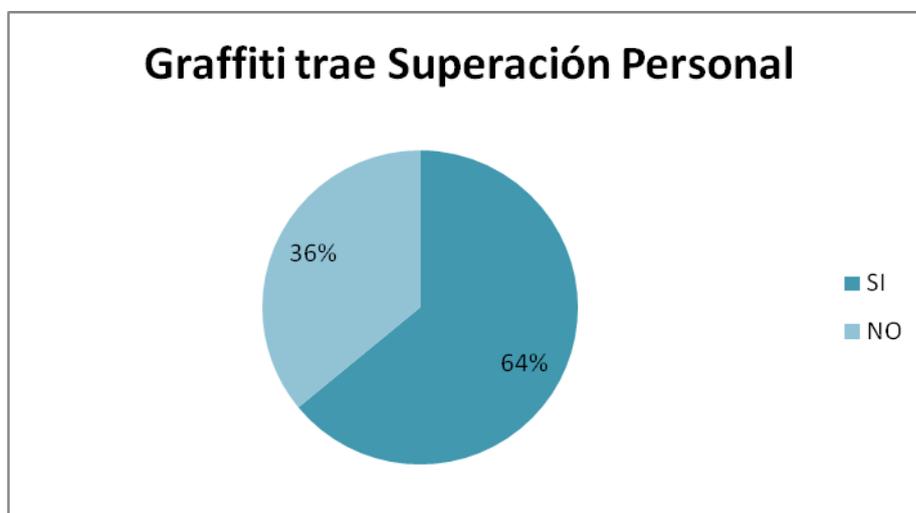
6. El graffiti trae consigo algún beneficio de superación personal?

Tabla N° 16 Graffiti trae Superación Personal

Graffiti trae Superación Personal	Frecuencia	Porcentaje
SI	32	64,00%
NO	18	36,00%
TOTAL	50	100,00%

FUENTE: El Investigador

Gráfico N° 14 Graffiti trae Superación Personal



FUENTE: El Investigador

INTERPRETACIÓN:

Esta pregunta nos da como resultado que el 64% de escritores opinan que el graffiti trae consigo beneficios de superación personal y extendiéndolo más, beneficios dentro de toda nuestra ciudad tanto Artístico, Culturales, Turísticos y Económicos algo muy importante demostrando la gran importancia de esta forma de expresión contemporánea.

7. ¿Has oído sobre el graffiti en galerías?

Tabla N° 17 Graffiti en Galerías

Graffiti en Galerías	Frecuencia	Porcentaje
SI	44	88,00%
NO	6	12,00%
TOTAL	50	100,00%

FUENTE: El Investigador

Gráfico N° 15 Graffiti en Galerías



FUENTE: El Investigador

INTERPRETACIÓN:

Esta séptima pregunta nos da como resultado una posibilidad más, dentro la socialización del graffiti, (la galería), un lugar privado, tal vez de menor acceso y de menor impacto social. En conclusión diríamos que a pesar de existir galerías en nuestro medio, el acceso es muy limitado por cuestión de discriminación ideológica hacia estas formas de expresión contemporánea algo que necesitamos cambiar con una mejor conceptualización.

8. ¿Te gustaría ver tus trabajos expuestos en una galería?

Tabla N° 18 Exposición en Galerías

Exposición en Galerías	Frecuencia	Porcentaje
SI	30	60,00%
NO	20	40,00%
TOTAL	50	100,00%

FUENTE: El Investigador

Gráfico N° 16 Exposición en Galerías



FUENTE: El Investigador

INTERPRETACIÓN:

Esta interrogante nos confirma el gran interés de superación personal de escritores en un 60% que por medio de espacios como privados como son la galería, quieren socializar y dar a conocer su trabajo y la cultura mientras el 40% no le interesa hacerlo. Confirmándonos otra vez su gran importancia como expresión contemporánea. Pregunta 6.

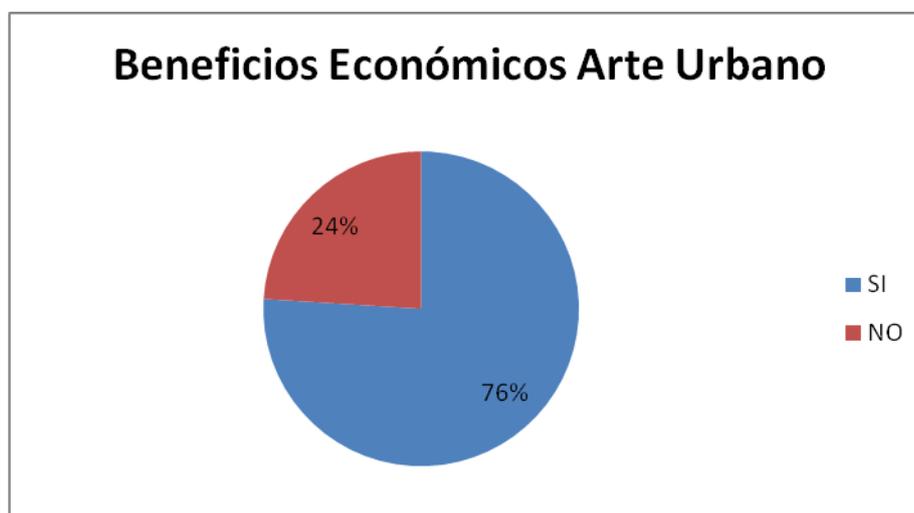
9. Se podría generar beneficios económicos a través de arte urbano?

Tabla Nº 19 Beneficios Económicos Arte Urbano

Beneficios Económicos Arte Urbano	Frecuencia	Porcentaje
SI	38	76,00%
NO	12	24,00%
TOTAL	50	100,00%

FUENTE: El Investigador

Gráfico Nº 17 Beneficios Económicos Arte Urbano



FUENTE: El Investigador

INTERPRETACIÓN:

Esta interrogante nos demuestra que a más de traer consigo la superación personal del artista nos confirma verdaderos beneficios que conllevaría impulsar esta cultura, el económico uno de ellos, mutuo artista o sociedad extendiéndonos más el turismo que crearía otra perspectiva y mejor concepción del graffiti en nuestro medio el 76 % de encuestados piensan que si se puede generar réditos económico a través del graffiti.

CAPÍTULO V

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.2 Conclusiones

El graffiti con su gran nivel de aceptación posee una función cultural, social, proviene, de que hoy en día es considerado y catalizado como una forma de expresión artística cultural contemporánea, arrastrando consigo beneficios mutuos (artista - sociedad) dentro del medio urbano.

Apoyando e impulsando la cultura a través de la creación de festivales artísticos eventos y lo relacionado con la cultura urbana y estos medios de expresión logramos una mejor concepción del mismo, logrando beneficios culturales para Ibarra.

Con el objetivo de disminuir su intolerancia y distorsión conceptual para su mejorando así su concepción visual estética por medio de formas de socialización social como: festivales al aire libre, en espacios públicos.

Mejorando por otro lado la estética visual de la ciudad a través de la intervención de piezas de arte por parte de sus autores, acabando con la intolerancia y desconocimiento del mismo.

5.3 Recomendaciones:

En primer lugar sugerir la inclusión de más eventos públicos para la práctica de esta forma de expresión artística cultural contemporánea en nuestra ciudad, obteniendo beneficios mutuos (artista-sociedad).

Mejorando su concepción, su conceptualización, de la cultura (writer) junto al impacto visual que este produce como arte y cultura, en nuestra ciudad, Ibarra capital de Imbabura, (cuna del arte) nos da la oportunidad de una gran proyección

Mejorando su tolerancia a través de la realización de eventos relacionados, logrando un beneficio a gran escala para la sociedad en general y sobre todo para estas formas de expresión, permitiéndonos obtener el apoyo particular, ministerial y gubernamental.

Creando festivales a gran escala con proyección provincial nacional y porque no internacional, social tomando en cuenta todos sus aportes que este tendría dentro del medio tanto: (educativos, sociales, culturales, económicos, turísticos y el intelectual para todos dentro de nuestra ciudad).

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. Título de la propuesta.

INTEGRACIÓN DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS PARA LA SOCIALIZACIÓN DEL ARTE URBANO GRAFITTI COMO MEDIO DE EXPRESIÓN CONTEMPORÁNEA EN LA CIUDAD DE IBARRA.

6.2. Justificación e Importancia.

El graffiti por mucho tiempo ha sido discriminado y mal catalogado por la falta de conocimiento sobre esta cultura y todo lo que este engloba actualmente, por su gran relación con muchas disciplinas.

La gran aceptación que este tiene, enfocado como medio de expresión artística cultural contemporánea, integrándolo a través de eventos que reúnan múltiples expresiones urbanas desde (graffiti, concierto, performance, malabares, body paint, tatto) obteniendo un eventos de gran calidad.

Con eventos de este tipo logramos mayor participación urbana la socialización masiva de esta cultura, e integrándolo al espacio público logrando un impacto social de gran escala. Eventos como este, beneficiaria directa e indirectamente a toda la ciudad, proyectándonos a ver de forma diferente el graffiti, mejorando la cultura writer “escritores” abriendo espacios públicos para este tipo de expresiones artísticas contemporáneas. Mejorando su percepción su conceptualización educando al público por medio de eventos culturales que demuestren su

verdadera esencia, proyectándonos como una ciudad culturalmente e intelectualmente desarrollada.

Generando aportes como:

- **Cultural**

Ayudaríamos a crecer y mejorar la cultura writer ya existente en la ciudad abriendo espacios para la práctica de este tipo de expresiones culturales urbanas en nuestra ciudad.

- **Educativos**

Concientizaríamos a la sociedad de la gran importancia del graffiti dentro de la sociedad como expresión cultural artística contemporánea impulsando el arte en la ciudad.

- **Social**

Mejoraríamos la concepción social del graffiti en la ciudad su tolerancia, cambiando su percepción y la forma de ver a sus autores mejorando la convivencia humana.

- **Filosóficos**

Desarrollaríamos una propia forma de ver el graffiti en nuestra ciudad Ibarra capital de la cuna del arte, (Imbabura).

- **Turísticos y económicos**

Los lienzos al aire libre serian verdaderos atractivos turísticos convirtiendo a la ciudad en una galería de arte callejero y un buen

referente en el país para este tipo de expresiones urbanas aumentando el turismo y los réditos económicos para la ciudad.

6.3. Fundamentación.

MARKETING.

Marketing y publicidad del evento:

Conceptualización:

El marketing del evento es la tarea más importante y, con frecuencia, la más desafiante en la organización de eventos, y suele considerarse como el factor más importante del éxito de un evento. Esto se debe a que el número de participantes en un evento depende en gran manera de la potencia de las actividades de marketing y la publicidad. Que logre su objetivo o no depende en gran medida de la comerciabilidad de dicho evento. Esto significa que deben adoptarse el posicionamiento adecuado de la estrategia correcta de marketing para conseguir el número deseado de asistentes al evento.

La mayor parte de las veces, los organizadores de eventos que disponen de presupuestos holgados optan por opciones de marketing de pago, como los periódicos. También pueden enviarse comunicados de prensa a los principales periódicos, para dar a conocer el próximo evento. Además, también pueden adquirirse grandes pancartas y carteles publicitarios para anunciar el evento en zonas muy transitadas

Hoy en día festivales de este tipo deben estar direccionados a promover e impulsar la cultura urbana en la ciudad por medio de premios

a las mejores piezas graficas dentro del mismo, siendo acompañada con eventos musicales.

Poniendo énfasis en la socialización y destacándolo como medio de expresión artístico contemporánea actual y toda la dimensión contextual que esta abarca y encierra junto a todas las ramificaciones.

Adjuntando al festival distintos tipo de expresiones artísticas en vivo como: (body paint, tatto, performance, instalaciones malabares) En un solo evento cultural masivo de duración 10 horas con el debido trato control y seguridad adecuada para artistas e invitados.

Mejorando así la apreciación social sobre este tipo de expresiones artísticas urbanas y a su vez mejorando la calidad de eventos culturales a realizar en nuestra ciudad.

6.4. OBJETIVOS

GENERAL

Crear un festival (nacional) de arte y grafiti conceptual (Street art) a través de inversión gubernamental y privada.

ESPECÍFICOS

- Integrar al grafiti en los espacios públicos urbanos existentes en la ciudad.
- Posicionar al grafiti dentro de la ciudad como un medio artístico urbano contemporáneo
- Mejorar la imagen del artista, y la estética visual urbana de la ciudad.
- Ofrecer verdaderas piezas de arte callejero a cargo de los artistas callejeros más destacados, con una gran calidad de producción gráfica.

- Mejorar la calidad de estos eventos con nuevas iniciativas adjuntando otras formas de arte como: (música, body paint, tatto, performance, instalaciones, malabares)
- Generar aportes para la ciudad secundarios a futuro y a largo plazo.

6.5. UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA

La siguiente investigación y análisis se desarrolló en la ciudad de Ibarra provincia de IMBABURA, parte de la Región 1 de Ecuador, donde hay presencia del Street art, realizada a través de la aplicación de encuestas, en la zona urbana de la ciudad, el proyecto a continuación será desarrollado en la zona centro de la ciudad de Ibarra (zona urbana) a través de la aplicación de encuestas a (writer y público en general).

Con la respectiva aplicación del proyecto o propuesta que se la realizará en la zona centro urbana de la ciudad de Ibarra.

6.6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

6.6.1 PROYECTO DE IMPLANTACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE UN EVENTO OESPECTÁCULO PÚBLICO

FESTIVAL NACIONAL DE ARTE Y GRAFITTI CONCEPTUAL “LATITUD INERCIA”

DELIMITACIÓN: Generar un festival (nacional) de artes contemporáneas y grafiti conceptual (Street art) de gran calidad, un gran festival de artes contemporáneas para nuestra ciudad.

Realizar el festival urbano junto a otras formas otras formas de expresión artística urbanas como (Body paint, tatto, performance, instalaciones, malabares)

Brindar el trato y respeto adecuado a los artistas invitados, y la seguridad respectiva en el momento del evento, aplicar temáticas en el graffiti a aplicar a través de bocetos previos, que por ende serán la parte principal del evento.

