



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

**“ESTUDIO DEL ARTE URBANO RIOBAMBEÑO Y SU
IMPLEMENTACIÓN EN SOPORTES IMPRESOS NO
CONVENCIONALES PARA SU VALORACIÓN CULTURAL”**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO

Presentado por:
DARWIN DAVID ZÚÑIGA PAREDES

RIOBAMBA – ECUADOR

2016

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

El Tribunal de Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de investigación: ESTUDIO DEL ARTE URBANO RIOBAMBEÑO Y SU IMPLEMENTACIÓN EN SOPORTES IMPRESOS NO CONVENCIONALES PARA SU VALORACIÓN CULTURAL, de responsabilidad del señor Darwin David Zúñiga Paredes, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal de Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

Nombre	Firma	Fecha
Dr. Miguel Tasambay. PhD. DECANO DE LA FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA	_____	_____
Dis: Mónica Sandoval DIRECTORA DE LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO	_____	_____
Lic. Bertha Paredes DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN	_____	_____
Dis. Mónica Sandoval MIEMBRO DEL TRIBUNAL	_____	_____

AUTORÍA

“Yo, Darwin David Zúñiga Paredes, soy el responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en este “Trabajo de Titulación” y el patrimonio intelectual de la misma pertenece a la “Escuela Superior Politécnica de Chimborazo”.

Darwin David Zúñiga Paredes

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a profesionales y estudiantes quienes están inmersos en este mundo del diseño gráfico, ya que en ellos está la sensibilidad, necesidad y motivación para continuar con propuestas que incentiven a la comunidad a ser partícipes de la comunicación sociocultural. A la Escuela de Diseño Gráfico de la ESPOCH y especialmente a los docentes de mi periodo académico, por haber aportado con sus conocimientos en beneficio de mi formación profesional.

David

AGRADECIMIENTO

Emito este mensaje dando gracias a la vida, la creación divina, en especial a mi madre Luisa Zúñiga por su apoyo total. Agradezco a los docentes Lcda. Bertha Paredes y Dis. Mónica Sandoval, que aportaron positivamente e impartieron conocimiento para que este “Trabajo de Titulación” sea posible.

David

TABLA DE CONTENIDO

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
TABLA DE CONTENIDO.....	vi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
RESUMEN.....	¡Error! Marcador no definido.
ABSTRACT.....	¡Error! Marcador no definido.i
INTRODUCCIÓN.....	1
ANTECEDENTES.....	2
JUSTIFICACIÓN.....	4
OBJETIVOS.....	5
HIPOTESIS.....	5
CAPÍTULO I	
1. MARCO TEORICO.....	6
1.1. Expresiones Artísticas.....	6
1.1.1. <i>Muralismo</i>.....	7
1.1.2. <i>Caracterización del Arte Urbano</i>.....	8
1.1.2.1. <i>EL Vandal</i>.....	9
1.1.2.2. <i>El Tag</i>.....	9
1.1.2.3. <i>El Graffiti</i>.....	10
1.1.2.4. <i>Street Art</i>.....	12
1.1.2.5. <i>Sticker</i>.....	14
1.1.2.6. <i>Esténcil</i>.....	15

1.1.2.7	<i>Mujeres en el Arte Urbano</i>	16
1.1.2.8	<i>Herramientas del Arte Urbano</i>	18
1.1.3	<i>Arte Urbano Latinoamericano</i>	20
1.1.3.1	<i>Publicaciones Independientes de Arte Urbano Latinoamericano</i>	22
1.1.4	<i>Análisis de la Historia del Arte Urbano en el Ecuador</i>	23
1.1.4.1	<i>Archivo de Arte Urbano en el Ecuador</i>	25
1.1.4.2	<i>Artistas Urbanos relevantes del Ecuador</i>	26
1.1.4.3	<i>Análisis Limitante</i>	27
1.1.4.4	<i>Festivales y Eventos de Graffiti y Arte Urbano</i>	28
1.1.5	<i>Arte Urbano en Riobamba</i>	33
1.1.5.1	<i>Inicios del Arte Urbano y el Graffiti en Riobamba</i>	34
1.1.5.2	<i>Actualidad</i>	35
1.1.5.3	<i>Artistas Urbanos activos de Riobamba</i>	36
1.2	Datos Generales	37
1.2.1	<i>Sistemas de Impresión</i>	37
1.2.1.1	<i>Serigrafía</i>	37
1.2.1.2	<i>Impresión Transfer</i>	39
1.2.1.3	<i>Sublimado</i>	41
1.2.1.4	<i>Plotter de corte en vinil</i>	42
1.2.2	<i>Soportes para Impresión No Convencionales</i>	43
1.2.2.1	<i>Definición de “No Convencional”</i>	43
1.2.2.2	<i>Superficies y/o Soportes</i>	44
1.2.2.3	<i>Texturas y Materiales</i>	44
1.2.3	<i>Packaging</i>	46
1.2.3.1	<i>Características y funcionalidad</i>	46
 CAPITULO II		
2.	MARCO METODOLÓGICO	48
2.1	Estudio de la Población de Riobamba	48
2.1.1	<i>Información Demográfica</i>	48
2.1.2	<i>Tasa de Crecimiento</i>	49

2.1.3.1	<i>Grupo Focal Uno (Artistas Urbanos)</i>	49
2.1.3.2	<i>Grupo Focal Dos (Muestra de la población riobambeña)</i>	49
2.1.3.3	<i>Muestreo de la población</i>	49
2.2	Descripción del Procedimiento Metodológico	51
2.2.1	<i>Método</i>	51
2.2.2	<i>Modalidad</i>	51
2.2.3	<i>Tipo de Investigación</i>	52
2.2.3.1	<i>Pasos de la investigación</i>	52
2.2.4	<i>Técnicas e Instrumentos</i>	54
2.2.4.1	<i>Técnicas</i>	54
2.2.4.2	<i>Instrumentos</i>	55
2.2.5	<i>Pasos del desarrollo de las Propuestas de Diseño</i>	55

CAPITULO III

3.	TABULACIÓN DE RESULTADOS	56
3.1	Recopilación de la Información de los Artistas Urbanos de la ciudad de Riobamba	56
3.1.1	<i>Breves Biografías</i>	56
3.1.1.1	<i>Coxmorama</i>	56
3.1.1.2	<i>Phoenix</i>	58
3.1.1.3	<i>Desorden</i>	58
3.1.1.4	<i>Bless</i>	60
3.1.1.5	<i>WolfGang</i>	61
3.1.1.6	<i>Neybak 357</i>	62
3.1.1.7	<i>Circus</i>	62
3.1.1.8	<i>Xavieres</i>	63
3.1.1.9	<i>Artkasmó</i>	64
3.1.1.10	<i>Nerganger</i>	65
3.1.2	<i>Mapeo de las Intervenciones Urbanas en la ciudad de Riobamba</i>	65
3.1.2.1	<i>Cuadro de las Locaciones de Arte Urbano en Riobamba</i>	67
3.1.3	<i>Fichas de los Artistas Urbanos</i>	72

3.1.4	<i>Tabulación de resultados del Grupo Focal Uno (Artistas Urbanos)</i>	77
3.1.4.1	<i>Resultado de datos de los Artistas Urbanos de Riobamba</i>	79
3.2	Tabulación de los resultados en base a la muestra de la población	87
3.2.1	<i>Conclusión de resultados de la muestra de la población de Riobamba</i>	97

CAPITULO IV

4.	MARCO PROPOSITIVO	98
4.1	Problemática y Necesidades	98
4.1.1	<i>Problema Central</i>	98
4.1.1.1	<i>Problemas Relacionados</i>	98
4.1.2	<i>Necesidad Principal</i>	98
4.1.2.1	<i>Necesidades Relacionadas</i>	98
4.2	Identidad de Marca	99
4.2.1	<i>Generalidades</i>	99
4.2.1.1	<i>Creación de marca</i>	99
4.3	Desarrollo de las propuestas en soportes impresos “No Convencionales”	104
4.3.1	<i>Determinación general de los soportes</i>	105
4.3.2	<i>Determinación de las gráficas de Arte Urbano</i>	106
4.3.2.1	<i>Gráfica Uno (COXMORAMA)</i>	106
4.3.2.2	<i>Gráfica Dos (DESORDEN)</i>	108
4.3.2.3	<i>Gráfica Tres (XAVIERESS)</i>	109
4.3.2.4	<i>Gráfica Cuatro (NERGANGER)</i>	110
4.3.3	<i>Desarrollo de diseño de las aplicaciones</i>	111
4.3.3.1	<i>Planificación compositiva de los elementos de diseño</i>	111
4.3.4	<i>Presentación de los artículos (propuesta final)</i>	112
4.3.4.1	<i>Bolsos de cordón</i>	112
4.3.4.2	<i>Bolsos para Laptop</i>	113
4.3.4.3	<i>Packaging de Bocetero</i>	115
4.3.4.4	<i>Boceteros</i>	116
4.4	Refuerzos de Diseño para los productos presentados	117
4.4.1	<i>Etiquetas Plegables</i>	117

4.4.1.1	<i>Distribución de los elementos compositivos del plegable</i>	117
4.5	Validación	120
4.5.1	Metodología de Validación	120
4.5.1.1	<i>Muestreo</i>	120
4.5.1.2	<i>Encuesta</i>	120
4.5.1.3	<i>Observación General</i>	125

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

GLOSARIO DE TERMINOS

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1	Mural, Revolución Mexicana por David Alfaro Siqueiros	8
Figura 2-1	Graffiti vandal Joseph Guilfoyle.....	9
Figura 3-1	Tag	10
Figura 4-1	We Drenched the City with Our Names, Henry Chalfant, Art in the Streets, Museum of Contemporary Art, Los Angeles, 2011.....	12
Figura 5-1	street art.....	13
Figura 6-1	Sticker de Marco Toxico.....	14
Figura 7-1	Life is beautiful	16
Figura 8-1	Mural de Lady Pink	17
Figura 9-1	700 Wall By MadC	18
Figura 10-1	Productos de Graffiti.....	19
Figura 11-1	Auka Arte. “Resistencia cultural”. 2014.....	21
Figura 12-1	La Segunda, Hecho en Casa – Inti	21
Figura 13-1	Graffiti de texto, carácter político, Quito años 90	24
Figura 14-1	Portada del libro "Arte Bastardo"	25
Figura 15-1	Portada de la revista VISCERARTE	26
Figura 16-1	Afiche del III Festival Internacional de Gráfica	30
Figura 17-1	6to Festival Internacional de arte urbano “Detonarte”	30
Figura 18-1	Afiche del Gods Of Paint 2.....	31
Figura 19-1	Afiche “Sudamerica Graffiti Meeting 2011”	32
Figura 20-1	Festival de Arte Público Graffiti 15.....	32
Figura 21-1	Afiche "Escritores de pared Salvaje 2014"	33
Figura 22-1	Mozer (Av. La Prensa).....	35
Figura 23-1	Relativo Fest (Av. Canonigo Ramos)	36
Figura 24-3	Mapa de locaciones de arte urbano en la ciudad de Riobamba	66
Figura 25-4	Logotipo – Marca.....	102
Figura 26-4	Simbología referencial para la marca	103
Figura 27-4	Estructura modular para la creación de la marca	103
Figura 28-4	Proceso de Estilización de la marca.....	104
Figura 29-4	Marca Final KHUSKUY.....	104
Figura 30-4	Modulo para la elaboración de etiquetas plegables	117
Figura 31-4	Etiqueta plegable de COXMORAMA	118
Figura 32-4	Etiqueta plegable de DESORDEN.....	118
Figura 33-4	Etiqueta plegable de XAVIERESS	119
Figura 34-4	Etiqueta plegable de NERGANGER	119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-1	Proceso de serigrafía.....	38
Tabla 2-1	Proceso de impresión Transfer	40
Tabla 3-1	Proceso de impresión por sublimación.....	41
Tabla 4-1	Proceso de troquelado.....	43
Tabla 5-1	Cuadro Referencial de los diferentes soportes	45
Tabla 6-1	Características del packaging	47
Tabla 7-2	Datos demográficos de Riobamba.....	48
Tabla 8-3	Datos de locaciones de arte urbano en Riobamba.....	67
Tabla 9-3	Ficha del artista urbano CX.MR.....	72
Tabla 10-3	Ficha del artista urbano Azpeger	72
Tabla 11-3	Ficha del artista urbano Phoenix	73
Tabla 12-3	Ficha del artista urbano DSRDN.....	73
Tabla 13-3	Ficha del artista urbano dosnuevedos.....	74
Tabla 14-3	Ficha del artista urbano Bless.....	74
Tabla 15-3	Ficha del artista urbano Wolfgang	75
Tabla 16-3	Ficha del artista urbano Neybak357.....	75
Tabla 17-3	Ficha del artista urbano Circus.....	76
Tabla 18-3	Ficha del artista urbano Xavieress.....	76
Tabla 19-3	Ficha del artista urbano Artkasm.....	77
Tabla 20-3	Ficha del artista urbano Nerganger.....	77
Tabla 21-3	Tabulación de resultados de los artistas urbanos activos de Riobamba	78
Tabla 22-3	Resultado pregunta 1	87
Tabla 23-3	Resultado pregunta 2	88
Tabla 24-3	Resultado pregunta 3	89
Tabla 25-3	Resultado pregunta 4	90
Tabla 26-3	Resultado pregunta 5	91
Tabla 27-3	Resultado pregunta 6	92
Tabla 28-3	Resultado pregunta 7	93
Tabla 29-3	Resultado pregunta 8	94
Tabla 30-3	Resultado pregunta 9	95
Tabla 31-3	Resultado pregunta 10	96
Tabla 32-4	Proceso de creación de marca - Palabras clave	101
Tabla 33-4	Planificación de aplicaciones	105
Tabla 34-4	Escogimiento del estilo gráfico para las propuestas.....	106
Tabla 35-4	Datos de la gráfica uno para las propuestas por el colectivo CX.MR.....	107
Tabla 36-4	Datos de la Imagen uno procesada para las propuestas.....	107
Tabla 37-4	Datos de la gráfica dos para las propuestas por el colectivo DESORDEN...	108
Tabla 38-4	Datos de la Imagen dos procesada para las propuestas	108
Tabla 39-4	Datos de la gráfica tres para las propuestas por el artista Xavieress	109

Tabla 40-4	Datos de la Imagen tres procesada para las propuestas	109
Tabla 41-4	Datos de la gráfica cuatro para las propuestas por el artista Nerganger	110
Tabla 42-4	Datos de la Imagen cuatro procesada para las propuestas	110
Tabla 43-4	Módulos y Retícula de los elementos compositivos.....	111
Tabla 44-4	Diseños de bolsos como propuestas	112
Tabla 45-4	Diseños de protectores de Laptop como propuestas.....	114
Tabla 46-4	Diseños de packaging de boceteros como propuestas	115
Tabla 47-4	Diseños de boceteros como propuestas	116
Tabla 48-4	Resultado de validación pregunta 1	120
Tabla 49-4	Resultado de validación pregunta 2.....	121
Tabla 50-4	Resultado de validación pregunta 3.....	122
Tabla 51-4	Resultado de validación pregunta 4.....	123
Tabla 52-4	Resultado de validación pregunta 5.....	125

