





# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

## TEMA:

“ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO SOCIAL PARA DAR A CONOCER LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS RASTAFARIS CON UNA PROPUESTA PUBLICITARIA - AUDIOVISUAL ALTERNATIVA EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA EN EL AÑO 2015”

Trabajo de grado previo a la obtención del título de Licenciado en la  
Especialidad de Diseño y Publicidad

AUTOR: Arellano Nasner Diego Geovanny

DIRECTOR: Msc. David Ortiz D.

Ibarra, 2015

## ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como director del Trabajo de Grado titulado **“ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO SOCIAL PARA DAR A CONOCER LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS RASTAFARIS CON UNA PROPUESTA PUBLICITARIA - AUDIOVISUAL ALTERNATIVA EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA EN EL AÑO 2015”** de autoria del señor Arellano Nasner Diego Geovany, previo a la obtención del Título de Licenciado en Diseño Gráfico. A ser testigo presencial y corresponsable directo del desarrollo del presente trabajo de investigación, afirmo que reúne los requisitos y meritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que se a designado oportunamente, por lo que asigno la nota de 10 (DIEZ/DIEZ) y puede pasar a las instancias legales correspondientes.

Esto es lo que puede certificar por ser justo y legal.

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'D' followed by 'ortiz' and a horizontal line extending to the right.

**MSc. David Ortiz D.**  
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO.**

## *Dedicatoria*

*Ésta tesis está dedicada principalmente a Dios, por quien me mantuve por el buen camino, a mis padres por su gran esfuerzo, dedicación y sacrificio, por todos los consejos que humildemente supe acoger para lograr formarme humana y profesionalmente.*

*A mi familia por el apoyo y compañía, ya que colaboraron con un granito de arena para que este sueño llegue a hacerse realidad, a mis amigos que supieron darme palabras de aliento con las cuales supe levantar la cabeza, al MSc. David Ortiz amigo y director de tesis que siempre supo cómo guiarme en cada paso del proceso investigativo y a todas aquellas personas que de una u otra manera supieron colaborar para poder culminar con esta etapa de mi vida.*

*One love, Bless !!*

*Diego Arellano N.*

## **Agradecimiento**

A toda mi familia ya que ellos son el motor y motivación de mi diario vivir, gracias a sus palabras y motivación supe salir a delante

Un sincero agradecimiento a la prestigiosa Universidad Técnica del Norte, que nos acogió en sus instalaciones a lo largo de este tiempo contribuyendo a nuestra formación profesional y académica, impulsándonos a ser personas éticas en nuestro diario vivir.

Un agradecimiento especial a mi director de tesis MSc. David Ortiz quien con generosidad y paciencia supo brindarme la oportunidad de recurrir a su conocimiento y capacidad educativa, por su guía y consejos para seguir creciendo intelectualmente.

A mis maestros ya que gracias a sus críticas y consejos les debo gran parte de mis conocimientos.

**Diego Arellano N.**

## ÍNDICE GENERAL

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	ii
ÍNDICE GENERAL	iv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	xii
CAPÍTULO I	1
1. EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Planteamiento del problema	2
1.3 Formulación del problema	3
1.4 Delimitación del problema	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 justificación de la investigación	4
CAPÍTULO II	6
2. MARCO TEÓRICO	6
2.1 Culturas	6
2.1.1 Definición de culturas	6
2.1.2 Identidad	7

2.1.3 Tribus urbanas o subculturas	7
2.1.4 Rastafaris	7
2.1.5 Pilares fundamentales	9
2.2 Estudio documental	12
2.3 Glosario de términos	21
2.4 Interrogantes	21
2.5 Posicionamiento teórico personal	23
CAPÍTULO III	23
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	23
1.5 Tipos de investigación	23
1.5.1 Descriptiva	23
1.5.2 Metodos	23
3.2 Técnicas e instrumentos	23
3.2.1 Encuesta	23
3.2.2 Entrevista	24
3.3 Población	24
3.4 Muestra	24
3.4.1 Formula del calculo de muestra	25
3.4.2 Simbología	25
3.4.3 Formula para el calculo	25
CAPÍTULO IV	26
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	26
4.1 Resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los jóvenes de 20 a 25 años de edad de la ciudad de ibarra	27
CAPÍTULO V	34
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	34
5.1 Conclusiones	34

5.2 Recomendaciones	35
5.3 Contestar las interrogantes de la investigación en base a los resultados	36
CAPITULO VI	37
6. PROPUESTA ALTERNATIVA	37
6.1 Título de la propuesta	37
6.2 Justificación e importancia	37
6.3 Fundamentación	39
6.3.1 fases de la producción	39
6.3.2 Primera etapa	39
6.3.3 Segunda etapa	42
6.3.4 Tercera etapa	43
6.4 El documental en el Ecuador	44
6.5 Objetivos	45
6.5.1 Objetivo general	45
6.5.2 Objetivos específicos	45
6.6 Ubicación sectorial y física	45
6.7 Desarrollo de la propuesta	46
6.8 Impactos	78
6.9 Difusión	79
6.9.1 Bibliografía	81
Anexos	82



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No.1: Gráfico estadístico	27
Gráfico No.2: Gráfico estadístico	28
Gráfico No.3: Gráfico estadístico	29
Gráfico No.4: Gráfico estadístico	30
Gráfico No.5: Gráfico estadístico	31
Gráfico No.6: Gráfico estadístico	32
Gráfico No.7: Gráfico estadístico	33
Gráfico No.9: Portada del Manual de Marca	49
Gráfico No.10: Índice del manual	50
Gráfico No.11: Justificación	51
Gráfico No.12: Familias Tipográficas	52
Gráfico No.13: Arquitectura de Marca	53
Gráfico No.14: Malla Estructural	54
Gráfico No.15: Tamaño Mínimo de uso	55
Gráfico No.16: Cromática	56
Gráfico No.17: Usos Permitidos	57
Gráfico No.18: Colores de uso	58
Gráfico No.19: Usos no permitidos	59
Gráfico No.20: Contraportada del manual	60
Gráfico No.22: Story Line	64
Gráfico No.23: Story Line	64
Gráfico No.24: Story Line	65
Gráfico No.25: Story Line	65
Gráfico No.26: Story Line	66
Gráfico No.27: Story Line	66
Gráfico No.28: Story Line	67
Gráfico No.29: Story Line	67
Gráfico No.30: Story Line	68
Gráfico No.31: Story Line	68
Gráfico No.32: Story Line	69

Gráfico No.33: Story Line	69
Gráfico No.34: Story Line	70
Gráfico No.35: Story Line	70
Gráfico No.36: Story Line	71
Gráfico No.37: Story Line	71
Gráfico No.38: Story Line	72
Gráfico No.39: Story Line	72
Gráfico No.40: Edición	73
Gráfico No.41: Edición	73
Gráfico No.42: Edición	74
Gráfico No.43: Edición	74
Gráfico No.44: Edición	75
Gráfico No.45: Edición	75
Gráfico No.46: Difusión	79
Gráfico No.47: Difusión	80
Gráfico No.48: Difusión	80
Gráfico No.49: Difusión	81

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No.1 : Tabla estadística	27
Tabla No.2 : Tabla estadística	28
Tabla No.3 : Tabla estadística	29
Tabla No.4 : Tabla estadística	30
Tabla No.5 : Tabla estadística	31
Tabla No.6 : Tabla estadística	32
Tabla No.7 : Tabla estadística	33
Tabla No.8 : Cronograma de programación	79

## RESUMEN

En la ciudad de Ibarra existen muchas culturas urbanas que conviven en la sociedad, una de estas culturas es la llamada Rastafari, esta cultura no se han hecho conocer, por lo cual las personas que no las conocen han creado estereotipos y malas figuras acerca de los militantes de las mismas, con esto se ha visto necesario dar a conocer de una u otra manera los criterios y pensamientos que tienen, para poder desvanecer las malas opiniones, y con la llegada de los avances tecnológicos y creación de plataformas de distribución mundial sin gran presupuesto se ha creado un material audiovisual en donde encontraremos reportajes realizados a militantes de la cultura rastafari, ellos nos darán a conocer un espacio más personal y criterios que ellos han creado gracias a estar inmersos en este mundo.

Javier Tinajero, diseñador de profesión y músico de corazón nos hablan de cómo inició en el mundo del Rastafarismo, cuáles fueron sus influencias y como llegó a tener su personalidad en base a una ideología espiritual, además nos cuenta sobre su pasión por la música y el skateboarding.

Paul Ruales, Artista y con su profesión de tatuador nos cuenta como el inmiscuirse en el mundo del rastafarismo le ayudó a superar muchas etapas duras en su vida, además de quitarle la obscuridad de su corazón, nos cuenta sus inicios en el arte del tattoo y nos muestra con un criterio distinto lo que la sociedad está haciendo con los militantes de las culturas alternativas.

Culture Rasta, es un material al puro estilo de un reportaje libre y alternativo, será de gran ayuda para tener una visión diferente de esta cultura, aprender a respetar y no juzgar a las personas sin antes conocerlas, dicho material será distribuido a canales locales, y en plataformas alternativas como YouTube para poder llegar a todas partes del mundo, dando a conocer la visa Rastafari en Ibarra Ecuador.

## **ABSTRACT**

There are many urban cultures that coexist in society in the city of Ibarra, one of these cultures is the so-called Rastafari, this culture has not been made known, by which persons they do not know them have created stereotypes and bad figures about the same militants, it has been necessary to give to know one way or another the criteria and thoughts that have to be able to fade the bad reviews, and with the advent of technological advances and creation of platforms for worldwide distribution without big budget has been created an audiovisual material where you will find reports made to militants of the rastafari culture, they will give us to know a more personal space and criteria which they have created thanks to be immersed in this world

Javier Tinajero, profession designer and musician of heart does not speak of how he started in the world of Rastafarianism, what were their influences, and as I get to have your personality based on a spiritual ideology, also tells us about his passion for music and skateboarding

Paul Ruales, artist with his profession of tattooist tells us how interjecting itself into the world of Rastafarianism helped him overcome many stages hard in your life, in addition to removing the darkness of his heart, tells of his beginnings in the tattoo art and shows us a different approach what the society is doing with militants of alternative cultures

culture Rasta, is a material in the style of a story free and alternative, it will be helpful to have a different view of this culture, learn to respect and not to judge people without knowing before them, this material will be distributed to local channels, and platforms alternatives like YouTube to reach all parts of the world, informing the Rastafari in Ibarra Ecuador

## INTRODUCCIÓN

Es indudable que la publicidad cumple un papel muy importante en la sociedad, con ella damos a conocer productos de interés a las personas, con esto también nos referimos que no solo se lo hace por medio de material impreso, sino, también por medios audiovisuales.

Como estudiante de Diseño Gráfico y Publicidad se ha adquirido conocimiento en diferentes técnicas y métodos publicitarios.

La creación del material audiovisual para dar a conocer la cultura rastafari en la ciudad de Ibarra, se la ha tomado como una necesidad para formar a las personas con una cultura general.

Este documento tiene una estructura detallada por capítulos.

- ❖ **CAPÍTULO I, PROBLEMA:** Contiene el planteamiento del problema, Antecedentes, Formulación del Problema, Objetivos.
- ❖ **CAPÍTULO II, MARCO TEÓRICO:** contiene el Marco teórico, Estudio Documental, glosario de términos
- ❖ **CAPÍTULO III, METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN :** contiene las técnicas e instrumentos
- ❖ **CAPÍTULO IV:** contiene el análisis e interpretación de resultados, resultados de encuestas
- ❖ **CAPÍTULO V:** contiene las conclusiones y recomendaciones.
- ❖ **CAPÍTULO VI, PROPUESTA ALTERNATIVA:** contiene Justificación, Fundamentación, objetivos.

## **CAPÍTULO I**

### **1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. Antecedentes**

La globalización en la sociedad, forma parte de nuestro diario vivir, no solo en la parte económica sino también en el aspecto cultural, vivimos en un mundo en donde la tecnología nos ha ayudado a superar las barreras interculturales, el internet se ha convertido en uno de los motores propagadores de información, al cual podemos acceder sin ningún problema y conocer cuáles son las tendencias que se encuentran en varios países del mundo.

Bajo estas primicias nace la necesidad de conocer y dar a conocer las distintitas manifestaciones juveniles, sobre todo en el ámbito cultural, organización, comportamiento, interacción, entre otras.

Ibarra es una de las ciudades que se ha visto inmersa en este proceso de inclusión cultural a través de la tecnología, es fácil ahora encontrar representantes de diversas subculturas, a pesar de los pocos espacios que se encuentran en la ciudad para que se puedan expresar libremente.

Es así, que, las culturas urbanas se han vuelto un término muy conocido en la sociedad actual de la ciudad de Ibarra a tal punto de interpretarlas como “moda”.

Hoy en día si bien es cierto tenemos más tendencia de respetar las formas de expresión de los jóvenes, encontramos aún un choque entre la sociedad adulta para con los jóvenes que representan dichas culturas, como también de los mismos jóvenes que no integran las tribus urbanas.

Dichas culturas tienen sus propias creencias, modos de vida y métodos de expresión, lo cual para los adultos en términos superficiales y éticos, no se encuentran dentro de lo “normal” expresando frases tan conocidas y tan comunes como: “no sabemos a dónde vamos a parar con esta juventud de hoy en día” o “estos jóvenes de ahora ya no tienen respeto”.

Es por eso que con este material audiovisual alternativo se quiere dar a conocer la identidad de la cultura Rastafari, su forma de vida, cultura, creencias y los lugares que ellos frecuentan, intentando dilucidar los aspectos positivos de los jóvenes pertenecientes o proclives a pertenecer a esta subcultura.

## **1.2. Planteamiento del Problema.**

El presente trabajo abarca las disyuntivas que presentan las diferentes formas de expresión de esta cultura Rastafari, frente a la hegemonía establecida en la sociedad mal llamada “normal”, dichas manifestaciones culturales poseen una marcada tensión entre las perspectivas de los jóvenes y de las personas adultas con bases morales arraigadas en términos formales.

Los aspectos socioculturales que se presentan en la cotidianidad, son uno de los factores más relevantes para los jóvenes en el momento de buscar su identidad; se ven involucrados fenómenos de prácticas, códigos, símbolos y valores, los cuales dan pie e instauran en ocasiones las conductas con las cuales se podrán identificar a futuro.

Durante años y con bases sustentables, gracias a varios estudios, se ha podido determinar que durante la adolescencia aparecen un sin número de factores en los jóvenes, los cuales ayudan a la formación de su carácter, también tiene mucho que ver factores como los de identidad, presión grupal, autoimagen, sentimientos y emociones, esto también está relacionado a la toma de decisiones de forma compulsiva.



Los sitios de diversión y reunión de los jóvenes que están inmersos en el mundo de las culturas urbanas, generalmente son diferentes y cada uno tiene un tema respectivo, es por eso que son visitados por los militantes Rastafaris logrando dar un ambiente ecuánime para quienes los frecuentan.

En este sentido dichos factores tanto de comportamiento y de la sociedad que los rodea, pareciera conformar una noción estructural que otorga a los jóvenes argumentos para su desempeño actual y también para futuro, además de orientarlos a fin de entender el mundo que los rodea tanto en términos históricos como también en proyectos de vida.

### **1.3. Formulación del Problema.**

Luego del análisis de la problemática anteriormente planteada se formula el siguiente problema de investigación:

¿Se conoce verdaderamente si los jóvenes que pertenecen a la subcultura Rastafari forman parte de la misma por identidad personal como orden de vida?.

### **1.4. Delimitación del Problema.**

#### **1.4.1. Unidades de Observación.**

Para realizar esta investigación es necesario dialogar con los seguidores de la cultura Rastafari, en donde nos detallen vivencias, experiencias y sus inicios en el mundo Rasta.

#### **1.4.2. Delimitación Espacial.**

Esta investigación se realizará en la ciudad de Ibarra, y está dirigida para jóvenes de entre 20 y 25 años de edad.