Integrar el graffiti acompañado de sus otras formas de expresión distribuidas a lo largo de la locación del evento creando un festival de artes contemporáneas. Publicitado en prensa, radio y televisión para lograr un mayor alcance y socialización sobre este.

JUSTIFICACIÓN

La generación de festivales como este no solo que mejora la conceptualización social que tiene el graffiti sino que abre más espacios públicos para la práctica del graffiti mejorando la forma de realización y calidad de eventos obteniendo mayor acogida por parte del público.

Además destacando la idea de adjuntar distintas formas de expresión artísticas urbanas como idea novedosa en un solo festival para así mejorarlos obteniendo mejores resultados”, a pesar de que el graffiti es el tema central lograríamos un mejor desempeño de esta clase de festivales culturales.

REQUERIMIENTO HUMANO

Teniendo en cuenta el festival a realizar necesitamos para su implementación y realidad del mismo desde los promotores inversionistas, auspiciantes hasta las personas encargadas de la puesta en marcha del evento, necesitamos del siguiente personal humano para lograr el funcionamiento correcto del festival concierto

- Diseñador
- Publicistas

- Fotógrafos
- Bandas y músicos
- Amplificación y sonido
- Comité operativo
- Seguridad
- Animadores
- Promotores
- Canales de televisión
- Radios
- Productor audiovisual
- Web y redes sociales

DATOS TÉCNICOS Y DEMOGRÁFICOS

- CIUDAD: IBARRA
- TIPO DE EVENTO: FESTIVAL DE ARTE
- CONVOCATORIA: PUBLICO EN GENERAL
- NOMBRE DE EVENTO: LATITUD INERCIA
- LUGAR: PARQUE DE LA FAMILIA
"REDONDEL DEL BOMBERO"
- VALOR GRATUITO
- FECHAS TENTATIVAS: SEPTIEMBRE – 23-2013
- HORA INICIO: 10:00am
- HORA FINALIZACION: 10h00pm
- DURACIÓN TOTAL DE EVENTO: 12 HORAS

CIUDAD Y PROVINCIA

- País: ECUADOR
- Ciudad: IBARRA
- Provincia: IMBARURA
- Región: SIERRA
- Población ciudad: 131.856 habitantes.
- Población provincia: 398.244 habitantes
- Límite Norte: Carchi Y Esmeraldas
- Límite Sur: Pichincha.
- Límite Este: Sucumbíos

- Límite Oeste: Esmeraldas
- Lugar: Av. Teodoro Gómez

UBICACIÓN SECTORIAL DEL EVENTO

- Imagen proporcionada por: Google Earth.

DESCRIPCIÓN: La locación del festival a realizar se encuentra descrita en la siguiente imagen está ubicada entre las siguientes intercepciones Av. Teodoro Gómez y la AV. Eugenio Espejo ubicada en el barrio “YACUCALLE”. Los muros a utilizar serian: las paredes del (Dispensario Médico y Unidad de control Sanitario) ubicado frente al terminal. Además las paredes posteriores ubicadas tras la entrada principal del “jardín de infantes fiscal” ALBERTINA FRANCO LEORO ubicado frente al parque de la familia diagonal al redondel del bombero.



SEGURIDAD

- NO portar armas.
- NO objetos corto punzantes.
- Cercado o mallas de seguridad para los artistas callejeros.
- Especificar la señalización correcta de la calles.

- Protección peatonal
- Protección vehicular.

MONTAJE ESCÉNICO Y EQUIPO TÉCNICO

Proveer del mejor equipo técnico de amplificación y sonido luces video tarima y estructura requeridos por los músicos, garantizando la calidad de evento musical en beneficio del artista y el espectáculo en general.

CONTRATACIÓN DE ARTISTAS

- Formato de contrato:

CONTRATO CIVIL DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES

En la ciudad de..... Provincia de....., a los..... días del mes dedel....., comparecen por una parte el sr(a):.....en calidad de Representante legal de; y, por otra el sr(a)....., por sus propios derechos, a quienes en adelante se denominaran “EL CONTRATANTE” y “EL PROFESIONAL”, quienes en forma libre y voluntaria convienen en celebrar el presente contrato de PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES, contenido en las siguientes cláusulas:

PRIMERA: OBJETO.- El festival (OJO URBANO) contrata a....., mismo grupo o Banda musical que prestará sus servicios de manera autónoma e independiente para el evento encargándose de desarrollar su show y repertorio musical, así como de brindar buena imagen y desempeño dentro de su campo de conocimiento y experiencia. El profesional declara que está en capacidad de celebrar el

contrato, en virtud de que está familiarizado con la materia indicada en el mismo, en los términos y condiciones que precisa el festival.

SEGUNDA: PLAZO.- El plazo del presente contrato es o eventual contados a partir de la suscripción del presente contrato, y solo podrá extinguirse una vez que los servicios hayan sido recibidos a entera satisfacción. y/o acuerdo entre las partes. Es obligación del profesional realizar el trabajo contratado, los alcances y aclaraciones que el festival solicite, previo al pago de sus honorarios.

TERCERA: OBLIGACIONES DEL CONTRATO.- El profesional está obligado y sin perjuicio de lo previsto por las leyes y reglamentos vigentes en el Ecuador a:

- Desarrollar con total transparencia, prolijidad y honestidad las tareas a él encomendadas.
- Mantener la confidencialidad de la información y los datos proporcionados.
- Será responsable del manejo, uso y mantenimiento de los equipos y mobiliario a él entregados, así como de la calidad técnica de las tareas encomendadas.

La representante del festival se reserva el derecho a intervenir, evaluar y analizar el trabajo realizado por el profesional, en lo referente a calidad de desempeño. Además, deberá presentar un informe sobre las actividades, realizadas etc. en cualquier instante que se solicite, con miras a una mejor marcha y cumplimiento del contrato, el mismo que será analizado y discutido a la finalización del presente contrato el profesional deberá presentar un informe final con todos los detalles de las actividades a él encargadas.

CUARTA: HONORARIOS Y FORMA DE PAGO.- Las partes acuerdan determinar los honorarios profesionales, a pagar al Profesional por los servicios que él asume en el presente Contrato la suma

de..... dólares, más el Impuesto al Valor Agregado, que serán cancelados al finalizar el servicio previo informe favorable por parte del representante del festival.

QUINTA: DEDUCCIONES.- La representante del festival deducirá de los honorarios del profesional, las cantidades que correspondan por concepto de impuesto a la Renta e Impuesto al Valor Agregado.

SEXTA: DERECHOS DE AUTOR.- De común acuerdo entre las partes, conforme lo faculta la Ley de Propiedad Intelectual vigente, los procedimientos, así como, el trabajo y resultado de las actividades que desarrolle el Profesional para el festival, quedará a beneficio exclusivo de esta última. Sin perjuicio de lo cual, reconocerá el nombre del profesional como autor.

SEPTIMA: RESPONSABILIDAD Y PROHIBICIONES.- El profesional se obliga a ejecutar el trabajo con la diligencia, prolijidad y cuidados necesarios. En caso de causar algún daño, pérdida o deterioro en los bienes de la Compañía, por cualquier causa que fuere, el Profesional se obliga a reponerlos o repararlos en forma inmediata y a su costa.

OCTAVA: RELACION CIVIL ENTRE LAS PARTES.- El presente Contrato es de naturaleza civil, sujeto al derecho común y singularmente a las reglas del Mandato. Por tanto entre el festival y el Profesional no existe relación laboral o de dependencia alguna, ni, consecuentemente sometimiento al Código del Trabajo y Leyes del Seguro Social Obligatorio. No hay subordinación jurídica ni de ninguna otra especie que pudiera significar relación laboral entre las partes o sus dependientes, puesto que el profesional prestará sus servicios de manera libre, independiente y autónoma.

NOVENA: CONTROVERSIA.- Las partes contratantes aceptan y se ratifican en todo el contenido de este contrato; y en caso de controversia o

diferencia derivada de este contrato, las partes de manera libre y voluntaria se someten al Centro de Arbitraje y Mediación del Colegio de Abogados de Ibarra, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación y de no existir acuerdo las partes se someten a los jueces civiles de Quito, para tal efecto renuncian fuero y domicilio.

Para constancia de todo lo acordado, las partes firman en unidad de acto, en el lugar y fechas arriba indicadas.

.....

C.C:.....

Representante del festival

.....

C.C:.....

Representante del artista

LISTA DE GRUPOS BANDAS Y ARTISTAS

BANDAS LOCALES

- Cabal (hard core)
- Gehenna inferno (metal)
- Jah Army (reggae)
- Barón Samedi (reggae)
- Talento Urbano (hip hop)
- Clika Chira (hip hop)

BANDAS NACIONALES

- Descomunal (hard core)
- Mortero
- Alma Rasta (reggae)
- Muscaria (metal)
- Crazy Soul (hip hop)
- Imua Shen (hip hop)

- Sick Gatermo (hip hop)

PUBLICIDAD PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN

El tipo de publicidad que emplearemos en (LATITUD INERCIA) está enfocado a distintos tipos de publicidad garantizando una recepción del mensaje a mayor escala y diferentes tipos de audiencia.

PUBLICIDAD PRIMARIA:

- AFICHES
- VOLANTES
- PUBLICIDAD EXTERIOR “GIGANTOGRAFIAS”
- BTL “STENCIL” (TREET ART)

PUBLICIDAD SECUNDARIA:

- RADIO
- PRENSA
- TELEVISIÓN

PUBLICIDAD ALTERNATIVA:

- REDES SOCIALES (publicidad viral)

ESTRATEGIA PUBLICITARIA

Medios publicitarios:

- Afiches
- Volantes
- Identificaciones
- Gigantografias
- BTL “STENCIL”
- Cuñas publicitarias - RADIO
- Spots – TELEVISION
- Prensa
- Redes sociales “PUBLICIDAD VIRAL”

CRONOGRAMA DE UTILIZACIÓN DE MEDIOS PUBLICITARIOS

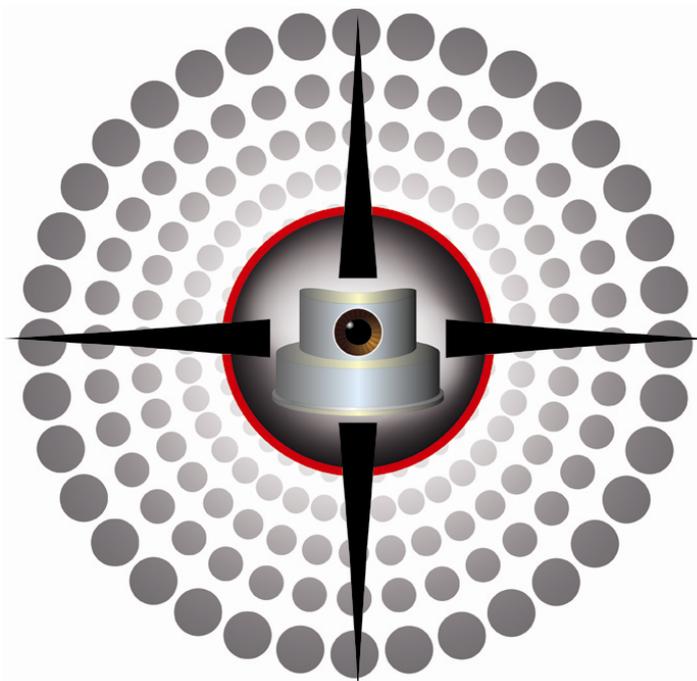
MEDIOS	Medidas de tiempo / SEMANAS									
	1	2	3	4	5	6	7	8		
AFICHES	x	x	x	x	X	x	x	x		
VOLANTES					X	x	x	x		
GIGANTOGRAFIAS							x	x		
PRENSA							x	x		
RADIO							x	x		
TELEVISION							x	x		
REDES	x	x	x	x	X	x	x	x		
MEDIOS	CANTIDAD, COSTO Y USO / SEMANAS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	CANTIDAD	COSTO
AFICHES	x	x	x	x	x	x	x	x	1000	400
VOLANTE					x	x	x	x	1000	200
GIGANTOGRAFIAS									10	500
PRENSA							x	x	4	100
RADIO							x	x	8	100
TELEVISION								x	1	1000
REDES	x	x	x	x	x	x	x	x	S/N	200
TOTAL										2500

PLAN ESTRATÉGICO DE PROMOCIÓN

FASE 1:

- Aplicación arte final e “imagen del festival”

IMAGEN DEL FESTIVAL



“LATITUD INERCIA”

DESCRIPCIÓN: Claramente el concepto de latitud se refiere a un punto a un lugar o un vértice, donde algunas cosas se encuentran por sí mismas, de aquí viene el concepto de inercia de que el movimiento es resultado de un movimiento anterior, gracias a esto se produce el nombre, como un efecto de varios factores que tienden a llegar a un punto como consecuencia final, las “artes urbanas” Entre otras cap. herramienta principal del graffiti, además simboliza los cuatro puntos cardinales y la forma de transmisión y percepción de este tipo de artes urbanas contemporáneas a través del ojo “visualmente”. Partiendo de este concepto “latitud inercia” es un festival que plantea socializar por medio de una perspectiva visual lo que hoy en día involucra el graffiti junto a las artes visuales urbanas y todas sus formas de expresión contemporáneas actuales.

- Aplicación de BTL “ lugar del festival”

MONTAJES

ESPACIO A INTERVENIR



INTERVENCION CON (BTL)



Fuente: Henry Zurita

ESPACIO A INTERVENIR



INTERVENCION CON (BTL)



Fuente: Henry Zurita

DESCRIPCIÓN: Claramente la utilización y aplicación stencil (BTL) (IMAGEN DEL FESTIVAL) se la realizara en el espacio público a intervenir, creando expectativa previa a la realización del festival durante los días anteriores al mismo.