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3	Resultado de los datos de la edad de los Artistas Urbanos	79
Gráfico 2-3	Resultado de los datos de la formación académica de los Artistas Urbanos	80
Gráfico 3-3	Resultado de la actividad primordial de los Artistas Urbanos	80
Gráfico 4-3	Resultados de las intervenciones urbanas de los Artistas Urbanos	81
Gráfico 5-3	Resultado de las herramientas más utilizadas por los Artistas Urbanos	82
Gráfico 6-3	Resultado de las técnicas más utilizadas por los Artistas Urbanos	82
Gráfico 7-3	Resultado de los estilos más utilizados por los Artistas Urbanos	83
Gráfico 8-3	Resultado de los soportes más utilizados por los Artistas Urbanos	84
Gráfico 9-3	Resultado de los soportes no convencionales que utilizarían los Artistas ...	85
Gráfico 10-3	Resultado de la tolerancia al arte urbano (perspectiva de los Artistas).....	86
Gráfico 11-3	Resultado de los obstáculos para realizar arte urbano.....	86
Gráfico 12-3	Resultado pregunta 1	87
Gráfico 13-3	Resultado pregunta 2.....	88
Gráfico 14-3	Resultado pregunta 3.....	89
Gráfico 15-3	Resultado pregunta 4.....	90
Gráfico 16-3	Resultado pregunta 5.....	91
Gráfico 17-3	Resultado pregunta 6.....	92
Gráfico 18-3	Resultado pregunta 7.....	93
Gráfico 19-3	Resultado pregunta 8.....	94
Gráfico 20-3	Resultado pregunta 9.....	95
Gráfico 21-3	Resultado pregunta 10.....	96
Gráfico 22-4	Resultado de validación pregunta 1.....	121
Gráfico 23-4	Resultado de validación pregunta 2.....	122
Gráfico 24-4	Resultado de validación pregunta 3.....	123
Gráfico 25-4	Resultado de validación pregunta 4.....	124
Gráfico 26-4	Resultado de validación pregunta 5.....	125

RESUMEN

La investigación de este proyecto radica en el análisis del arte urbano de la ciudad de Riobamba, cuyo problema es la no tolerancia por parte de la comunidad riobambeña hacia estas manifestaciones artísticas que de alguna manera reflejan los pensamientos e iniciativas jóvenes, es por eso que es necesario el estudio de las dos partes tanto para la población de Riobamba como para los artistas urbanos, utilizando como método, el deductivo – inductivo además de un muestreo de 277 personas para su posterior encuesta y tabulación de datos numéricos y cualitativos, también fue necesaria la utilización de archivo audiovisual mediante la investigación de campo, observación y experimentación, obteniendo información de 12 artistas urbanos más destacados de la ciudad los cuales 6 mayoritariamente utilizan los estilos gráficos surrealista y abstracto, predestinados a impregnarse en soportes impresos no convencionales como son, artículos de uso cotidiano, bolsos y boceteros presentados a la comunidad riobambeña como estrategia de tolerancia hacia el arte urbano, obteniendo resultados positivos de aceptación en un 75%, concluyendo que el arte urbano no transgrede más bien es una herramienta útil para comunicar, promocionar y persuadir, por lo tanto se recomienda a las instituciones públicas y privadas apoyar las manifestaciones artísticas urbanas ya que de alguna manera aporta positivamente en el bien de la ciudad.

PALABRAS CLAVE: <RIOBAMBA [CIUDAD]> <MANIFESTACIONES ARTÍSTICAS> <ESTILO ABSTRACTO Y SURREALISTA> <SOPORTES IMPRESOS NO CONVECIONALES> <ARTE URBANO> <DISEÑO GRÁFICO>

ABSTRACT

This research aims the analysis of the urban art of the city of Riobamba, its problem is zero tolerance by the community of Riobamba towards these artistic manifestations that somehow reflects the thoughts and youth initiatives, that is why the study is necessary of the two sides for the population of Riobamba as for urban artists, inductive-deductive method was used a sample of 277 people for further survey and tabulation of numerical and qualitative data, it was also necessary to use audiovisual archive through research field observation and experimentation, obtaining information of 12 leading urban artists of the city which 6 mostly used the surreal and abstract graphic styles, fated to soak in unconventional print media such as, everyday items, bags and boceteros submitted to the community of Riobamba as tolerance strategy towards urban art, obtaining positive results of acceptance by 75%, it is concluded that urban art does not transgress rather it is a useful tool to communicate, promote and persuade tool, therefore it is recommended to public and private institutions supporting urban artistic expression and that somehow contributes positively for the city.

KEY WORDS: <RIOBAMBA [CITY]> <ARTISTIC, ABSTRACT AND SURREAL STYLE> <UNCONVENTIONAL PRINT MEDIA> <URBAN ART> <GRAPHIC DESIGN>

INTRODUCCIÓN

Las expresiones artísticas nacen de las emociones y sucesos que día a día palpan las personas, estas expresiones son plasmadas con el uso de símbolos, ilustraciones, dibujos, graffitis, mensajes, música, bailes, vestimenta, etc., este tipo de lenguaje manifiesta las realidades sociales, culturales, políticas, e ideológicas que la persona siente expresar y dar a conocer al mundo.

La creatividad es parte fundamental y natural que el hombre ha tenido desde sus inicios para poder encaminarse en la búsqueda misma del desarrollo humano, por lo tanto, esas creaciones se han convertido en estándares de vida correspondiendo al arte, la ciencia, la música, la arquitectura, la medicina, etc. Generando comunicaciones mediante códigos que es el lenguaje y su interpretación según cada cultura o grupo.

El estudio del street art y el graffiti traslada a un mundo de posibilidades, de puertas que se abren para que la creatividad sea la protagonista principal en el juego del arte callejero, esa variedad de alternativas de comunicación, información, retroalimentación y aprendizaje que brinda esta manifestación urbana-cultural, donde el contraste de lo sutil con lo contestatario refleja la esencia de la humanidad desde sus pensamientos íntimos. Inspira a recrear momentos, vivencias e ideas que se han venido manifestando desde nuestros ancestros, donde lo intangible se muestra para poderlo sentir – vivir.

Como bien se sabe, las imágenes representan en todos sus aspectos la mejor comunicadora de pensamientos y filosofías, que reflejan el estado y posición de una persona, o un grupo de personas y su entorno, justamente bajo ese concepto se pretende reflejar una buena imagen sobre un tema tan "tabú" que es el arte visual plasmado en las calles, buscando su esencia y mostrarlo tal y cual a una sociedad paradigmáticamente intolerante hacia estas acciones, utilizando estrategias objetivas de persuasión y comunicación bajo el análisis de relación producto–usuario con sus características: consumo, funcionalidad, utilidad, ergonomía y necesidad.

ANTECEDENTES

El arte de la pintada como principal expresión, se puede apreciar en las calles y avenidas de las grandes urbes, en fachadas que contienen letras de distintas formas geométricas o dibujos, que muchas veces no tienen un mensaje explícito, el significado sólo lo conocen los jóvenes que lo pintan y los que están inmiscuidos en un grupo cultural.

A lo largo de toda la historia de la humanidad las imágenes se han usado como medio de comunicación. Los primeros ejemplos se encuentran en las cavernas, como las enormes pinturas de las cuevas de Lascaux en Francia, datadas entre los años 15.000 y 10.000 a.C.

En los primeros manuscritos medievales, los textos se ilustraban con imágenes que ayudaban a su comprensión; como la mayoría de la gente era analfabeta, la persona encargada de leer el texto les mostraba las ilustraciones mientras lo leía, o utilizaba las imágenes a modo de apuntes cuando pronunciaba un sermón basado en un manuscrito. (Marshall & Meachen, 2011)

Se piensa que los primeros indicios del graffiti vandal aparecieron en Nueva York a finales de 1960, detectando la firma de Taki183 de quien se conocía: era un joven llamado Demetrius que trabajaba como mensajero entregando paquetes, el pintaba su firma en todos los lugares donde se realizaba el desembarque.

En Europa las primeras expresiones que utilizaron aerosol como herramienta para la manifestación pública, tiene antecedentes en el movimiento francés de mayo de 1968, que fue propiciado por estudiantes quienes estaban en contra del sistema educativo.

En Berlín, las primeras pintas fueron a inicios de los 70 y tomaron lugar en el muro. Las pintas se hacían con aerosol negro y tenían un punto de vista crítico sobre la división entre Alemania oriental y occidental.

En América Latina los grafitis que abundaron en las ciudades en los años sesenta y setenta tenían un carácter eminentemente político e ideológico, a diferencia de aquellos que se realizaron durante los ochenta y noventa, los cuales eran más bien de corte expresivo simbólico (Candia & Rodríguez, 2011, pág. 3).

Fueron las ciudades de Bogotá, Río de Janeiro, Caracas, Buenos Aires y el Distrito Federal de México los primeros lugares que presenciaron este tipo de dinámica artística. En los países sudamericanos el término para denominar al graffiti era el de pintada.

Información objetiva y contextual sobre la evolución de las manifestaciones gráficas juveniles en el Ecuador, es hasta cierto punto escasa, pese a que se ha venido palpando y evidenciando su existencia por los años 90s en la ciudad de Quito, en zonas alejadas o suburbios, expuestas a su vez como garabatos y/o contaminación visual. Esto se lo puede percibir a gran escala en las ciudades principales como: Cuenca, Ambato, Latacunga, Guayaquil, Riobamba, Baños, Puyo y jerarquizando a la capital ecuatoriana.

La sociedad ecuatoriana desinformada o no conocedora del tema, cataloga a estas acciones como desadaptada o vandalismo, delincuencia. El problema radica que estas expresiones son realizadas por jóvenes pertenecientes a un grupo o creyentes de algo, similares en comportamientos, gustos, diversiones, y formas de asimilar la vida.

JUSTIFICACIÓN

La presencia del graffiti, murales coloridos y jóvenes hábiles en el Ecuador es un elemento recurrente en el paisaje urbano, la multiplicidad de expresiones y cantidad de actores que toman parte en esta acción, hacen que este fenómeno pueda tomar distintos enfoques y perspectivas. De ahí la necesidad de identificar los diferentes tipos, estilos, conceptos que toman las expresiones a través de los cuales se define y de ese modo ofrecer alternativas pertinentes para su verdadero valor, reconocimiento y divulgación, ya que a pesar de los esfuerzos realizados por diversas instancias u organizaciones para prevenir o regular esta actividad que poco es reconocido y no se ha logrado enriquecer y dar la valía que se merece tanto al autor como la obra, el participante, la inspiración y el protagonista.

Es exigente acotar los Espacios que apoya el arte callejero: “Museo Camilo Egas, hoy parte del Ministerio de Cultura, cuyas iniciativas “Letras y Huellas” en sus tres ediciones y “viernes para la Pipol” marcaron un hito en el tratamiento del arte de la calle en el espacio museo” (Auz, 2012, pág. 8).

La Galería DPM en Guayaquil. Numerosas Iniciativas Independientes como, La Casa Ju Liminal en Cuenca, La Madriguera Toxica en Quito, el espacio Nina Shunku y propuestas independientes de desarrollo como Neural Industrias Creativas, No Lugar y Fenómenos Colectivo.

El Ecuador tiene grandes exponentes del mural graffiti o del arte urbano, destacando a varios personajes que se han ganado fama por sus mismas firmas colocadas en cada obra: El Zoo – Boloh - Eme Ese – Steep - Bln Bike - Apitatan - Phoenix - Create-Emedoz hoy en día llamados “Desorden” - Coxmorama - Pin8, Enaone, Htm, Jason, Marmota, Ralex, Splash, S2, Pánico Stencil, Tenaz, Maria, Budoka, Toofly, Vera, Artkasmó, Raro, Circus, Eme roots, Afan, 138 Klan, y demás autores innumerables.

El artista jerarquiza, prioriza, da relevancia e importancia a sentimientos que día a día crea, imagina y se motiva, La sensibilidad artística y gráfica ayuda a explotar cada sentimiento, ya que es el arma perfecta para responder a los estereotipos que la “sociedad” impone, crea.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Estudiar el arte urbano de la ciudad de Riobamba e implementarlo en soportes impresos no convencionales como medio de valoración cultural.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Determinar la situación demográfica y psicográfica del segmento del mercado y su estudio actual de la tolerancia hacia el arte urbano en general
- Analizar el arte urbano contemporáneo de la ciudad de Riobamba
- Identificar los diferentes medios o soportes de impresión no convencionales
- Realizar las propuestas gráficas

HIPOTESIS

Mediante la elaboración de medios impresos en superficies o soportes no convencionales, el arte urbano de la ciudad de Riobamba adquiera la validez e importancia que se merece como parte de la cultura.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Expresiones Artísticas

El arte rupestre, expresión artística datada aproximadamente de 40.000 años de antigüedad, se dice que este arte se lo realizaba en las rocas que se encuentran en las cuevas, la técnica para grabar se lo hacía mediante golpes y herramientas de punzón revelando ilustraciones de animales que habitaban en la época, lo impregnaban utilizando máximo dos colores que eran elaborados a base de fluidos naturales.

El arte es una acción natural del ser humano desde sus principios aquí en la tierra, acción que ha servido parte de su evolución, pasando por diferentes etapas, estilos, conceptos, etc. que han generado una historia del arte, desde su reconocimiento como expresión gráfica, hasta nuestros días.

Después de que el hombre fue cambiando y/o modificándose junto al mundo y a su sistema iban naciendo expresiones artísticas como es la pintura, el grabado, la arquitectura, la escultura, el bajorrelieve, dependiendo la época en la que se encontraban o etapas del arte como el prehistórico, el arte antiguo, y el arte clásico, después se continuo con el arte de la edad media, el arte de la edad moderna, el arte del siglo XIX, y del siglo XX, también se lo cataloga como arte contemporáneo donde aparecen las denominadas artes plásticas y nacieron diferentes estilos junto a diferentes artistas, causados por la revolución industrial, por las guerras mundiales y por un sistema acelerado.

En este sentido las artes son una contribución irremplazable al desarrollo del pensamiento y al enriquecimiento de la vida mental y espiritual. Ofrecen un espacio privilegiado para el progreso de la capacidad expresiva y creativa, a la vez que se agudiza la sensibilidad y la capacidad de descubrir. Estas capacidades son especialmente relevantes para desenvolverse en un mundo dominado por lo

audiovisual, y por la exposición cotidiana a una pluralidad de modos de pensar, sentir y percibir (Ministerio de Educación Chile).

El recorrido en cada concepto de este trabajo nos revelara las técnicas, herramientas y hasta su mismo nacimiento del arte contemporáneo, no solo de la ciudad de Riobamba, sino que también acotando los varios artistas destacados y empeñosos que han formado parte de la nueva cultura del street Art sin dar prevalencia a la religión, país, ideología, formación o estatus.

Mónica Bonvicini en su aporte al libro Art Now 2da edición señala: “Quiero desmitificar el aura que rodea todavía el arte, pese a todos los esfuerzos que se han hecho para romperla”, a más de su apasionada y sólida forma de plasmar su creatividad, lo interesante es que en ella no hay límites para que ese algo conceptual se manifieste.

1.1.1. *Muralismo*

En México el muralismo aparece a partir de la revolución mexicana por el año de 1920 siendo apoyado por el Ministro de Educación José Vasconelos quien convoca a varios artistas para que intervengan en los muros de las principales ciudades tomando temas sobre la historia de México, lo cual generaba conciencia política y cultural al pueblo.

Si bien el muralismo tuvo varias etapas, es entre 1921 y 1954 el periodo más productivo en cuanto a creación de murales monumentales realizados por importantes artistas plásticos el Dr. Atl, Diego Rivera, José Clemente Orozco, David Alfaro Siqueiros, Jorge González Camarena, entre otros. Tuvo tal auge el muralismo mexicano que repercutió en el extranjero, siendo Orozco el primero en realizar un mural en California hacia 1930, mientras que Rivera realizó reconocidos murales en Nueva York en 1933 (Mendoza, 2015, pág. 15).