### **1.4.3. Delimitación Temporal.**

El período de tiempo en el que se realizará la investigación es desde tercer trimestre del 2014 al tercer trimestre del 2015.

## **1.5. Objetivos .**

### **1.5.1. Objetivo General.**

“Elaboración de un estudio social para dar a conocer la identidad cultural de los Rastafaris con una propuesta publicitaria - audiovisual alternativa en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura en el año 2015”.

### **1.5.2. Objetivos Específicos.**

- ❖ Identificar a los militantes de la subcultura Rastafari de la ciudad de Ibarra y su situación actual en la sociedad.
- ❖ Determinar las necesidades del mercado para establecer soluciones creativas que generen un cambio de actitud.
- ❖ Plasmar el conocimiento adquirido mediante el estudio sobre la cultura Rasta en Ibarra en la propuesta audiovisual alternativa.
- ❖ Desarrollar estrategias publicitarias para la elaboración de un material audiovisual que permita dar a conocer los diferentes estilos de vida de la cultura Rastafari con la finalidad de fomentar el respeto y el buen vivir.

## **1.6. Justificación de la Investigación**

En la sociedad encontramos varias tendencias tanto de jóvenes como de personas adultas, que tienen rasgos específicos, gracias a ello podemos identificar a las culturas urbanas.

Dichas culturas tienen diferente forma de pensar, vestir, expresarse, entre otras, por ello; en la ciudad de Ibarra se han implantado varias de ellas,

permitiendo reconocer quienes están inmersos en la cultura Rastafari, quienes siguen sus creencias e ideologías.

Es esencial que la sociedad Ibarreña conozca la verdadera identidad de los Rastafaris, para esto se propone realizar un material audiovisual alternativo en el cual se muestre datos predominantes para eliminar los estigmas y malas etiquetas que dan paso a la discriminación de los integrantes de las mismas.

Este material busca dar a conocer la identidad personal, aportando así a la auto identificación cultural, con educación a los jóvenes que siguen a estas tribus urbanas; además formar vínculos estrechos entre su creencia y su cultura para con la sociedad y dar a conocer los talentos que se encuentran en los militantes Rastas, logrando proponer espacios de expresión distintos e impactantes en beneficio de la sociedad.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Culturas.**

##### **2.1.1. Definición de Cultura.**

Se considera como cultura al conjunto de costumbres, valores y creencias que en un grupo específico de personas se vuelve base fundamental para su organización, esta cultura pasa a llamarse civilización cuando se forman varios grupos que comparten este tipo de creencias y tienen los mismos intereses, luego de defender estas creencias y cultivarlas a nivel social nos acercamos a la sociabilidad, innata en los seres humanos como parte del cotidiano vivir.

En la historia se dice que el primero en una vista de lo que se llama cultura fue el sofista Calicles, durante el siglo XIX los romanos tomarían esta palabra porque hace referencia que en dicho siglo se vivió una amplia investigación humanístico-científica.

La palabra cultura en el campo semántico se refiere a la transición histórica del mundo rural al mundo urbano, el paso se la crianza del ganado a civilización y creación del arte. La palabra cultura como se la conoce hoy en día ha tomado un significado un poco diferente, refiriéndose más a la afirmación de identidades, nacionalidades, sexuales y raciales, lo cual no cambia la esencia misma de la palabra que en cierto modo ha tomado el nombre de Identidad cultural.

### **2.1.2. Identidad.**

La identidad cultural tiene el mismo significado de la cultura, lo único que se le puede atribuir a esta es que es más utilizada para identificar los grupos focales en cuanto a la materia de mercadotecnia se trata.

Gracias a la identidad cultural podemos identificar a las subculturas o tribus urbanas, que es de las que vamos a tratar en esta investigación.

### **2.1.3. Tribus Urbanas o Culturas Urbanas.**

Las subculturas o tribus Urbanas son manifestaciones de ciertos grupos de personas de una sociedad en general, por lo habitual suelen convivir en paz y armonía con la sociedad, respetando las creencias de los demás y exponiendo sus puntos de vista para que la sociedad acepte y respete su manera de pensar, no es extraño que ocurra lo contrario por parte de la sociedad llamada normal, quienes no comparten sus pensamientos y juzgan a los militantes de las tribus urbanas.

### **2.1.4. Rastafari.**

Movimiento espiritual cuyo fundador es Haile Selassie emperador de Etiopía, quien fue considerado reencarnación de Jah (Dios) y quien además contribuyó en las luchas en contra de la esclavitud, este movimiento surge a inicios del año 1930 en los barrios más pobres de Jamaica, además los seguidores Rastafaris tenían la creencia que Haile Selassie conduciría a los esclavos negros a la libertad y de camino a la tierra prometida, lo que hoy en día se conoce como el "Monte Sion" (Zion)

El Rastafarismo es ahora considerado como un orden de vida, las personas que llevan esta creencia por convicción no se identifican con ninguna secta o religión, y comparten un criterio unificado de como el sistema capitalista

degrada los valores de la humanidad y como su expansión daña el ecosistema y medio ambiente.

El movimiento Rastafari recibe su nombre de su regente (Ras), antes de que se le diera el nombre de Haile Selassie, se conocía como Ras Tafari Makonnen, entonces Ras= Príncipe, Tafari=Creador, entonces se traduce como Príncipe Creador que en el idioma Amharico se traduce literalmente como “Aquel que merece Respeto”.

El cannabis es una planta que los seguidores Rastas consideran como sagrada, ya que esta planta fue encontrada en la tumba de el Rey Salomon luego de enterrarlo, se sabe que comunmete se la usa como método de meditación y de coceccion interna y de conceccin de uno con Jah.

Los Rastas por su creencia tienen una visión singular de lo que lo denominan Jah, su Dios, quienes lo ven como la santa trinidad (padre, hijo y espíritu), creen que esta deidad vive dentro de cada uno de los seres humanos y por ese motivo se refieren a menudo como “ I y I” (yo y yo) que quiere decir “ yo” como persona y “yo” como ser espiritual.

El Rastafarismo nace de los movimientos activistas negros y mestizos quienes luchaban por la abolición de la esclavitud en esas épocas, Marcus Gravey un profeta y predicador jamaiquino que tenia como frase Africa para los Africanos fue quien dijo tener la visión de que un rey negro seria coronado y su liberación llegaría muy pronto.

Existen también criterios divididos acerca de la existencia de los seguidores del movimiento Rastafari, que ha sobrevivido muchas décadas a la agresión armada, al oportunismo político y también a la intolerancia y discriminación.

En la cultura Rastafari se imponen 5 pilares fundamentales para el reconocimiento, como militante neto, pero en la actualidad se obvian varios criterios y se ha creado la nueva sangre Rastafari, la cual dice que no es necesario seguir reglas para tener tu creencia en pie.

### **2.1.5. Pilares Fundamentales.**

#### **❖ Estética**

Fácilmente la sociedad reconoce un Rastafari por su forma de vestir, por su abundante cabello y por contar con prendas muy coloridas.

Los Dread-looks o rastas una de las maneras más visibles de reconocer un Rastaman no es más que el cabello largo y peinado en numerosas trenzas, las cuales tratan de representar la melena del león de Judá y también como un símbolo de rebelión en contra del sistema, dichas rastas en ocasiones son ocultadas en gorros muy coloridos o llamativos, esto se debe a que para ellos el exhibicionismo está mal visto.

Los colores que predominan en el saber rasta son los que encontramos en la bandera de Jamaica, lugar que dio inicio al movimiento Rastafari, el verde que significa la naturaleza, el amarillo que representa la riqueza, el rojo es la sangre que se derramó en el periodo de esclavitud y el negro representa la esencia de la raza jamaicana.

La mayoría de seguidores de la cultura Rastafari se visten de manera muy holgada y cómoda, jeans de talla más grande, camisetas o remeras con los colores rastas o en su defecto hojas de Cannabis, gafas, tatuos, pulseras que pueden rendir tributo a Bob Marley considerado uno de los máximos exponentes de esta cultura, entre otras.

## ❖ **Música.**

Generalmente en la cultura Rastafari el Reggae es considerado la música de Jah, el canto de dios, el sonido del Reggae es enfáticamente revolucionaria, con letras que hablan sobre la liberación, el amor y la paz mundial, la discriminación que sufrieron por largos años, además de varias citas y prosas tomadas del libro apocalipsis.

Robert Nesta Marley Booker, conocido también como Bob Marley fue uno de los mayores exponentes del género Reggae y también promotor de la Cultura Rasta a nivel mundial, su música con mensajes de paz se siguen escuchando hoy en día y para los seguidores Rastas es un ejemplo a seguir para la creación de música.

## ❖ **Lenguaje.**

Varias palabras son usadas como códigos y lenguaje normal entre los integrantes de esta subcultura, son parte del gran diccionario que conllevan a la hora de comunicarse y que como miembro debes saber para ser tomado en cuenta.

Es así que tenemos varios términos como por ejemplo:

**I&I.-** (yo y yo) unidad entre dios y el hombre así como del hombre y el hombre.

**Adonay.-** Jah Rastafari, el padre de la creación.

**Bestias.-** Policías.

**Reina.-** Mujer adulta Rastafari.



**Jah.-** Nombre de Dios reencarnación.

**Jah love.-** El gran amor que Jah tiene para sus hijos.

**Ganja.-** Marihuana, cannabis sativa, o también llamada Kali (hierba sagrada).

**OneLove.-** Saludo Rastafari.

**Irie.-** Sentirse bien

#### ❖ **Lugares.**

Generalmente un Rastaman está siempre en contacto con la naturaleza, por lo que es muy común reuniones para acampar en sitios retirados de la ciudad moderna, en el casco urbano encontramos Rastafaris en los parques y visitan lugares de diversión en donde no se encuentre mucha gente, en estos lugares es muy común ver decoraciones al más estilo hippie.

#### ❖ **Ideología.**

El mundo Rastafari está llena de prejuicios, es por eso que los seguidores rastas no aceptan los valores impuestos por la ideología dominante, en su ideología no aceptan la homosexualidad porque consideran que no es natural pero respetan mucho la creencia de las demás personas, consideran que la mujer no es rasta de corazón pero son antifeministas, creen mucho en la igualdad de género, están en contra del aborto, desaprueban los métodos anticonceptivos porque van en contra de la creación de Dios y piensan que un miembro de la subcultura no es totalmente responsable hasta que tenga un hijo.

Una de las doctrinas en el mundo rasta que se la considera como importante es el consumo opcional de marihuana por ser considerada la planta sagrada aunque no siempre se puede vincular al rasta con la marihuana, esta planta es tan sagrada que se da en forma de té a los recién nacidos el primer día de su natalicio en las culturas que iniciaron el saber rasta.

Llevar como bandera los colores verde, amarillo, rojo y negro, uno de sus símbolos más destacados es el león de Judea que representa el conquistador, el Rey de Reyes, la estrella de 5 puntas que representa al hombre y la mujer, y finalmente tenemos la comida pues se sabe que los Rastafaris consumen alimentos que no contienen nada de químicos además de cocinan sus alimentos con la menor cantidad de condimentos procesados, ellos prefieren todo natural y por el respeto a la vida la mayoría se han vuelto vegetarianos y sus preferencias en la bebida se inclinaron por cualquier bebida de hierba como por ejemplo el té.

(<http://subculturasjuveniles.blogspot.com/2008/01/rastafaris-neohippies.html>)

## **2.2. Estudio Documental.**

### **2.2.1. Origen del Género Documental.**

Para empezar a hablar de la creación del género Documental en sí, debemos estar conscientes del significado y la historia de la imagen, elemento principal para el desarrollo del tema audiovisual.

Los creadores y en parte inventores de lo que hoy se conoce como la industria audiovisual, siempre estuvieron inmersos en el tema científico, ya que ellos buscaban una forma de documentar los avances que ellos realizaban en sus estudios y experimentos, esto los llevaría a crear

novedosos artefactos que los pondría en la historia como los inventores de la captura de imágenes.

Es aquí cuando entra en escena la fotografía, que gracias a Louis Daguerre y Joseph Nicéphore Niépce, quienes trabajaron por una larga temporada entre los años de 1830 y 1840 lograron plasmar la primera imagen como fotografía real a la cual llamarían “Daguerrotipo”, esta imagen fue lograda a base del tratamiento de varios compuestos químicos que serían la base para posteriores innovaciones y en el año de 1839 dar paso al descubrimiento del negativo de celuloide, y con esto disponer que la fotografía y la reproducción de movimiento vayan de la mano dando paso al cine.

El proceso cinematográfico empieza a tomar forma en el año de 1825, donde se crea uno de los primeros juguetes ópticos llamado el taumátropo creado por Fitton y el doctor Paris, este pequeño artefacto que no era más que un disco que tenía una imagen en cada lado atado por una cuerda, ambas imágenes dan la sensación de que se unen al momento de estirar la cuerda y hacer girar a gran velocidad el disco contenedor lo cual daría la ilusión óptica de que las dos imágenes están juntas. Posteriormente se inventa el “fenaquistiscopio” realizado por Ferdinand Plateau de origen Belga, este aparato consistía en un disco con imágenes ligeramente diferentes y que seguían un orden, las cuales se podía apreciar el momento de hacer girar el disco, este mismo prototipo sería modificado en 1834 por el Inglés Hournier quien lo hace en una banda con imágenes a lo largo lo que anuncia lejanamente la llegada del filme.

La constante investigación del movimiento de imágenes ha llevado a la invención de un sinnúmero de prototipos que prometían ser la revolución de la cinematografía, pero no fue sino hasta 1889, en donde Thomas Alva Edison en la ciudad de Nueva Jersey monta un estudio con su invento llamado el “Quinetoscopio”, dicho artefacto se fabricaba en grandes cajas

de madera la cual contenía películas perforadas (filme) de 50 pies, estas cintas contenían innumerables cantidades de imágenes continuas las cuales se las podía apreciar por medio de una especie de anteojos empotrados en dicha caja, mientras tanto Luis Lumière otro inventor y productor de películas se encontraba realizando un artefacto más pequeño y autónomo al que lo llamaría el “cinematographe”, este invento una centésima más liviano que el Quinetoscopio de Edison, tenía la capacidad de grabar en exteriores sin necesidad de electricidad.

Un pionero de lo que hoy se conoce como cine es justamente Luis Lumière quien a partir de 28 de diciembre de 1885 en el Grand Café boulevard des Capucines en París, presentó espectáculos con una acogida enorme, Lumière fabricante de productos fotográficos dirigía su empresa junto a su padre y su hermano, quienes empezaron en la industria con la llegada de los primeros quinetoscopios a Francia en el año 1884. Éste habría fabricado una versión mejorada a la cual llamaría el “Cronofotógrafo”, luego de salir a la luz dicho invento y dando varias exhibiciones públicas Lumière llegaría a fabricar el Cinematógrafo, ya no solo se capturaban imágenes sino que también se las podía proyectar e incluso imprimir, este revolucionario invento prometería lo mejor del cine en esa época, la perfección con la que estaba construido sería muy superior a sus competidores llegando ser así una novedad sensacional en el mundo de los films.

Quizás por este motivo se lo llama documentales, ya que, con el invento de los hermanos Lumière se grababan pequeños fragmentos de realidad, los operadores de las cámaras simplemente se colocaban en algún sitio de la ciudad y empezaban a captar las imágenes del mundo pasar frente al objetivo o lente de la ya llamada cámara, esto fue pues el inicio de la documentación del realismo que expandiría sus horizontes hacia la filosofía, literatura, pintura, arte de teatro, entre otras. Sin embargo por mucho se les puede dar el nombre de padres del documental

cinematográfico a los señores Dziga Vertov y Robert Flaherty, los dos con visiones y criterios diferentes de lo que en esa época se llamaba documentar imágenes. Pasaran varios años para llegar a un objetivo claro de lo que hoy podemos llamar Documental.