- Afiche arte final (A3)



- Volante arte final (A5)



DESCRIPCIÓN: Claramente en el afiche está formado de tres parte principales y en este caso el volante de dos:

- Parte gráfica: la parte grafica de este afiche la parte grafica tiene relación conceptual y directa con el evento, tomando como elementos principales la imagen del festival el writer o escritor y la lata de pintura o “spray” herramienta principal del Street art.
- Texto: En la parte textual utilizamos la tipografía “Myriad Pro” Bold describiendo clara mente datos principales del evento como: hora, fecha, lugar del evento.
- Patrocinadores: Este espacio es designado en este caso solamente para el afiche. Este espacio es exclusivamente para los patrocinadores, en distinto caso ya sea: nombres, marcas o logos institucionales.



- **Elaboración de publicidad exterior.**

(Banner "PROMOCIONAL 1" 80cm x200cm).



DESCRIPCION: (EL BANNER)Claramente es el medio más utilizado para la realización de eventos, exposiciones y convenciones, transmiten diferentes tipos de información su objetivo principal (atraer al público) en este caso utilizamos la imagen del festival "LATITUD INERCIA" como elemento central del mismo, junto a la lata de pintura o espray decorado a través de pinceles de humo utilizando los mismo elementos de color y fondo que el afiche.

- **Elaboración publicidad 2**

(Banner "PROMOCIONAL 2" 80cm x200cm).



DESCRIPCION: En este caso utilizamos como encabezado la imagen y nombre del evento y como elemento principal al artista en vivo, acompañado de un mensaje anti taurino que es utilizado mundialmente, además tomando en cuenta un stencil muy famoso realizado por Banksi, artista británico, uno de los mejores exponentes del "Street art" mundial.

IDENTIFICACIONES 8cm x 13 cm: (Organizadores -Artistas - músicos - Expositores).



DESCRIPCIÓN: En este caso las identificaciones las dividimos en cuatro tipos: pero conteniendo los mismos elementos gráficos presentados anteriormente, como encabezado el nombre del evento, como referencias textuales (nombre y apellido).

- Creación de perfiles en redes sociales (Facebook, Twitter,)
- **FACEBOOK**

The screenshot shows a Facebook event page for "LATITUD INERCIA" festival de arte y grafitti conceptual. The browser address bar shows the URL: https://www.facebook.com/events/467403469971600/?suggestsessionid=1351680702. The Facebook navigation bar is visible at the top with the search bar and user profile.

“LATITUD INERCIA”
festival de arte y grafitti conceptual

Evento público ·

Sábado 23 de septiembre 10:00 am

Un punto, un lugar, un vértice, donde las expresiones urbanas se encuentran por sí mismas, (street art - body paint - performance - malabares) "LATITUD INERCIA" el movimiento resultado de un movimiento anterior, gracias a esto se produce el nombre, como un efecto de varios factores que tienden a llegar a un punto como consecuencia final, las "artes urbanas"

Participantes (57)
Porongo Pterodáctilo Gutiérrez

Posibles (60)

Invitados (1.531)

Exportar · Compartir · Denunciar

“LATITUD INERCIA”
AV. Teodoro Gomez y AV. Eugenio Espejo
Ver mapa - Como llegar

Gonzalo Canal y Juako Full Colerico
Me gusta · Comentar · Seguir esta publicación · Hace 20 horas

Sugerencias para la lista Ver todos

- Sol Bianchini Añadir
- Florechilla del Campo Añadir

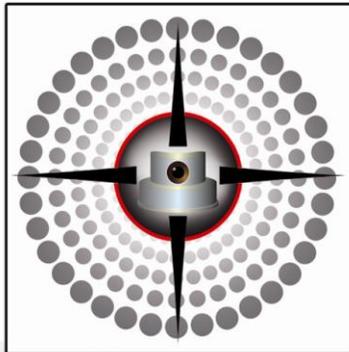
Anuncios Crear un anuncio

Volkswagen España es.onething.com
Si pudieras besar solo a una persona, ¿cuál sería? Responde en www.solohayuno.es

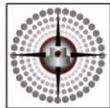
Xti en Amazon BuyVIP es.buyvip.com
Botas Xti por 24,95 eur. También tacones, botas de agua... Sólo Hasta el domingo 4.

Quieres un Kindle gratis?
Participa en nuestro

- TWITTER



Característica



Festival de arte
y
grafitti conceptual
Ibarra
Ver mapa

23 / 09 / 2013
10:00am A 22:00pm

Asistir

Información

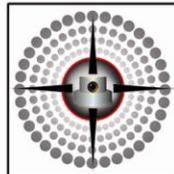
“LATITUD INERCIA”

Un punto, un lugar, un vértice, donde las expresiones urbanas se encuentran por sí mismas, (street art - body paint - performance -malabares) “LATITUD INERCIA” el movimiento resultado de un movimiento anterior, gracias a esto se produce el nombre, como un efecto de varios factores que tienden a llegar a un punto como consecuencia final, las “artes urbanas”

Evento Festival de arte y grafitti conceptual

Evento Actual

Evento Pasado



Festival de arte y grafitti conceptual
23 / 09 / 2013 -10:00am A 22:00pm

Asistir

Ibarra | Ver mapa

LATITUD INERCIA

Un punto - Un lugar

el movimiento resultado de un movimiento anterior.

Facebook

Twitter

Resultados de la búsqueda:

#shakespeare



nicolecupo RT
@YUNOSHAKESPEARE:
REAL LIFE VILLAINS, Y
U NO EVER "EXIT
PURSUED BY A BEAR"?
#AWINTERSTALE
#SHAKESPEARE



davidmwald Wouldn't It
Be Cool if
#Shakespeare Wasn't
Shakespeare?:
<http://t.co/7gJTRMTI>. A
look at the claims in
#Anonymous.



DreLynnJoan RT
@EDSITEment: All our
#Shakespeare Lesson

- Pautaje y rotación de video publicitario en canales y redes sociales.



- Creación de jingle y spot oficial –Expectativa 1

CARACTERÍSTICAS:

- **TÍTULO DEL PROYECTO:** *LATITUD INERCIA*
- **TEMA:** LATITUD INERCIA “festival de arte y graffiti conceptual”
- **Duración:** 12seg.

STORYBOARD

PLANO	ÍNDICE TÉCNICO	ÁNGULO	MOVIMIENTO DE CÁMARA	VIDEO	IMAGEN	SONIDO VOZ EN OFF	MÚSICA EFECTOS
1	P. G. A P. D.	FRONTAL	TRAVELLING SEGUIMIENTO A PLANO DETALLE		SEGUIMIENTO DEL MURO , INGRESA WRITER ARTISTA Y ENFOQUE DETALLE.	VOZ EN OFF: AHORA ...!	MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.
2	P. G.	LATERAL	TRAVELLING LATERAL		SECUENCIA RÁPIDA DE VIDEOS (ARTISTAS EN ACCIÓN) WRITER	EN IBARRA ... UN PUNTO... UN LUGAR...	MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.
3	P. M.	LATERAL	AVANCE		SECUENCIA RÁPIDA DE VIDEOS (ARTISTAS EN ACCIÓN) WRITER	GRAFITTI...	MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.
4	P. D.	FRONTAL	ESTÁTICO		SECUENCIA RÁPIDA DE VIDEOS (ARTISTAS EN ACCIÓN) BODY PAINT	BODY PAINT...	MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.
5	P. M. R.	PLANO REFERENCIA	TRAVELLING CIRCULAR		SECUENCIA RÁPIDA DE VIDEOS (ARTISTAS EN ACCIÓN) BODY PAINT		MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.

SELECCIÓN	ÍNDICE TÉCNICO	ÁNGULO	MOVIMIENTO DE CÁMARA	VIDEO	IMAGEN	SONIDO	MÚSICA EFECTOS
6	P. D.	FRONTAL	ESTÁTICO		SECUENCIA RÁPIDA DE VIDEOS (ARTISTAS EN ACCIÓN) TATTO	TATTO	MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.
7	P. M.	FRONTAL	TRAVELLING CIRCULAR		SECUENCIA RÁPIDA DE VIDEOS (ARTISTAS EN ACCIÓN) TATTO		MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.
8	P. G.	FRONTAL	TRAVELLING RETRO SESO		SECUENCIA RÁPIDA DE VIDEOS (ARTISTAS EN ACCIÓN) PERFORMANCE	PERFORMANCE...	MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.
9	P. G.	FRONTAL	TRAVELLING CIRCULAR AÉREO		SECUENCIA RÁPIDA DE VIDEOS (ARTISTAS EN ACCIÓN) PERFORMANCE	LA MEJOR CARTELERA.	MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.
10	P. G.		ESTÁTICO		PRESENTACIÓN DE LAS BANDAS MOVIMIENTO "MOVIMIENTO VERTICAL"	LECTURA DE BANDAS...	MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.

PLANO	ÍNDICE TÉCNICO	ÁNGULO	MOVIMIENTO DE CÁMARA	VIDEO	IMAGEN	SONIDO	MÚSICA EFECTOS
11	P. D.		ANIMACIÓN		PRESENTACIÓN DE LA IMAGEN DEL FESTIVAL A TRAVEZ DE ANIMACIÓN DE LOS ELEMENTOS.	LATITUD INERCIA PRIMER FESTIVAL DE ARTE Y GRAFITTI CONCEPTUAL	MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.
12	P. M.		ANIMACIÓN		ANIMACION FINAL.	SEPTIEMBRE 23... NO FALTES... TE ESPERAMOS...	MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.

FASE 2:

- Pautaje Spot publicitario en radios locales de mayor acogida juvenil. (RADIO EXA - 40 PRINCIPALES)



GUIÓN PARA CUÑA DE RADIO

Indicación: la pieza se expone a continuación. Así como la creación conceptual estratégica, están expuestos posteriormente.

VOCES PARA LA CUÑA

Locutores: voz joven (25-30 años) masculina con tono alegre, lectura ágil.

MÚSICA PARA LA CUÑA

Mexamafia-Vandalismo Puro

La música debe tener gran relación con el ambiente urbano por lo que tiene que tener las siguientes características: armonía concordante y volumen medio. Mi propuesta es la de una música urbana de acorde a la temática. Es importante que la selección sea de música solamente urbana o un idioma que no sea el español, a fin de que no se sature el sonido de la cuña y que toda la atención recaiga en el locutor.

CUÑA

(Inicio de la música de 6 a 18 seg).

Locutor 1: Lo mejor de Ecuador ahora en Ibarra.

Locutor 2: “LATITUD INERCIA” primer festival nacional de arte y grafiti conceptual.

MUSICA: coro canción

Locutor 1: En escena: (lista de bandas)

Locutor 2: writer invitados y además: tatto - Body paint - performance y malabares en vivo.

MUSICA: continúa coro

Locutor 1: fecha y hora

FRASE FINAL:

Locutor 2: no faltes! apoya la cultura.

Condicionante:

Espacio publicitario de 20 segundos.

El nombre de la cuña es “latitud inercia”.

Auspiciantes:

- Ministerio de cultura.
- Universidad técnica del norte.
- Coca cola.
- Pilsener.
- Gama color.
- UFO TATTO.
- Radio EXA.
- UTV CANAL UNIVERCITARIO
- TVN CANAL

6.6.2 FORMATO DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN CULTURAL DEL MINISTERIO DE CULTURA

INTRODUCCIÓN:

Esta clase de formato fue tomado directamente del Ministerio de Cultura del Ecuador es caracterizado y adecuado para los fines y objetivos estratégicos culturales que tiene este proyecto plantea en su realización, uniendo esfuerzos por medio de la participación ciudadana y la inversión ministerial, privada e institucional.

Logrando a los objetivos propuestos de este proyecto en el cual tomando en cuenta que el apoyo ministerial y gubernamental sería uno de los pilares básicos para la formación de este festival y para la continuidad y mejoramiento del mismo.

PROYECTO DE INVERSIÓN CULTURAL MINISTERIO DE CULTURA

“LATITUD INERCIA”

En la ciudad de Ibarra provincia de IMBABURA parte de la Región 1, es evidente la falta de festivales nacionales culturales de arte contemporáneo urbano impidiendo su promoción y la concientización ciudadana dentro de estos temas, así apoyando la creación y puesta en marcha de planes, programas, festivales, proyectos y actividades culturales que favorezcan a esta cultura, fortalecimiento nuestra conciencia e identidad social.

Esta carencia de festivales como este provoca la no integración del graffiti e inserción en los procesos y desarrollo de proyectos de vida individuales y colectivos. Esto dificulta el fácil acceso a espacios para esta expresión artística, a la formación y capacitación para desempeñar una profesión como medio de vida, utilizando las humanidades y el arte como una herramienta de integración social dentro de la sociedad.

El propósito del “LATITUD INERCIA” es convertirse en un FESTIVAL NACIONAL DE ARTE Y GRAFITI CONCEPTUAL de encuentro, de participación, de creación y de piezas de arte individual y colectiva. Es un ámbito de integración de los espacios públicos para la práctica del graffiti y socializando todo lo que este involucra, asumiendo la responsabilidad de la coordinación y planificación, optimización y mejora de esta clase de eventos, con buenos talentos y recursos humanos, técnicos y financieros que permitan a futuro la elaboración y presentación de proyectos auto sustentables y auto sostenibles para este tipo de expresiones.

A partir de “LATITUD INERCIA” se producirán transformaciones sociales que posibilitaran profundos cambios socioculturales. Estos, favorecen en la mejor integración del graffiti en nuestro medio. “LATITUD INERCIA” es un proyecto convocará a los mejores exponentes del graffiti, adolescentes, jóvenes, adultos con ganas de apoyar la cultura y su expresión en sus diferentes ámbitos, y ramificaciones. Aquí las personas se apropiarán de estos espacios y encontrarán más posibilidades de desarrollar su identidad y de concretar proyectos de vida.

La gran importancia de este proyecto se basa en objetivos ya planteados anteriormente y en el gran potencial artístico existente en nuestro medio y porque no decir nuestro país; logrando un mejor acceso a las culturas, humanidades y artes; oferta de formación y capacitación en gestión cultural; acceso e información sobre temas relacionados al “Street art”; promocionarlo de manera correcta esta cultura; lograremos un intercambio de contenidos y experiencias con los otros artistas ciudades y porque no decir países.