El muralismo tiene un concepto histórico, humanista de lo que está ocurriendo en la sociedad y de lo que ocurrió expresándolo de manera pública ya que los murales están

expuestos en la intemperie, el muralismo tiene como objetivo llevar un mensaje y que la gente mentalice ese mensaje para después ser trasladado en su día a día como un cambio hacia el buen vivir, cada expresión artística que se denomina muralismo debe estar cargada de mensajes positivos, los mismos que deben causar en la comunidad un compromiso con la naturaleza, el ecosistema, la educación, el respeto, la igualdad, hacer conciencia de lo que paso con los antepasados hablando históricamente.



Figura 1-1: Mural, Revolución Mexicana por David Alfaro Siqueiros
Fuente: <http://i2.wp.com/www.elverdaderomexicano.com/wp-content/uploads/2013/11/murales-de-diego-rivera-muralismo-mexicano.jpg>

1.1.2. Caracterización del Arte Urbano.

“El Street Art como su propio nombre indica, globaliza todas las incursiones artísticas realizadas en el paisaje urbano y es un derivado directo de los graffiti” (Bou, 2008, pág. 7).

Dentro del arte urbano se clasifican diferentes formas, materiales, técnicas y estilos como el vandal, post graffiti, throw up, esténcil, copy and paste, tags, bombing, empapelado, stickers, instalaciones urbanas, plantillas, posters, pegatinas, aerógrafo, collage de fotos, mosaicos, etc.

El Street Art convierte las calles de las grandes ciudades en exposiciones de arte al aire libre, produciendo un importante impacto socio-cultural que permite una

comunicación más universal, pues personas que nunca antes habían pisado un museo quedan absorbidas por esta macro-exposición artística (Bou, 2008, pág. 9).

A continuación abordaremos diferentes temas relacionados con el arte urbano.

1.1.2.1. *EL Vandal*

Vandal es ir en contra de las autoridades, no tener ni Dios, ni ley. Te pueden poner rótulos grandes de Mc Donalds, te pueden poner en los basureros municipales la propaganda del KFC, te pueden poner en todas las calles la foto de todos los candidatos que quieren ser electos pero tú no puedes poner una obra de arte en la calle porque a ellos simplemente no les gusta eso (Gavilanes & Onoa, 2014, pág. 66).

El vandal no siempre viene cargado de mensajes o palabras concretas, se destaca por ser destructivo, anárquico, autónomo, decorativo y a veces artístico, por el hecho de estar en contra del sistema, de las normas establecidas; el vandal transgrede y transforma una zona urbana, creando círculos de pertenencia y presencia de ciertos grupos socioculturales.



Figura 2-1: Graffiti vandal Joseph Guilfoyle

Fuente: <http://www.nydailynews.com/new-york/nyc-crime/graffiti-vandal-nabbed-painting-tag-locations-article-1.1788447>

1.1.2.2. *El Tag*

Este término se refiere al elemento más bajo en esta escala de complejidad debido a la relativa sencillez y al escaso tiempo empleado en su ejecución. Los tags son la

base del graffiti y nacen con él a finales de la década de los 60, perdurando aún hasta nuestros días (Méndez & Garrido, 2002).

En español significa “etiqueta”, pero en el mundo del graffiti, la palabra tag se refiere a la acción más básica del graffiti al momento de firmar, escribir, trazar o rayar la identificación del writer (escritor), esto se lo hace en cualquier soporte expuesto en la urbe como portones de metal, madera, fachadas de vidrio, paredes de concreto, señales de tránsito, contenedores de basura, mobiliario urbano, muros, vallas publicitarias, etc.

Las herramientas y materiales más comunes para la realización de este tipo de graffiti son los marcadores o rotuladores de diferentes marcas, donde las más conocidas son, Ironlak, montana colors (MTN), Molotow y Posca que ofrecen variedad de colores, medidas, duración y resistencia.

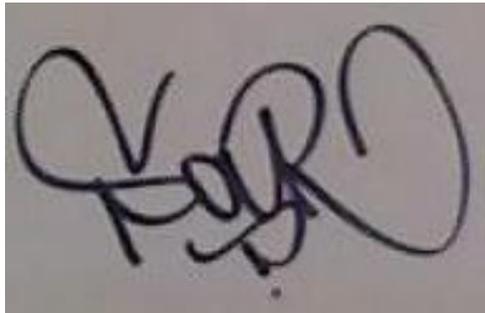


Figura 3-1: Tag

Fuente: <http://www.taringa.net/posts/arte/5573554/Graffiti-el-post-decente-y-con-sentido-q-se-merece.html>

1.1.2.3. *El Graffiti*

Los primeros artistas del graffiti aparecieron en los “años 80s en New York a lo largo y ancho de los trenes cerca de Queens. “Tracy 168, Lady Pink, Kid 167, Seen entre otros toman la posta, inicia así la primera generación visible de arte callejero” (Auz, 2012, pág. 6).

La palabra graffiti es utilizada actualmente de forma común y como estereotipo por la ciudadanía para referirse a cualquier escritura, imagen, símbolo o marcas de cualquier clase y en cualquier superficie que está expuesta a los ojos del transeúnte.

Según la publicación “Relatos de ficción sobre graffiti” de la revista Viscerarte, en un extracto sacada del libro Street Art de Johannes Stahl 2009, cuenta sobre el graffiti en Roma y la Historia de Quintus quien era hijo de un esclavo y daba clases a los dos hijos del senador. A Quintus no le enseñó su padre, pero lo que aprendió fue suficiente para saber leer y escribir, aunque Quintus practicaba con estilete no fue un límite para dejar de hacerlo más bien él no perdía la oportunidad de rayar o practicar en las paredes de la ciudad.

El hip hop es uno de los pilares que ha dado vida al graffiti neoyorquino, no se sabe exactamente quien dio origen a este movimiento, pero por su temática de protesta nos da una pista y nos traslada a los barrios como Bronx, Queens y Brooklyn lugares específicos donde se realizaban manifestaciones masivas como fiestas callejeras llamadas “block parties”, donde acudía cantidad de personas para ver las competencias de equipos tocando música popular de ese entonces como son funk y soul, después es donde el Hip Hop empieza a complementarse con sus 4 elementos que son el Mcing, Djing, breakdancing y el graffiti.

A partir de este fenómeno se empieza a dar prioridad al estilo con que cada artista se expresaba para definirse y ser reconocido por su arte, es ahí donde nacen nuevas técnicas y estilos tales como, el 3D, throw up, lettering, letras, model pastel, wild style, caracteres, personajes, hardcore, free style, bombing, abstracto, realismo, hiperrealismo y surrealismo.



Figura 4-1: We Drenched the City with Our Names, Henry Chalfant, *Art in the Streets*, Museum of Contemporary Art, Los Angeles, 2011.
Fuente: *The World Atlas of Street Art and Graffiti*, p.16 (Schacter 2013)

1.1.2.4. *Street Art*

Crecimos escuchando dos versiones dominantes sobre la intervención gráfica en las calles, resumidas en frases como “rayar las paredes es de presos” y “una ciudad sin graffiti es una ciudad muda”; versiones que a su vez generan en los habitantes de las urbes, manifestaciones de amplio espectro que van del rechazo a la simpatía pasando por la curiosidad (Rodríguez, 2014, pág. 4).

A diferencia del graffiti, el Street Art se lleva un concepto estético, uniforme y social, es dependiente de lo cotidiano, de la parte superficial, exterior, de la sociedad. Este arte se lo califica y categoriza como comunicativo, objetivo, conceptual, porque en cada diseño, en cada arte, en cada pintada, existe una historia lógica, consiente, existe ciencia, conocimiento de lo que se piensa, de lo que se va a hacer y más que todo de la responsabilidad racional del artista enfocándose en lo que estará exhibiéndose a todo público, comunicando día, tarde y noche, a los niños, y a las generaciones que vendrán y seguirán haciendo street art.

Los artistas más importantes y reconocidos a nivel mundial por sus obras, estilos e intervenciones son: Banksy, Belin, Matt Sewell, Kamikaze Crew, Freaklüb, Space Invaders, Ong Crew, Pez, Flying Fortress, Supakitch, Boris Hoppek, 1980 Crew, D°Face, Above, Jace, Espo, Faile, Momo, Jetsonorama, El Mac, Neuzz, Os Gémeos, Inti Castro,

Zevs, Akay, Suso 33, Zosen, Vhils, Ben Frost, Dal East, Repso, Fuzil, Calidoso, Ataque Laser y muchísimos más que además han pasado por un largo historial de técnicas y estilos artísticos.

Por otro lado muchos estudiantes y profesionales del mundo del diseño gráfico utilizan el arte callejero para dar a conocer su trabajo, estudiando la reacción de la gente y no dudando en firmar sus creaciones con direcciones e-mail, páginas web e incluso su número de teléfono significando una huida de la pura esencia del graffiti, “efímero e ilegal” (Bou, 2008, pág. 9).

Incluso el street art ha servido como inspiración para grandes empresas al momento de promocionar sus productos en base a colores, formas, diseños y estilo como, coca cola, sprite, adidas, new era, ecko, vans, zoo york, pig wheels, etc.

Las acciones o estilos que se enmarcan dentro del Street Art son las instalaciones constructivistas, stickers, estencil, empapelados y la expresión artística que aprovecha el espacio donde se intervendrá como se muestra en la imagen siguiente.



Figura 5-1: street art.

Fuente: <http://www.qcosas.com/arte-urbano-interactua-naturaleza/>

1.1.2.5. *Sticker*

“El arte de los stickers no se trata solamente de su contenido, sino también de cómo logran integrarse en el espacio”. Shepard Fairey

El stickerismo como una forma de intervención gráfica callejera se distingue por su velocidad y facilidad de difusión, pero también por su fragilidad y fugacidad. Si a alguien le gustó tu sticker, lo despega y se lo lleva; y si a alguien no le gustó, lo despega y lo bota. Otra de las características que lo vuelven tan popular es su discreción, pegar sticker en la calle es menos riesgoso que otros medios de intervención porque conlleva menos tiempo en el mismo sitio, sin mencionar que funciona en casi todo tipo de superficies, es de fácil recepción en una comunidad más amplia que la del graffiti o el arte urbano, es un medio barato y finalmente, siempre será más liviano cargar cien stickers que diez latas de aerosol (Rodríguez, 2015, pág. 6).

Como bien se sabe que el sticker es multifuncional, y que se lo puede desarrollar artesanalmente o con métodos industriales, es una pieza artística que ha estado con las personas directa o indirectamente desde su infancia, mostrándose de diferentes maneras como, cromos para pegar y llenar álbumes de series animadas de temporada, piezas de promoción o difusión de logos y bandas, o simplemente se ha presentado como piezas de colección artísticas que solo las personas quienes gustan de este arte sabrán la motivación y alegría que se siente tener una o miles de ellas.



Figura 6-1: Sticker de Marco Toxico

Fuente: <http://divinogolfo.blogspot.com/2015/10/sticker-mestizo.html>

1.1.2.6. *Esténcil*

Es una técnica de impresión o de arte que consiste en pasar pintura mediante un rodillo, aerosol, o pincel sobre una plantilla que contiene un diseño elaborado manualmente o industrialmente, el material de la plantilla puede depender del uso que se va dar, tomando en cuenta la resistencia, durabilidad, definición de diseño, uso constante, etc.

La impresión mediante esténcil facilita al artista, decorador, o diseñador, no gastar demasiado presupuesto, debido a que en su elaboración se puede utilizar materiales reciclados.

También se encuentran orígenes del stencil en Egipto hace 4000 años, el papiro era el material utilizado como plantilla para pintar las paredes. En la antigua China se usaba la seda como material. Así como también en las guerras jónicas, los soldados romanos y griegos pintaban las paredes de las ciudades conquistadas con símbolos personales. De este momento en adelante y hasta la edad media se hacía uso del stencil como técnica decorativa, aplicada a telas, cerámica y paredes. En el S. XVIII el fascismo utiliza el stencil como una económica herramienta de propaganda (Moreno, 2010, pág. 28).

Después es aprovechado como medio propagandístico por partidos políticos, movimiento que hasta la fecha sigue utilizando el esténcil, aunque el street art haya adoptado esta técnica como medio de difusión artística alternativa, existen distintos medios que utilizan las plantillas debido a su económica y fácil elaboración donde no se utiliza demasiado recurso ni tiempo, es rápido y adaptable a cualquier superficie.



Figura 7-1: Life is beautiful

Fuente: <https://dascoart.wordpress.com/tag/stencil-art/>

1.1.2.7. *Mujeres en el Arte Urbano*

“Desde su aparición el graffiti fue una práctica denominada exclusivamente por hombre. Sin embargo, las mujeres relegadas de este espacio buscaron la forma de hacerse notar” (Gavilanes & Onoa, 2014, pág. 10).

En tiempos pasados las mujeres dentro de la sociedad se han visto denegadas a desarrollar tareas que al hombre si se lo permitía hacer, bajo el estereotipo de que sirven para realizar tareas involucradas con el hogar. En los últimos años esto se ha ido perdiendo ya que se avisto a las mujeres tomando papeles y roles importantes, vale mencionar que en el mundo del arte en general se ha visto grandes maestras, artistas y pioneras de distintos enfoques creativos.

Ha sucedido lo mismo en el street art y el graffiti, viéndose que en sus inicios solo lo hacían los hombres, sin embargo el artículo publicado en la revista Viscerarte nos traslada a una biografía llena de arte y energía como es la de Sandra Fabara (Lady Pink) una escritora del graffiti nacida en Ambato en 1964 que después viajo a los 7 años de edad a los EEUU y creció en Queens-Nueva York, donde a penas a los 15 años de edad se introdujo en el mundo del graffiti, a finales de los 60's y toda la década de los 70's donde ya se veía el crecimiento del fenómeno del graffiti en las líneas férreas de Nueva York.

“En la actualidad, Lady Pink pinta sobre lienzo y sus obras han entrado en las colecciones de museos como el Museo Whitney, el MET de Nueva York, el Museo de Brooklyn y el Museo Groningen. Además, realiza talleres para adolescentes” (Gavilanes & Onoa, 2014, pág. 4).



Figura 8-1: Mural de Lady Pink

Fuente: <http://jonreiss.com/2013/07/this-is-not-a-game-an-interview-with-lady-pink-guest-post/>

Las artistas que han irrumpido el ámbito del arte urbano tanto internacionales como locales son Miss Van, Lady Pink, Btoy, Microbo, Koralie, Mad-C, Anarkía, Pau Turrón (Abusa Cew), Bastardilla, Ledania, Lili Cuca, Fio Silva, Vero Rivera, Toofly, Crispo, Males (M+M), Savage Girl, Fafi, Chanoir, Mo, La Suerte, Budoka, Vera, Sammy Lo.Ve, Zué, Onca y muchas más que en este momento las calles y paredes de las principales metrópolis están siendo tomadas por ellas.

Hoy en día Mad-C es la mujer intérprete del graffiti más reconocida, exitosa e importante a nivel mundial, Claudia Walde más conocida como MadC es una artista, escritora, docente, graffitera, diseñadora y comunicadora visual, nacida en Alemania, ha viajado por varias partes del mundo presentando y compartiendo su estilo artístico del graffiti, además de la exposición de sus obras de arte en museos y galerías, medio por el cual gana un porcentaje económico.

Claudia Walde, sin embargo, no puede imaginarse, por el momento, una vida en relación de dependencia. Y es por eso que prefiere el difícil equilibrio entre la calle y las galerías de arte.

“Cuando se trata de dinero, algunos me critican por lo que hago, pero es por envidia. Muchos de ellos jamás rechazarían un encargo como los que recibo” (Main & Papaleo, 2012).