En los escritos encontrados sobre cine de Dziga Vertov sobre su composición del “cine ojo” simplemente se destacaba la importancia de la cámara y el montaje como ejes fundamentales de la labor de captar la realidad, y sostenía que dicha cámara solo captaría la realidad que captaba el ojo de cineasta o camarógrafo permitiéndole así ofrecer un documental personalizado a la realidad de dicha persona, por lo tanto se decía que no era una herramienta objetiva, y que esta misma nos mostraba una realidad construida por el montaje.

Por su parte Flaherty proponía un documental diferente, un poco más elaborado, en un intento fallido de Flaherty de llegar a la industria del cine en Hollywood, se mudaría a Grand Bretaña para colaborar con el equipo documentalista de John Grierson en el año de 1934, dicha propuesta de documental proponía un plan más estructurado, el equipo de trabajo llegaba a la ciudad en donde empezarían a rodar su documental y la intención era observar el comportamiento de las personas del lugar, no trabajaban con actores profesionales pero si buscan a las más idóneas para interpretar cierta historia ya escrita, con paisajes planificados y relatos ya encontrados en el lugar de rodaje, el objetivo de Flaherty era transmitir una visión de lo q había encontrado con el periodo de convivencia y observación del lugar, su primer filme “Man of Aran” que trataba de una familia llamada normal, en realidad no existía, dando así paso e instaurándolo como pionero del drama y el documental reflexivo.

Hasta aquí tenemos una pequeña reseña histórica que nos da un indicio de cómo se fue creando y fortaleciendo el género del documental a través de la historia, no obstante se sabe también que dicha evolución se debe a la

constante variación y cambio de la sociedad, esta forma de documentar la realidad que viven las sociedades ha dado pie a la creación de varios géneros o tipos de documental.

### **2.2.2. Tipos de Documental.**

A lo largo de la historia se conocieron varios estilos de recopilar la información audiovisual, estos estilos se demarcaron gracias a personas que se dedicaron a crear su propio estilo, y será bautizado con un nombre característico para cada uno.

- ❖ **El documental expositivo.-** Este género de documental fue muy común entre los cineastas de la época como Grierson y Flaherty, este documental es una obra creada mediante el montaje de imágenes dándole un orden cronológico con varios puntos de vista tanto romántica como didáctica, con un criterio retórico o argumentativo, acostumbra contener voces, el documental es muy explícito en cuanto a contenido de imágenes acompañado siempre de una voz omnisciente.
- ❖ **Documental de observación.-** Este documental nace por la modernidad de la tecnología de ese tiempo, ya que gracias a la creación de los aparatos más compactos y fáciles de transportar las personas que querían documentar un tema podían colocar las cámaras en lugares lejanos y simplemente dedicarse a observar, los cineastas que usaron esta modalidad de documental fueron Leacock Pennebaker y Frederick Wiseman quienes instauraron este género.
- ❖ **Documental reflexivo.-** como su nombre lo indica este tipo de documental lleva a la persona una diferente impresión de la realidad alterando exagerando sus recursos para lograr que el espectador

tome conciencia o sea crítico y parte de la historia relatada en este tipo de material audiovisual.

Es necesario recalcar que a lo largo de la historia de la cinematografía los documentales no solo se han regido en una sola línea grafica sino, que se han combinado para poder mejorar el material presentado, llevando así a que el espectador tenga un mundo en su mente mientras observa cualquier tipo de documental, en ello también entra el acompañamiento de sonorización y musicalización, factores importantes para crear puestas de documentación.

- **Nuevas Tendencias Audio-Visuales**

Con el pasar de los años y la llegada de las nuevas tecnologías, los usuarios literalmente han cambiado la manera de ver TV, hoy en dia se podría decir que tienen la programación en sus manos con la llegada de diferentes dispositivos que se mantienen a la vanguardia de las nuevas tecnologías.

Las nuevas tendencias en el mundo audiovisual ha surgido para solventar estas necesidades de programación personalizada, es muy común que las personas pasen mas tiempo en plataformas on-line como YouTube, Netflix, Cinetux, entre otras.

Por este motivo muchos de los canales que normamlente se podía mirar en TV ahora también presentas plataformas on-line, tal es el caso de National Geografic quien al ver que mediante el internet se podía llegar de mejor manera a rincones apartados del planeta, decidió crear canales en internet para que la gente con una simple conceccion pueda mirar su documentales, llegando a culturizar a mas personas con menores presupestos.

YouTube uno de los canales favoritos por excelencia y además uno de los mas conocidos a nivel mundial, ha permitido que personas normales

lleguen a alcanzar la fama con canales personales, creando contenido para dicha plataforma de manera libre y alternativa, hoy en día se los conoce como “YouTubers” que no son más que personas que han creado su canal como si se tratara de una productora de TV.

se conoce que dicha plataforma recibe un aproximado de 3'000.000.00 (tres millones) de visitas diarias, lo cual es atractivo para quienes quieren promocionar su materia, contenido, o programa, es decir que esta plataforma ayuda a fomentar diferentes contenidos sin la necesidad de mayores presupuestos, lo único que se debe tener es la iniciativa, mucha creatividad y perseverancia.

## **Impulso**

- YouTube cuenta con más de mil millones de usuarios (casi un tercio de las personas conectadas a Internet), que miran cientos de millones de horas de videos en YouTube y generan miles de millones de vistas todos los días.
- YouTube en general, e incluso solo YouTube para dispositivos móviles, llega a más estadounidenses adultos de 18 a 34 años y de 18 a 49 años que cualquier proveedor de televisión por cable en ese país.
- La cantidad de horas que las personas pasan mirando videos en YouTube (también conocido como el tiempo de reproducción) aumenta un 60% por año, el crecimiento más rápido que hemos experimentado en dos años.
- La cantidad de personas que mira YouTube por día aumenta en un 40% por año desde marzo de 2014.
- La cantidad de usuarios que llegan a YouTube y comienzan a explorar la página principal del sitio, muy parecido a lo que hacen cuando encienden la TV, se multiplica más de tres veces por año.



## **Producto**

- Un 80% de las vistas de YouTube se genera fuera de los EE. UU.
- YouTube lanzó versiones locales en más de setenta países.
- Puedes explorar YouTube en un total de 76 idiomas distintos (lo cual abarca un 95% de la población de Internet).

## **Dispositivos móviles**

- Cuando los usuarios acceden a YouTube, pasan más tiempo por sesión mirando videos. Desde dispositivos móviles, una sesión de reproducción promedio dura más de cuarenta minutos, lo cual representa un aumento de más del 50% por año.
- La cantidad de horas que las personas pasan mirando videos desde dispositivos móviles aumenta un 100% por año.
- Más de la mitad de las vistas de YouTube provienen de dispositivos móviles.
- Los ingresos por dispositivos móviles de YouTube aumentan dos veces por año.

## **Publicidad**

- Los ingresos de los socios aumentan un 50% por año, y observamos este nivel de crecimiento durante tres años seguidos.
- La cantidad de canales que obtienen ingresos anuales millonarios en YouTube aumenta un 50% por año.
- También notamos que muchos adoptaron nuestros formatos de anuncios de video, como TrueView, y siguen ayudando a que los especialistas en marketing se conecten con los consumidores de maneras nuevas. La cantidad de anunciantes que publican anuncios de video en YouTube aumenta más de un 40% por año. Y, en el caso de nuestros cien anunciantes principales, el gasto promedio por cada uno aumenta más de un 60% por año.

- Todas las mejores cien marcas globales publicaron anuncios TrueView durante el último año, y un 95% de los anunciantes de TrueView publicaron campañas en todas las pantallas. También notamos un fuerte aumento en la cantidad de anunciantes nuevos que adoptaron TrueView, que representaron un incremento del 45% durante el 2014.

### **Derechos de autor**

- Hasta octubre de 2014, YouTube pagó más de USD 1,000 millones a los titulares de derechos que decidieron monetizar sus reclamos desde el lanzamiento de ContentID en el año 2007.
- Hasta julio de 2015, existen más de 8,000 socios que usan ContentID, entre ellos grandes cadenas de televisión, estudios de películas y sellos discográficos, que reclamaron más de 400 millones de videos, lo cual les permite controlar su contenido en YouTube y ganar dinero con videos que contienen material protegido por derechos de autor.

### **Inversión en los creadores**

- El equipo de los Estudios YouTube se enfoca en ayudar a que los creadores produzcan contenido genial mediante programas estratégicos y talleres que, en gran parte, se realizan en las instalaciones de los Estudios YouTube en Los Ángeles, Nueva York, Londres, Tokio, São Paulo y Berlín.
- Hasta marzo de 2015, los creadores que grabaron en los Estudios YouTube produjeron más de 10,000 videos, que generaron más de mil millones de vistas y más de setenta millones de horas de reproducción.

(<https://www.youtube.com/yt/press/es-419/statistics.html>)

### **2.3. Glosario de Términos.**

- ❖ **Quinetoscopio.-** Primer proyector cinematográfico de la historia

- ❖ **Cinematógrafo.-** Máquina capaz de grabar y proyectar imágenes
- ❖ **Taumátropo.-** juguete que reproduce movimiento mediante dos imágenes
- ❖ **Negativo de celuloide.-** primer negativo para revelado de fotografías
- ❖ **Filme.-** Película cinematográfica
- ❖ **Empotrado.-** Colocado, Puesto
- ❖ **Idónea.-** Apto para algo, que tiene buena disposición
- ❖ **Megáfono.-** Aparato en forma de cono utilizado para amplificar la voz.

#### **2.4. Interrogantes.**

- ✓ ¿Se conoce la situación actual de las diferentes tribus urbanas de la ciudad de Ibarra?
- ✓ ¿Cuáles son las necesidades del mercado en el tema de difusión de temas culturales?
- ✓ ¿Cómo desarrollaríamos una propuesta creativa para dar a conocer la identidad y los estilos de vida de la subcultura Rastafari?
- ✓ ¿El material audiovisual ayudó para que las tribus urbanas sean reconocidas?

#### **2.5. Posicionamiento Teórico Personal.**

Después de investigar sobre todo lo que implica el conocimiento de la subcultura Rastafari, junto a su íntima relación con el sentido de arte y desarrollo cultural, así como también, del conocimiento del arte de

comunicar y su estrecha relación con el diseño gráfico y producción audiovisual, de aquí su importancia para darse a conocer en un material como medio de comunicación visual.

“Los jóvenes son un símbolo de diversidad y discursos. Ellos mismos construyen variedad de lenguas y palabras, territorios simbólicos de expresión como la música, ropa y formas de organización representan su forma de ser” (Salles, 2008).

Un material audiovisual como método para promocionar y fomentar la identidad de la subcultura Rastafari será de gran apoyo para que los integrantes de dicha subcultura sean reconocidos por sus logros y eliminar las etiquetas y los malos estigmas que han recaído en ellos durante años.

## CAPÍTULO III

### **3. Metodología De La Investigación.**

#### **3.1. Tipos De Investigación.**

##### **3.1.1. Descriptiva.**

El tipo de investigación idónea para realizar este material audiovisual es la investigación descriptiva, ya que esta se limita a señalar las características particulares y diferenciadoras del fenómeno a investigar.

Esto ayudara a encontrar mayor informas tanto interna como externa de las tribus urbanas con la finalidad de dar a conocer los diferentes tipos de tribus urbanas en la ciudad de Ibarra.

##### **3.1.2. Métodos.**

###### **✓ Inductivo-Deductivo.**

Para esta investigación se utiliza los métodos inductivo – deductivo, ya que al tener pleno conocimiento de que en la ciudad de Ibarra se identifican barias tribus urbanas, el principal problema es determinar el conocimiento de la población para lo cual se determina que la elaboración de un documental audiovisual ayuda a que la población se entere de lo que se trata las tribus urbanas.

#### **3.2. Técnicas E Instrumentos.**

##### **3.2.1. Encuesta.**

Es un método de investigación que se utiliza para recolectar información mediante un cuestionario previamente diseñado.

##### **3.2.2. Entrevista.**

Se usará la entrevista periodística para lograr recolectar información de los

militantes de las tribus urbanas y expertos en otros temas para dar la idea general de la opción pública, y también como material para el producto audiovisual.

### 3.3. Población.

Habitantes de la ciudad de Ibarra que comprendan las edades de entre 20 a 25 años; según el censo realizado en el 2010 en Ibarra encontramos 16.009 personas entre hombres y mujeres de estas edades.

### 3.4. Muestra.

#### 3.4.1. Fórmula Para El Cálculo De La Muestra.

$$n = \frac{PQ * N}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

$$n = \frac{PQ * N}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

$$n = \frac{0.25 * 16009}{(16009 - 1) \frac{0.05^2}{2^2} + 0.25}$$

$$n = \frac{4002.25}{(16008) \frac{0.0025}{4} + 0.25}$$

$$n = \frac{4002.25}{10.005 + 0.25}$$

$$n = \frac{4002.25}{(16008)(0.000625) + 0.25}$$

$$n = \frac{4002.25}{10.26}$$

$$n = 390$$

### 3.4.2. Simbología.

- n** = Tamaño de la Muestra
- PQ** = Varianza de la Población, valor constante = 0.25
- N** = Población / Universo
- (N-1)** = Corrección geométrica, para muestras grandes > 30
- E** = Margen de error estadísticamente aceptable, 0.05 = 5%
- K** = Coeficiente de corrección de error, Valor constante = 2

### 3.4.3. Fórmula Para El Cálculo De La Fracción Muestral.

#### Simbología:

- m** = Fracción Muestral
- n** = Muestra
- N** = Población
- E** = Estrato (población de cada sector)

## CAPÍTULO IV

### 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Después de haber recolectado la información mediante la encuesta aplicada a los jóvenes de 20 a 25 años de edad en la Ciudad de Ibarra, la cual constaba de 7 preguntas, entre las cuales el encuestado escogió la opción que creyó conveniente; se procedió a la interpretación y análisis de cada una de ellas, para dar cumplimiento al desarrollo del objetivo diseñado para la investigación.

Al respecto, Balestrini (2003:73) señala que:

“los datos tienen su significado únicamente en función de las interpretaciones que les da el investigador, ya que de nada servirá abundante información si no se somete a un adecuado tratamiento analítico”

Por lo tanto se procedió a representar de manera general, en forma gráfica y computarizada, el análisis porcentual de los resultados obtenidos mediante la aplicación de la encuesta, para ello se empleó diagramas circulares en tercera dimensión, y la técnica aplicada es del cálculo porcentual de cada ítem.



#### 4.1. Resultados Obtenidos de la Encuesta Aplicada a las Personas Entre 20 y 25 Años.

##### 1. ¿Ha escuchado usted sobre la tribu urbana Rastafari?

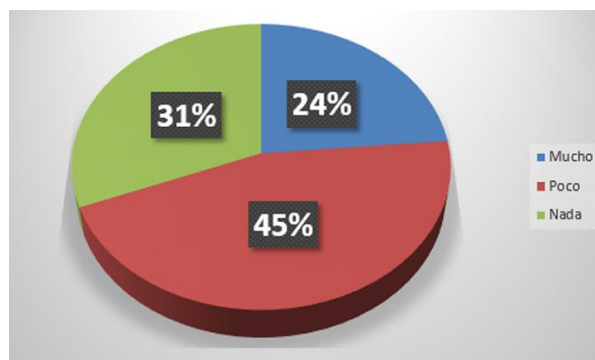
**TABLA Nº 1**

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	92	24%
Poco	177	45%
Nada	121	31%
Total	390	100%

**FUENTE:** Población Entre 20 Y 25 Años

**AUTOR:** Diego Arellano

**GRÁFICO Nº 1**



**FUENTE:** Población Entre 20 Y 25 Años

**AUTOR:** Diego Arellano

**INTERPRETACIÓN:** En Ibarra se conoce que existen diferentes manifestaciones culturales, una de ellas es la Rastafari, pero con los resultados obtenidos se puede notar el desconocimiento de la ciudadanía sobre este tema.