El proyecto en su primera fase tiene una demanda efectiva de 5000 dólares personas beneficiarios todos los habitantes de IBARRA, directa e indirectamente, ya que mejorara la calidad de vida, la tolerancia al mismo a esta clase de expresión con y muchos beneficios y objetivos a largo plazo.

Los objetivos específicos de “LATITUD INERCIA” son: Integrar al graffiti en los espacios públicos posesionándolo como un medio de expresión contemporánea mejorando la imagen del artista como la estética urbana generando eventos de mejor calidad y de gran aporte para la ciudad.

El costo total de es de US/ 10.000 dólares (Ministerio de Cultura del Ecuador Gobierno Municipal de Ibarra. La implementación de eventos como este abre la brecha cultural, elitista, de exclusión de los actores culturales que practican este tipo de expresión en Ibarra y el país.

RESUMEN EJECUTIVO
Datos Generales del Proyecto

1.1 Nombre del Proyecto

LATITUD INERCIA “FESTIVAL NACIONAL DE ARTE CONTEMPORANEO Y GRAFITTI CONCEPTUAL”

1.2 Unidad Ejecutora

Ministerio de Cultura - Gobierno Municipal de Ibarra – inversión privada.

1.3 Localización

Región 1, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Yacucalle.

1.4 Plazo de Ejecución

Julio 2013-Marzo 2014

1.5 Monto

US/ 5.000dólares (Ministerio de Cultura - Gobierno Municipal de Ibarra)

2. Diagnóstico del Problema o Necesidad

2.1 Identificación del problema o necesidad

En la ciudad, de Ibarra territorio de la región 1 capital de Imbabura, es evidente la falta de apoyo a eventos culturales urbanos lo que impide la promoción adecuada de varios ámbitos relacionados con el “Street art” alentando así la participación ciudadana y la puesta en marcha de planes, programas, proyectos y actividades culturales que favorezcan la construcción, fortalecimiento de una identidad social urbana. Esta carencia replica en la falta de espacios públicos para la práctica y desarrollo de proyectos de vida individuales y colectivos. Esto imposibilita el acceso a la educación artística, a la formación y capacitación para

desempeñar una profesión como medio de vida, utilizando las humanidades y el arte como una herramienta de integración socio cultural.

El débil proceso de reafirmación cultural, estima y tolerancia hacia estas formas de expresión, que tiene su origen en la reducido número de individuos en función del aprovechamiento sostenible y sustentable de los recursos socioculturales, configura la inexistencia de procesos y mecanismos participativos que dinamicen la gestión cultural hacia estas formas de expresión cultural urbana.

El reducido conocimiento sobre la realidad cultural que encierra el “Street art” da como resultado irrupciones exógenas que estableciendo relaciones de dominación política, socioeconómica y cultural constituyendo un factor importante para, un estado de exclusión, marginación y desigualdad hacia el “Street art” que viene del reducido apoyo organización y participación cultural.

El siguiente cuadro presenta la problemática de cultura existente en la ciudad de Ibarra:

PROBLEMA	CAUSA	EFEECTO	RESULTADO
Pocos eventos sin un enfoque de inserción cultural hacia el “Street art” como arte contemporáneo.	Desconocimiento popular sobre todo lo relacionado con el grafiti “Street art”	Débil proceso de socialización del Street art y todas sus tendencias urbanas	Exclusión, marginación y etiquetado sobre estas formas de expresión artística urbana contemporáneas en la ciudad.
Escasa difusión de las diferentes manifestaciones existentes en la cultura urbana.	Poco interés hacia festivales urbanos relacionados con el grafiti.	Poco reconocimiento a autores de estas formas de expresión.	Poca oferta y demanda en la formación de profesionales en este campo de acción
Poca valoración de	Mal concepto	Distorsión y	Incomprensión e intolerancia

la cultura urbana en el proceso de desarrollo urbano.	social sobre lo que significa la cultura urbana.	mala interpretación del grafiti	hacia estas formas de expresión urbanas
Limitado acceso a espacios públicos para la práctica de esta forma de expresión urbana.	Falta de condiciones adecuadas para la práctica de estas expresiones urbanas.	Falta de apoyo de parte de las autoridades para el desarrollo de esta cultura.	Falta de eventos y festivales urbanos al aire libre que promuevan la cultura y su debido desarrollo estratégico sostenible.

La problemática descrita muestra un débil proceso de inserción para el conocimiento, de estas formas de expresión urbanas. Se describe como la poca difusión, apoyo y desarrollo de esta forma de arte urbano contemporáneo en medio de su filosofía, cultura, arte; La invisibilización y poca participación de actores culturales y sus autoridades.

El no implementar “LATITUD INERCIA” ahonda las desigualdades culturales que fortalecen el enfoque “excluyente” de marginación y etiquetado sobre estas formas de expresión artística urbana contemporáneas en la ciudad.

Los beneficios que aportaría “LATITUD INERCIA” es ser un espacio donde la población Ibarreña se beneficiaría y desarrollará su acción cultural filosófica e intelectual. Tiene el propósito de convertirse en un festival nacional de “Street art” el lugar de encuentro, de los mejores exponentes de estas formas de expresión contemporánea.

Además de la participación, creación y proyección individual y colectiva. Es un ámbito de integración social del grafiti como medio de expresión contemporánea en de participación institucional, pública y privada. Administrado por sus autores y comunidad, asumiendo la responsabilidad de optimizar el talento humano, técnico y financiero que

permiten la elaboración y presentación de proyectos auto sustentables y auto sostenibles a futuro.

A partir de “LATITUD INERCIA” se producirán transformaciones culturales que posibilitan procesos sustentables de cambio sociocultural. Estos, a su vez, favorecen el apuntalamiento de una práctica real de los derechos individuales y colectivos de las personas, significa entonces que sus autores tendrán la oportunidad de potenciar su talento su imagen en la ciudad y provincia y país.

“LATITUD INERCIA” convocará a, adolescentes, jóvenes, y adultos con ganas de organizarse, participar y apoyar la cultura urbana y “Street art”, donde la combinación del arte, la educación no formal y la organización social son posibles. Las personas artistas y público en general se apropiarán y empoderarán de este espacio y encontrarán más posibilidades de desarrollar su identidad y de concretar proyectos de vida.

Siendo este un eje de acción y de articulación cultural, “LATITUD INERCIA” estará en la capacidad de desarrollar “Proyectos de Gestión y Manejo cultural” administrando contenidos que posibiliten alimentar la Cultural dentro de la ciudad Provincia y país, desde lo local, basada en el protagonismo de sus participantes identificados e interesados en participar en el proyecto de acuerdo a las políticas culturales del Ministerio de Cultura, con el apoyo del Gobierno y Municipio.

2.2 Línea Base del Proyecto

Partimos teniendo como línea de base el **Sumak Kawsay (LA VIDA EN PLENITUD)** discurso político de los movimientos indígenas del continente. Especialmente de “Bolivia y Ecuador” proyecto político e histórico. Que es traducido como el “BUEN VIVIR”. En la cual propone un estado plurinacional y una sociedad intercultural declara la cultura como

política de Estado lo que permite priorizar institucionalmente la creación de eventos Interculturales. Comunitarios como espacios destinados a recuperar la integridad de una cultura fragmentada, desarticulada e inestable. Su tarea será devolver la coherencia de su ejercicio, de manera que el impulso y fomento a las actividades culturales no sea elitista, sino también de propuestas creadas desde niveles más populares y con una visión más cotidiana e intercultural.

La gestión cultural requiere del impulso de los procesos creativos, de manera que la práctica de las expresiones artísticas apunte al desarrollo de una gestión adecuada y suficiente, que permita la democratización de los bienes y servicios culturales.

En la ciudad, de Ibarra territorio de la región 1 capital de Imbabura, es evidente la falta de apoyo a eventos culturales urbanos de buena calidad lo que impide la promoción adecuada de varios ámbitos relacionados con el "Street art" alentando así la participación ciudadana y la puesta en marcha de planes, programas, proyectos y actividades culturales que favorezcan el desarrollo y construcción, fortalecimiento de una identidad social artístico cultural urbana en la ciudad y porque no el país.

La característica es que la población beneficiaria de este proyecto, es la población de Ibarra; con 131.856 habitantes de acuerdo al último censo nacional Censo de Población nacional dentro en la provincia de Imbabura con 398.244, habitantes, que representan el 2.7% de la población total del país, Con "LATITUD INERCIA", se genera el espacio adecuado para la integración de esta forma de expresión urbana contemporánea que en la historia del país ha sido excluida.

El "STREET ART" es un gran potencial a ser practicado de forma muy diversa, en la sociedad, que constituye una fortaleza del sector, oportunidad y una estrategia para difundir el talento artístico existente y ser fuente de cultura e ingreso a los pobladores. De aquí la posibilidad de

formar proyectos autosustentables a largo plazo en este campo artístico cultural y por lo tanto en la ciudad. "LATITUD INERCIA" quiere formar parte del ministerio de cultura, conformado por Municipio y la empresa privada, constituida mediante identidad y personería jurídica de derecho público al amparo de la Constitución y las leyes de la República; tiene como objeto desarrollar acciones tendientes a garantizar el mejoramiento de la cultura urbana y expresiones artísticas contemporáneas mejorando la vida de la población del respectivo cantón, mediante la consecución de los fines propuestos.

Gestionando planes, programas y proyectos comunes en esta área: Generando desarrollo Comunitario, Cultural y Social, Económico, y otros. Unificando los esfuerzos de las Entidades Asociadas, a favor de mejorar la calidad de eventos relacionados con el "Street art" mediante la planificación, coordinación, cooperación, ejecución y gestión para captar recursos económicos de entidades públicas y privadas, gubernamentales y no gubernamentales, que permitan alcanzar el desarrollo sustentable de estas formas de expresión contemporáneas. El proyecto ojo urbano es el referente para la integración, social del grafiti en los espacios públicos como medio de expresión contemporánea además de formación, capacitación, acceso al arte a la información sobre temas de coyuntura. Generando gran intercambio de contenidos y experiencias con los otros artistas urbanos de otras ciudades y países generando gran beneficio.

Espacios artísticos a desarrollarse de expresiones culturales.

La composición de "LATITUD INERCIA" implica tener una capacidad para habilitar espacios para el desarrollo de:

- Expresiones culturales y artes escénicas como:
 - Street art
 - Música en vivo
 - Performance

- Body paint
- Tatto.
- Malabares
- Premiación

Las actividades propuestas a desarrollarse en “LATITUD INERCIA”.

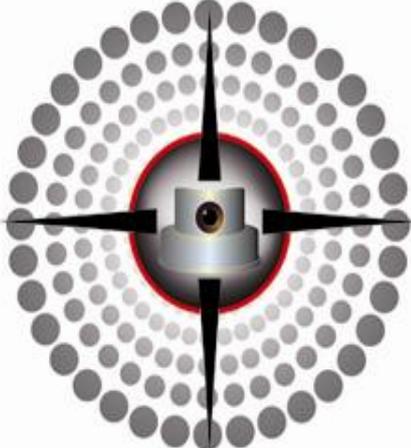
Las actividades que se desarrollarán en “LATITUD INERCIA” son de variados ámbitos artísticos culturales, entre los que se pueden enumerar:

- Grafiti en vivo por parte de writer´s.
- Música en vivo por parte de artistas y bandas invitadas.
- Premiación a los tres mejores grafitis.
- Ubicación de instalaciones.
- Performance.
- Body paint “en vivo”.
- Tatto en vivo.
- Malabares.

La gestión del proyecto “LATITUD INERCIA”.

Las actividades se desarrollarán a través de este festival contara con la respectiva legalización de “LATITUD INERCIA” como una marca de servicios la cual constará con su respectivo representante legal, para este caso contamos con el IEPI Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, el cual nos proporciona el siguiente formulario:

INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL IEPI
FORMATO UNICO DE REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS

1 N°. de Solicitud		2 Fecha de Presentación	
		DIA/ MES / AÑO	
3 Denominación del Signo			
LOGOTIPO			
4 Naturaleza del signo		5 Tipo de signo	
Denominativo		Marca de Producto	
Figurativo	X	Marca de Servicios	
Mixto		Nombre Comercial	
Tridimensional		Lema Comercial	
Sonoro		Indica Geog/denominación origen	
Olfativo		Apariencia Distintiva	
Táctil		Marca Colectiva	
		Marca de Certificación	
		Rótulo Enseña	
6 Identificación del(os) solicitante(s)			
Nombre(s):	Henry Miguel Zurita Angulo		
Dirección:	Juan Francisco Bonilla 19-36 y Eugenio Espejo		
Ciudad:	Ibarra	E-mail:	henryzurita511@gmail.com
Teléfonos:	062 644 349	Fax:	
Nacionalidad del Signo:	ECUATORIANA		
Nacionalidad del Solicitante:	ECUATORINO		
7 Quien(es) actúa(n) a través de			
Representante	O		
Nombre:	Henry Miguel Zurita Angulo		
Dirección:	Juan Francisco Bonilla 19-36 y Eugenio Espejo		
Teléfono:	62644349	E-mail:	henryzurita511@gmail.com
Registro de poder N°:		Fax:	
8 Interés real para oposición Andina Art.- 147 - Decisión 486 CAN (llenar solo de ser el caso)			
Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real en el Expediente N°.			
9 Espacio reservado para la reproducción del signo mixto o figurativo (*)		10 Descripción clara y completa del signo	
 <p align="center">*Clasificación del elemento figurativo</p>		<p>LATITUD INERCIA: Latitud se refiere a un punto a un lugar o un vértice, donde algunas cosas se encuentran por sí mismas, es decir aquí viene el concepto de inercia de que el movimiento es resultado de un movimiento anterior,, gracias a esto se produce el nombre, como un efecto de varios factores que tienden a llegar a un punto como consecuencia final, las "artes urbanas contemporáneas" Entre otras cosas simboliza los cuatro puntos cardinales y la forma de transmisión y percepción de este tipo de artes urbanas contemporáneas a través del ojo "visualmente".</p> <p>Partiendo de este concepto "latitud inercia" es un festival cultural que plantea socializar estas claves de expresiones y culturas a través de la organización de eventos urbanos de este tipo por medio de una perspectiva ACTUAL lo que hoy en día involucra el graffiti junto a las artes visuales urbanas y todas sus formas de expresión contemporáneas.</p>	
		11 Enumeración detallada de los productos, servicios o actividades	

1. Apoyo a la cultura urbana, realización de eventos específicos para estas clases de expresiones urbanas con fines culturales sociales.