Figura 9-1: 700 Wall By MadC

Fuente: <https://www.flickr.com/photos/startape/6610806771/in/photostream/>

1.1.2.8. *Herramientas del Arte Urbano*

- a. **Spray:** Son latas de aluminio que contiene pintura de diferentes colores y a su vez es expulsada a presión por medio de una boquilla o “cap”, las marcas más utilizadas en el mundo del graffiti y el arte urbano son Montana Cans, Ironlak, Montana Colors MTN, Bulldog, Evans, Abro, Ohio american, Champions y Naxo.
- b. **Rotuladores:** Son conocidos también como los marcadores convencionales, y existen de varios tipos en el mercado, acorde a las necesidades del comprador como es tamaño, tipo de pintura, varias gamas de colores, resistencia, alta cubrición, duración y utilidad, y se presenta de varias marcas como son: Ironlak, MTN y Posca.
- c. **Rodillos:** Son herramientas útiles para la carpintería, ya que gracias a su tecnología de desplazamiento permite cubrir de pintura espacios amplios, con rapidez y eficacia, es por esta razón que se lo traslado al Street art como herramienta útil al momento de alcanzar alturas significativas con la ayuda de extensiones.

- d. **Plantillas:** Son diseños, cortes o figuras elaboradas en máquinas industriales de corte o también se los puede realizar manualmente, ayudan al complemento de técnicas al arte urbano, gracias a características como: reproducción repetitiva, útil, reciclable, flexible y manipulable.
- e. **Adhesivos:** A más de ser una herramienta del arte urbano es una técnica que se utiliza para manifestar un pensamiento, una idea a través de productos y materiales de bajo costo, reciclables y manejables, de aquí parte los empapelados gigantes hasta las mini pegatinas artesanales.
- f. **Otros:** La iniciativa y creatividad de los interventores del arte urbano es ilimitada, se avisto miles de posibilidades para dejar alguna huella en la ciudad, saliéndose de estándares y tradicionalismos, crean herramientas como extintores de pintura, luces eléctricas, reflectores, instalaciones, punzones, tierra, lodo, sangre y todo lo que se pueda imaginar en el contexto de realizar algo en las calles.



Figura 10-1: Productos de Graffiti

Fuente: <http://mulpix.com/post/996273143306398682.html>

1.1.3. *Arte Urbano Latinoamericano*

Desde su aparición en Sudamérica el arte urbano y el graffiti empieza a tener verdadera identidad, su autenticidad se empieza a plasmar como medio de declaración mestiza y latina, con el único propósito de valorar lo que somos y lo que tenemos, a conocer cuan ricos somos en territorio, cultura y conocimiento.

Podemos entonces atrevernos a decir que en Latinoamérica nos desvela encontrarnos y reencontrarnos con nuestras raíces identitarias; nos resulta necesario criticar desde el escupitajo virulento pero también desde el humor la forma tradicional en que se ha venido haciendo y viviendo la política, la destrucción de los ecosistemas, el conservadurismo alrededor de la vivencia de la sexualidad, el patriarcado y el machismo en lo cotidiano y en las instituciones de poder. También preocupan temas menos colectivos, pero no por ello menos válidos, como la búsqueda estética, dejar una marca (Rodríguez, 2015, pág. 9).

Se ha dejado de lado el verdadero valor del arte, y cuando se habla de valor se refiere al raciocinio social, la vivencia de los pueblos. En Latinoamérica se está construyendo cultura mediante la educación y la retroalimentación de conocimientos entre creadores y veedores utilizando como medios el internet, publicaciones impresas independientes, murales, spots promocionales, redes sociales, radio, prensa televisión, música, productos, papelería, vestuario y demás piezas que generan una comunicación directa entre la nación, con contenido real, sacando a cubierta todo lo que pasa detrás de una obra de arte, su proceso, y su fin para ser expuesta.

A continuación presentamos una obra de Auka Arte un grupo colectivo procedente de Argentina quienes expresan en su obra las vivencias indígenas.



Figura 11-1: Auka Arte. “Resistencia cultural”. 2014.

Fuente: www.facebook.com/aukaarte

Las obras de gran formato del artista chileno INTI, que es uno de los más referentes de Latinoamérica debido a su trayectoria y concepto artístico dejando huella y referencia de nuestra cultura en diferentes países Europeos y del mundo entero.



Figura 12-1: La Segunda, Hecho en Casa – Inti

Fuente: <https://www.saborizante.com/2013/12/inti-castro-el-artista-chileno-que-trae-latinoamerica-a-bellas-artes/>

Además se da relevancia a producciones independientes involucradas con el arte urbano que gracias a ese gusto y esfuerzo han dado como resultado publicaciones que detallan los inicios y evolución de la dinámica del arte callejero en Latinoamérica.

1.1.3.1. *Publicaciones Independientes de Arte Urbano Latinoamericano*

- a. Calle esos ojos:** Entre los trabajos independientes que fomentan el arte urbano latinoamericano tenemos a CALLE ESOS OJOS, un libro que muestra en imágenes la concepción del Street art bogotano, en su segunda edición menciona estrictamente a cuatro artistas independientes que se caracteriza por expresar un arte libre, sin fines de lucro, donde su objetivo es llegar a cada uno de los pensamientos de la gente.

Toxicómano, Lesivo, Guache y Dj Lu, cuatro artistas, cuatro miradas independientes cuyo punto de encuentro radica en el interés comunicador, la visibilización de la cultura popular y la otredad, y en un marcado compromiso crítico entorno a la coyuntura política y social (Bogotá Street Art, 2012).

- b. Mala Fama:** Gráfica Mestiza como medio de comunicación artístico, cultural e investigativo, enfocado en el graffiti y el arte urbano latinoamericano, lanza esta propuesta editorial con la intención de difundir el talento local y de aportar en la creación de un público más amplio y conocedor de la identidad gráfica (Rodríguez, 2014, pág. 2).

Esta publicación más, que viene desarrollada por un grupo transparente de personas comprometidas con el arte urbano latinoamericano, muestran el desarrollo de artistas que se desenvuelven en este ámbito comunicativo, mediante entrevistas, vivencias, fotografías, dando a conocer o tratando de dar a conocer como objetivo primordial de Gráfica Mestiza, el verdadero valor y potencial que tiene el graffiti y el arte urbano mestizo.

- c. **Sticker Mestizo:** El Sticker Mestizo surge como un tributo al pasado los recuerdos de nuestra infancia, el olor memorable del adhesivo y las ganas de llenar una página completa de nuestro álbum favorito; pero también como un trabajo que consideramos necesario para el presente y el futuro: reunir en una publicación hecha en Latinoamérica, la gráfica stickera que se está produciendo desde la Patagonia hasta el Rio bravo (Rodríguez, 2015, pág. 4).

El libro álbum reúne a varios artistas latinoamericanos inmiscuidos en el tema del sticker, que han surgido en una trayectoria de pegar y despegar como medio y parte de su intervención urbana y más que eso es el valor simbólico con el que viene cargado gráficamente cada pieza, reflejando vivencias, ideas, y expresiones denostadoras de lo que está pasando en Latinoamérica.

1.1.4. *Análisis de la historia del Arte Urbano en el Ecuador*

De acuerdo con el libro "Quito: una ciudad de graffitis", de Alex Ron, Eugenio Espejo es considerado el primer graffitero de esta ciudad ecuatoriana, aunque también se recuerdan nombres como René Andrango, que en un graffiti pedía una habitación por 600 sucres o solicitaba dinero a las autoridades para reponer sus lentes.

Eugenio Espejo quien con su gran frase: “Último día del despotismo y primero de lo mismo”, anunciaba un mensaje contra político y filosófico ya que comprendía la temática del derrocamiento a la dictadura mediante promesas sociales que a la larga ganaba peso y tomar posesión, convirtiéndose en un círculo vicioso.

Las frases más comunes escritas en forma de graffiti en sus inicios en la ciudad de Quito son:

“La vida empieza cuando los hijos se van y el perro se muere” o “Somos mártires de una causa perdida”. Textos con influencias en poesía, como del poeta César

Vallejo. “Vivimos la resaca de una orgía que nunca participamos”, “Vendrá la Muerte y tendrá tus ojos” o “Cristo viene, compre su entrada”. Grafos que buscan reflexión sobre la realidad de una sociedad (Mejía, 2004, pág. 56; citado en Aucancela, 2011, pág. 68)

La literatura fue una herramienta esencial en la creación del graffiti, al mismo tiempo los símbolos se dieron a conocer ya que los grupos veían la necesidad para poder distinguirse, llenando así las fachadas estructurales de imágenes, palabras poéticas, símbolos e iconos a pesar de no ser aceptados como era lógico por la colectividad que de alguna forma no estaban acostumbrados a ser persuadidos por este fenómeno social que crecía rápidamente involucrando así la mente y visibilidad de la gente ante la problemática en la que se encontraban, ya sea política, social, cultural, económica, ambiental, intrafamiliar o laboral.

Hacer Arte urbano por estos lados, es provocar lazos de afecto y un encuentro con la ciudad, tomarla, poseerla y encontrar otras formas de relación con ella. En Ecuador esta conexión está matizada por diversos fenómenos como la migración, la restricción de la normativa legal y la regeneración urbana. Límites y cercos que rodean al uso de los lugares que se piensan colectivos. Altibajos propios del devenir en comunidad que marcan la pauta para los creadores del asfalto. Estas problemáticas han provocado la aparición de múltiples estrategias para “bombardear”, de mecanismos para existir y “marcar” (Auz, 2012, pág. 10).



Figura 13-1: Graffiti de texto, carácter político, Quito años 90
Fuente: http://languages.oberlin.edu/hisp305/spring07/claire/graffiti_sudamericano/

1.1.4.1. *Archivo de arte urbano en el Ecuador*

- a. **Arte Bastardo:** Gracias al gran esfuerzo de gente comprometida con el arte urbano dio a luz en el 2012 una de las obras independientes más importantes de la escena artística urbana del Ecuador que es el libro *Arte Bastardo* de Luis Fernando Auz.

“Esta obra cuenta historias que se han tejido entre los “panas”, “la joda” y el caminar de madrugada. *Arte Bastardo* se convierte en una evidencia y una bitácora del acontecer callejero en los últimos años” (Auz, 2012, pág. 196).

Es el primer libro de arte urbano dedicado exclusivamente a la cultura artística creativa nacional, rebela la trayectoria evolución y existencia del graffiti en las calles de las principales ciudades del Ecuador, también realza una muestra grafica de 40 artistas destacados del país quienes directa o indirectamente han cambiado la sociedad en cuanto a la expresión, comunicación, información y manifestación artística.



Figura 14-1: Portada del libro "Arte Bastardo"

Fuente: <http://www.graficamestiza.com/images/joomlart/demo/libros/arte-bastardo.jpg>

- b. **Revista Viscerarte:** Según el periodista Ryszard Kapuscinski, ‘Hoy, para entender hacia dónde vamos no hace falta fijarse en la política, sino en el arte. Siempre ha sido el arte el que, con gran anticipación y claridad, ha indicado qué rumbo estaba

tomando el mundo y las grandes transformaciones que se preparaban' (Gavilanes & Onoa, 2014, pág. 1).

Poco a poco en el país se va forjando y creando cultura, con el objetivo de lograr aceptación en la sociedad, de esa manera generar sabiduría y nuevas visiones hacia un mundo pasivo, consiente de sus acciones, ese granito de arena que aportan personas o grupos independientes se ve reflejada en obras como: “La revista de Arte Urbano Viscerarte” siendo el producto del esfuerzo de Elí Gavilanes y Álex Onoa.

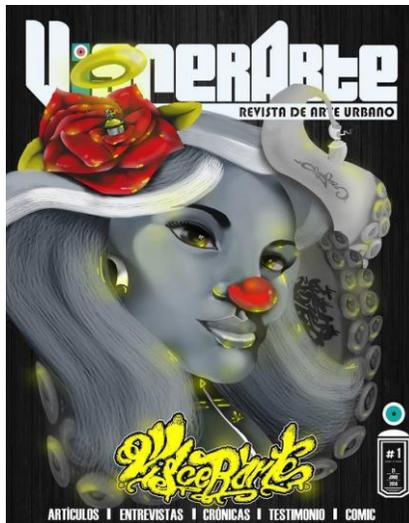


Figura 15-1: Portada de la revista VISCERARTE
Fuente: Facebook/Viscer Arte

1.1.4.2. *Artistas Urbanos relevantes del Ecuador*

Hay que destacar a los diversos artistas que han hecho del graffiti y el arte urbano una cultura, y que al pasar de los años se ha consolidado como una fuente de comunicación, de aprendizaje, ejecución de nuevas propuestas e ideologías, intercambio de conocimientos y manifestación de nuestra misma cultura ecuatoriana. Equis, Marmota, Apitatan, Jason, Klan 138, Fenómenos Colectivo, Tenaz, Eme Ese, Pin8, Enaone, María, Toofly, KmiKc Y Ratona, Andersounds, Andison, Bicefalo, Egon, Htm, Infame, María, Mensa, Noser, Pinter, Raro, Rmnoby, Splash, Steep, Circus, Coxmorama, Jquatro, Mo, Vera, Mono Sapiens Crew, Bonice, Latente, Grafito, etc.

Son personajes que día a día entusiasmados van persuadiendo, forjando a la sociedad, invitándolos a que seamos más sensibles a problemáticas que no solo afectan como personas, sino también al mundo entero y a cada partícula que rodea el sistema.

1.1.4.3. *Análisis Limitante*

Como bien se sabe bajo temas mencionados sobre el arte urbano y su característica forma de apoderarse de los espacios urbanos, su ilegalidad, esa naturaleza que extasiada involucra a más entes desarrolladores y modificadores de ambientes urbanos, haciendo de las paredes lienzos cargados de esencia gráfica pura.

La ordenanza metropolitana “DMQ” 332, artículo 104, numeral 7 indica; “Serán reprimidos quienes atenten contra la mampostería o bienes que constituyeren el espacio público o privado, y formen parte del mobiliario urbano perpetrando sobre ellos rayados, pintas, graffitis y toda expresión artística de cualquier naturaleza, sin la respectiva autorización municipal”. Contradictorio al apoyo que la municipalidad de Quito brinda a eventos y a grupos culturales relacionados con el arte urbano, el graffiti y el Hip Hop.

Las preocupaciones han aumentado, con la vigencia del nuevo Código Orgánico Integral Penal (COIP) y su artículo 393. Este penaliza con cárcel de uno a cinco días a quienes intervengan fachadas "con pinturas, gráficos, frases o cualquier otra manifestación, en lugares no autorizados".

Sin embargo la ordenanza 330 menciona sobre la posibilidad de ejecutar expresiones artísticas alternativas como son los murales, bajo el debido pacto con el dueño del inmueble, el artista y la municipalidad de Quito, donde deberá realizar permisos, previo a la presentación de una propuesta con mensaje social, cultural apoyado con bocetos gráficos.

Quiere decir que ahora para realizar una intervención urbana deberá estar sujeta a Instituciones con su debido permiso, o a eventos que nacen del seno gubernamental cargado de limitantes, estándares y leyes direccionadas a un beneficio político.

- Norma Constitucional de la República

Entonces con el análisis de las Normas de regulación del DMQ hacia el graffiti se determina que las normas de un rango menor a las de la constitución de la república, no pueden restringir derechos.

Según la constitución en el artículo 66, numerales 6, 26 y 29 literal d. indican:

6. El derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus formas y manifestaciones.

26. El derecho a la propiedad en todas sus formas, con función y responsabilidad social y ambiental. El derecho al acceso a la propiedad se hará efectivo con la adopción de políticas públicas, entre otras medidas.

29. Los derechos de libertad también incluyen:

d) Que ninguna persona pueda ser obligada a hacer algo prohibido o a dejar de hacer algo no prohibido por la ley.

Las ordenanzas metropolitanas 0332 (2010) y 0282 (2012) no deberían restringir lo que la constitución y la ley COIP no restringe.