**CONCLUSIÓN:** Podemos concluir que es necesario dar a conocer esta cultura en la ciudad de Ibarra, Según Emmanuel Mourier, quien dice que “ El ser humano por naturaleza busca informarse sobre cualquier tema que se le presente en el cotidiano vivir.” (Mourier,2009)

2. ¿Cree usted que esta tribu está identificada en Ibarra?

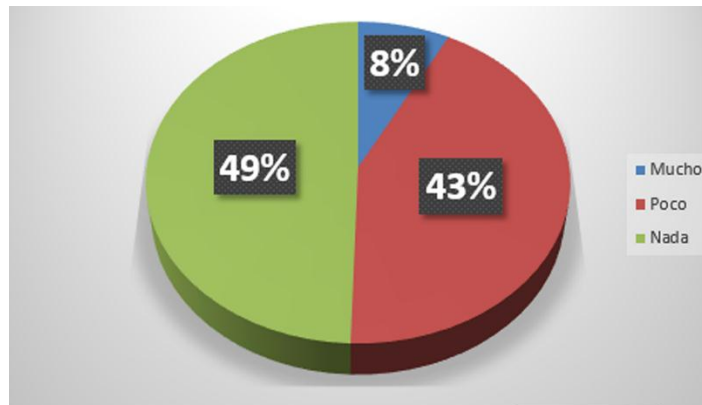
TABLA No.2

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	30	8%
Poco	167	43%
Nada	193	49%
Total	390	100%

FUENTE: Población Entre 20 Y 25 Años

AUTOR: Diego Arellano

GRÁFICO Nº 2



FUENTE: Población Entre 20 Y 25 Años

AUTOR: Diego Arellano

**INTERPRETACIÓN:** Se tiene conocimiento que en la ciudad se ha visto a militantes de la cultura Rasta, mas sin embargo, ésta no esta bien posicionada.

**CONCLUSIÓN:** Basados en el mismo fundamento de Emmanuel Murier, se puede concluir que para dar a conocer y que ésta cultura llegue a ser conocida en Ibarra es necesario sacarla a la vista de los ciudadanos.

### 3. ¿Qué tipo de música cree usted que identifica a los Rastafaris?

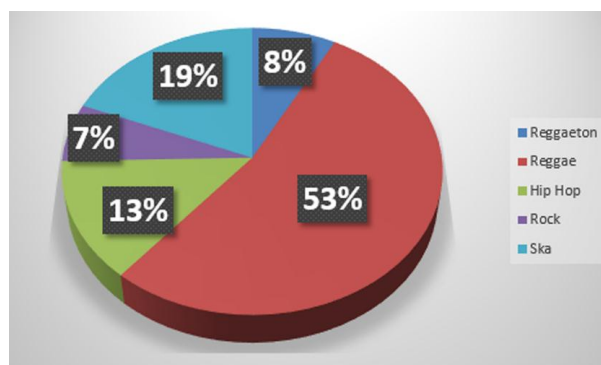
**TABLA No. 3**

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Reggaetón	37	8%
Reggae	252	53%
Hip Hop	64	13%
Rock	31	7%
Ska	89	19%
Total	473	100%

**FUENTE:** Población Entre 20 Y 25 Años

**AUTOR:** Diego Arellano

**GRÁFICO N° 3**



**FUENTE:** Población Entre 20 Y 25 Años

**AUTOR:** Diego Arellano

**INTERPRETACIÓN.-** Esta pregunta fue planteada para medir el grado de conocimiento musical de los militantes de la cultura Rastafari, en el cual la mayoría, es decir un 53% concuerda con que el Reggae es el género que los identifica, un 19% opta que el segundo género es el Ska.

**CONCLUSIÓN:** Se sabe por los libros en donde se encuentra la información sobre la cultura Rasta, el Reggae es la música por excelencia que más identifica a dicha cultura, ya que se la denomina el canto de Jah(DIOS).

4. ¿Sabe usted a que se dedican los militantes de esta tribu urbana?

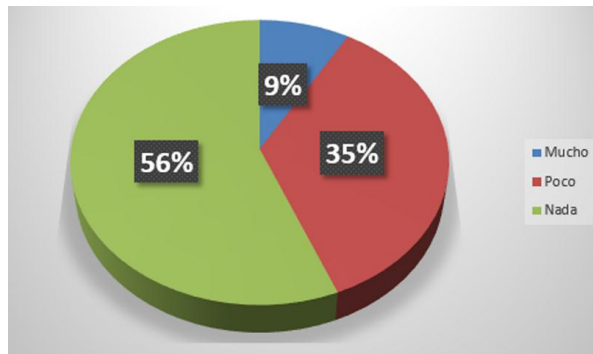
**TABLA N° 4**

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	33	9%
Poco	138	35%
Nada	219	56%
Total	390	100%

**FUENTE:** Población Entre 20 Y 25 Años

**AUTOR:** Diego Arellano

**GRÁFICO N°4**



**FUENTE:** Población Entre 20 Y 25 Años

**AUTOR:** Diego Arellano

**INTERPRETACIÓN.**-Con este resultado se sabe que en Ibarra se desconoce que los militantes de Rastafaris tienen profesiones diferentes o se dedican a diferentes actividades.

**CONCLUSIÓN:** Es necesario incluir información personal de los militantes para que se dé a conocer sus diferentes oficios.

5. ¿Conoce usted el significado de los Dreadlocks (rastas) en la tribu urbana Rastafari?

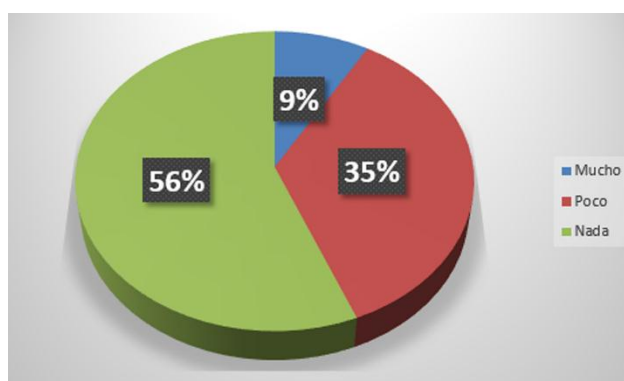
GRÁFICO N° 4

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	39	9%
Poco	120	35%
Nada	231	56%
Total	390	100%

FUENTE: Población Entre 20 Y 25 Años

AUTOR: Diego Arellano

GRÁFICO N° 5



FUENTE: Población Entre 20 Y 25 Años

AUTOR: Diego Arellano

**INTERPRETACIÓN.**-El conocimiento del look que mantienen los militantes Rastafaris es desconocido por la mayoría de las personas encuestadas.

**CONCLUSIÓN:** En la cultura Rasta los Dreads son parte fundamental de su ideología espiritual, y para dar a conocer este tipo de detalles se concluye que se debe incluir conceptos que den a entender a la ciudadanía el porqué de su look dentro del material a crear.

**6. ¿Ha visto algún documental en donde se detalle la vida de los Rastafaris?**

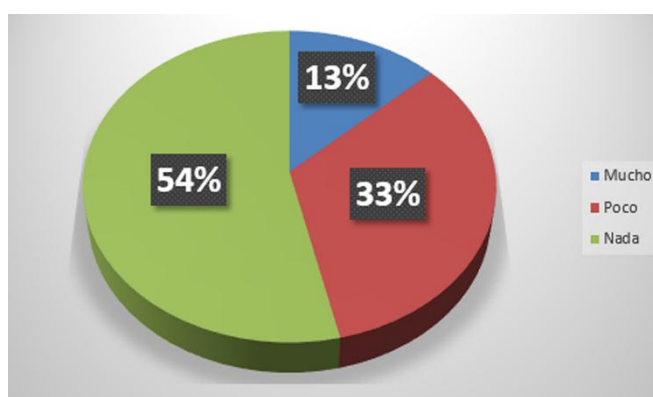
**TABLA N° 6**

<b>Indicador</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Mucho	51	13%
Poco	130	33%
Nada	209	54%
Total	390	100%

**FUENTE:** Población Entre 20 Y 25 Años

**AUTOR:** Diego Arellano

**GRÁFICO N° 6**



**FUENTE:** Población Entre 20 Y 25 Años

**AUTOR:** Diego Arellano

**INTERPRETACIÓN.-** La mayoría de las personas encuestadas dan a conocer que no han visto un material informativo en donde se detalle el estilo de vida los rastafaris

**CONCLUSIÓN.-** El material audiovisual propuesto puede ser de gran acogida por las personas q viven en la ciudad de Ibarra para conocer sobre esta subcultura.

“Dar a conocer a las personas y darle la posibilidad de explorar nuevos conceptos, emociones, gestos, entre otros, cultiva el concimineto cultural en dichas personas” (R. Rogers, 1995).

## 7. ¿Cómo le gustaría a usted visualizar este tipo de contenido?

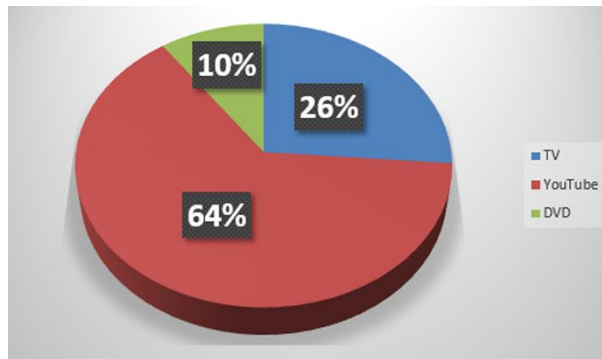
**TABLA N° 7**

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
TV	104	26%
YouTube	253	64%
DVD	39	10%
Total	390	100%

**FUENTE:** Población Entre 20 Y 25 Años

**AUTOR:** Diego Arellano

**GRÁFICO N° 7**



**FUENTE:** Población Entre 20 Y 25 Años

**AUTOR:** Diego Arellano

**INTERPRETACIÓN.-** Las personas encuestadas concuerdan que la mejor manera para mirar un material audiovisual en donde se detalle la vida de la cultura Rastafari de Ibarra es por medio de las redes sociales y plataformas on-line.

**CONCLUSIÓN.-** La mejor manera para llegar a que mas personas tengan conocimiento del material audiovisual y el contenido que se esta proponiendo es mediante la publicación de éste en la plataforma YouTube, ya que se puede llegar a alcances mundiales con bajos presupuestos.

## CAPÍTULO V

### 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones.

Luego de obtener resultados a través de la investigación y las encuestas aplicadas en la ciudad de Ibarra, se concluyó que:

- ❖ En base a los estudios realizados se determina que el nivel de conocimiento de esta cultura en la ciudad de Ibarra es mínima, por ello es que el material propuesto para que la ciudadanía trate de solventar el desconocimiento sobre este tema, va a ser de gran acogida.
- ❖ Las diferentes culturas que se encuentran en todo el mundo siempre tienen rasgos atractivos, ya sea para las personas normales o para los jóvenes que buscan integrar dichas culturas urbanas, es por esto que el material audio-visual es un medio factible para dar a conocer la cultura Rasta.
- ❖ El conocimiento de la cultura urbana Rastafari, como de las costumbres que los militantes tienen, son hasta cierto punto peculiares y para que las personas se interesen en ver el material propuesto, es que se propone sea de formato alternativo y acorde a las nuevas tendencias encontradas.
- ❖ Por el poco interés de las empresas en cuanto al apoyo de artistas locales, estos han tenido que sobresalir por sus propios medios, al contar con bajos presupuestos se concluye que la mejor forma de distribución de este material será YouTube, plataforma on-line mundialmente conocida, y mediante la cual se ha llegado a conocer y fomentar talentos.



❖ Al encontrar varios exponentes que se encuentran en la ciudad de Ibarra, fácilmente se podría recopilar materia para realizar el contenido audio visual, y así, dar a conocer varios aspectos de interés para la ciudadanía con respecto de la subcultura Rastafari.

## **5.2. Recomendaciones.**

5.2.1. Se recomienda que para dar a conocer todo sobre la cultura urbana Rastafari es necesario generar un material audiovisual alternativo en donde se detalle la vida, costumbres, y estilo de los militantes de esta cultura.

5.2.2. La búsqueda de auspicios por parte de entidades o militantes de esta misma subcultura será de gran ayuda para mejorar la calidad del material a presentar.

5.2.3. Se recomienda la utilización del material audiovisual junto con una campaña que utilice medios de alcance local como canales de tv en la ciudad de Ibarra se cuenta con un canal cultural como es UTV, en donde el material puede ser transmitido de manera gratuita, y la plataforma YouTube, que dará alcances más amplios.

5.2.4. El alcance mediante las redes sociales es fundamental, por lo cual se recomienda que el material sea publicado en páginas oficiales tanto de Facebook como en el canal de YouTube, logrando así tener interactividad con el público en general.

### **5.3. Contestar Las Interrogantes De Investigación En Base A Los Resultados Obtenidos.**

❖ En la ciudad de Ibarra gran parte de las personas no conocen sobre la cultura Rastafari, sin embargo los resultados encontrados en las encuestas, demuestran que las personas están interesadas en conocer dicha cultura, además de que la gente ha manifestado que les gustaría visualizar el materia por plataformas no convencionales como YouTube nos da la idea de elaborar una producción diferente con un estilo libre.

❖ En la actualidad con los avances tecnológicos es claro que se debe usar estas herramientas para distribuir este tipo de contenidos independientes y alternativos para la ciudadanía, con la debida promoción y difusión, además de contar con muchos centros dispuestos a proyectar este tipo de material de manera abierta al público que acogen.

❖ La elaboración del material que se propone tiene un formato mundialmente conocido como Reportaje documental, en donde los militantes de la cultura Rasta de Ibarra podrán expresar su manera de psnsar, ideología, inicios y varios temas de interés general.

❖ Este material terminado será entregado a canales culturales para ser emitidos a nivel local, y de manera física a lugares de proyección como epicentros culturales, cine independiente y cultural, canales independientes de militantes de esta cultura, formando una red en donde se llegará a más sectores del público objetivo.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. PROPUESTA ALTERNATIVA**

#### **6.1. Título de la Propuesta**

ELABORAR UN MATERIAL AUDIO-VISUAL ALTERNATIVO PARA DAR A CONOCER LA CULTURA RASTAFARI EN LA CIUDAD DE IBARRA EN EL PERIODO 2015.

#### **6.2. Justificación e Importancia.**

La investigación realizada en la muestra de hombres y mujeres entre los 20 a 25 años de edad, determina que el conocimiento de las personas acerca de la cultura Rastafari no se encuentra bien establecida, es decir que el 45% de la población dice conocer un poco acerca del tema.

Se considera que una propuesta audiovisual sería más llamativa para que el público pueda conocer las actividades a las que se dedican los militantes de dicha cultura, el formato le permitirá dar a conocer estas características y será más fácil de distribuir.

Además si bien es cierto que esta cultura no está bien arraigada en la ciudad, contamos con varios militantes de dicha cultura los cuales cuentan con varios medios de difusión del material audiovisual, tanto en canales on-line propios como de amistades.

Para educar a las personas en cuanto al tema netamente de la cultura rastafari, se ha encontrado al material audiovisual al estilo “Reportaje Documental” como medio más idóneo para captar la atención del público objetivo, tomando en cuenta que históricamente los medios de comunicación tanto tradicionales como no convencionales han ayudado a la distribución de todo tipo de información, éstos van a ser de gran apoyo para la distribución del material audiovisual terminado.