12 Clasificación Internacional N°.					
13 Signo que acompaña al lema comercial					
Denominación					
Registro N°		Año	Hora	Vigente hasta	
Solicitud N°			Fecha y Año		
Clase Internacional de la solicitud o registro al que acompaña al lema comercial					
14 Prioridad					
Solicitud N°:		Fecha:	/ /	País:	
15 Abogado patrocinador					
Nombre:					
Casillero IEPI:	Quito	Guayaquil	Cuenca	Casillero Judicial:	
16 Anexos					
<input type="checkbox"/> Comprobante pago tasa N° _____ <input type="checkbox"/> 8 etiquetas en papel adhesivo 5x5 c. m. <input type="checkbox"/> Copia cédula ciudadanía para personas naturales <input type="checkbox"/> Copia de la primera solicitud si se reivindica prioridad <input type="checkbox"/> Poder <input type="checkbox"/> Nombramiento de representante legal <input type="checkbox"/> Reglamento de uso, (marcas de certificación, colectivas) <input type="checkbox"/> Designación de zona geográfica, (indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Reseña de calidades, reputación y características de los productos (indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Documento en el que se demuestre el legítimo interés, (indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Copia de estatutos de solicitante, (marcas colectivas, certificación, indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Lista de integrantes, (marcas colectivas o de certificación)					
17			18		
Firma Solicitante (s)			Abogado patrocinador		
			Matrícula:		
			E-mail:		

Los campos en los que se usen fechas, deberán especificarse en dd/mm/aaaa

Formato único, PROHIBIDA SU ALTERACIÓN O MODIFICACIÓN

En caso de alterarse o modificarse este FORMATO, no se aceptará a trámite la solicitud

Tabla de tasa de valores. (IEPI)

CONCEPTO		TASAS DÓLARES
PROPIEDAD INDUSTRIAL		
SIGNOS DISTINTIVOS		
SOLICITUDES		
Trámite de solicitudes de registro, inscripción o concesión de derechos de marcas, nombre comercial, lema comercial, apariencias distintivas		116
Trámite de solicitudes de registro, inscripción o concesión de derechos de marcas colectivas, marcas de certificación		252
Trámite de solicitudes de registro, inscripción o concesión de derechos de marca tridimensional		336
Trámite de solicitudes de registro, inscripción o concesión de derechos de denominación de origen		228
Inspecciones realizadas por el IEPI para el reconocimiento del lugar, previo a la emisión de la autorización de denominación de origen ecuatoriana		76-784
Trámite de reconocimiento de denominación de origen extranjera		228
Informe de búsqueda general de signos distintivos		16
Informe de búsqueda especial con base en cualquiera de los siguientes criterios: titular, clase internacional, año de registro y solicitudes en trámite en determinado período (por cada signo distintivo encontrado)		2
Trámite de solicitud de reconocimiento de marca notoria		3000-10000
CERTIFICADOS		
Certificado de autorización de denominación de origen ecuatoriana		32
Otorgamiento de autorización de uso y explotación de denominación de origen ecuatoriana		40
RENOVACIONES DEL REGISTRO		
Trámite de solicitud de renovación de signos distintivos, lema comercial, apariencias distintivas,		116
Trámite de solicitud de renovación de autorización de uso y explotación de denominación de origen ecuatoriana		40
Trámite de solicitud de emisión de certificado de renovación de autorización de uso y explotación de denominación de origen ecuatoriana		32
Trámite de solicitud de renovación de reconocimiento de marca notoria		3000-10000
MODIFICACIONES AL REGISTRO		
Trámites de modificaciones relacionadas con signos distintivos, nombre comercial, lema comercial, apariencias distintivas (cambios de nombre, transferencias, limitaciones de productos o servicios, cambio de domicilio)		56
INSCRIPCIÓN DE CONTRATOS		
Inscripción de contratos de prenda comercial y licencia de uso de signos distintivos, nombre comercial, lema comercial, apariencias distintivas		40
INSPECCIONES Y TUTELAS ADMINISTRATIVAS		
Trámite de acciones para el ejercicio de la tutela administrativa de signos distintivos		116
Inspecciones realizadas por el IEPI para el ejercicio de la tutela administrativa y para el reconocimiento del lugar, previo a la emisión de la autorización de denominación de origen ecuatoriana		76-784

En este caso nos enmarcaríamos en:

- Tramite de solicitudes de registro, inscripción o concesión de derechos de marcas, nombre comercial, lema comercial, apariencias distintivas que tendría un valor de \$116 dólares.

Caracterización de la población objetivo (Beneficiarios)

Los datos encontrados, permiten inferir que desde la década de los noventa se ha producido una fuerte explosión en el resurgimiento de nuevas identidades y culturales juveniles en nuestro país, en la forma de “nuevas modalidades de arte urbano contemporáneo” y nuevas identidades sociales caracterizadas por la flexibilidad en su estructura, su carácter efímero, un divorcio con la institucionalidad y con la formalidad de las estructuras sociales tradicionales por el carácter local en su ámbito de expresión.

Pero al apareamiento de estas nuevas identidades juveniles, como expresión de los derechos culturales de este grupo etéreo, se enfrenta al recelo y al rechazo etiquetado y estigmatización de una visión adulto-centrista mayoritaria de la sociedad ecuatoriana que ven a los jóvenes autores de estas formas de expresión como violentos, destructivos y potenciales delincuentes.

Añade en referencia a las subjetividades de los jóvenes, tal como lo señalan algunos expertos: “El discurso social ha generado la negación de espacios heterogéneos, ya sea por sus fchas y ritmos musicales. Lo que existe es un conflicto imaginario. Lo que existe es un no reconocimiento, una no interlocución y socialización. Lo que existe hay que construirlo con el reconocimiento que es el punto de partida si de lo que se trata es de construir la convivencia y la sociabilidad y de responder personal e institucionalmente a sus demandas y expectativas actuales.

La problemática en el Cantón Ibarra reafirma lo señalado, respecto de los actores culturales juveniles en sus diferentes ámbitos de expresión, muestra una dispersión de acción; marcada diferencia de gestión y trabajo entre los actores culturales juveniles sector urbano y el sector rural; la sociedad sigue estigmatizando al joven; la mayoría de actores no tienen espacios de inclusión social y cultural para explotar esta clase de talento; Débil autovaloración de los actores Culturales sobre su rol en el desarrollo artístico cultural; Trabajo aislado y personalizado del actor Cultural; Poco reconocimiento del valor de los actores Culturales por parte de la sociedad y de las instituciones académicas públicas y privadas; Limitada en formación y de profesionalización de actores en este campo de acción; Escasa configuración del campo de acción del promotor y del actor cultural; condicionadas propuestas de políticas y estrategias de capacitación para actores culturales; La promoción cultural del “Street art” no es asumida como un aspecto estratégico de desarrollo; con estrategias de desarrollo cultural poco pertinentes para la profesionalización de esta clase de actores culturales. “LATITUD INERCIA” tiene como objetivo general: Promover el desarrollo cultural de la cultura urbana desde el “Street art”, anidando otras expresiones urbanas relacionadas como (tatto, Body paint, performance, malabares) basado en procesos de participación ciudadana, revitalización, difusión, formación, aprendizaje y construcción social de la sociedad de una cultura urbana.

Los objetivos específicos son:

- Integrar al grafiti en los espacios públicos urbanos existentes en la ciudad.
- Posicionar al grafiti dentro de la ciudad como un medio artístico urbano contemporáneo
- Mejorar la imagen del artista, y la estética urbana de la ciudad.
- Ofrecer verdaderas piezas de arte callejero a cargo de los artistas callejeros más destacados y que ofrezcan una alta calidad de producción de piezas gráficas.

- Mejorar la calidad de estos eventos con nuevas iniciativas adjuntando a este otras formas de arte como: (música, body paint, tatto, performance, instalaciones, malabares)
- Generar aportes muy importantes para la ciudad secundarios y muchos a futuro y a largo plazo.

Caracterización de la Población Objetivo

Cuadro No. 1
Población Cantón Ibarra

RANGOS DE EDAD	HOMBRE	MUJER	TOTAL
DE 25 A 29 AÑOS	5243	5890	11.133
DE 30 A 34 AÑOS	4552	5255	9.807
DE 35 A 39 AÑOS	4159	5004	9.163
TOTAL	13954	16149	30.103

Fuente: CENSO DE POBLACIÓN

2.3. Marco Lógico del Proyecto

Matriz del Marco Lógico

La estructura del Marco Lógico es la siguiente:

Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores Verificables Objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos (Riesgos)
FIN Impulsar la cultura urbana el Street art junto a todas sus expresiones artísticas visuales relacionadas, logrando así objetivos a largo plazo proyectos autosustentables para la ciudad	Evento Ministerio de Cultura, el Gobierno Municipal de Ibarra, actores colectivamente promover y socializar revitalizando esta clase de eventos artísticos culturales, basado en los derechos constitucionales y culturales	Publicidad del evento en los diferentes medios de comunicación redes. Realización del evento en la fecha establecida. Resultado final, aparición del espacio urbano intervenido.	Mal clima, (lluvia) en el día del evento.

Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores Verificables Objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos (Riesgos)
	individuales y colectivos.		
<p>PROPÓSITO :</p> <p>Integrar al grafiti en los espacios públicos urbanos para promover procesos y eventos de socialización del mismo como medio de expresión artística urbana contemporánea en nuestra ciudad.</p>	<p>El Ministerio de Cultura, el Gobierno Municipal de Ibarra, auspiciantes Artistas y jóvenes, que participen activamente en la construcción, adecuación, acondicionamiento del evento equipamiento de los espacios físicos para dar formar y promover esta cultura de diferentes formas de expresión urbana por medio de eventos como este.</p>	<p>Diseños y ejecución del evento "LATITUD INERCIA".</p> <p>Ejecución y legalización Convenios institucionales.</p> <p>Adecuación del espacio intervenido y resultado final</p>	
<p>ACTIVIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realización de las piezas gráficas por parte de writer en muros dispuestos para el evento. • Música en vivo por parte de bandas y artistas invitados. • Exposición de instalaciones y performance. • Exposición de body paint y tatto en vivo. • Malabares "artes circenses". • Premiación a las tres mejores piezas artísticas por parte de organizadores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Writer • Artistas • Bandas • Contratos • Expositores • Auspiciantes • Publico 	<p>Promoción en medios de comunicación y redes sociales.</p> <p>Legalización de contratos y permisos correspondientes.</p> <p>Plan de inversión, cronograma y presupuesto.</p> <p>Resultado final, aparición del espacio urbano intervenido.</p>	<p>Fallas técnicas en la amplificación.</p> <p>Mala ejecución del cronograma de actividades evento.</p> <p>Eventos inesperados e imprevistos.</p>

	señalización vial.																		
3.implementacion del festiva " DIA FINAL"	3.1 Presentación inauguración e inicio del festival.					X													
	3.2. Realización de piezas graficas en muros de la locación.					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			
	3.3. Música en vivo por parte de bandas y artistas invitados.					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
	3.4. Exposición de instalaciones y performance.					X	X	X	X	X	X	X	X						
	3.5. Exposición de body paint y tatto					X	X	X	X	X	X	X	X						
	3.6. Malabares (artes circenses)					X	X	X	X	X	X	X	X						
	3.7. Premios e incentivos a las 3 mejores piezas graficas																X	X	
	3.7. Conclusión y cese del festival																	X	X

Cronograma Valorado Presupuesto Detallado, fuentes de Financiamiento

DETALLE		FINANCIAMIENTO POR UNIDAD				
COMPONENTES		COSTO EN DOLARES	PRESUPUESTO TOTAL DOLARES	MINISTERIO DE CULTURA	PROPIO	AUSPICIANTES
RIDER TECNICO	"AMPLIFICACION AUDIO Y SONIDO"	3000	3000	100%	0.00%	0.00%
CONTRATOS	"CONTRATO CIVIL DE PRESTACION DE SERVICIOS PROFECIONALES"	2000	2000	0.50%	0.00%	0.50%
PUBLICIDAD DEL EVENTO	"CUÑAS – SPOTS AFICHES – VOLANTES "	2500	2500	0.50%	0.00%	0.50%
PERMISOS	S.N.G.R INTENDENCIA DE POLICIA MUNICIPIO BOMBEROS SAYCE	S/N	S/N	100%	0.00%	0.00%
"WRITER INVITADOS"	VIATICOS	500	500		100%	0.00%
CERCO DE SEGURIDAD EN MUROS A PINTAR	CERCADO DEL ESPACIO A UTILIZARSE EN LOS MUROS	500	500	100%		
PREMIOS E INCENTIVOS	PRIMER LUGAR SEGUNDO LUGAR TERCERO LUGAR	300 200 100			100%	0.00%

PERMISOS CORRESPONDIENTES

Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos:

**PLAN DE CONTINGENCIAS PARA EVENTOS DE CONCENTRACIÓN
MASIVA DE PERSONAS EN ESPACIOS ABIERTOS O CERRADOS.**

1.- DATOS DEL EVENTO

Nombre del evento: "LATITUD INERCIA" (festival nacional de arte y graffiti conceptual)

Nombre del Local donde se realizara el evento: ESPACIO PUBLICO "zona abierta"

Fecha del evento: Septiembre - 23- 2013

Promotor Responsable: LATITUD INERCIA - MINISTERIO DE CULTURA

Numero de Cedula: 100321817-7.