1.1.4.4. *Festivales y Eventos de Graffiti y Arte urbano*

Los festivales de arte urbano y graffiti se han venido desarrollando ampliamente en el territorio ecuatoriano, motivo por el cual en los últimos años esta dinámica sociocultural ha tenido un gran crecimiento y aceptación.

Existen grandes y reconocidos eventos de graffiti en el Ecuador, gracias a su misma trascendencia y persistencia han llegado a ocupar el puesto como los más importantes y reconocidos internacionalmente, estos eventos que hoy acumulan una gran energía de colores y trazos son el Festival Internacional de Graffiti – Atuntaqui, Festival Internacional de Arte Visual Urbano “Detonarte” – Quito, Gods of Paint – Quito, Encuentro Nacional de Arte Urbano – Cuenca, Sudamérica Graffiti Meeting – Quito, Volarte Fest – Baños,

Festival de Arte Público Grafff – Ambato, Relativo Fest – Riobamba, Rio Street – Riobamba, Ayriwa Fest, Taita Festival y demás eventos pequeños e independientes que se realizan a baja escala pero que sin duda emprenden un movimiento cultural del arte en general ya que vienen cargadas de una amplia manifestación de música, pintura, y escenografía.

- a. Primer Concurso Nacional de Graffiti (Quito – Ecuador):** El Primer Concurso Nacional de Graffiti “Arte en la Calle” se lo desarrollo en el año 2004 en la ciudad de Quito, organizado por el artista urbano, cantante y compositor “Marmota” y sus colegas quienes nunca perdieron el sueño ni la lucha para que el Hip Hop junto con el arte crezca como un movimiento fuerte, consolidado con ideas frescas y jóvenes que aporte a la cultura, a la ciudad, el país y Latinoamérica.

- b. Festival Internacional de Graffiti “Atuntaqui”:** En la ciudad de Atuntaqui cantón de la provincia de Imbabura se viene desarrollando anualmente desde el 2013 el festival internacional más grande, importante y reconocido de la zona norte del país. Bolívar Vega (Jason) es la persona detrás de toda la logística y programación del evento “Festival Internacional de Graffiti”.



Figura 16-1: Afiche del III Festival Internacional de Gráffiti
 Fuente: Bolívar Vega

- c. **Detonarte:** Festival Internacional de Arte Urbano DETONARTE, es la participación de artistas ecuatorianos y extranjeros, en la cual se da apertura a grandes proyectos gráficos en la ciudad de Quito, tras la logística principal esta Luis Auz donde realizó el evento por 6ta ocasión en el mes de Diciembre del 2015 en el sector Sur de la capital ecuatoriana, cuyo lugar dio acogida a propios y extraños, llenando de colores los espacios públicos.



Figura 17-1: 6to Festival Internacional de arte urbano “Detonarte”
 Fuente: Facebook/Festival Detonarte/Foto de Portada

- d. **Gods of Paint – Quito:** Gods of Paint es un evento de arte urbano que abarca los meses de septiembre y octubre en la ciudad de Quito con la participación de artistas

nacionales y extranjeros, el mismo que funciona como una red de intercambio cultural entre naciones. Gods of Paint tiene su primera edición en el 2009, su segunda en el 2013.

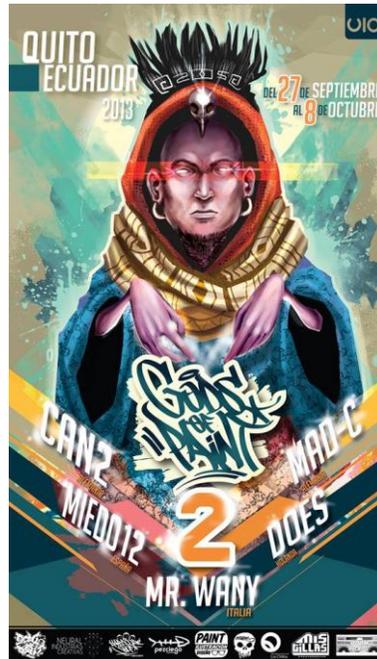


Figura 18-1: Afiche del Gods Of Paint 2

Fuente: <http://www.graficamestiza.com/index.php/actualidad/noticias/141-gods-of-paint-ecuador-2013>

- e. **Sudamérica Graffiti Meeting – Quito:** Su primera edición se lo desarrolló en la capital ecuatoriana inaugurándose como anfitrión de este evento en el mes de abril del año 2010, la cual tubo presencia de más de 50 artistas nacionales e internacionales todos latinoamericanos, evento que se destaca por su buena organización, apoyo de instituciones públicas y privadas, además con la participación y presencia substancial de la gente quienes apoyan, aceptan y valoran el arte que hay en las manos de cada participante.



Figura 19-1: Afiche “Sudamerica Graffiti Meeting 2011”

Fuente: http://content.fatcap.com/opct_b6feb9faa7b691ce8e793b4f7df4c4ce65733039.jpg

- f. **Festival de Arte Público Grafff:** Según el texto publicado en la página web del “Festival de Arte Público Grafff” (www.festivaldeartepublicografff.wordpress.com) menciona que el festival nació como iniciativa del Colectivo Central Dogma en el 2009 como una actividad paralela al Festival Internacional de Música de Vanguardia “Festivalfff“, la primera actividad que se realizó fue la intervención del mural de graffiti en la ciudad de Ambato en la Avenida Rodrigo Pachano frente al Parque Luis A. Martínez. El Festival de Arte Público Grafff se lo viene realizando en la ciudad de Ambato como sede, en el feriado de difuntos que es la fecha donde se programa este festival, en el 2015 el Grafff se mudó a la comunidad de Pujilí cumpliendo su 7ma edición.



Figura 20-1: Festival de Arte Público Grafff 15

Fuente: <https://festivaldeartepublicografff.wordpress.com/>

- g. **Escritores de Pared Salvaje:** Como siempre la capital de los ecuatorianos se lleva el premio por ser pionera en el arte urbano y una vez más Escritores de Pared Salvaje hace gala por ser un evento importante que busca motivar a los jóvenes a expresar su arte y que esta propuesta visibilice la ciudadanía y capte el nivel

evolutivo del graffiti y el arte urbano en el Ecuador. Este evento que acoge artistas nacionales e internacionales tuvo su apertura en el 2010 y hasta hoy tiene tres ediciones.



Figura 21-1: Afiche "Escritores de pared Salvaje 2014"

Fuente: <http://www.graficamestiza.com/index.php/actualidad/noticias/281-escritores-de-pared-salvaje-2>

1.1.5. *Arte Urbano en Riobamba*

Riobamba es una ciudad especial, caracterizada por la belleza de sus paisajes, las tradiciones y la herencia ancestral. A lo largo de su historia ha sido protagonista de sucesos fundamentales en la vida de la patria; no en vano ha sido llamada la “Ciudad de las Primicias”

El arte urbano sale de contexto en una ciudad llena de tráfico, de estrés, de cotidianidad, motivo por el cual los artistas urbanos convierten a la aglutinada ciudad en, multidiversa, emocionante, artística, transformando pensamientos, equilibrando el consumismo, comunicando mensajes en contra de estereotipos, persuadiendo a las personas a un pensamiento abierto, dando alternativas que motiven la salida de lo rutinario y encontrarse con la libertad, la realidad y visión de nuevos horizontes.

En la ciudad de Riobamba se percibe a gran escala la presencia de personas que se dedican al arte urbano en general, los lugares preferidos abarcan toda la ciudad, norte, sur, centro donde haya mayor afluencia de transeúntes y vehículos, no importa con que medio, con que herramienta o forma se exprese a la sociedad, con sentimiento de inconformidad o tal vez de felicidad, solo existen las ganas de sentirse vivo y satisfecho haciendo lo que más les gusta, el expresarse, el sentirse libre de arquetipos vitaliza y fortalece la forma de vida que escogieron, caminarla es la ley quienes están de tras de este movimiento.

1.1.5.1. *Inicios del Arte Urbano y el Graffiti en Riobamba*

En la ciudad de Riobamba aparece primero el graffiti en forma de vandal, ya en el 2009 el miedo desaparece en los jóvenes y se lanza la primera intervención clandestina que se ubicó en las graderías del parque Guayaquil, este trabajo supuestamente se lo desarrollo por la noche, donde días después las autoridades locales borraron de la pared estos diseños que sin duda alguna en su existencia y permanencia fue visibilizada por más de un transeúnte que paseaba por el lugar.

Después de este suceso empiezan a aparecer con frecuencia tags, firmas, bombing, y graffitis desarrollados por una sola persona o por colectivos que operaban distintos puntos de la Sultana de los Andes, los artistas que iniciaron su actividad en el graffiti riobambeño son identificados como MOZER y el colectivo HIP HOP además empiezan a intervenir ilegalmente personas no locales que pasaban por la ciudad y dejaban huella de su estadía, como es el colectivo POW de la ciudad de Ambato.



Figura 22-1: Mozer (Av. La Prensa)

Fuente: Aucancela / tesis

Gracias a esto Riobamba empieza a acoger el arte público por medio de la manifestación de artistas locales como Bang, Saba, Mozer, Maniac Omega, Seyer, Oscor, D'one, también aparecen crews de otras ciudades como es el colectivo “Fenomenos”.

1.1.5.2. *Actualidad*

En cuanto a los eventos realizados, aunque parezca escasa la iniciativa que se da al arte urbano en Riobamba, se han ejecutado eventos de baja escala, pero importantes, uno de los primeros se lo desarrollo desde el 2009 con cinco años consecutivos denominado AYRIWA palabra Kichua que en su traducción al español es Abril, debido a la fecha en que se lo realiza, además por motivo de fiestas riobambeñas, con el propósito de difundir las expresiones juveniles en todos sus aspectos, cabe destacar que estos eventos han sido apoyados por las instituciones gubernamentales locales.

Hoy han acontecido nuevos eventos donde se prioriza la manifestación y expresión juvenil en todos sus aspectos como es música, deporte extremo, arte urbano y más, destacando como principales a los eventos, Rio Mural, Relativo Fest, Rio Street, desarrollados en el 2015, además de dar prioridad a artistas locales destacados, la presencia de participantes internacionales deja huella de inspiración y lo que es más importante el intercambio de ideas, de conceptos, donde la relación cultural de diferentes sectores garantice que el arte urbano no solo es un dibujo si no una comunicación entre todos.



Figura 23-1: Relativo Fest (Av. Canonigo Ramos)
Fuente: Facebook/Colorama

Hoy es más accesible encontrar productos de arte urbano con la llegada en el 2015 de La sucursal de Pintulag en Riobamba ubicada en la Av. La Prensa y Av. Milton Reyes cerca del Terminal Terrestre, presenta un amplio catálogo de productos, herramientas, sprays, y rotuladores que con frecuencia son utilizados por los artistas quienes consumen marcas como Montana, Evanz, Naxo, entre otras, facilitando la adquisición instantánea de mercadería apta para hacer Street Art.

1.1.5.3. *Artistas Urbanos Activos de Riobamba*

Se ha visto que la dinámica social del arte urbano se ha expandido en todos los rincones del mundo, convirtiéndose en un solo movimiento cultural abarcando a todas las personas quienes realizan esta actividad. Es por eso que en la ciudad de Riobamba no es la excepción para tomar referencias sobre este género cultural que día a día va creciendo y nuevas gentes se van sumando a la acción de expresar en la calles los sentimientos, las dudas, incertidumbres, desconciertos, etc.

Los artistas urbanos que operan la ciudad de Riobamba y quienes han sido detectados mediante un recorrido fotográfico, investigativo y referencial son: Colectivo ALM, Coxmorama, Azpeger, Phoenix, Parry, Desorden, Doz, Circus, Artkasma, Steep, Bonice, Latente, Zhu, Bless, Colectivo TES, Mozer, Taka, Nerganger, Kabo, Gores, etc.

1.2. Datos generales

1.2.1. *Sistemas de Impresión*

1.2.1.1. *Serigrafía*

Es el método de impresión o estarcido que funciona a base de la aplicación y traspaso de tinta a una superficie a través de una plantilla o diseño impregnado sobre una malla tensada de fibras sintéticas, hilos de metal, nylon o poliéster, montadas y tensadas sobre un bastidor de metal o madera.

El diseño es impregnado en la malla por un proceso fotográfico donde el diseño en acetato y la emulsión son expuestos a la luz, cumpliendo el proceso químico de insolación, revelando o fotocopiando el diseño en las áreas protegidas.

Es uno de los procesos más versátiles ya que puede imprimir en cualquier superficie como metal, madera, tela, poliéster, algodón, vidrio, cerámica, plástico, poliuretano, etc. Además su proceso de impresión se lo pueden repetir cientos de veces hasta mantener la definición adecuada del diseño. Esta técnica de impresión por serigrafía se lo hace en una máquina denominada Pulpo.

El mundo de la serigrafía que hoy conocemos se desarrolló en Europa en tres roles que son: serigrafía artística, industrial y corporativa, poniendo en manifiesto diferentes acabados, pinturas, colores, texturas, formas, acotando que se puede lograr estampar diseños en alto y bajo relieve, gamuzados, fosforescentes, tramado y todo lo que la mente puede imaginar, siempre y cuando se acople a las necesidades del cliente.

- Proceso Serigráfico

Tabla 1-1: Proceso de serigrafía

Imagen	Proceso	Materiales y Herramientas
	1.- Elaboración del diseño	Computadora, Programa de diseño, vectores
	2.- Impresión del diseño	Impresora, papel acetato
	3.- Templado de malla en el bastidor	Tensores, malla y bastidor
	4.- Emulsionado	Emulsión y raclette
	5.- Insolación	Mesa de luz blanca
	6.- Revelado y Secado	Agua a presión

	7.- Encintado	Cinta adhesiva
	8.- Estampado	Plastisol, racles de poliuretano y soporte
	9.- Secado del estampado	Secadora
	10.- Recuperación de malla	Líquido recuperador

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

1.2.1.2. *Impresión Transfer*

El Papel Transfer es una técnica de impresión y marcaje que apenas requiere inversión y aprendizaje: con una impresora láser o inkjet con tintas convencionales, el papel transfer adecuado y una plancha térmica podrás imprimir en pocos minutos sobre tejidos o rígidos (Brildor).

Para empezar con el procedimiento de impresión transfer se necesita imprimir en papel transfer, el diseño a imprimirse debe estar previamente elaborado y digitalizado a full color o blanco y negro como se lo desee, después será colocada en un soporte plano, limpio y llano o algún material textil que se desee personalizar.

El diseño digital deberá ser tratado de manera primordial, porque es necesario enviar a imprimir la imagen digitalizada, volteada al papel transfer, para que al momento de

transferir la imagen al soporte por medio de una plancha termofijadora, el diseño quede visible, legible y en una correcta posición. El costo que se requiere para realizar esta técnica de impresión es accesible, se puede realizar todo tipo de diseño, se puede dar acabados y efectos personalizados de impresión y el equipo que se necesita es accesible, ya que solo se necesita una computadora, un programa gráfico, papel transfer, impresora y una plancha termofijadora.

- Proceso Transfer

Tabla 2-1: Proceso de impresión Transfer

Imagen	Proceso	Materiales y Herramientas
	1.- Elaboración del diseño	Computadora, Programa de diseño
	2.- Impresión del diseño (efecto reflejo)	Impresora láser, papel transfer, tinta CMYK
	3.- Corte	Plotter de corte, tijeras o estilete
	4.- Centrado y colocación	Plancha termo fijadora, papel impreso, soporte textil.
	5.- Impresión por medio de calor y presión (termofusible)	Plancha termo fijadora, papel impreso, soporte textil.
	6.- Sacar papel restante o residuos	Papel residual.