La gran revolución tecnología ha dado paso a la creación de medios de alcance internacional, además de ser sencillos de adquirir, tal es el caso de la plataforma YouTube, en el cual para ver cualquier contenido solo se necesita de una conexión a internet, es por eso que mediante esta plataforma el “Reportaje Documental” llegará a públicos distintos de todas partes del mundo sin mayor presupuesto

Contando con el apoyo de la constitución, la cual dicta que;

en el Art. 103.- Difusión de los contenidos musicales.- En los casos de las estaciones de radiodifusión sonora que emitan programas musicales, la música producida, compuesta o ejecutada en Ecuador deberá representar al menos el 50% de los contenidos musicales emitidos en todos sus horarios, con el pago de los derechos de autor conforme se establece en la ley. Están exentas de la obligación referida al 50% de los contenidos musicales, las estaciones de carácter temático o especializado” pero no se ve un cumplimiento al 100% en el país, lo cual perjudica a los nuevos músicos; este y otros temas se pueden incluir en los contenidos audiovisuales para así tratar de generar un mayor interés por la música creada por artistas Ecuatorianos.

Podemos tomar en cuenta los siguientes aportes:

**Cultural:** apoyando al talento local y dando a conocer la cultura Rastafari, para que sea tomada como ejemplo.

**Artístico:** dar a conocer los diferentes talentos encontrados en la subcultura apoyando artistas locales.

**Económico:** Apoyo publicitario para los diferentes exponentes del material audiovisual, promoción, difusión de sus artes y música, aportando a el cumplimiento de la ley de comunicación en cuanto al redito por derecho de autor.

### **6.3. Fundamentación.**

#### **6.3.1. Fases de la Producción.**

En la elaboración de un documental, así como en cualquier material audiovisual como puede ser un cortometraje, un medimetraje, o largometraje y cualquier producción independiente o cacera, existen tres etapas importantes para lograr un material bien elaborado y de calidad, es así que vamos a dar una descripción de estas etapas que marcan el inicio de una producción, el desarrollo y desenlace de la misma.

#### **6.3.2. Primera Etapa.**

- **Pre-Producción.**

Etapa inicial para consolidar una idea en un material audiovisual es muy importante ya que en esta etapa se elaboran y estudian todos los detalles previos a un rodaje, dentro de esta primera etapa tenemos que tomar en cuenta varios factores para obtener un producto de calidad

- **La Idea.**

Es muy importante tener muy claro que es lo que se va a grabar, de ello dependerá el argumento de nuestra obra audiovisual, ahora si bien es cierto todos tenemos derecho a grabar lo que nos gusta, pero esto no quiere decir

que toda idea es buena y en algunos casos no vale la pena invertir tiempo y esfuerzo en sacar adelante la producción.

- **Sinopsis.**

Esto es un breve resumen de lo que se tiene planeado grabar, en este resumen solo se incluye nombres de personajes, acciones principales y las intenciones. Éste debe ser máximo de una hoja no debe contener diálogos y su redacción será clara y concisa.

- **Tratamiento.**

Ésta en cambio es una descripción detallada de la obra, en ella se incluyen todos los personajes, acciones y situaciones que van a ocurrir en el rodaje redactado aun de una forma literaria y no contiene diálogos, también se debe tener en cuenta las metas del filme, dar una historia concreta con un inicio, desarrollo, conflictos que se crearan y final de la historia.

- **Guión Literario.**

En este documento ya podemos encontrar argumento y diálogos de la historia con el que todo el equipo como camarógrafos, actores y demás, ellos se guiaran con este manifiesto para lograr la grabación.

El guion literario es nada más que la narración ordenada y cronológica de la historia propiamente dicha, colocada de una manera que el material rodado esté dispuesto a ser llevado a la pantalla, deberá además ser muy sencillo y directo y también se incorpora la fase de inicio, desarrollo y la fase de final o desenlace.

Es importante que todo el equipo de trabajo se conozca bien este documento ya que del de él depende el número de veces con que se grabe una escena sin errores ni repeticiones.

- **Guión Técnico.**

En este documento encontraremos la planificación previa que del director ha dispuesto para el rodaje del filme como secuencias, escenas, planos entre otros.

El director debe redactar el guion técnico señalando cada plano en los diferentes aspectos del lenguaje audiovisual, movimientos de cámara, desplazamientos, ángulos de toma, transiciones de plano a plano, efectos dramáticos, sonorización y musicalización.

- **Storyboard.**

Para elaborar este documento debemos tener el guion técnico completo ya que no es más que la representación del mismo en dibujos o fotografías ordenados a modo de comic o historieta.

- **Casting.**

El productor debe elegir a las personas más idóneas para interpretar un papel, es por eso que se realiza el casting en donde se nos demostrara mediante una breve actuación que logra interpretar bien el personaje al cual están aplicando.

- **Locaciones.**

El productor debe tener muy clara la historia que va contar, es por ello la importancia de escoger bien los lugares o locaciones en donde se va a rodar, este no debe ser tomado muy a la ligera ya que se debe tomar muy en cuenta factores como espacio e infraestructura.

- **Dirección De Fotografía.**

Mientras el resto del equipo trabaja en locaciones, utilizaría y varias otras cosas el director de fotografía debe estar familiarizándose con el manejo de la cámara haciendo varias prácticas, para cuando el guion esté lo suficientemente avanzado el director de fotografía deberá ensayar con los actores y actrices en las locaciones que intervienen en la producción para lograr los encuadres y planos establecidos en el guion.

### **6.3.3. Segunda Etapa**

- **Producción.**

En la etapa de producción debemos tener muy en cuenta ciertos parámetros para lograr la calidad de la imagen deseada. Los cuales los ponemos a continuación.

- **Plan De Rodaje.**

Para el plan de rodaje se debe tener en cuenta las locaciones ya que en base a estas se establecerá el orden para iniciar a rodar, tomen en cuenta que no se graba en función del storyboard, estructurar en este documento la cantidad de planos que se van a grabar en el día de trabajo, así como también la administración económica u organizativa en función de tiempo, si las jornadas de rodaje son muy extensas se deberá tomar en cuenta la comida y bebidas para todo el equipo.

- **Rodaje.**

En el lugar de rodaje o sitio en donde se va a grabar cierta escena los actores deben preparar su vestuario y maquillaje, el directo deberá ver el plano que se va a grabar y la posición de la cámara, previo a esto se realiza



un ensayo para comprobar los encuadres junto con los movimientos de los actores.

- ❖ Los encargados del sonido pondrán a punto los instrumentos empleados en la captación del audio del filme.
- ❖ El productor mediante un megáfono si es necesario pedirá silencio para empezar a rodar.
- ❖ El director de fotografía una vez que ya tiene el encuadre establecido en la cámara empezara a grabar.
- ❖ Mientras que el script colocara la claqueta frete a la cámara, en donde se encuentra la información de la escena, el plano, secuencia y el número de toma.

#### **6.3.4. Tercera Etapa.**

- **Post Producción.**

La etapa de la post producción puede resultar un poco tediosa para las personas involucradas a trabajar en ella por la gran cantidad de material que se logra en el rodaje de una producción audiovisual, ya que de ellos depende el producto final que entregara al público.

- **Edición Y Sonorización.**

Una vez que se tiene el materia grabado se puede pasar a la fase de edición en donde mediante un software especial se unirán y ordenaran los planos para darle la estructura lógica necesaria al relato fílmico, este puede venir acompañado del sonido para fortalecer la historia.

- **Exhibición Y Distribución.**

Una vez concluido con las etapas de pre-producción, producción y postproducción tenemos nuestra obra montada y sonorizada lista para ser expuesta al público.

En esta fase encontramos también involucrados a los Diseñadores Gráficos quienes tendrán la tarea de darle una imagen al material terminado, así como la elaboración de material gráfico para la promoción de la obra.

(Lenguaje Audiovisual, Medios Digitales, Sergio Clavero, 2008)

#### **6.4. El Documental en el Ecuador**

El tesoro de Atahualpa creado en 1924, un abismo y dos almas en 1925, fueron los primeros documentales que se crearon y produjeron en Ecuador en la década de los 90, posteriormente se tendría la creación de un sinnúmero de obras más como video activismos y videos que trataban la temática social.

La ecuatoriana Isabel Dávalos iniciaba sus pasos en el mundo cinematográfico en el año 1998, asumiendo la dirección de películas como Ratas, Ratones y Rateros, dos años más tarde inicio a gestionar su primer documental en el cual trataba de reflejar la situación del Ecuador hace 25 años, con el sueño de todos los Ecuatorianos de tener en el poder a Jaime Roldos, representando a un gobierno de izquierda.

Esta fue la primicia para que se apoye al cine Ecuatoriano, que tenía diversas formas de expresión, al empezar con películas con temática social y política varios representantes del cine decidieron empezar proyectos diferentes como por ejemplo María Fernanda Restrepo, nacionalizada ecuatoriana quien realizó un documental conocido por Mi corazón en

Yambo, cuyo contenido tiene como protagonistas a los hermanos Restrepo quienes fueron raptados y asesinados.

A lo largo de la trayectoria cinematográfica del Ecuador se pueden encontrar alrededor de 67 producciones hasta el último trimestre del 2014 de las cuales 18 son documentales con temática no comercial.

## **6.5. Objetivos.**

### **6.5.1. Objetivo General.**

ELABORAR UN MATERIAL AUDIO-VISUAL ALTERNATIVO PARA DAR A CONOCER LA CULTURA RASTAFARI EN LA CIUDAD DE IBARRA EN EL PERIODO 2015.

### **6.5.2. Objetivos Específicos.**

- ❖ Definir el formato indicado para la elaboración del documental.
- ❖ Elaborar el plan de rodaje para iniciar la producción.
- ❖ Iniciar el rodaje de acuerdo al plan estipulado.
- ❖ Definir la identidad corporativa con la cual se va a identificar el documental

## **6.6. Ubicación Sectorial y Física.**

El proyecto se desarrolla en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, ubicada en la región sierra norte, zona 1, del Ecuador.

La ciudad de Ibarra tiene una población de 139721.00 habitantes, de los cuales 16.009.00 son hombres y mujeres entre 20 a 25 años, a los cuales está dirigido este proyecto.

La mayoría de jóvenes que tienen acceso a internet pondrán tener a su disposición el material en plataformas como YouTube, pero también se proyectará en medios masivos como son UTV canal universitario

## **6.7. Desarrollo De La Propuesta.**

### **6.7.1 Género Del Soporte Audiovisual.**

Video Reportaje Documental

#### **6.7.1.1 Necesidad De Comunicación.**

El ser humano por naturaleza tiene la necesidad de comunicar, expresarse, compartir sentimientos, estilos, entre otros, es por eso que nos vemos en la necesidad de crear un documental audiovisual en el que la cultura Rastafari al igual que varias otras en las ciudades de todas partes del mundo sean escuchadas y se conozca de sus costumbres, esto como un modo de educación y aporte para la cultura general.

El documental no solo va dirigido a militantes de la cultura rastafari, sino, a todos los jóvenes quienes se sientan identificados con las costumbres, ideologías, criterios, de los Rastafaris y de otras culturas que se encuentran ligadas de una forma u otra.

La inclusión de dichas culturas ha dado paso a que los jóvenes se sientan libres de pertenecer a cualquier tribu urbana, y gracias a ello podemos ver que dichas culturas tienen muchos puntos en los que coinciden.

### **6.7.1.2 Tema/Título Del Producto Audiovisual:**

CULTURE RASTA / MIRAR SIN PREJUICIOS

### **6.7.1.3. Concepto o Idea:**

Documental cuyo objetivo principal es el de recopilar información para dar a conocer características específicas de la cultura Rastafari en la ciudad de Ibarra y así crear un ambiente inclusivo, fomentando el respeto y haciendo un llamado a la conciencia a las personas, dando a conocer dicha cultura desde una perspectiva diferente y dinámica.

### **6.7.1.4. Sinopsis:**

Javier Tinajero, diseñador de profesión y músico de corazón nos hablan de cómo inició en el mundo del Rastafarismo, cuáles fueron sus influencias y como llegó a tener su personalidad en base a una ideología espiritual, además nos cuenta sobre su pasión por la música y el skateboarding.

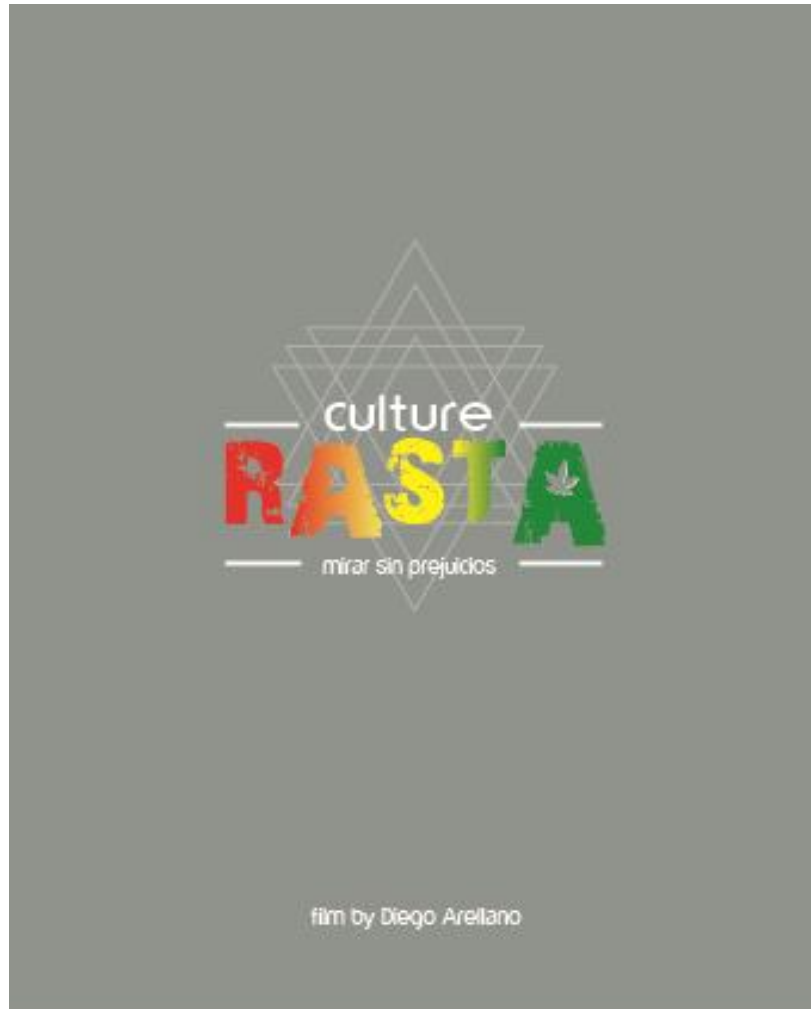
Paul Ruales, Artista y con su profesión de tatuador nos cuenta como el inmiscuirse en el mundo del rastafarismo le ayudó a superar muchas etapas duras en su vida, además de quitarle la obscuridad de su corazón, nos cuenta sus inicios en el arte del tattoo y nos muestra con un criterio distinto lo que la sociedad está haciendo con los militantes de las culturas alternativas.

Culture Rasta, es un material al puro estilo de un reportaje libre y alternativo, será de gran ayuda para tener una visión diferente de esta cultura, aprender a respetar y no juzgar a las personas sin antes conocerlas, dicho material será distribuido a canales locales, y en plataformas alternativas como YouTube para poder llegar a todas partes del mundo, dando a conocer la vida Rastafari en Ibarra Ecuador

### 6.7.1.5 Diseño de la Identidad del Soporte Audiovisual

#### GRÁFICO No.8

#### Marca



**GRÁFICA No 9.**

**Portada del Manual de Marca**

manual de uso de marca



**GRÁFICA No.10**  
**Índice del Manual**



**ÍNDICE**

**Página**

01	Justificación
02	Familias Tipográficas
03	Arquitectura de la marca
04	Malla y Proporciones
05	Tamaño mínimo de medida
06	Cromática
07	Usos permitidos > Aplicaciones
08	Usos permitidos Cromática
09	Aplicaciones Usos NO permitidos

---



**GRÁFICA No. 11**  
**Justificación**

1/9

Culture Rasta.- Es la marca que llevara el Documental de la Subcultura Rastafari en la ciudad de Ibarra.