Número del Promotor Responsable: 0989-106918

Empresa Responsable de la infraestructura (escenario): AMBAR EVENTOS

Teléfono Empresa Responsable de la infraestructura (escenario): (593 2) 240.77.59

2.- COMPROMISO

Yo, **HENRY ZURITA**, portador (a) de la cédula de ciudadanía/identificación No. 100321817-7, en representación de **LATITUD INERCIA**, exhibo el presente Plan de Contingencia; y, conociendo la gravedad y las penas de perjurio, declaro bajo juramento que la información proporcionada en este documento es verídica y en caso de comprobarse falsedad en cualquiera de mis afirmaciones, me someto a las acciones legales correspondientes.

Autorizo de forma expresa la realización de inspecciones y comprobación de la información declarada o del cumplimiento de la normativa vigente y de las reglas técnicas pertinentes.

Firma:

C.C.

3.- PROGRAMA Y DESCRIPCIÓN DEL EVENTO

LATITUD INERCIA (festival de arte y grafitti conceptual) evento de 12 horas de duración más tiempo de montaje y desmontaje, contara con 3 partes:

- Grafitti en vivo, por parte de writer locales y nacionales
- Presentación de bandas de varios géneros locales y nacionales.
- Exhibición expresiones urbanas adjuntas en 7 a 8 stand ubicados en línea para la “body paint - tatto - performance y malabares”

Finalmente la respectiva premiación por parte de organizadores y auspiciantes.

4.- CRONOGRAMA ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	FECHA	HORA INICIO	HORA FIN
Montaje de escenario	09-22-2013	10:00	22:00
Pruebas de sonido	09-23-2013	09:00	10:00
Grafitti en vivo	09-23-2013	10:00	22:00
Bandas y música en vivo	09-23-2013	10:00	22:00
Exhibición expresiones urbanas adjuntas	09-23-2013	10:00	18:00
Premiación	09-23-2013	10:00	20:00
Desmontaje	09-23-2013	23:00	24:00

5.- AFOROS Y TARIMA

Ubicación de la tarima:

SECTOR	AFORO TOTAL PERMITIDO Información provista por el dueño de la infraestructura	AFORO A UTILIZAR POR VENTA	CONTROL AFORO DÍA DEL EVENTO	RESPONSABLE DEL CONTROL
Cancha				
Preferencia				
Platea				
General				
Sillas				
OTROS	Espacio publico	abierto	libre	Policía
TOTAL				

NO APLICA

6.- PLANES DE ACCIÓN

6.1 PLAN DE ACCIÓN ATENCIÓN PRE-HOSPITALARIA

Casa de Salud contratada y/o coordinado para prestar atención médica:

6.1.1 ESQUEMA ORGANIZATIVO		
TIPO	NOMBRE	TELEFONOS
Coordinador APH designado por el Organizador		
Responsable Alterno		

NO APLICA

6.1.2 PLANIFICACIÓN OPERATIVA	
DESCRIPCIÓN	CANT.
Número de puestos de socorro :	
Ubicación de los puestos de Socorros	
Número de personas por puesto de Socorro	
Número de ambulancias APH (contratadas o solicitadas a Instituciones)	
Tipo de ambulancias	

NO APLICA

6.2 PLAN DE ACCIÓN CONTRA INCENDIOS

6.2.1 ESQUEMA ORGANIZATIVO

TIPO	NOMBRE	TELEFONOS
Coordinador Contra Incendios designado por el Organizador		
Responsable Alterno		

6.2.1 CHEQUEO DE RECURSOS EN LA FASE DE MONTAJE (INDICAR LA CADUCIDAD)

EQUIPOS	PASILLOS	PUERTAS	ESCENARIO	OTROS	TOTAL
Rociadores					
Lámparas de emergencias					
Puertas de emergencias					
Gabinetes - bocas de incendios equipadas					
Detectores humo / temperatura					

NO APLICA

6.2.2 EXTINTORES

TIPO (PQS, CO2, ETC.)	CAPACIDA D	UBICACIÓN	CANTIDA D

NO APLICA

Al no existir factores de riesgo de incendios inminente, y al ser un festival de arte a realizarse en una zona abierta y al aire libre el riesgo de incendios es improbable o nulo y este punto no se lo aplicaría por el tipo de evento a realizar.

6.3 PLAN DE ACCIÓN ANTIDELINCUENCIAL Y DE SEGURIDAD

Se indicaran el nombre de las personas que tendrán la responsabilidad de brindar seguridad, su identificación, sus ubicaciones y contactos

Empresa de Seguridad Contratada: POLICIA NACIONAL

Representante legal de la Empresa de Seguridad: ECU- 911

Número de teléfono de la Empresa de Seguridad: 911 – 101

6.3.1 ESQUEMA ORGANIZATIVO PARA LA SEGURIDAD		
TIPO	NOMBRE	TELEFONOS
Coordinador para Seguridad designado por Organizador	POLICIA NACIONAL	911 -101
Responsables Alternos		

6.3.2 PERSONAL DE SEGURIDAD DEL PROMOTOR O DUEÑO DE LA INFRAESTRUCTURA			
NOMBRE	UBICACIÓN	COBERTURA	CELULAR

NO APLICA

Al ser un festival urbano a realizarse en un espacio público abierto no está ausente de cualquier clase de acto o evento delincriminal, el cual la seguridad del mismo y en el caso de que este sucediera, recomendamos y responsabilizamos de la seguridad del mismo a la policía nacional.

6.4 PLAN DE ACCIÓN PARA LA EVACUACIÓN

Se indicarán el nombre de las personas que tendrán la responsabilidad de guiar un proceso de evacuación, como se encuentran identificados, sus ubicaciones y contactos.

6.4.1 ESQUEMA ORGANIZATIVO PARA LA EVACUACION		
TIPO	NOMBRE	TELEFONOS
Coordinador para la Evacuación designado por el organizador.		
Responsables Alternos		

6.4.2			
TIPO	DESCRIPCIÓN	NUMERO	UBICACION
SIRENAS			
LUCES DE EMERGENCIA			
SEÑALETICA			
RUTAS IDENTIFICADAS			
PULSADORES			
MATERIAL DE INFORMACIÓN			
MEGAFONO			

NO APLICA

6.4.3 PERSONAL MONITORES DE EVACUACIÓN			
NOMBRE	UBICACIÓN	COBERTURA	CELULAR

NO APLICA

Describir brevemente las acciones que tomaran en caso de evacuación así como indicar cuál será el punto de encuentro.

Al ser un festival urbano a realizarse en un espacio público abierto no necesitaría de acciones de aplicación de un plan de evacuación, ya que esto se aplica más en espacios cerrados y en este caso hablamos de un espacio público abierto.

7:- ANEXOS (CROQUIS DEL EVENTO)

Revisado el presente plan de contingencia del Evento **LATITUD INERCIA** Organizado por **HENRY ZURITA**, a realizarse el día **23 de septiembre del 2013** a partir de las **10:00 a 22:00** se valida el mismo con las siguientes recomendaciones.

Realizar un croquis del evento donde se evidencie Puesto de Socorro, ubicación de Ambulancias, Bomberos (Unidades, extintores y/o gabinetes contra incendios), Rutas de Escape, Sitios de Encuentro, Seguridad privada, Policía Nacional, Policía Municipal (guardia ciudadana)

RECOMENDACIONES GENERALES

RECOMENDACIONES DE USO ESPACIO PÚBLICO

PLAN DE CONTROL DEL ESPACIO PÚBLICO

PERSONAL Y LOGÍSTICAS A EMPLEARSE			
PERSONAL POLICIAL MUNICIPAL		LOGÍSTICAS	
CARGO	NUMÉRICO	RECURSO	CANTIDAD
Inspectores	0	Winchas	0
Subinspectores	0	Canteros	0
Policías	0	Camionetas	0
Conductores	0	Motos	0
Motorizados	0	Radios Portátiles	0
TOTAL	0	Vallas	0

1.7.1. DISTRIBUCIÓN PARA EL CONTROL OPERATIVO		
SECTOR DE CONTROL	PERSONAL ASIGNADO	HORARIO

**VALIDACIÓN DEL PLAN DE CONTINGENCIAS PARA EVENTOS DE
CONCENTRACIÓN MASIVA DE PERSONAS**



Secretaría Nacional
de **Gestión de Riesgos**

DIRECCIÓN PROVINCIAL DE GESTION DE RIESGOS DE IBARRA



BENEMERITO CUERPO DE BOMBEROS DE IBARRA



POLICIA NACIONAL

CRUZ ROJA ECUATORIANA FILIAL IBARRA

NOTA:

- EN CASO DE NO CONTAR CON EL AVAL DE ALGUNA DE LAS INSTITUCIONES ESTE PLAN NO TIENE VALIDEZ.
- SI EL CASO LO AMERITA LAS INSTITUCIONES ARRIBA INDICADAS PUEDEN REALIZAR LA INSPECCIÓN DEL EVENTO Y/O LUGAR Y EN CASO DE NO CUMPLIR CON LO ESTIPULADO EN EL PLAN DE CONTINGENCIA Y/O RECOMENDACIONES INDICADAS EN CONJUNTO CON LA INTENDENCIA SE CLAUSURARA EL EVENTO.

- ESTE DOCUMENTO NO GARANTIZA LA OTORGACIÓN DEL PERMISO POR PARTE DEL MUNICIPIO.

PERMISO BOMBEROS

EVENTOS ARTISTICOS:

- Solicitud en papel valorado del municipio.
- Copia del RUC.
- Plan de contingencia / o auto protección (deberá estar aprobado por gestión de riesgos.
- Informe técnico bomberil
- Copia de la factura de pago (pagar en rentas en municipio con un recibo que se lo entrega en bomberos).
- Número de entradas.
- El certificado será en papel valorado del municipio (valor \$ 1.00)

NOTA: en el caso de contar directamente con el apoyo municipal y ministerial el permiso de bomberos no tendría costo alguno. En el caso contrario el valor del permiso oscilaría entre unos 30 a 40 dólares.

TARIFAS POR REPRODUCCIÓN

SAYCE

I.- DERECHOS DE REPRODUCCIÓN

a) Por los derechos de reproducción de obras musicales, sea que el soporte se produzca en territorio nacional o se importe, se aplicará la tarifa del 12 % más IVA, sobre el precio de venta al público sin IVA de cada soporte fono mecánico fabricado, para lo cual se tomará como referencia la media del valor señalado por vendedores y detallistas en el mercado.

b) La tarifa a cobrarse por derechos de reproducción de obras administradas en formato video se tendrá en cuenta el precio de venta al

público menos el porcentaje del IVA y el costo del soporte, al valor resultante se aplicarán los siguientes porcentajes:

- Película cinematográfica 1.5 % más IVA
- Película cinematográfica musical 3 % más IVA
- Comedias musicales 4 % más IVA
- Didácticos documentales 1 % más IVA
- Científicos, microprogramas
- Realizaciones coreográficas 2 % más IVA
- Video clip 5 % más IVA
- **Show musical 6 % más IVA**

PARTICIPACIÓN CIUDADANA

La participación ciudadana, es lo fundamental para la sostenibilidad de este proyecto y se fundamenta en el empoderamiento de la comunidad hacia eventos y festivales de este tipo creada a través de sus propios actores individuales, colectivos; su contribución y participación en el proceso de construcción del festival, el equipamiento, cuidado, mantenimiento, administración del proceso y el arte final.

Integrada por voluntarios, writer, actores, coordinadores y miembros del festival especializados en las diferentes temáticas. Contando con la capacitación específica en el tema. Llevando adelante un conjunto de acciones que se planifican y ejecutan en forma global los ámbitos de integración y socialización de "OJO URBANO". Interactuando a la hora de realizar el festival.

PROCESO DE EVALUACIÓN, RENDICIÓN DE CUENTAS.

El proceso de evaluación y rendición de cuentas que se plantea para el proyecto podrá enmarcarse en las siguientes dimensiones evaluativas

llevadas a cabo por organizadores y la comunidad después de haber finalizado el festival:

- a. La efectividad en el logro de las actividades planteadas para el programa y sus efectos para la realización del propósito y finalidad.
- b. La eficiencia en la ejecución y realización de los componentes y actividades del festival “latitud inercia”
- c. La presencia de efectos a largo impacto o consecuencias previstas como inesperadas sobre la problemática en la que interviene el festival.
- d. La presencia de factores de sostenibilidad para la continuidad de festivales como este y de acuerdo a los supuestos de su finalidad y objetivos planteados.
- e. Establecer las dimensiones y niveles de evaluación de los procedimientos e instrumentos que se aplicarán. La existencia de experiencias adquiridas con el proyecto que puedan alimentar el aprendizaje institucional frente al manejo de nuevos proyectos en la vida y desarrollo del mismo.

Como parte del presente proyecto se ha previsto la realización de dos evaluaciones, la primera a realizarse en la primera fase relacionada con la construcción y ejecución del festival la infraestructura, equipamiento y dotación de implementos y materiales para la ejecución del mismo y la segunda a efectuarse al final del proyecto. La primera deberá enfocarse en el avance del logro de las metas (resultados esperados) del proyecto, conforme han sido expresadas en términos; y la segunda en términos de impacto y sostenibilidad a largo plazo.

PLAN DE SOSTENIBILIDAD

El presente festival “LATITUD INERCIA”, está articulado con una serie de esfuerzos actualmente desplegados con la sociedad civil ecuatoriana y el Estado, en el sentido de apoyar la construcción de esta cultura la

ciudadanía, adolescentes, jóvenes, adultos que aporte al fortalecimiento de la identidad y gestión cultural en sus diferentes ámbitos. Concebida en el marco de la aplicación de la Constitución de 2008, el Plan de Desarrollo Nacional, en sus ejes 7 y 8; el Plan Nacional de Cultura.