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

1.2.1.3. *Sublimado*

La sublimación es una técnica de impresión que consiste en el procedimiento de imprimir una imagen previamente elaborada en un soporte cuyo material se apegue a las exigencias del sublimado como es el textil poliéster y otros objetos donde sea aplicable un recubrimiento especial de poliéster. Para el desarrollo de esta técnica se necesita una maquina sublimadora.

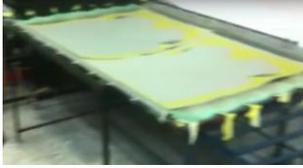
El proceso de sublimación consiste en presionar con calor, la prenda a sublimar con la plancha transfer, colocada anteriormente el papel contenedor del diseño que será transferido al soporte cualquiera que este sea. El calor conseguirá que la tinta especial para sublimación pase directamente de estado sólido a gaseoso, y desde el papel penetrará en la superficie del artículo. Como resultado se obtienen objetos personalizados con imágenes de máxima nitidez y detalle, con un rico colorido y alta durabilidad al lavado (Brildor).

Los precios de sublimado varían acorde al tamaño, diseño, cantidad de unidades a sublimar, color, material de soporte y calidad de papel sublimador.

- **Proceso de Sublimación**

Tabla 3-1: Proceso de impresión por sublimación

Imagen	Proceso	Materiales y Herramientas
	1.- Preparar la Imagen	Computadora, Programa de diseño
	2.- Impresión del diseño (efecto reflejo)	Impresora de Inyección de tinta, materiales especiales para sublimación (papel y tinta)

	3.- Preparar la plancha	Plancha sublimadora
	4.- Preparar el soporte a sublimar	Papel impreso, soporte.
	5.- Colocar el artículo en la plancha	Papel impreso, soporte, sublimadora
	6.- Retirar el artículo de la plancha	Soporte

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

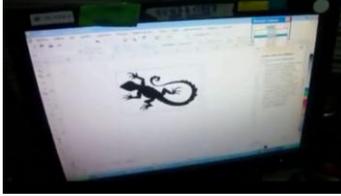
1.2.1.4. *Plotter de corte en vinil*

El plotter de corte es un dispositivo o máquina que está conectada a un ordenador, cuyo programa utilizado debe ser exclusivamente de la máquina, donde envía información digital para luego realizar los respectivos trazados en un soporte, pliego de vinil, adhesivo, plástico flexible con papel respaldo, haciendo físico y tangible un arte gráfico funcional, destinado para varias necesidades como son, publicidad, señalética, decoración, diseño para shablon, prototipo, adhesivos, identidad corporativa, etc.

La pieza más importante que tiene esta herramienta de diseño es el cabezal de corte donde se instala el porta cuchillos y el lápiz para el trazado, área donde se refleja la mayor parte del trabajo para el que está destinado el plotter de corte. Obviamente antes de realizar un trabajo oficial se deberá hacer pruebas en base a la resistencia y grosor del material a cortar.

- **Proceso de corte**

Tabla 4-1: Proceso de troquelado

Imagen	Proceso	Materiales y Herramientas
	1.- Preparar área de corte digitalmente	Computadora, Programa exclusivo del plotter de corte
	2.- encajar vinil en plotter de corte	Plotter de corte, papel vinil en rollo
	3.- Proceder a ejecutar el trabajo	Plotter de corte, diseño, papel vinil
	4.- Recortar y despegar	Tijeras, manualmente.

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

1.2.2. *Soportes para Impresión “No Convencionales”*

1.2.2.1. *Definición de “No Convencional”*

Antes de especificar que es una superficie o soporte acotaremos el significado de “no convencional” refiriéndose a lo general de su significado. Entonces si el termino convencional “se está haciendo referencia a la noción de convención, de que aquello de lo que se está hablando sigue las convenciones establecidas para tal caso y por tanto no puede ser considerado como diferente o alternativo” (DefiniciónABC, 2016).

No convencional es la ausencia de convención donde el trato de los estándares y normas mayoritarias se pierden dando paso a la aplicación de alternativas diferentes e ideas libres que lleguen a un mismo o mejor resultado del que se podría esperar siempre y cuando esta elección sea coherente, aplicativa, funcional, que ocupe menos recursos posibles, donde sus resultados reflejen la eficiencia de la utilización de medios fuera de lo común.

Para ser más explícito en este concepto por el motivo de la utilización y aplicación de “soportes impresos no convencionales” como tema principal se acota como ejemplo:

- El estilo de pintar sobre una pared o cualquier superficie urbana es normal o convencional bajo su estructura conceptual de “arte urbano”, pero la misma acción exponerla en una superficie fuera de su naturalidad urbana se convierte en un elemento no convencional. Aunque este último sea convencional en otros medios u otras aplicaciones dentro de su propia naturaleza.

1.2.2.2. *Superficies y/o Soportes*

Como se puede apreciar en un momento de visita a la ciudad, existen distintas maneras de comunicar visualmente al público dentro del ámbito promocional y publicitario, ya sea por vallas, gigantografías, tótems, colores, mensajes, paredes decoradas o pintadas, vitrinas llenas de objetos impresos con dibujos y más, anclados en el tema de impresión y aplicación convencional, pero imprimir en una superficie no convencional significa comprometerse sin condiciones con un concepto específico: el material debe o debería decir mucho sobre el concepto que hay tras el diseño. El medio se convierte en una parte importante del mensaje donde “El soporte hable por sí solo”.

1.2.2.3. *Texturas y Materiales*

Ahora la industria y tecnología de impresión nos brinda diferentes posibilidades, métodos y soluciones para lograr cualquier objetivo, sin limitarse a la textura o forma de superficie,

donde el único obstáculo puede ser la accesibilidad a estos dispositivos de impresión en cuanto a economía, exportación o conocimiento técnico de su uso.

En este caso refiriéndose al tema aplicativo que se pretende realizar mediante el estudio del arte urbano de la ciudad de Riobamba, plasmar obras gráficas en soportes impresos no convencionales, lo cual se detallara diferentes soportes realizables e imprimibles mediante métodos accesibles. Esto no delimita la utilización en las propuestas futuras ya que es necesaria la consulta del público riobambeño donde se define objetivamente el elemento bajo sus necesidades y requerimientos, además de la opinión mayoritaria.

- **Cuadro referencial sobre los diferentes soportes de impresión**

Cuadro de los soportes no convencionales en cuanto a textura y material, previamente realizables y aplicativos como parte del primer paso hacia la elaboración de las respectivas propuestas.

Tabla 5-1: Cuadro Referencial de los diferentes soportes

Material	Artículo Relacionado	Técnica Imprimible
Papel	Cuadro adorno	Plotter de impresión
Cartón prensado	Caja de perfume	Serigrafía
Algodón	Oso de Peluche	Confección
Lona	Poncho	Serigrafía
Lana	Tapete tejido	Tinturado
Cabuya	Background Adorno	Serigrafía Industrial
Estera	Abanico	Sublimado
Poliéster	Ropa deportiva	Sublimado
Metal	Instrumento musical	Serigrafía industrial
Vidrio	Botella	Sublimado
Plástico	Artículos tecnológicos	Transfer
Aluminio	Línea Blanca	Vinil
Cuero	Zapatos	Serigrafía

Cerámica	Mampostería	Transfer
Caucho	Accesorios, llaveros	Troquelado
Orgánico	Hojas Vegetales	Serigrafía ecológica
Madera	Muebles	Esténcil

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

1.2.3. *Packaging*

Se entiende por packaging al artículo que forma parte del producto, que tiene como función el de proteger al mismo, desde su fabricación, manipulación, transporte y conservarlo hasta que llegue a las manos del cliente, inclusive hoy en día, en la revolución y avance del marketing estratégico, se ha optado por utilizar este soporte que es el packaging como principal medio de persuasión, comunicación, e información tratando de atraer a los clientes a través del packaging, prolongando su utilización y reutilización tanto para el producto como para el packaging mismo dependiendo diferentes características en cuanto a función, material, resistencia, permeabilidad, flexibilidad, tamaño, modo de ajuste y cierre.

“Hoy en día, en mercados globalizados, la función de contener, proteger y conservar los productos toma aún mayor importancia. No obstante, además de dar solución a esta primera demanda de los mercados, el diseño de producto suma en la actualidad otra segunda función no menos importante, la de informar a los consumidores” (Rodrigo & Rodrigo, 2012).

1.2.3.1. *Características y Funcionalidad*

Es fundamental hacer mención sobre el packaging dentro del diseño gráfico, en este tema de trabajo de titulación, ya que se encuentra presente significativamente en el análisis e investigación sobre la búsqueda estratégica de tolerancia al arte urbano en la ciudad de Riobamba, sabiendo que al momento de promocionar, publicar y vender un producto a más de ser atractivo, el mismo debe cumplir varias funciones, cubriendo de esta manera las

necesidades, impulsos y satisfacciones del cliente. Además se vale argumentar bajo el concepto genérico de la comunicación visual y el diseño en general que envases y embalajes es todo aquello que recubre a un producto para protegerlo, formando parte del mismo, o simplemente termine su etapa de función al momento de llegar a las manos del cliente.

Entonces se consideraría que un nido de ave es un packaging aunque el polluelo no sea un producto, porque el nido protege del frío, posibles depredadores y ayuda a mantener su protegido hasta que sea necesario, tal y cual lo hace una caja de cartón o una bolsa de alar.

- **Características de un Packaging (envases y embalajes)**

Tabla 6-1: Características del packaging

Sistema de sellado	Material	Funcionalidad física	Funcionalidad estratégica	Otros
Plegado	Plástico	Cubrir	Comunicar	Flexible
Sierre	Papel	Proteger	Informar	Ergonómico
Rosca	Cartón	Reutilizar	Persuadir	Impermeable
Cosido	Textil	Transportar	Impactar	Reutilizable
Nudo	Cuero	Mantener	Promocionar	
Botón	Vidrio	Refrigerar	Identificar	
Abre fácil	Ecológico	Sostener	Interactuar	
Ziploc	Hierro			
Adhesivo	Madera			

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

CAPITULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Estudio de la Población de Riobamba

Riobamba es considerada como la décima ciudad más poblada del país.

2.1.1. Información Demográfica

Según los datos oficiales del INEC, basados en el último censo poblacional y de vivienda realizado en el año 2010, se presenta la siguiente información demográfica del cantón Riobamba.

Tabla 7-2: Datos demográficos de Riobamba

RIOBAMBA	
Provincia	Chimborazo
Parroquias	12
Población	225.741 habitantes (49.2% respecto a la prov. Chimborazo)
Urbana	64.8%
Rural	35.2%
Mujeres	52.7% (118.901)
Hombres	47.3% (106.840)
PEA	54.7% (50.3% de la PEA de la prov. Chimborazo)

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Fuente: INEC – Censo de la población y Vivienda 2010

2.1.2. Tasa de Crecimiento

La tasa de crecimiento anual de la población de 15 a 60 años es de 5%

2.1.3. Estudio de Mercado

2.1.3.1. Grupo Focal Uno (Artistas Urbanos)

Para el análisis e información de los datos correspondientes a los artistas urbanos, más reconocidos de la ciudad de Riobamba, se tomará en cuenta la totalidad del universo, ya que es una cantidad manejable de 12 personas quienes, por sus propias manifestaciones artísticas, han sido escogidos para el respectivo estudio.

Aunque la ciudad de Riobamba cuenta con varios artistas urbanos y graffiteros, se reconoce que los 12 artistas seleccionados para el estudio han causado un impacto considerable a la ciudad de Riobamba y al país, gracias a sus intervenciones de arte urbano originales, repetitivas y constantes.

2.1.3.2. Grupo Focal Dos (Muestra de la población de Riobamba)

Se realizará un cálculo de muestra donde se toma en cuenta únicamente a la población del sector urbano de la ciudad de Riobamba, que son 146.254 habitantes, tomando en cuenta que la incidencia del arte urbano como su nombre lo dice, mayoritariamente se desarrolla en la parte urbana de la ciudad. Estos datos son tomados del último censo poblacional y de vivienda realizado por el INEC, en el año 2010.

2.1.3.3. Muestreo de la población

El muestreo se realiza para obtener el dato real del número de encuestas que se tiene que aplicar para la consecución de la información que el trabajo requiere para su respectivo

análisis y tabulación, las mismas encuestas que se realizarán indistintamente a la población urbana de Riobamba.

Obtención de la muestra

Para la obtención de la muestra se aplica la siguiente fórmula:

Fórmula

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

n = Tamaño de la muestra

N= Número de habitantes de la ciudad de Riobamba (sector urbano)

e² = Margen de error

Datos

N= 146.254 Habitantes

e² = 0,06

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

$$n = \frac{146.254}{0.06^2(146.254 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{146.254}{(0,0036)(146.253) + 1}$$

$$n = \frac{146.254}{527,5108}$$

n = 277 Encuestas

2.2. Descripción del procedimiento metodológico

Para realizar la posible solución a la problemática planteada en el presente trabajo de titulación, se basará en el fundamento teórico, tanto del área del arte urbano en general, soportes para medios impresos no convencionales y los actores tanto emisores como receptores de esta dinámica social que son las intervenciones artísticas urbanas; así como el análisis de la información de campo, de cada una de las partes y un segmento muestra de la población de Riobamba, concerniente a la problemática, necesidades y valoración cultural, midiendo la aceptación del arte urbano, así como buscando posibles aplicaciones prácticas del mismo para su aceptación y funcionalidad.

2.2.1. Método

Para abordar el tema se utiliza el método deductivo – inductivo ya que ofrece los lineamientos básicos, como es el de partir de la forma general de las cosas, en este caso, la visión general de los artistas urbanos de Riobamba, en función a la información específica obtenida de la muestra de la población; tomando en cuenta únicamente la población urbana, ya que es en este sector donde se realiza esta actividad, para luego recolectar, tabular, analizar y concluir, basados en los beneficios y requerimientos de las partes, teniendo en cuenta que la finalidad es mejorar la aceptación del arte urbano haciéndolo funcional y aplicándolo en soportes impresos no convencionales.

2.2.2 Modalidad

El estudio planteado será cualitativo - cuantitativo ya que se hará uso de la estadística, que permite la comparación de la problemática, necesidades y valoración cultural, de las partes que intervienen en esta investigación, artistas urbanos y población de la ciudad de

Riobamba, para implementar el arte urbano en un soporte impreso no convencional, para luego realizar una validación y comprobación de la hipótesis planteada.

2.2.3 Tipo de Investigación

La investigación será del tipo Exploratoria, y De campo se estudia los fundamentos de los diferentes temas que interviene en la investigación del arte urbano en Riobamba, y su implementación funcional en soportes impresos no convencionales; para luego realizar investigación de campo a los actores que intervienen, con el afán de obtener datos que se puedan tabular y analizar, para concluir en la posible solución, que mediante herramientas se podrán validar y comprobar los resultados obtenidos de la información más óptima, que servirá como un aporte significativo para la valoración cultural del arte urbano.

2.2.3.1. Pasos de la investigación

La investigación general para el desarrollo de este trabajo se basa en la determinación y búsqueda de problemáticas palpables que se ven en nuestra sociedad actual, una de ellas es la intolerancia a las expresiones artísticas urbanas por parte de cierto fragmento social y recrear posibles soluciones a estas falencias creando soluciones gráficas y palpables que aporten de manera positiva a ambas partes como son los actores y los receptores.