Éste documental muestra las actividades de la cultura rasta, su aceptación y desarrollo desde una perspectiva alternativa.



GRÁFICA No. 12  
Familias Tipográficas

Familia Tipográfica yorkville

2/9

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
! " # % & / () = ? \_ ; ' " \* - , .  
123567890



Familia Tipográfica A Trip To Hell And Back

**ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ  
**ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ  
! " # % & / () = ? \_ ; ' " \* - , .  
123567890



**GRÁFICO No. 13**  
**Arquitectura de la Marca**

3/9

Arquitectura de Marca

Estrella de David



Es uno de los más conocidos símbolos identitarios del rastafarismo

Simboliza la Protección, Unión, Hermandad

Diferentes versiones

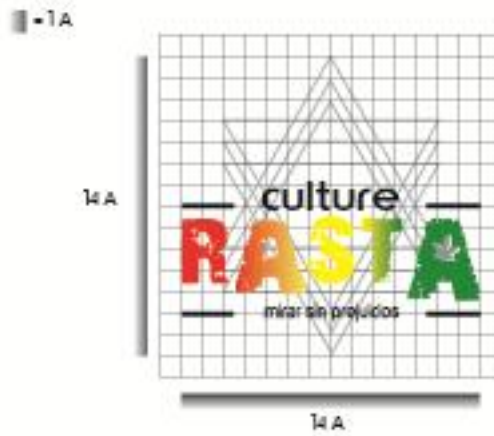


# GRÁFICO No. 14

## Malla Estructural

Malla estructural y proporciones de marca

4/9

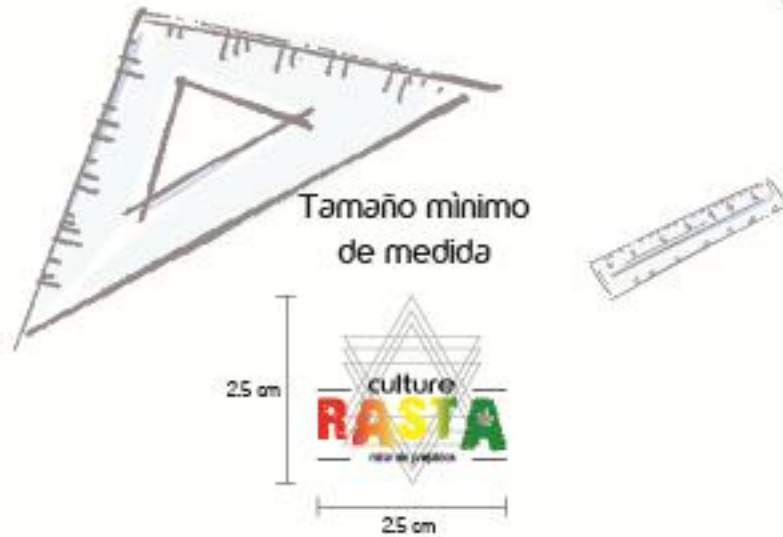


Malla estructural - espacio libre



**GRÁFICO No. 15**  
**Tamaño Mínimo de Uso**

5/9



El tamaño de medida mínimo para el logotipo en cualquiera de sus versiones es de 2.5cm x 2.5cm, de esta manera se garantiza la legibilidad de la marca y el correcto uso de la misma.

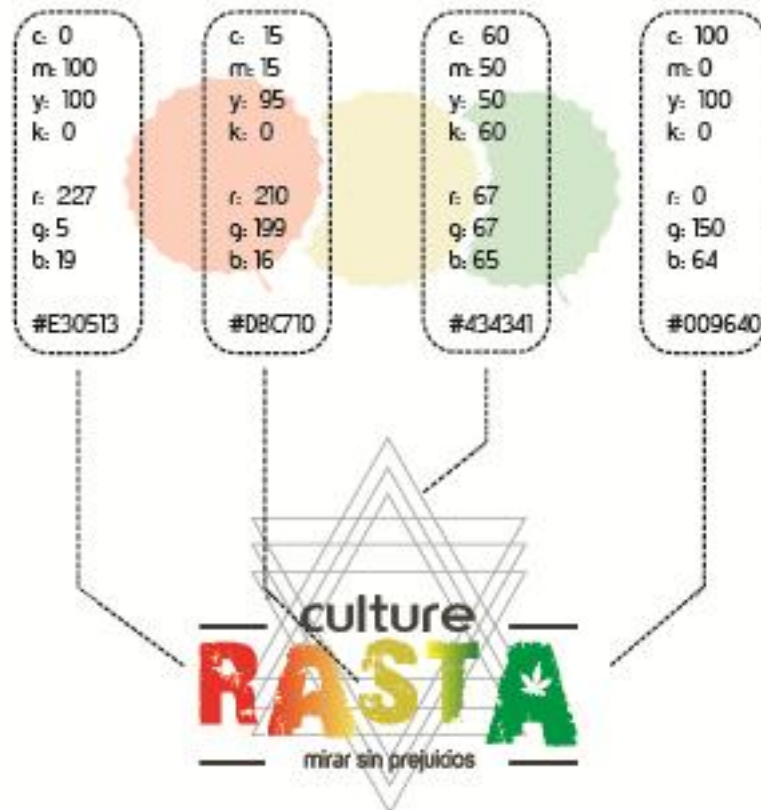


# GRÁFICO No.16

## Cromática

Cromàtica

6/9



## GRÁFICO No. 17

### Usos Permitidos

#### Aplicaciones > Usos permitidos

7/9



Disminución y uso mínimo permitido hasta que la tipografía del copy sea legible, es decir 2,5cm x 2,5cm.

Tamaño máximo permitido, es relativo acorde al tamaño del soporte o dispositivo en el que se va a utilizar.



La disposición del isotipo al costado de la marca está permitida en aplicaciones cuya amplitud en el espacio necesaria es limitada.

## GRÁFICO No. 18

### Colores de Uso de Marca

Usos permitidos > Cromática

8/9





# GRÁFICO No.19

## Usos no Permitidos de Marca

Aplicaciones > Usos NO permitidos

9/9



Distorsiones o malformaciones



Cromática que no se mencione en este manual



Escalas o tamaños mal proporcionados o ilegibles

**GRÁFICO No.20**  
**Contraportada del Manual**



### **6.7.1.6 Equipo de Pre-Producción**

Diego Arellano > Director, Productor

Nataly Moya > Artes, Screap

Katty Morillo > Staff

### **6.7.1.7. Formato.**

- **Tiempo:** La duración del material audiovisual será de 12 minutos

- **Resolución en pantalla:** widescreen 16:9, 720 x 480 pixeles

Plataformas digitales 720p, 1280 x 720 pixeles

- **Tipo de archivo digital:** Formato: AVI, NTSC HDV

### 6.7.1.8. Planificación

- Scalleta o Story Line:



**GRÁFICO No. 21** Fotograma inicial: Toma panorámica de la ciudad de Ibarra.

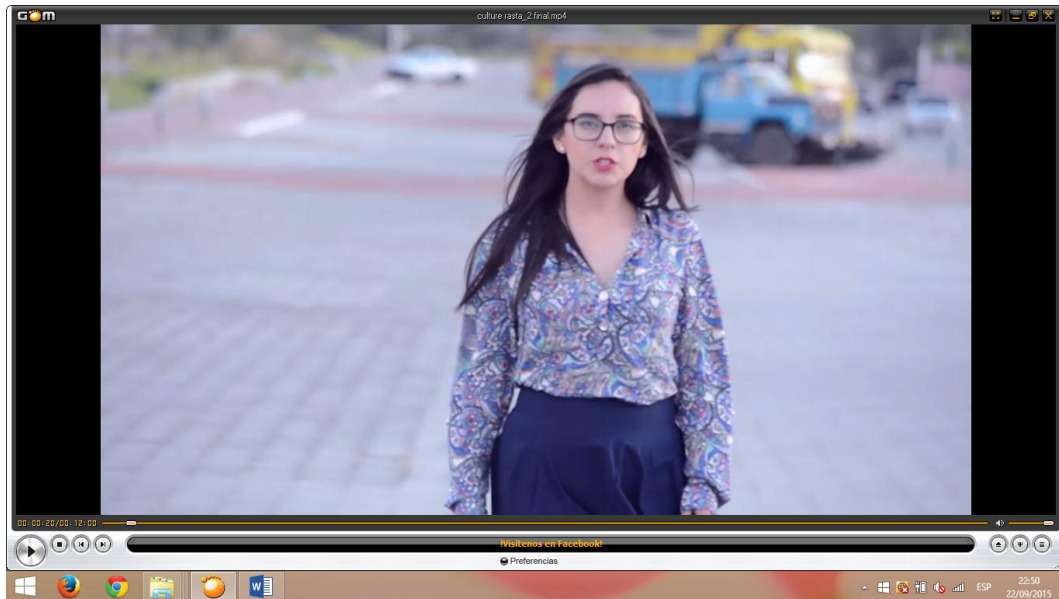
Inicia el material audiovisual.



**GRÁFICO No. 22** Karen Sarabia: indica presentando el video con una descripción rápida de las culturas que se encuentran en la ciudad de Ibarra



**GRÁFICO No. 23** Tomas de paso: Parque Céntrica en la noche, muestra la majestuosidad de esta obra en la ciudad.



**GRÁFICO No. 24** Karen Sarabia: expone la situación de la vivencia de las culturas en la ciudad.



**GRÁFICO No. 25** Intro: imagen en donde se muestra el logo del material audiovisual para iniciar el video



**GRÁFICO No. 26** Xavier Tinajero: Militante la cultura Rasta, nos habla un poco acerca de los inicios en este mundo espiritual.



**GRÁFICO No. 27** Frank Ruales: Militante de la cultura Rasta nos indica los motivos por los cuales está en esta cultura.



**GRÁFICO No. 28** Jah Army: Grupo musical de la ciudad de Ibarra expone su música al pie del volcán en el festival musical.



**GRÁFICO No. 29** Imágenes Cortesía del grupo musical Ja Amy, en donde se muestra su video llamado Camino





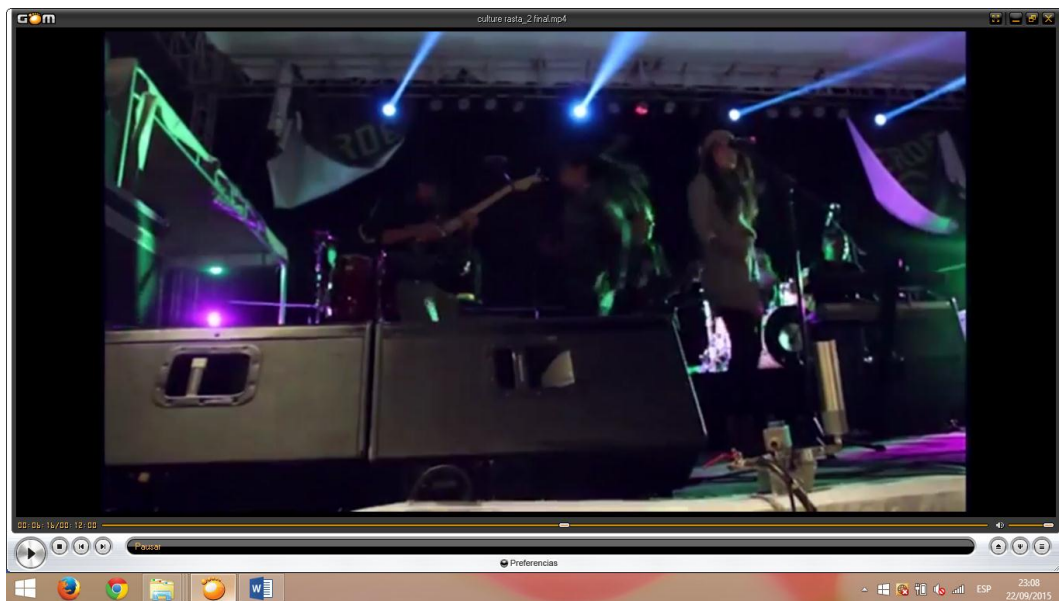
**GRÁFICO No. 30** Maquina de tattoo: imagen en ufo club estudio de arte y tattoo



**GRÁFICO No. 31** Xavier Tinajero nos habla un poco de las influencias para crear su ideología resta.



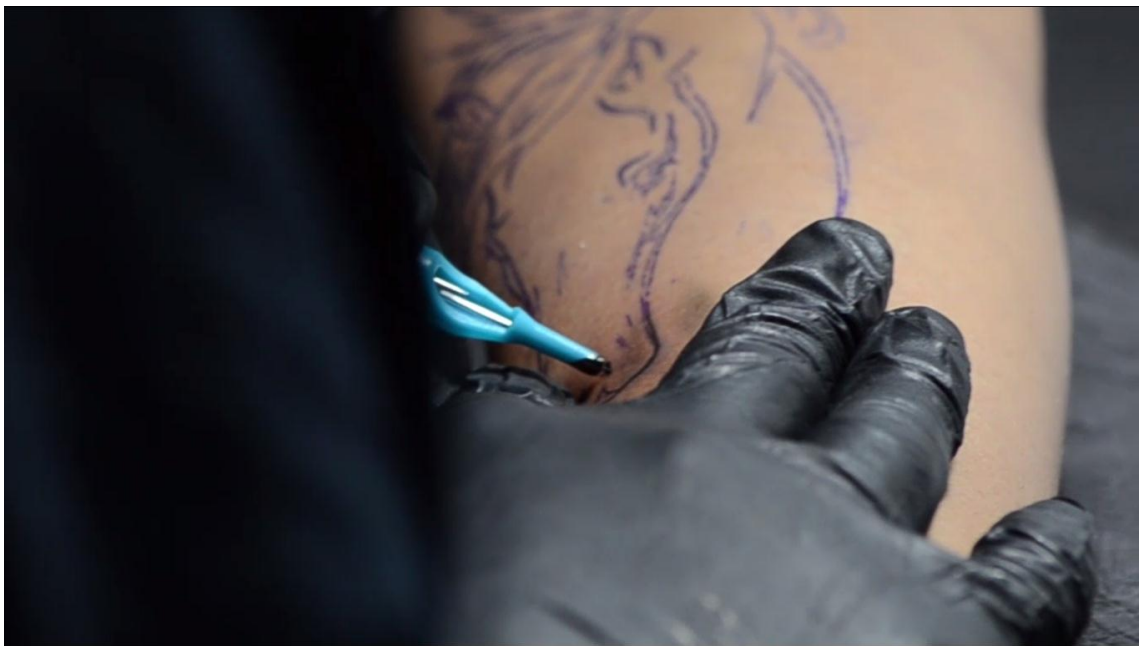
**GRÁFICO No. 32** Karen Sarabia no habla sobre las influencias que los militantes pueden tener



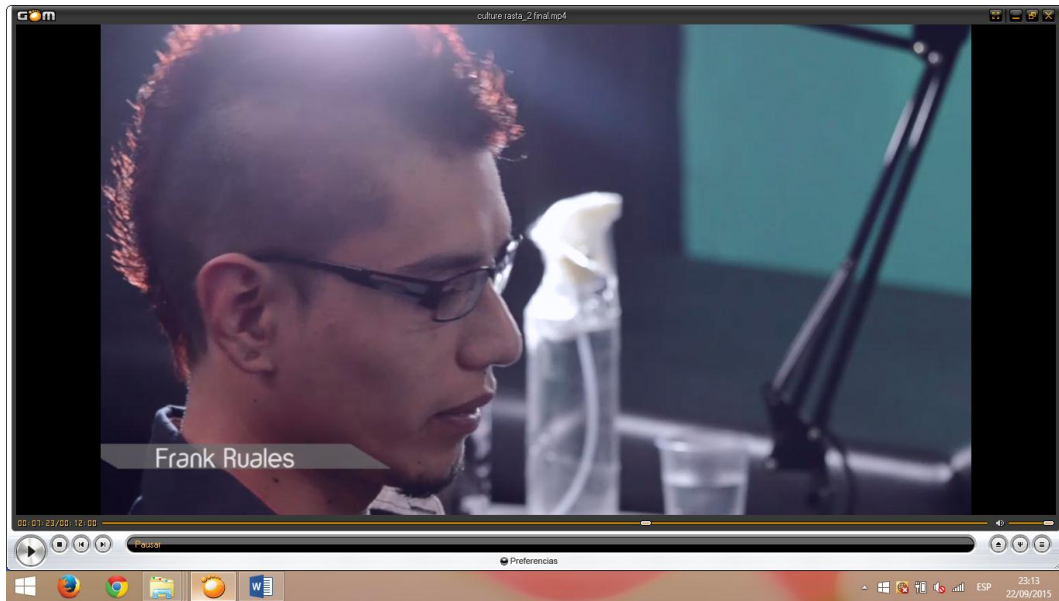
**GRÁFICO No. 33** Material cortesía de Jah Army, se demuestra la energía de sus presentaciones