En la realización de eventos, la práctica, y la ejecución de festivales como este nos permite que la ciudadanía, “niños, niñas, adolescentes, jóvenes, mujeres, adultos mayores” en nuestra ciudad formen su propio concepto y construyan una propia cultura writer en nuestro medio, permitiéndonos que expresiones urbanas contemporáneas como estas se desarrollen con amplitud y a toda la capacidad del talento humano.

Aportando significativamente al progreso de la ciudad fundamentalmente, en el área sociocultural, ejerciendo nuestros derechos culturales, conforme se los consagra la nueva Constitución. Por lo tanto, ejercer los derechos significa acceder a servicios de cultura, salud, educación formal y no formal, alimentación y nutrición en niveles de calidad y cantidad que aseguren el desarrollo,

La propuesta del presente proyecto se sustenta en la hipótesis de que frente a las condiciones existentes actuales para expresiones urbanas como estas pero en este caso: exclusivamente el (Street art), donde sus autores son víctimas de discriminación gracias a no existir un proyecto o plan de desarrollo para estas clases de expresiones contemporáneas que permitan el desarrollo integral, de estos sectores de población. La sostenibilidad del proyecto (LATITUD INERCIA) se fundamenta en la apropiación de los espacios públicos, por medio de la participación de la comunidad, de los actores culturales por medio de voluntarios, coordinadores, participantes del evento a través de la realización y ejecución del mismo.

Llevando adelante un conjunto de acciones que se planifiquen y ejecuten en forma total e integrando al espacio público para la

socialización y práctica del grafiti como medio de expresión artística contemporánea en nuestra ciudad. Por consiguiente, el presente proyecto es una propuesta que, partiendo del reconocimiento del grafiti como expresión artística contemporánea practicado, por jóvenes y adultos, Que intenta crear condiciones adecuadas para su práctica y desempeño más eficiente, focalizándolo como un recurso artístico y turístico a nivel local por medio de una amplia participación ciudadana. Logrando la sostenibilidad del proyecto.

SOSTENIBILIDAD SOCIOCULTURAL

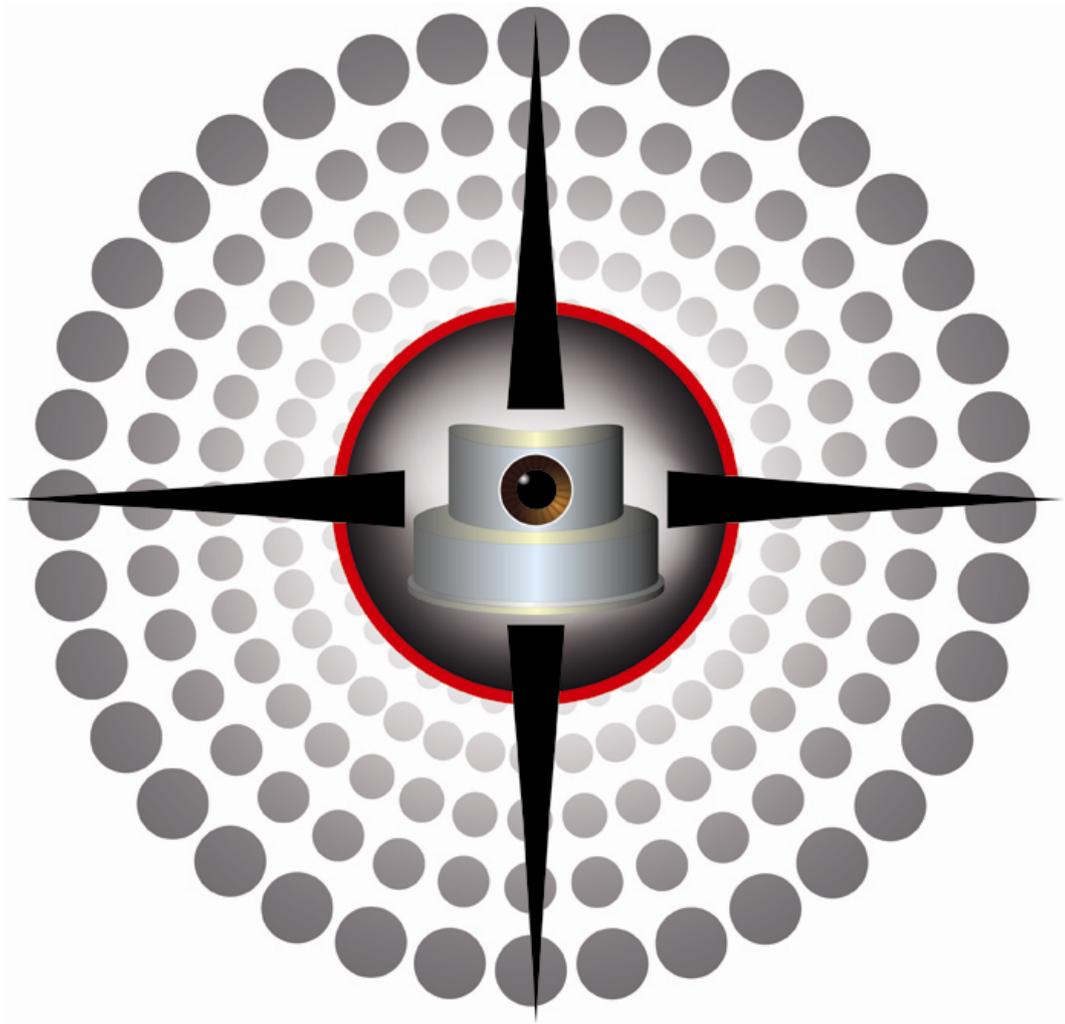
Para la gestión del presente proyecto se plantea en primera la ejecución del festival “LATITUD INERCIA” conforme el cronograma y lo planificado. Unidad de Cultura de la ciudad de Ibarra, que estaría integrada por los representantes del proyecto, un miembro del Ministerio de Cultura, un miembro del Gobierno Municipal.

Esta unidad respondería fundamentalmente en todo lo relacionado en la logística del evento, aprobación de los bocetos previos, seguimiento del festival, su ejecución y la respectiva coordinación interinstitucional previos al festival. Los componentes del proyecto serían manejados por las instancias de coordinación mencionadas, las cuales ejercerían funciones fundamentales como: representación legal del proyecto ante el Gobierno Municipal de Ibarra, Ministerio de Cultura, también en cuanto al manejo de todos los componentes y recursos; tanto económicos y de talento humano para la correcta ejecución del festival.

Por último, el proyecto contaría con la respectiva institucionalización del mismo por medio el cual se ejecuten los objetivos planteados siendo estos responsables por la Administración-Financiera y del talento humano, la promoción, viabilidad de esta clase de espacios culturales, facilitando la correcta socialización de expresiones urbanas contemporáneas como estas.

6.6.3 PRESENTACIÓN DE PIEZAS GRÁFICAS Y RECURSOS PUBLICITARIOS

- LOGO – MARCA E IMÁGEN DEL EVENTO



- **APLICACIÓN DE BTL (LUGAR DEL FESTIVAL)**

MONTAJES

ESPACIO A INTERVENIR



INTERVENCION CON (BTL)



Fuente: Henry Zurita

ESPACIO A INTERVENIR



INTERVENCION CON (BTL)



Fuente: Henry Zurita

- AFICHE



- VOLANTES



LUNES
SEPTIEMBRE 23/ 10H00
AV. TEODORO GOMEZ. FRENTE AL TERMINAL
body paint - tatto - performance - malabares

LATITUD INERCIA
FESTIVAL DE ARTE & GRAFITTI CONCEPTUAL

BANDAS INVITADAS
Cabal - Descomunal - Mortero
Jah Army - Baron samedi - Alma Rasta
Talento Urbano - Clika Chira
Crazy Soul - Imua Shen - sick Gatermo

- PUBLICIDAD EXTERIOR BANNER 80cm x200

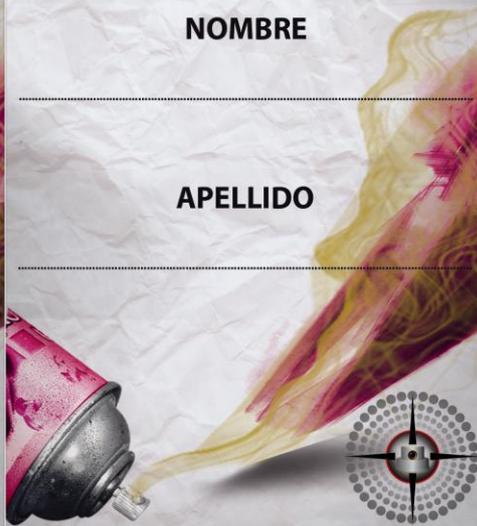


LATITUD INERCIA
FESTIVAL DE ARTE & GRAFITI CONCEPTUAL

**SI MATAR TOROS
ES UN ARTE.....
PORQUE PINTAR PAREDES...
ES UN DELITO??**



- IDENTIFICACIÓN 8CM X 13 CM: (ARTISTAS – EXPOSITORES – MÚSICOS – ORGANIZADORES).

<p>LATITUD INERCIA FESTIVAL DE ARTE & GRAFITTI CONCEPTUAL</p> <p>ORGANIZADORES</p> <p>NOMBRE</p> <hr/> <p>APELLIDO</p> <hr/> 	<p>LATITUD INERCIA FESTIVAL DE ARTE & GRAFITTI CONCEPTUAL</p> <p>ARTISTA</p> <p>NOMBRE</p> <hr/> <p>APELLIDO</p> <hr/> 
<p>LATITUD INERCIA FESTIVAL DE ARTE & GRAFITTI CONCEPTUAL</p> <p>MUSICOS</p> <p>NOMBRE</p> <hr/> <p>APELLIDO</p> <hr/> 	<p>LATITUD INERCIA FESTIVAL DE ARTE & GRAFITTI CONCEPTUAL</p> <p>EXPOSITORES</p> <p>NOMBRE</p> <hr/> <p>APELLIDO</p> <hr/> 

• JINGLE Y SPOT PUBLICITARIO – (STORYBOARD).

PLANO	ÍNDICE TÉCNICO	ÁNGULO	MOVIMIENTO DE CÁMARA	VIDEO	IMAGEN	SONIDO VOZ EN OFF	MÚSICA EFECTOS
1	P. G. A P. D.	FRONTAL	TRAVELLING SEGUIMIENTO A PLANO DETALLE		SEGUIMIENTO DEL MURO , INGRESA WRITER ARTISTA Y ENFOQUE DETALLE.	VOZ EN OFF: AHORA ...!	MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.
2	P. G.	LATERAL	TRAVELLING LATERAL		SECUENCIA RÁPIDA DE VIDEOS (ARTISTAS EN ACCIÓN) WRITER	EN IBARRA ... UN PUNTO... UN LUGAR...	MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.
3	P. M.	LATERAL	AVANCE		SECUENCIA RÁPIDA DE VIDEOS (ARTISTAS EN ACCIÓN) WRITER	GRAFITTI...	MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.
4	P. D.	FRONTAL	ESTÁTICO		SECUENCIA RÁPIDA DE VIDEOS (ARTISTAS EN ACCIÓN) BODY PAINT	BODY PAINT...	MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.
5	P. M. R.	PLANO REFERENCIA	TRAVELLING CIRCULAR		SECUENCIA RÁPIDA DE VIDEOS (ARTISTAS EN ACCIÓN) BODY PAINT		MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.

SECCIÓN	ÍNDICE TÉCNICO	ÁNGULO	MOVIMIENTO DE CÁMARA	VIDEO	IMAGEN	SONIDO	MÚSICA EFECTOS
6	P. D.	FRONTAL	ESTÁTICO		SECUENCIA RÁPIDA DE VIDEOS (ARTISTAS EN ACCIÓN) TATTO	TATTO	MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.
7	P. M.	FRONTAL	TRAVELLING CIRCULAR		SECUENCIA RÁPIDA DE VIDEOS (ARTISTAS EN ACCIÓN) TATTO		MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.
8	P. G.	FRONTAL	TRAVELLING RETRO SESO		SECUENCIA RÁPIDA DE VIDEOS (ARTISTAS EN ACCIÓN) PERFORMANCE	PERFORMANCE...	MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.
9	P. G.	FRONTAL	TRAVELLING CIRCULAR AÉREO		SECUENCIA RÁPIDA DE VIDEOS (ARTISTAS EN ACCIÓN) PERFORMANCE	LA MEJOR CARTELERA.	MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.
10	P. G.		ESTÁTICO		PRESENTACIÓN DE LAS BANDAS MOVIMIENTO "MOVIMIENTO VERTICAL"	LECTURA DE BANDAS...	MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.

VIDEO

PLANO	ÍNDICE TÉCNICO	ÁNGULO	MOVIMIENTO DE CÁMARA	VIDEO	IMAGEN	SONIDO	MÚSICA EFECTOS
11	P. D.		ANIMACIÓN		PRESENTACIÓN DE LA IMAGEN DEL FESTIVAL A TRAVEZ DE ANIMACIÓN DE LOS ELEMENTOS.	LATITUD INERCIA PRIMER FESTIVAL DE ARTE Y GRAFFITI CONCEPTUAL	MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.
12	P. M.		ANIMACIÓN		ANIMACION FINAL.	SEPTIEMBRE 23... NO FALTES... TE ESPERAMOS...	MÚSICA DE AMBIENTACIÓN.

- **CUÑA PUBLICITARIA – (GUIÓN)**

GUIÓN PARA CUÑA DE RADIO

Indicación: la pieza se expone a continuación. Así como la creación conceptual estratégica, están expuestos posteriormente.

VOCES PARA LA CUÑA

Locutores: voz joven (25-30 años) masculina con tono alegre, lectura ágil.

MÚSICA PARA LA CUÑA

Mexamáfia-Vandalismo Puro

La música debe tener gran relación con el ambiente urbano por lo que tiene que tener las siguientes características: armonía concordante y volumen medio. Mi propuesta es la de una música urbana de acorde a la temática. Es importante que la selección sea de música solamente urbana o un idioma que no sea el español, a fin de que no se sature el sonido de la cuña y que toda la atención recaiga en el locutor.