1. “Grupo Focal Uno” Artistas Urbanos

a. Diferenciar el arte urbano del graffiti y otras intervenciones urbanas: El arte urbano es una asignación en español a la evolución del graffiti en todo su contexto que en su traducción al inglés es “Street Art” pero como se viene mencionando, esto dentro del mundo del arte urbano, ya que si lo traduciríamos al inglés en sentido

formal sería “urban art” y estaríamos refiriéndonos a diferentes expresiones artísticas realizadas en la calle como música, danza, baile, teatro, etc. aunque “Street art” en su traducción al español es arte callejero o arte de la calle es una etiqueta que se le ha retribuido para referirse solamente a las manifestaciones gráficas, visuales, tangibles o intangibles con técnicas e instrumentos alternativos con el propósito de generar impacto, conciencia o solamente llamar la atención de la gente.

b. Detectar las manifestaciones artísticas urbanas: Mediante el método de observación se puede comprobar que en la ciudad de Riobamba existen diferentes manifestaciones artísticas en las cuales se pudo detectar un desequilibrio entre gráficas profesionales y gráficas poco llamativas e inclusive inconclusas, lógicamente se optó por escoger las manifestaciones profesionales para su posterior análisis.

c. Identificar a los actores: Es necesario saber cuál es la persona intelectual que está detrás de cada expresión urbana ya que mediante técnicas e instrumentos de investigación se conoce el porqué de cada trazo color, forma y espacio de la obra y su concepto.

d. Obtener la información: El contactar con los autores alimenta la confiabilidad de este trabajo ya que en cada uno se obtuvo información verídica además de conocer y ser parte de su día a día, refuerza la experiencia e información con tan solo ese vínculo de comunicación y por qué no llamarlo de amistad.

2. “Grupo Focal Dos” Muestra de la población de Riobamba

a. Estudiar la población en general

b. Elaboración del muestreo (área urbana)

c. Elaboración de cuestionario (investigación de campo)

d. Tabulación de resultados (tolerancia, necesidades)

2.2.4 *Técnicas e Instrumentos*

Se utilizó diferentes técnicas e instrumentos de investigación para el levantamiento de información y datos tanto para los dos grupos focales como son los artistas urbanos más reconocidos de la ciudad de Riobamba que son doce y la muestra de la población urbana de la ciudad de Riobamba que son 277 personas indistintamente.

2.2.4.1. *Técnicas*

a. Observación: Consiste en la realización de una observación directa donde se obtiene experiencia y se puede identificar los fenómenos y comportamientos en este caso de las dos partes objetivas de esta investigación.

b. Entrevistas: Las entrevistas se desarrolló de manera informal para el “grupo focal uno” que son los artistas urbanos, ya que no existió una estructura de preguntas, más bien la obtención de datos e información se las manejo mediante conversación.

c. Encuestas: Se procedió a la elaboración de tres cuestionarios diferentes, lo que permitió extraer datos en la fase de: - recopilación de información y tolerancia hacia el arte urbano por parte de la muestra de la población de Riobamba, - obtención de datos e información de los artistas urbanos en cuanto a su arte y su biografía y – conclusión y resultados de las propuestas aplicadas.

Cabe mencionar además que los cuestionarios están sujetos a preguntas de modo mixto, quiere decir, preguntas cerradas de selección múltiple y dicotómicas o abiertas en el caso donde no existe información de la respuesta.

2.2.4.2. *Instrumentos*

- a. **Fichas técnicas:** Para la recolección de datos neutrales del grupo focal de los artistas urbanos, dando a conocer variables cuantitativas y cualitativas.
- b. **Mapas:** Son Infografías que nos ayuda a localizar fácilmente las diferentes intervenciones de arte urbano en la ciudad de Riobamba, esto se lo realizo precisamente para el “grupo focal uno”, que además logre evaluar su modo de operación a lo largo y ancho de la ciudad, exponiendo su arte.
- c. **Archivo audiovisual:** Consiste en la recopilación de fotografías y videos como herramientas de observación y experiencia.

2.2.5. *Pasos del desarrollo de las propuestas de Diseño*

- a. Creación de marca.
- b. Determinación de los soportes y sus medidas correspondientes.
- c. Determinación de las artes gráficas para su correspondiente aplicación en los soportes.
- d. Creación de etiquetas para los productos como estrategia de información de la obra y su autor.
- e. Presentación de las propuestas al público y su consiguiente aceptación.

CAPITULO III

3. Tabulación de resultados

3.1. Recopilación de la información de los Artistas Urbanos de la ciudad de Riobamba

Mediante la determinación de un cierto grupo focal de artistas urbanos se procedió al levantamiento de información de cada uno individualmente, proceso que requirió del dialogo y consiguiente una entrevista de manera informal ya que se insertó preguntas improvisadas, dejando atrás la estructura formal, dando paso la fluidez natural de la información objetiva. Además, fue necesaria la observación y recopilación de datos mediante archivo audiovisual ya que es ahí donde cada intervención urbana se palpa realmente tal como lo es, sin etiquetas ni estereotipos.

3.1.1. *Breves Biografías*

Trata sobre la investigación mediante encuestas y entrevistas al “focus group” que son el segmento de 10 artistas urbanos considerados de más relevancia dentro del movimiento artístico urbano de la ciudad de Riobamba.

3.1.1.1. *Coxmorama*

En sus inicios uno de los fundadores de COXMORAMA Luis Bolaños se denominaba BANG, actuaba conjuntamente con OMEGA, que ahora se denomina AZPEGER artista del street art contemporáneo de alta calidad, en sus gráficos se puede observar el profesionalismo, habilidad, creatividad y el detalle minucioso de cada trazo que pone Oscar Medina García en sus obras.

Ambos empezaron interviniendo ilegalmente por el año 2009 diferentes sectores de las ciudades que ellos visitaban, al mismo tiempo apoyaban directamente y formaban parte del grupo colectivo FENOMENOS que comprende varios artistas nacionales, esto fue el inicio para que en la ciudad de Riobamba se empiece a desarrollar una nueva cultura artístico urbana, donde se entablo varios eventos de pequeña escala por el año 2010, aprovechando las festividades de la localidad o feriados, estos eventos que se vinieron realizando gracias al apoyo de instituciones y entidades gubernamentales dejaron huella de la escena del arte urbano en la ciudad de Riobamba.

Coxmorama se conforma por dos mentes brillantes y creativas Luis Bolaños (CX.MR), Oscar Medina (AZPEGER), al momento de fusionarse entra en juego la ciencia y el arte dando como resultado visualmente formas y figuras surrealistas, extrañas, complejas, pero con bastante impacto gráfico, arte por el cual está cargado y lleno de conocimiento técnico, comunicacional, objetivo y con raciocinio.

CX.MR señala que el artista o persona que realiza obras dentro de casa y éstas a su vez no son expuestas a la gente, simplemente no se consideran arte debido a que el verdadero arte debe interactuar con el espectador sea cual sea el mensaje con el que se manejó el artista.

Este grupo pequeño pero sólido, al momento de intervenir y exponerse a la urbe hace que su trabajo sea eje de inspiración para nuevos artistas urbanos y logre un impacto social logrando así el objetivo de COXMORAMA bajo su eslogan “nosotros utilizamos imágenes en la calle como arma de comunicación masiva”.

Cuando su arte es experimental y de aspecto exhibicionista pierde el enfoque y el interés de lo que piense la gente de ellos y del arte ya que en él, no existió un prediseño como lo suelen hacer cuando su trabajo es remunerado, porque el hecho de experimentar para ellos, es vivir el momento, jugar con formas, colores, texturas, olores, es llegar a otra dimensión como quien puede estar en un trance profundo de meditación, es el mero hecho de sentirse vivos y de satisfacerse así mismo por lo que están expulsando.

3.1.1.2. *Phoenix*

Nace en Alausi en el año de 1991, cantón sur de la provincia de Chimborazo. Juan Carlos Guevara (Phoenix) mostró sus habilidades artísticas en su niñez inclinándose desde un comienzo con el estilo del realismo, el medio que lo inclino al graffiti y el Street art fue la música y por medio de ella el círculo de amigos que en el pasar de los días fue conociendo, los mismos quienes aportaron como inspiración para reforzarse y definirse en el arte, DREMS de Chile y OMEGA de Riobamba, más que amigos han sido maestros y escuela para Phoenix y varios jóvenes quienes hoy están surgiendo y siendo reconocidos a nivel internacional en cuanto se refiere al mundo del Arte urbano.

Phoenix empieza oficialmente en el 2010 a pintar en eventos independientes organizados por amigos, experimentando estilos diferentes como parte y estrategia de autoaprendizaje y definición, por el 2012 se lanza de lleno a pintar muros más grandes, una de sus primeras obras aún se las puede apreciar en la ciudad de Riobamba, poco a poco va cogiendo experiencia y ampliando reconocimiento llevándolo a participar en eventos fuera de la provincia, uno de los más importantes es el DETONARTE que se realiza anualmente en la ciudad de Quito.

En marzo del 2010 Phoenix se sintió impulsado a dar a conocer sus propuestas pictóricas a la comunidad riobambeña estableciendo un contacto directo con la misma, es así que encuentra en las paredes de la urbe el soporte adecuado para este fin, en sus obras busca tocar al observador a través de la forma y el color despertando en él, emociones e inquietudes, disfruta de la experimentación y la fusión, admira y conjuga la belleza con la extrañeza adentrándose en diferentes campos del pensamiento humano, cosmovisión, mitología, espiritualidad, creencias, costumbres y sentimientos de diferentes culturas a través del tiempo.

3.1.1.3. *Desorden*

“La pared es un medio de comunicación. Entonces, tienes que saber cómo llegar y tu gráfica, tu lenguaje tiene que ser un lenguaje propio y que comunique” Javier (Doz).

Nacen en Chunchi, cantón sur de la provincia de Chimborazo los gemelos Javier Flores y Fernando Flores, desde muy corta edad han estado ligados con el arte. Un acercamiento directo que tuvieron con el graffiti vandal cuentan ellos en una conversación, fue cuando paseaban por los campos de Chunchi, desde lejos vieron a un extranjero, que sacaba algo de su mochila y de inmediato rayo su firma en una piedra, el turista los miro y desapareció, Fernando y Javier curiosamente se acercaron a observar la obra del sujeto y como si se tratase de algún mensaje divino, los inspiro a realizar lo mismo y desde ahí empezó toda una vida de colores, ya que el mensaje que les dejo aquel momento los inculco para atreverse, experimentar, y definir su estilo como artistas.

Actualmente pintan por separado es por eso que su firma o seudónimo cambio a “Doz” (Javier), “desorden” (Fernando) también consideran el colectivo “desorden”. Los estudios superiores los obligó a salir de su pueblo natal a la ciudad de Riobamba, pretexto perfecto para abrirse más hacia el Street art y conocer más artistas como COXMORAMA quienes más que amigos han sido su escuela donde compartían ideas, proyectos, conceptos y estilos, estos estados de luz mental los lanzo a interesarse por la cosmovisión andina, a plasmar muros que reflejen las raíces y la identidad de los pueblos latinoamericanos ancestrales siendo testimonio de nuestra evolución, sabiduría, costumbres, comunicación, prácticas, alimentos, etc.

Su éxito artístico los ha llevado a participar en eventos de gran relevancia como: Gods of Paint, Detonarte en Quito, el Festival internacional de Arte urbano “Atuntaqui” y más festivales grandes, pequeños o independientes realizados en la ciudad de Riobamba uno de ellos es el RELATIVO FEST desarrollado en septiembre del 2015, es por esto que sus obras se las pueden encontrar en diferentes espacios a lo largo y ancho de la urbe riobambeña.

Su presencia es importante ya que su arte tiene un estilo marcado y único, gracias a esto a más de pintar murales realizan acrílicos, serigrafía, tatuajes corporales, fotografía turística andina, han dado talleres, clases y cursos de graffiti, tipografía, estencil, con diferentes

soportes, herramientas y estilos gráficos, han experimentado todo tipo de soportes, texturas y pintura.

El amor por el arte y su disciplinado compromiso hacia él, han hecho que sus sueños se hagan realidad, sueños grandes que se han ejecutado como son el evento URCO PARK desarrollado el 1 de febrero del 2014 en el cantón Chunchi en la que se desarrollaron diferentes espacios como Graffiti – Arte Urbano, Sk8, Música Independiente y Bmx. Además, también del evento desarrollado el 25 de abril en la ciudad de Riobamba RIO STREET en la que se desarrollaron diferentes actividades culturales juveniles como: intervención de graffitis en 6 paradas de buses desarrolladas por graffiteros, la música y el Bmx realzaron y completaron la programación de este evento que fue apoyado por la municipalidad de Riobamba.

3.1.1.4. *Bless*

Paul Toledo más conocido en el mundo del arte como BLESS que significa bendición , toma este seudónimo para brindar un mensaje positivo a la comunidad mediante su gráfica, Bless nace en Pastaza, pero por motivos de estudio se traslada a la ciudad de Riobamba, aunque el arte ya lo había practicado desde temprana edad, a inicios del 2010 empieza a desenvolverse en el mundo del street art, e interviniendo algunas paredes, fachadas y muros de la ciudad de Riobamba, ahora es gestor cultural del evento de arte urbano RELATIVO FEST que se llevó a cabo su primera edición en la ciudad de Riobamba por el mes de septiembre, acogiendo artistas de Ecuador, México y Colombia.

Después es convocado para intervenir en el evento DETONARTE 2014 en Quito que se realiza anualmente desde el 2010, en el cual quedo en primer lugar, oportunidad que le abrió puertas a inmiscuirse profundamente en el arte, participando en eventos, concursos, exposiciones, galerías internacionales y nacionales como: Meeting Of Style Venezuela 2015, V Festival Internacional de Arte Urbano (Detonarte) 2014, festival Arte - Puyo Al Natural, Festival de Arte - Cuidemos el medio ambiente, Festival de Arte - Como Quiero ver a mi Amazonia, Concurso de murales Baños de Aguasanta 2012 - (Tungurahua), Festival Artatinta Bellavista – Quito, Festival Artatinta Cuenca, Exposición Colectiva

Temática (Alfaro Moreno y José Martí) en Riobamba, Exposición Televisiva Ecuador Tv con su obra “Luchando por la Eternidad” – Riobamba, Exposición Pictórica Tatto Metal – Riobamba, Exposición Personal (Centro de Convenciones Eugenio Espejo) en Quito, Festival de Arte Urbano (Taita Festival) Riobamba, en la mayoría de los eventos que ha participado ha quedado en primer lugar, ha sido finalista de los concursos y ha recibido honores gracias a su talentoso trabajo.

3.1.1.5. *WolfGang*

Andrés Álvarez (WOLFGANG) proviene de la ciudad de Quito donde se inicia en el graffiti desde la época del colegio junto a sus compañeros de clase, en los momentos libres plasmaban sus obras en diferentes zonas del sur de la capital mediante la técnica del aerosol y brocha en forma de vandal o graffiti ilegal.

Sus bocetos e ideas plasmadas en papel ayudaban al momento de crear sus “throw up” (piezas rápidas) poco a poco fue cogiendo experiencia, técnica y definiendo su estilo. Por el 2012 inicia sus estudios superiores y decide cambiar de entorno, trasladándose a la ciudad de Riobamba donde opta por la carrera de ingeniería electrónica de la UNACH.

En su residencia actual vio la oportunidad de dejar huella, tapizando de tags, firmas, graffitis, y arte urbano los muros de la ciudad de Riobamba. Las obras más elaboradas de Andrés buscan lo gratificante de ver cómo la gente al pasar trata de descifrar la estructura, composición, y tipografía con la que se constituye su trabajo, complejo por la distorsión, modificación o efectos, cuya obra se caracteriza y califica como estilo 3D, wildstyle, Throw Up o Freestyle

Aunque su intervención artística en la urbe riobambeña es mínima a comparación de otros artistas que operan la ciudad bonita, Wolfgang ha dejado huella mediante su gráfica única que lo caracteriza como un instrumento mediador del arte – pared - gente.