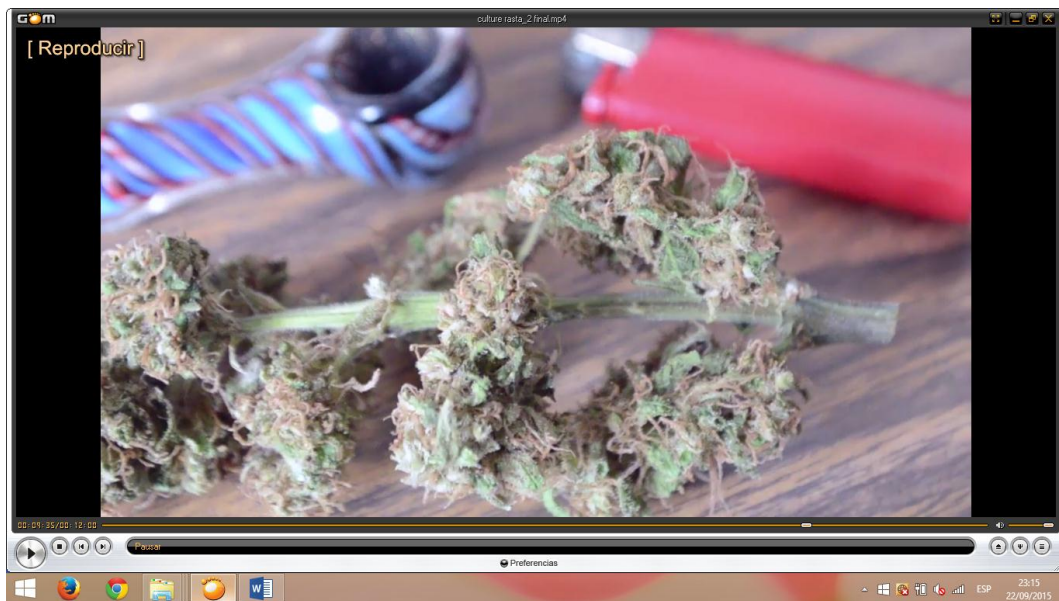
**GRÁFICO No. 34** Presentación de música reggae.



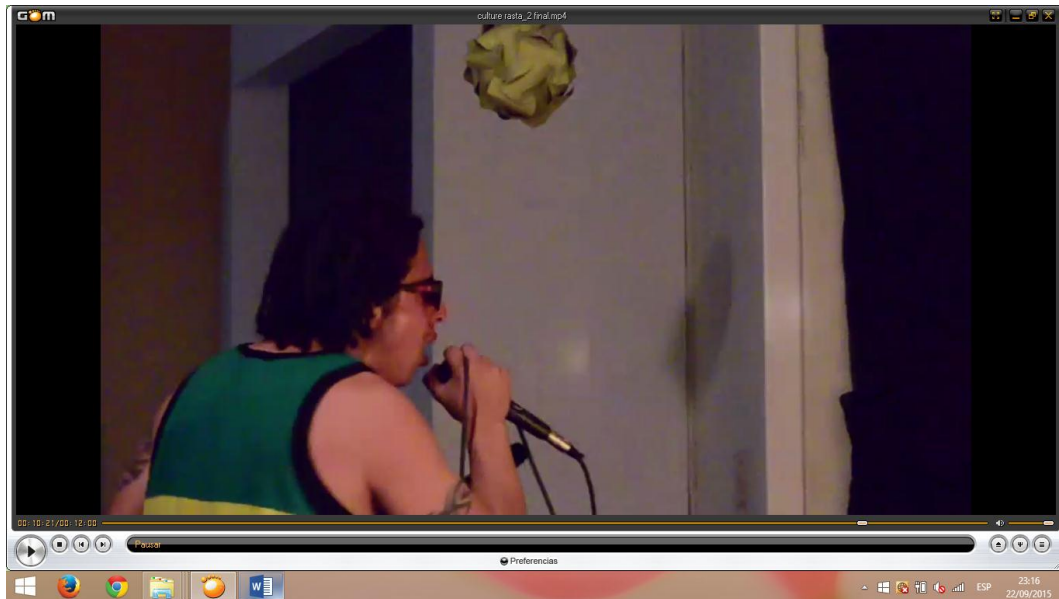
**GRÁFICO No. 35** Proceso de Tattoo



**GRÁFICO No. 36** Frank Ruales no habla sobre sus inicios en el mundo del tattoo.



**GRÁFICO No. 37** Planta de cannabis.



**GRÁFICO No. 38** Cultura en su máxima expresión.



**GRÁFICO No. 39** Créditos y agradecimientos

#### 6.7.1.9. Producción Audiovisual.

- Equipo de producción

Diego Arellano > Director, Cámaras

Natal Moya > Cámaras, Maquillaje

Rubén Navarrete > Sonido

Katy Morillo > Continuidad, Staff

Diego Arellano > Diseño y Fotografía

- Equipos y recursos tecnológicos audiovisuales:

Cámara Nikon D5100

Píxeles reales > 16.2 millones

Video > Full HD 1,920 x 1,080 / 30 cps

Cámara Nikon D3200

Píxeles reales > 24.2 millones

Video > Full HD 1,920 x 1,080 / 30 cps

Objetivo Nikkor 18-55 mm AF-S DX ZOOM f/3.5 – 5.6 G ED II

Objetivo Nikkor 55-300 mm AF-S DX ZOOM f/4.5 – 5.6 G VR

Memoria Kingston SD, clase 10, 16GB rondón

Micrófono takstar sgc-598 Estéreo

Respuesta de frecuencia: 50Hz-16kHz

Sensibilidad: -32dB ± 2dB (0dB = 1V/Pa a 1 kHz)

Impedancia de salida: 200 ohmios + / -30%

Softbox 28" x 25", stands HD, luces continuas de 300 W c/u

Cable extensión micrófono Estéreo 3 metros

Trípode Sony VCT-R640

Cabezal panorámico de 3 vías

Altura máxima aprox. 1,441 mm

Altura máxima aprox. 548 mm

Placa de cámara de fácil acople

### 6.7.1.10. Post Producción

- Software de edición

Adobe Premiere

Adobe After Effects

- Generador de Caracteres

Adobe After Effects

- Máscaras de presentación

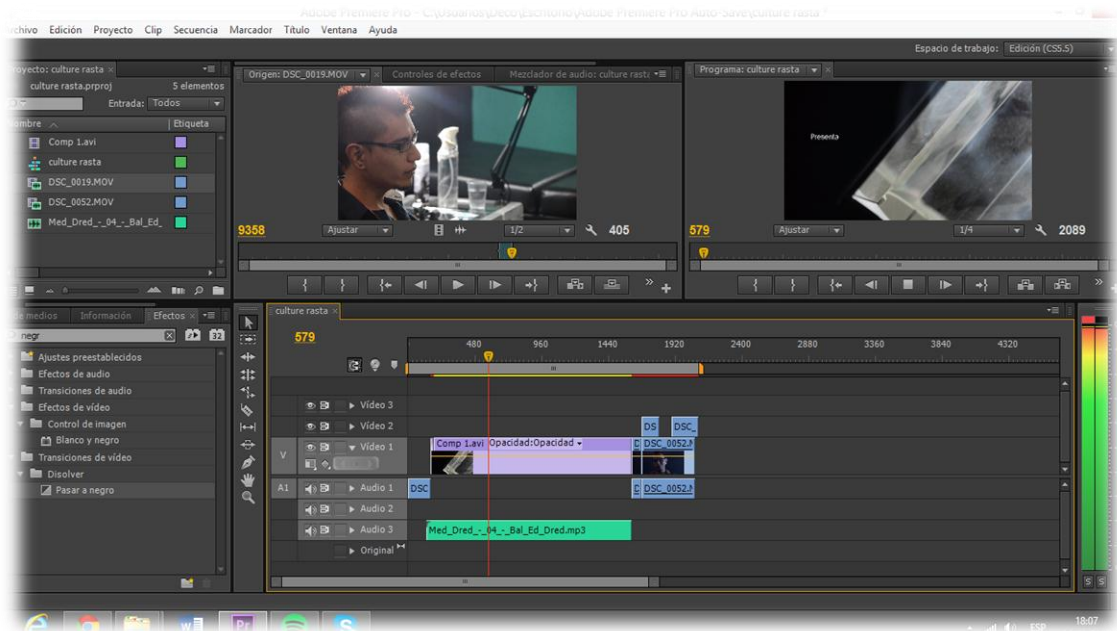
- Máscaras de texto

- Créditos

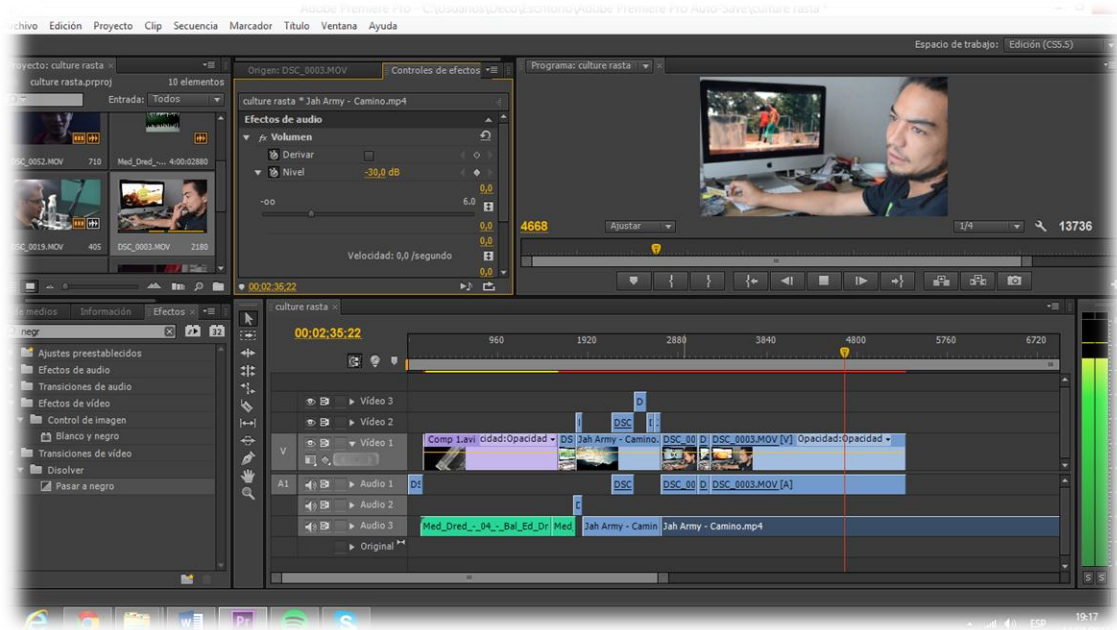
- Corrección de color y Efectos especiales (software).

Fast Color Corrector Adobe Premiere

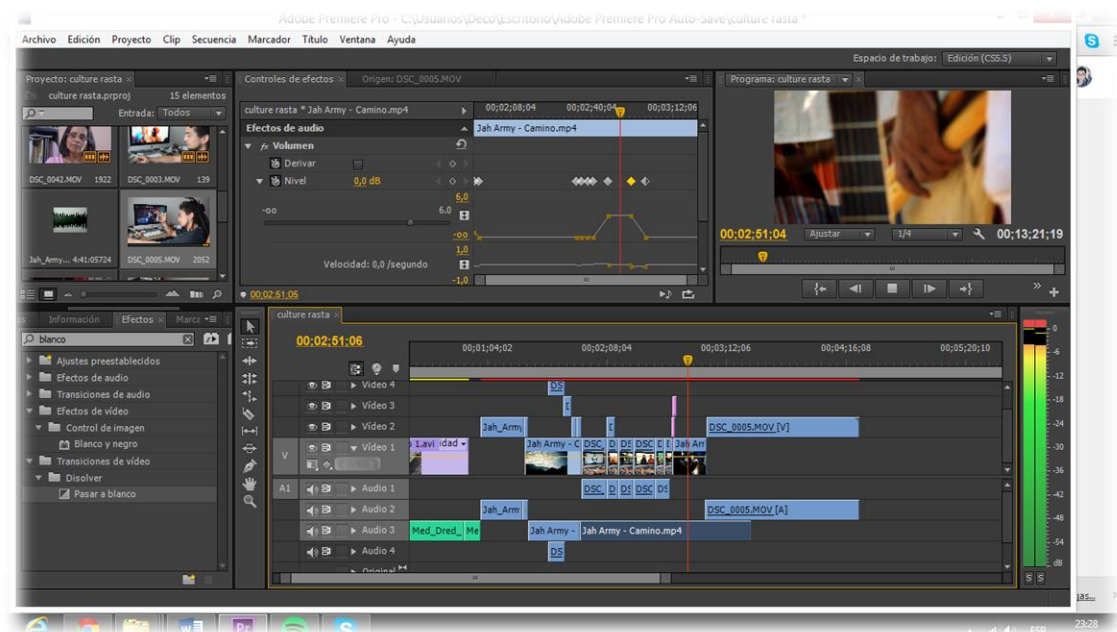
- Ensamble y montaje digital del producto audiovisual –edición.