CUÑA

(Inicio de la música de 6 a 18 seg).

.

Locutor 2: “LATITUD INERCIA” primer festival nacional de arte y grafiti conceptual.

MUSICA: coro canción

Locutor 1: En escena: (lista de bandas)

Locutor 2: writer invitados y además: tatto - Body paint - performance y malabares en vivo.

MÚSICA: continúa coro

Locutor 1: Fecha y Hora

FRASE FINAL:

Locutor 2!no faltes! apoya la cultura.

Condicionante:

Espacio publicitario de 30 segundos.

El nombre de la cuña es "latitud inercia".

- **PERFILES DE REDES SOCIALES**

FACEBOOK



TWITER

The image shows a screenshot of a Twitter page for the event "LATITUD INERCIA". The page is divided into several sections:

- Característica:** A circular graphic with a central point and four arrows pointing outwards, surrounded by a ring of dots. Below it, the text reads: "Un punto, un lugar, un vértice, donde las expresiones urbanas se encuentran por sí mismas. (street art - body paint - performance -malabares) "LATITUD INERCIA" el movimiento resultado de un movimiento anterior, gracias a esto se produce el nombre, como un efecto de varios factores que tienden a llegar a un punto como consecuencia final, las "artes urbanas".
- Evento:** A section titled "Festival de arte y grafiti conceptual" with a date of "23 / 09 / 2013 -10:00am A 22:00pm" and a button labeled "Asistir".
- Información:** A section with a smaller version of the circular graphic and the text: "Festival de arte y grafiti conceptual Ibarra Ver mapa 23 / 09 / 2013 10:00am A 22:00pm Asistir".
- Twitter Feed:** A section showing search results for "#shakespeare". It includes tweets from users like @YUNOSHAKESPEARE and @EDSITEment, discussing Shakespeare and the event.

IMPACTOS

- **Socio cultural:**

Por este campo el arte urbano nos ayuda directamente a mejorar la cultura writer ya existente en la ciudad abriendo espacios muy importantes para la práctica de este tipo de expresiones artísticas culturales urbanas en nuestra ciudad. Mejoraríamos en gran porcentaje la concepción social del Street art su tolerancia, su percepción y la forma de ver a sus autores mejorando la convivencia humana en medio de nuestro medio.

- **Educativo:**

Concientizaríamos a la sociedad de la gran importancia del (Street art) graffiti dentro de una sociedad como expresión cultural artística contemporánea, logrando así impulsar estas formas de arte en la ciudad y en el país

- **Artístico:**

Dentro del campo artístico lograríamos grandes e importantes avances dentro de nuestra ciudad, logrando incluir dentro de la plástica un espacio para lo que hoy en día conocemos como GRAFITTI, impulsando la verdadera y consiente cultura writer, mediante la cual abrimos las puertas para otros tipos de expresión urbanas como las anterior mente mencionadas.

BIBLIOGRAFÍA

- <http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o>
 - <http://es.wikipedia.org/wiki/graffiti>
 - http://es.wikipedia.org/wiki/arte_urbano
 - <http://es.wikipedia.org/wiki/subcultura>
 - <http://es.wikipedia.org/wiki/Underground>
 - http://es.wikipedia.org/wiki/hip_hop
 - [http://es.wikipedia.org/wiki/MC_\(rap\)"](http://es.wikipedia.org/wiki/MC_(rap))
 - <http://es.wikipedia.org/wiki/pandillas>
 - http://es.wikipedia.org/wiki/cultura_pop
 - http://es.wikipedia.org/wiki/cultura_hipie
 - <http://es.wikipedia.org/wiki/Punk>
 - <http://es.wikipedia.org/wiki/grunge>
 - <http://es.wikipedia.org/wiki/skinheads>
 - <http://es.wikipedia.org/wiki/skateboarding>
 - http://es.wikipedia.org/wiki/tribu_urbana
 - <http://es.wikipedia.org/wiki/subversivo>
 - <http://es.wikipedia.org/wiki/Urbanismo>
 - http://www.worldlingo.com/ma/enwiki/es/Social_stigma
 - <http://www.valladolidwebmusical.org/graffiti/historia/08filosofia.html>
 - http://www.ibarra.gob.ec/web/index.php?option=com_content&view=article&id=57&Itemid=83
 - Mail organización
- ARTEGLOBALBASTARDO:artebastardo@gmail.com
- <http://isoc.org/wp/chapter-events/primer-es>
 - www.materialesdelengua.org
 - www.vidasurskateboards.com

LIBROS ON LINE

- Barcelona 1000 graffitis. Rosa Puig Torres (2005). *Gustavo Gili*.
- Subway Art. Martha Cooper y Henry Chalfant. *Thames & Hudson*.
- Spray Can Art. Henry Chalfant y James Prigoff. *Thames & Hudson*.

- Los Graffiti (edición en castellano). Craig Castleman. *Hermann Blume*.
- Style: Writing from the underground. *Stampa Alternativa/IGTimes*.
- The Art of Gettin' over. Stephen Powers. *St. Martin Press*.
- Madrid graffiti. Fernando Figueroa y Felipe Gálvez. *Megamultimedia*.
- Futura. Andrew Holmes & James Lavelle. *Booth-Clibborn Editions*.
- Graffiti Art. *Schwarzkopf & Schwarzkopf*.

LIBROS FÍSICOS

LA ILUSTRACIÓN / COMUNICACIÓN VISUAL

- ILUSTRACION DIGITAL UNA CLASE MAGISTRAL DE CREACIÓN DE IMÁGENES

Lawrence zeegen

EDITORIAL: PROMOPREESS 2008

EL PODER DE LA MARCA DIBUJADA – ARTE O ILUSTRACION

PAGINA 93

EL GRAFFITI

- GRAFFITI: Arte urbano de los 5 continentes

Ganz Nicolas

Editorial: Gustavo Gili - 2010

Historia universal del graffiti – pagina 8 -9

EL SKATEBOARDING

- ARTE SKATER Del graffiti al lienzo

Water House.Jo : Penhallow. Dadid

Editorial: hessenmob skateboards -2006 - [http:// www. hessenmob.com](http://www.hessenmob.com)

Hessenmob.com

El skate boarding – pagina 50

PUBLICIDAD:

- EL DIBUJO PUBLICITARIO

Camara Sergi

EDITORIAL: Parramon – 2008

La publicidad – pagina 36

ANEXOS

Anexo N° 1 Interrogantes de la Investigación

1. Logrando una mejor conceptualización del graffiti evitaremos su distorsión?
2. ¿Apoyando al arte urbano mejoraremos su sociabilización?
3. ¿Utilizándolo de una forma funcional lograremos su aceptabilidad?
4. ¿Mejorando su impacto visual mejoraremos el concepto de graffiti?
5. ¿Apoyando estas formas de arte alternativo abriremos espacios culturales?
6. ¿Sociabilizando el graffiti lograremos su mayor tolerancia?
7. ¿Abriendo espacios culturales de arte urbano evitaremos estigmas sociales?
8. ¿Eliminando los estigmas sociales evitaremos el etiquetado?
9. ¿Dando a conocer al espectador su significado evitaremos la criminalización a estas formas de expresión?
10. ¿Utilizándolo como medio de masas lograremos su mejor funcionalidad?
11. ¿Educando al espectador abriremos barreras socio - culturales?
12. ¿Estudiando su impacto visual social conoceremos su verdadera aceptación?

Anexo Nº 2 Árbol de Problemas



Anexo Nº 3 Formato de Encuestas para Público en 25 y 65 años

ENCUESTA 1

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

Publico en 25 y 64 años

TEMA: ANÁLISIS DE LA FUNCIÓN ESTÉTICA QUE CUMPLE EL ARTE URBANO (GRAFFITI) EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS URBANOS DE LA CIUDAD DE IBARRA.

INSTRUCCIONES: Le agradecemos se digne contestar el siguiente cuestionario, con su opinión, sobre el graffiti en la ciudad de Ibarra. Le recordamos lo haga de la manera más concretamente posible.

CUESTIONARIO

1. ¿Cuál es el nivel de aceptación que UD. Tiene sobre el graffiti y la cultura urbana?

- Alto
- Medio
- Bajo

2. ¿De las siguientes opciones escoja un sinónimo para definir el graffiti?

- Arte
- Cultura
- Problema social
- Moda
- Vandalismo

3. ¿Cuál cree usted que son las razones para que este tipo de expresiones culturales no sean reconocidas?

- Falta de apoyo a la cultura urbana
- Poco interés o desconocimiento
- Falta de espacios públicos
- Despreocupación de las autoridades
- Otras

4. ¿Le gustaría a UD. Participar en eventos culturales relacionados con el graffiti

- SI apoyaría
- NO apoyaría

5. ¿Piensa UD, que estas formas de expresión cultural en general deberían ser más apoyadas y sociabilizadas?

- SI
- NO

6. ¿Cree que deberían abrirse espacios culturales para estas formas de expresión? En forma de:

- Eventos al aire libre
- Exposiciones
- Conciertos
- Talleres
- Convenciones
- Ninguna

7. ¿Qué tipo de espacios cree UD. Que serían los más adecuados para la práctica de este tipo de expresión cultural?

- Público
- Particular
- Privado

8. ¿Piensa UD. Que si este tipo de expresiones culturales se promocionaran adecuadamente? ¿Se podría apreciar de una mejor forma el arte en el Ecuador?

- SI
- NO

Anexo N° 4 Formato de Encuesta para Writer o Grafitero

ENCUESTA 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGIA
WRITERS O GRAFFITEROS

TEMA: ANÁLISIS DE LA FUNCIÓN ESTÉTICA QUE CUMPLE EL ARTE URBANO (GRAFFITI) EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS URBANOS DE LA CIUDAD DE IBARRA.

INSTRUCCIONES: Te agradecemos te dignes contestar el siguiente cuestionario, con tu opinión, personal sobre el graffiti. Te recordamos lo hagas de la manera más concreta y clara posible.

CUESTIONARIO

1. ¿Qué razones te llevan a realizar un graffiti?
 - Arte
 - Cultura hobby
 - Lucro
 - Todas
 - Otras

2. ¿Qué representaciones podemos encontrar en tu práctica artística?
 - Culturales
 - Sociales
 - Ambientalistas
 - Otras

3. ¿Te gustaría que esta forma de arte sean mayormente apoyada por las autoridades y la ciudadanía en general?
 - Si
 - No

4. ¿Te has sentido discriminado, marginado o etiquetado por el hecho de ser Graffitero?

- SI
- NO

5. ¿Consideras al graffiti una forma de vandalismo?

- SI
- NO

6. ¿El graffiti trae consigo algún beneficio de superación personal?

- SI
- NO

7. Has oído sobre el graffiti en galerías?

- SI
- NO

8. ¿Te gustaría ver tus trabajos expuestos en una galería?

- SI
- NO

9. Se podría generar beneficios económicos a través de arte urbano?

- SI
- NO

Anexo N° 5 Formato de Entrevista Writer o Grafitero

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA: ANÁLISIS DE LA FUNCIÓN ESTÉTICA QUE CUMPLE EL ARTE URBANO (GRAFFITI) EN LOS ESPACIOS PÚBLICOS URBANOS DE LA CIUDAD DE IBARRA.

OBJETIVO: Conocer la verdadera carga conceptual que posee el graffiti, directamente de la mano de su autor, conocer sus porqués su filosofía, y sus propios puntos de vista sobre el graffiti.

DATOS INFORMATIVOS:

- FECHA:
.....
- LUGAR:
.....
- NOMBRE DEL ENTREVISTADO:
.....
- NOMBRE DEL ENTREVISTADOR:
.....
- SECTOR:
.....
- HORA:
.....

CONTENIDO

1. Que es para ti el graffiti?
2. Cuantos años llevas en esto?
- 3.Cuál es el mensaje que expresa tu pintada?
4. Qué razones te incentivaron a escoger esa temática?
5. Qué opinas del graffiti en galerías?

6. Que es lo que esperas o anhelas de la sociedad ante el graffiti?
7. Has tenido problemas por pintar?
8. Tienes alguna anécdota en especial con la ley?

Anexo N° 6 Matriz Categorial

CATEGORÍA	CONCEPTO	DIMENSIÓN	INDICADOR
Arte Urbano	movimiento artístico que describe toda expresión artística realizada en la calle de manera ilegal	función	¿qué función cumple el arte urbano en Ibarra?
		estética	
		visual	¿qué dimensión social tiene?
		social	
		publicitaria	¿qué función estética tiene?
Espacios Público	lugar en donde cualquier persona tiene derecho a circular en oposición a los espacios privados	vías, calles avenidas cuadras parques plazas	¿existen espacios públicos para la práctica de esta expresión artística?
Ciudad de Ibarra	ciudad fundada en 1606 por Cristóbal de Troya	zona urbana	podemos crear espacios públicos en la ciudad para el arte urbano

Anexo N° 7 Matriz de Coherencia

formulación del problema	Objetivo general
<p>¿Cuáles son las razones socio culturales que han impedido el conocimiento y la sociabilización de la verdadera función que cumple el arte urbano (graffiti) en la ciudad de Ibarra en los años anteriores?</p>	<p>Analizar la funcionalidad del arte urbano mediante el estudio del impacto visual que produce el graffiti en la ciudad de Ibarra, para lograr una mejor conceptualización, tolerancia y mayor sociabilización del tema.</p>
Preguntas directrices	Objetivo Específicos
<p>Como podemos investigar la función del graffiti en el medio urbano?</p> <p>Como podemos lograr una mejor conceptualización del graffiti para evitar su distorsión conceptual?</p> <p>Impulsando el arte urbano a través de eventos lograremos su mayor sociabilización y tolerancia?</p>	<p>Investigar qué función cumple en el medio urbano</p> <p>Mejorar la apreciación y conceptualización social que tiene el graffiti para evitar su distorsión conceptual</p> <p>Impulsar el arte urbano, para así obtener una mayor sociabilización y tolerancia del tema a través de eventos</p>