**GRÁFICO No. 40** Inicio de la edición del material.

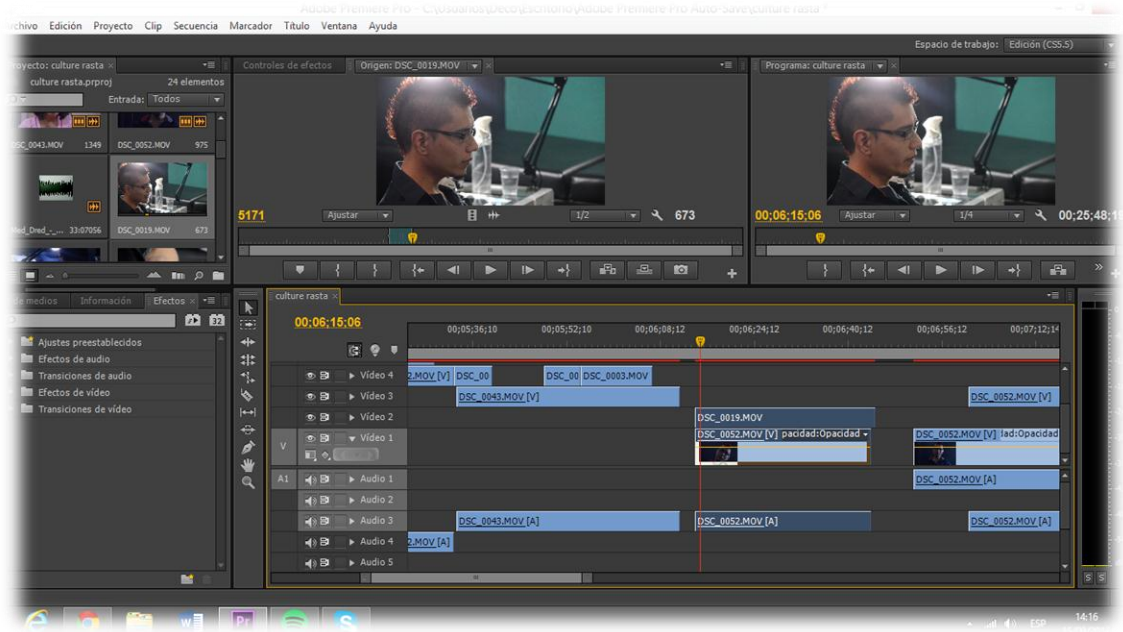


**GRÁFICO No. 41** Ensamblaje de módulos de coherencia.

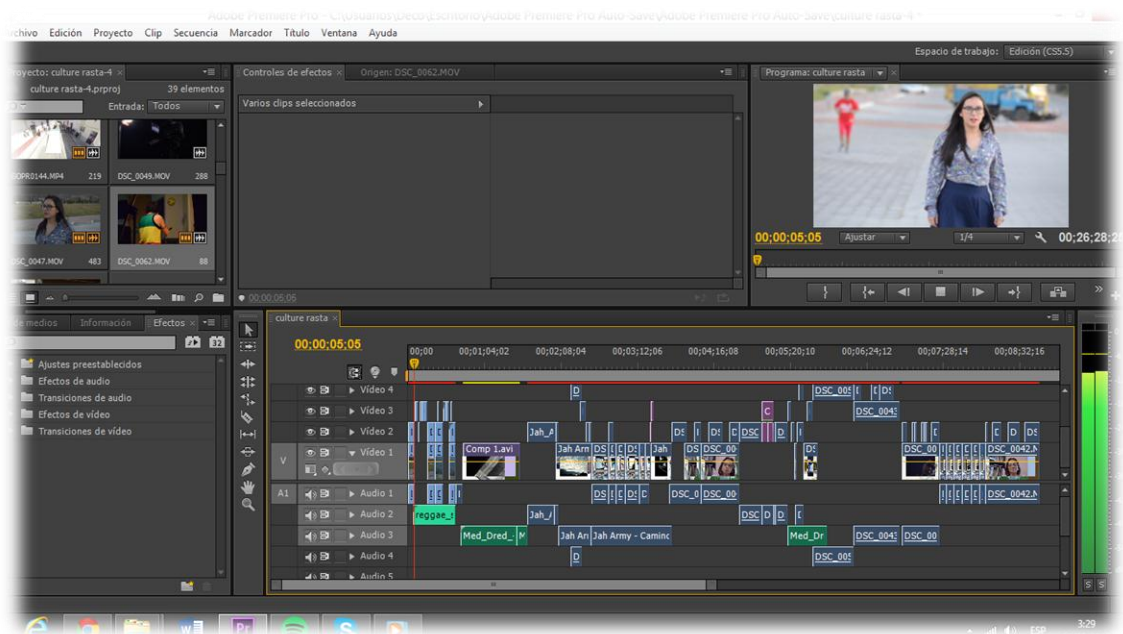


**GRÁFICO No. 42** Selección de material idóneo para el material

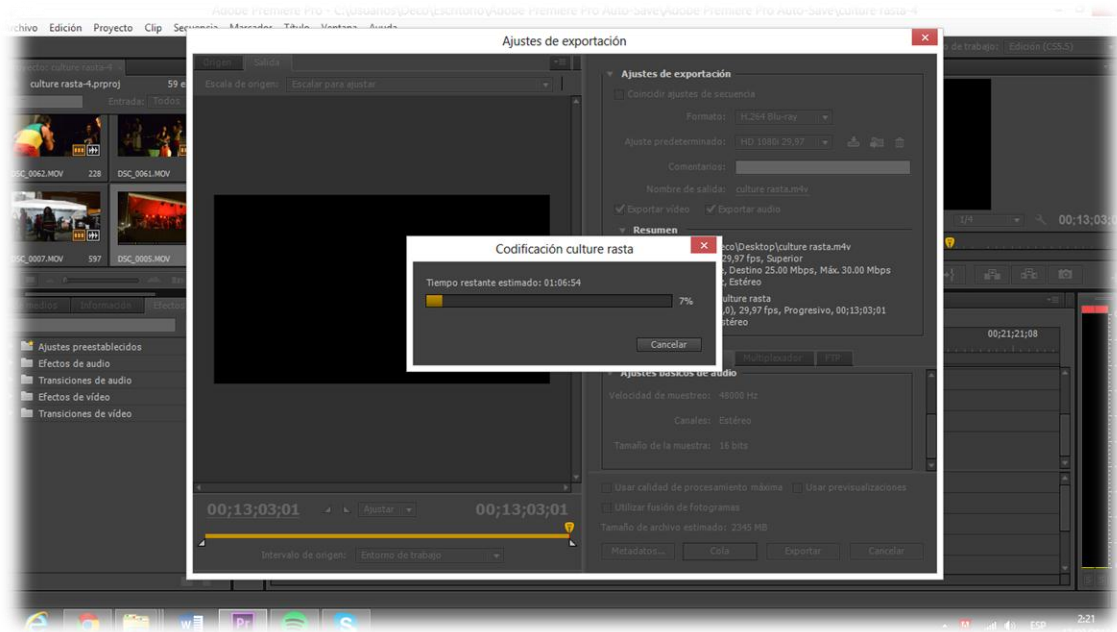




**GRÁFICO No. 43** Colocación de efectos de transición



**GRÁFICO No. 44** Colocación de sonido ambiental y colorimetría para el material.



**GRÁFICO No. 45** Render de la película terminada tiempo aproximado 15 horas.

## 6.8. Impactos.

- **Cultural.-** unos de los impactos se espera con el material audiovisual es netamente al tema cultural, al ser un producto informativo, se quiere llegar a las personas en general para que mantengan un conocimiento de cultura general.
- **Económico.-** Al ser entrevistados militantes de la cultura rastafari que tienen sus negocios propios, se está promocionando las actividades económicas a las que se dedican, lo que conlleva a un claro tema de publicidad gratuita.
- **Personal.-** informando a la ciudadanía los criterios y puntos de vista de los militantes de la cultura Rasta, se espera que las personas en general tengan una visión diferente, abriendo su mente y dejando de lado los estereotipos.

## 6.9 Difusión.

**TABLA No. 8**

Rubro	Fecha	Hora
UTV canal	1 de octubre 2015	9:45 am - 19:00pm
	10 de octubre 2015	9:45 am - 19:00pm
	30 de octubre 2015	9:45 am - 19:00pm
Lanzamiento Gong centro Cultural	30 de septiembre 2015	21:00 pm
Canal Youtube	1 de Octubre 2015	8:00 AM
Facebook	1 de Octubre 2015	8:00 AM
Permanente	Redes Sociales	

**GRÁFICO 46.-** Entrevista UTV canal, Difusión de Culture Rasta



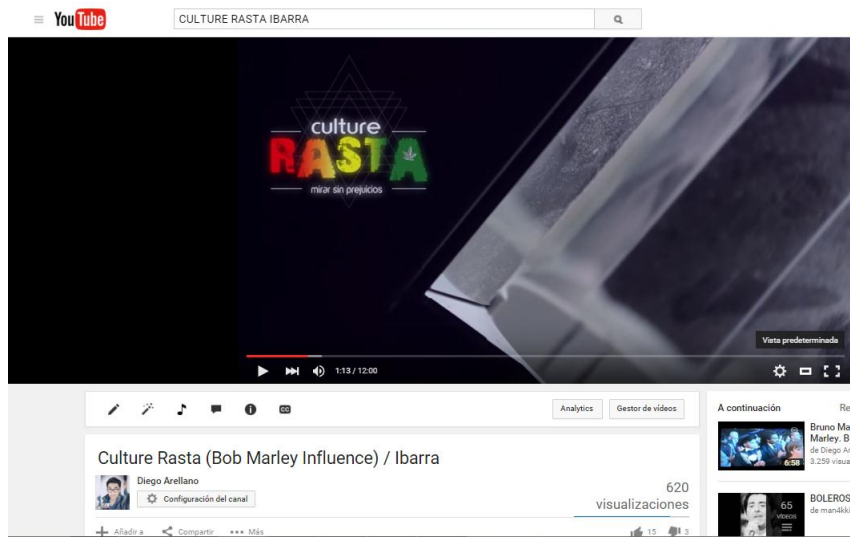
**GRÁFICO 47.-** Entrevista TVN, Difusión Culture Rasta, Ibarra 2AM



**GRÁFICO 48.-** Radio exa, Socialización de Culture Rasta, Ibarra 2AM



## GRÁFICO 49.- Captura de pantalla, canal de YouTube



### **6.9.1. Bibliografía**

- 1.- Clavero, S. (2008) "Lenguaje Audiovisual y Medios Digitales" España.
- 2.- Eagleton, T. (2001) "La Idea de la Cultura", España.
- 3.- Sadoul, G. (2004) "Historia del Cine Mundial", España.
- 4.- Sellés, M. (2008) "El Documental", México.
- 5.-Sucesos, (2008) "Historia del Cine", México. Review (8-15)(17-21)
- 6.-Samanta, T. (2011), Diseñar con y sin retícula. Barcelona: Lectorum
- 7.-Pagán, J. V. Sardaña, J. F. & Hernandez, F.J. (2001). Los medios de comunicación en la sociedad actual. Murcia: F.G. Graf. S.L
- 8.-Frédéric, B. & Bertho, L.C. (2007), Historia de los medios de Diderot a Internet. Buenos Aires: Ediciones Colihue S.R.L
- 9.-García, M. Gomez, G. Loera, R. López, M. Ochoa, D. y otros. (2014), Manual de Diseño Profesional. Aguas Calientes: Acuario Evolución.

### **PAGINAS WEB**

- (<http://subculturasjuveniles.blogspot.com/2008/01/rastafaris-neohippies.html>)
- (<https://www.youtube.com/yt/press/es-419/statistics.html>)
- ([https://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento\\_rastafari](https://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento_rastafari))

---

# ANEXOS



## ANEXO 1

### Matriz de coherencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
¿Cómo se puede dar a conocer la identidad de la subcultura rastafari de Ibarra?	Elaboración de un estudio para dar a conocer la identidad cultural de los Rastafaris en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura en el año 2015
SUB PROBLEMAS/INTERROGANTES	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
¿Se logró identificar las diferentes tribus urbanas?	Identificar a los militantes de dicha subcultura de la ciudad de Ibarra
¿Qué soluciones se puede dar después del análisis?	Determinar las necesidades del mercado para establecer soluciones.
¿Qué tipo de estrategias publicitarias se pueden establecer?	Desarrollar un material audiovisual en el cual se dé a conocer su identidad.
¿El material audiovisual ayudó para que las tribus urbanas sean reconocidas?	Desarrollar estrategias publicitarias que permitan dar a conocer el material audiovisual

## ANEXO 2

### ENCUESTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Encuesta dirigida a jóvenes entre 20 y 25 años

Objetivo: Conocer el grado de conocimiento sobre la tribu urbana Se solicita responder las siguientes preguntas marcando con una X la respuesta que usted crea correcta.

1. ¿Ha escuchado usted sobre la tribu urbana RASTAFARI?

MUCHO	<input type="checkbox"/>	POCO	<input type="checkbox"/>	NADA	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------	------	--------------------------	------	--------------------------

2. ¿Cree usted que esta tribu está identificada en Ibarra?

MUCHO	<input type="checkbox"/>	POCO	<input type="checkbox"/>	NADA	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------	------	--------------------------	------	--------------------------

3. ¿Que tipo de música cree usted que identifica a los RASTAFARIS?

Reggaeton	<input type="checkbox"/>
Reggae	<input type="checkbox"/>
HipHop	<input type="checkbox"/>
Rock	<input type="checkbox"/>
Ska	<input type="checkbox"/>

4. ¿Sabe usted a que se dedican los militantes de esta tribu urbana?

MUCHO	<input type="checkbox"/>	POCO	<input type="checkbox"/>	NADA	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------	------	--------------------------	------	--------------------------

5. ¿conoce usted el significado que tienen los DREADLOOKS (rastas) en la tribu RASTAFARI?

MUCHO	<input type="checkbox"/>	POCO	<input type="checkbox"/>	NADA	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------	------	--------------------------	------	--------------------------

6. ¿Ha visto algún documental en donde se detalle la vida de los RASTAFARIS?

MUCHO	<input type="checkbox"/>	POCO	<input type="checkbox"/>	NADA	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------	------	--------------------------	------	--------------------------

7. ¿Como le gustaria a usted visualizar este tipo de contenidos?

TV	<input type="checkbox"/>	YouTube	<input type="checkbox"/>	DVD	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	---------	--------------------------	-----	--------------------------

### **Anexo 3**

#### **Modelo entrevista:**

Modelo 1. (Conocidos de los integrantes de las tribus urbanas)

Fecha:

Nombre persona que entrevista:

Lugar:

Finalidad:

Nombre del entrevistado:

Teléfono de contacto:

Actividad:

- Desde hace cuánto tiempo conoce a los integrantes de esta tribu urbana.
- En pocas palabras como describe a los chicos los integrantes rastafaris
- Como describe la labor que desempeñan los integrantes de las tribus urbanas
- Como ha sido su relación con los integrantes de las tribus urbanas.

Firma entrevistador:

Firma persona entrevistada:

## ANEXO 4

Matriz Categorial.

CONCEPTO	CATEGORÍAS	DIMENSIÓN	INDICADOR
Se considera como cultura al conjunto de costumbres, valores y creencias que en un grupo específico de personas se vuelve base fundamental para su organización	2.1 Cultura	2.1.1 Definición de cultura 2.1.2 Identidad 2.1.3 Tribus urbanas 2.1.4 Rastafari 2.1.5 Pilares fundamentales 2.1.5.1 Estética 2.1.5.2 Música 2.1.5.3 Lenguaje 2.1.5.4 Lugares 2.1.5.5 Ideología	Historia del documental, orígenes, avances, y tipos de documental para llegar al proceso audiovisual
Actividad humana orientada a la obtención de información y nuevos conocimientos para aplicar a solucionar un problema	2.2 Estudio Documental	2.2.1 Orígenes del documental  2.2.2 Tipos de documental  2.2.3 Fases del documental 2.2.4 El documental en el Ecuador	
Lugar en donde te encuentras	2.3 ubicación	Ibarra	



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Arellano Nasner Diego Geovany, con número de cedula 1003855200, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículo 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra de trabajo de grado titulado:

**“ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO SOCIAL PARA DAR A CONOCER LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS RASTAFARIS CON UNA PROPUESTA PUBLICITARIA - AUDIOVISUAL ALTERNATIVA EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA EN EL AÑO 2015”** que ha sido desarrollada para optar por el título de Licenciado en Diseño Gráfico y Publicidad en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 11 días del mes de enero del 2016

**EL AUTOR:**

(Firma) 

Nombre: Arellano Nasner Diego Geovany

C.C. 1003855200



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN  
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100385520-0
APELLIDOS Y NOMBRES:	Arellano Nasner Diego Geovany
DIRECCIÓN:	Huertos Familiares
E-MAIL:	diegoadn2@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	062 611-366
TELÉFONO MÓVIL:	0988880400

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO SOCIAL PARA DAR A CONOCER LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS RASTAFARIS CON UNA PROPUESTA PUBLICITARIA - AUDIOVISUAL ALTERNATIVA EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA EN EL AÑO 2015"
AUTOR (ES):	Arellano Nasner Diego Geovany
FECHA: AAAMDD	2016/01/11
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	

<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	Título de Licenciado en Diseño Gráfico y Publicidad
<b>ASESOR / DIRECTOR:</b>	Msc. David Ortiz D.

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Arellano Nasner Diego Geovany, con cédula de identidad número 1003855200, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 11 días del mes de enero del 2016

**EL AUTOR:**

(Firma).....  


Nombre: Arellano Nasner Diego Geovany

C.C. 1003855200