3.1.1.6. *Neybak 357*

Nace en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, desde temprana edad tuvo afinidad hacia el arte en caballete con la técnica del óleo en lienzo, este amor por la pintura y lo audiovisual lo motiva a seguir una carrera vinculada con este mundo en la cual escogió Diseño Gráfico, esto hace que Gualberto Heredia (neybak357) se traslade a la ciudad de Riobamba, para cumplir con sus estudios superiores, oportunidad que le dio para inmiscuirse profundamente en el mundo del arte gráfico, audiovisual y multimedia, ramas de interés de este artista.

Gracias al gusto musical del Hip Hop, se abre camino a este movimiento cultural que le permitió expresar mediante escritos y líricas en diferentes eventos independientes, convirtiéndolo en un Dj y un Mc, su éxito y pasión por lo que está viviendo lo lleva a instituir el BLOCKROYAL 1409 zona Riobamba, que acoge varios artistas, cantantes, compositores locales cubriendo de esta manera a los 4 elementos del Hip Hop que son el Dj, Mc, Breackdance y el graffiti.

El graffiti es una de las expresiones artísticas urbanas donde se refleja la estadia y jerarquía de una persona o colectivo mediante sus firmas, nombres, personajes o diferentes graficas expuestas al público en la urbe y esto fue justamente lo que NEYBAK357 junto a sus colegas, compañeros y amigos realizaban en la ciudad de Riobamba, interviniendo masivamente en colectivo las paredes de distintos sectores urbanos.

3.1.1.7. *Circus*

Circus es el único de los artistas de esta investigación que proviene del extremo norte del país que es Tulcán – Carchi, aunque es su ciudad natal, Wilson Pozo desde sus 17 años se trasladó a Quito para formarse profesionalmente como Artista de la escuela de artes de la Universidad Central, y más que una carrera ha sido un viaje sin parar lleno de experiencias, conocimientos, aprendizajes, amigos, pintadas, climas, y varios escenarios que van forjando

en él, visiones que son expuestas día a día en la calles de las ciudades de Ecuador donde este personaje fugas CIRCUS haya pasado.

Bondadosamente en cada intervención urbana CIRCUS además de ir dejando huella de su nombre va regalando a la comunidad esa alegría y reflexión con su grafica animal, los monos, águilas, elefantes, y diferentes especies que han sido maltratadas por circos mediocres, cazadores o por personas comunes han hecho que los animales estén en peligro de extinción por la mala obra del hombre. El objetivo de Wilson es dejar en cada persona una reflexión sobre la existencia, vida, e inteligencia que hay en cada ser vivo, semejantes a nosotros.

Riobamba no es la excepción, ya que Circus legal o ilegalmente a intervenido diferentes sectores de la ciudad, para ser más exactos ha expuesto sus obras en paredes de casas abandonadas y deterioradas por el paso de los años donde tanto el dueño, el barrio o el municipio no han hecho nada para revivir estos espacios, pero la mano de Wilson Pozo actúa y da otra cara no solo a la vivienda sino también a Riobamba, Cuna de la Nacionalidad Ecuatoriana.

3.1.1.8. *Xavieress*

Xavier Salas o Xavieress, artista plástico, poeta, escritor, fotógrafo, amante de lo audiovisual y tecnológico, herramientas y actividades útiles para expresar su forma de ver la vida, esa perspectiva nostálgica, compleja y luminosa que caracteriza a este nato artista, donde el mismo echo de entrar en su juego de graficas deformadas y geometrías maniáticas, es entrar a un mundo desconocido pero cautivante a su vez, porque lo que existe ya no es desconocido, más bien es la esencia o la abstracción de lo que a cada momento palpamos.

Xavieress ha experimentado todo tipo de expresión artística que nadie se pueda imaginar, esto lo ha llevado al fortalecimiento multifacético característico de este artista, gracias a su habilidad de ambidiestro logra graficas complejas y que a su vez impresionan al espectador,

pasando desde el estilo del camuflaje, expresionismo abstracto, dripping, utilización de colores fuertes, y la experimentación.

Formalmente no se lo puede definir un interventor de murales urbanos más bien se lo puede catalogar como un instalador constructivista de estudio, que de igual manera entra en el concepto del street art, ya que para comunicar a las masas no es necesario solo pintar, más bien con una simple acción que realicemos en las calles ya sea el de cruzar una acera a otra, estamos modificando la vida en el mundo.

3.1.1.9. *Artkasmó*

Cristian Quilumba más conocido en el mundo del arte urbano como Artkasmó, debido a su referencia de la palabra y significado de “sarcasmo”, inspirado en la ironía con la que se mueve la sociedad para lograr sus caprichos.

Este talentoso artista proveniente de la ciudad de Quito donde empezó hacer graffitis en forma de vandal, además ha ido dejando huella en la escena graffitera del país ya hace varios años, tras el pasar del tiempo ha ido perfeccionando su técnica, estilo y esto lo ha llevado a considerarse entre uno de los artistas urbanos más respetados e importantes del país.

Riobamba es una ciudad encantadora en todos sus aspectos ya sean estos, turismo, cultura, tradición, paisajes, historia, vivencias, costumbre, dialecto, gente, etc. Haciéndola una ciudad bastante visitada por personas de todo el país y el mundo. Este ambiente inagotable de la ciudad bonita es el motivo principal por el cual varios artistas han pasado por aquí y han dejado su firma, Artkasmó no es la excepción, pues en Riobamba ha encontrado esa confianza para plasmar más de un muro colorido y llamativo, aportando de alguna manera al enriquecimiento mismo con el que cuenta esta ciudad.

3.1.1.10. *Nerganger*

No se sabe mucho de la información personal sobre este artista urbano, pero su arte ha trascendido a través del tiempo y conjuntamente a través de la misma evolución del arte Urbano Riobambeño. Es uno de los primeros artistas urbanos que tapizo la ciudad de Riobamba por el 2010, su creativo modo de bombardear la ciudad, mediante el uso de pegatinas, empapelado, estencil, aerosol, rotuladores y brochas, ha hecho de este artista único y característico dentro de la propia escena del Street art tal como lo es en todo su contexto.

En sus inicios interactuaba como OSCOR junto a SABA, DARKNESS, DEONE y demás compañeros que conformaban crews como HPS que significaba hispanos y DPA, primeros artistas urbanos que se sabe hasta la fecha, colorearon La Sultana de los Andes con graficas creativas.

La grafica que Nerganger utiliza es inspirada en los videojuegos, la tecnología, los animales, la música y todos sus componentes. Si nos damos el tiempo de observar las señales de tránsito de la ciudad de Riobamba nos damos cuenta que están llenos de sticker y firmas de varios artistas, sobresaliendo la de Nerganger con sus empapelados de palancas para video juegos, el repetitivo gato con gafas 3d, un Nintendo de cabeza que forma un robot y más stickers en estilo papers, o estencil que están adheridas mayormente en las cabinas del telégrafo o en espacios pequeños.

3.1.2. *Mapeo de las intervenciones urbanas en la ciudad de Riobamba*

A continuación, se detalla una muestra de las intervenciones de arte urbano situadas en la urbe de Riobamba, localizadas y detectadas según sus calles y avenidas.

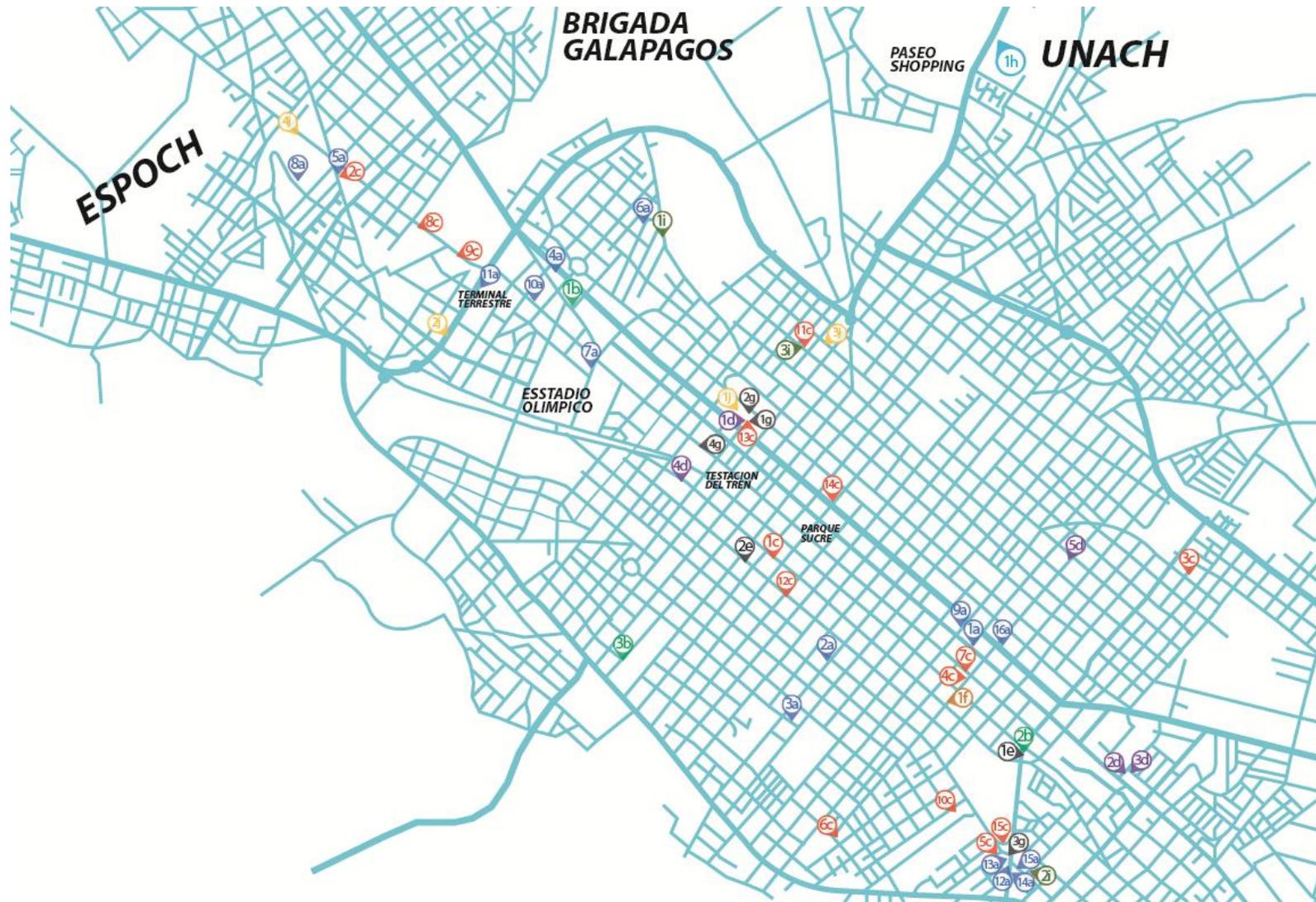


Figura 24-3: Mapa de locaciones de Arte Urbano en la ciudad de Riobamba
 Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

3.1.2.1. *Cuadro de las Locaciones de Arte Urbano en Riobamba*

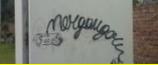
Tabla 8-3: Datos de locaciones de arte urbano en Riobamba

ARTISTA	ETIQUETA	NOMBRE DEL ARTE	IMAGEN	UBICACIÓN	TECNICA	ESTILO
C O X M O R A M A	1a	Cerdo (abril 2012)		Calles: Morona y Primera Constituyente	spray	surrealista
	2a	La Calle no Calla (agosto 2012)		Calles: Tarqui y Chile	spray	hiperrealismo
	3a	OX – 12 (diciembre 2012)		Calles: Barón de Carondelet entre Tarqui y Juan de Velasco	spray	Surrealista, abstracto
	4a	CX.MR (junio 2013)		Av. José Veloz y calle: Jacinto González	spray	Ecléctico, abstracto
	5a	Mila (septiembre 2013)		Por las rieles del ferrocarril, Av. Canónigo Ramos y Av. Sergio Quirola	spray	Caricatura, abstracto
	6a	Coxmorama (2013)		Sector Los Álamos	spray	Abstracto
	7a	CXMR 013 - X - (diciembre 2013)		Av. Carlos Zambrano entre la calle Reina Pacha y Av Daniel León Borja	spray	Abstracto
	8a	Mr Egon (2013)		Pista de Patinaje, calles Teofilio Sáenz y Av. Canónigo Ramos	spray, brocha	abstracto, surrealista
	9a	OX –Z (sin fecha)		Calles: Diego de Almagro entre Primera Constituyente y José Veloz	spray, acrílicos	surrealista
	10a	Liberación (agosto 2014)		Av. Daniel León Borja (UNE)	spray, acrílicos, brochas	Abstracto

	11^a	Circuitos (abril 2015)		Parada del Bus público, Terminal Terrestre Avenida de La Prensa	Spray	Abstracto
	12^a	CXMR (2015)		Av. Juan Félix Proaño	Spray	Ecléctico
	13^a	CXMR 015 (2015)		Av. Juan Félix Proaño	Spray	Ecléctico
	14^a	ALM (2015)		Av. Juan Félix Proaño entre las calles: Valetta y Berlín	Spray	Ecléctico
	15^a	CX15 (2015)		Av. Juan Félix Proaño y calle Berlín	Spray	Ecléctico
	16^a	2016 CXMR* alm (enero 2016)		Calles: José veloz y Loja (Casa Barrial de Villa María)	Spray	Abstracto
P H O E N I X	1b	Destilando Color (abril 2013)		Los Sauces, entre la calle José Veloz y Av. Manuel Elicio Flor	Spray	hiperrealism o
	2b	Kataboom (septiembre 2013)		Av. Félix Proaño y calle Olmedo, Canchas de indor futbol	Spray	hiperrealism o
	3b	Z25 (2015)		Calle 12 de Octubre y Vicente Rocafuerte	Mixta	compositivo
	1c	La Marisquería (agosto 2013)		Calles: Olmedo y Pichincha	Spray	hiperrealism o

D E S O R D E N	2c	Rio (septiembre 2013)		Por las rieles del ferrocarril, Av. Sergio Quirola y calle Teofilio Sáenz	Mixta	Realismo
	3c	Life cycle (septiembre 2013)		Calles: Pedro Bedón Pineda y Natale Torment	mixta	surrealismo
	4c	Ratas enredadas (noviembre 2013)		Calles: Loja y 10 de agosto	mixta	surrealismo
	5c	Respirar (diciembre 2013)		Calles: Melchor de Guzmán y Chile	spray	personajes
	6c	Urban Gourmer (diciembre 2013)		Calles: Loja 19-02 y 12 de octubre	spray	surrealismo
	7c	Cosmovisión Andina (marzo 2014)		Calles: 10 de agosto y Loja	mixta	Bodegón
	8c	Doz Dsrdn (abril 2015)		Av. Canónigo Ramos y calle Agustín Torres	spray	Personajes
	9c	Wambra Bici (agosto 2015)		Av. Canónigo Ramos	brochas	Abstracto
	10c	Desorden (septiembre 2015)		Interiores del SENAGUA, calles Chile y Puruha	spray	Personajes
	11c	Agua (octubre 2015)		Calles: Venezuela y Juan de la Valle	spray	Personajes
	12c	Humo (octubre 2015)		calle Gaspar de Villaroel y Juan Larrea	spray	Personajes, abstracto
	13c	Piscina (noviembre 2015)		Graderíos Loma de Quito	acrílicos	surrealismo

	14c	Rio Fest (2015)		Calles: José Veloz y España	spray	Surrealismo, abstracto
	15c	Embotellamiento (diciembre 2015)		Av. Feliz Proaño y calle Chile	spray	Surrealismo, abstracto
B L E S S	1d	Tatita (septiembre 2014)		Calles: Juan de la Valle y José Orosco – Loma de Quito	mixta	Muralismo
	2d	El Guerrero del Arte. parte 1 (noviembre 2014)		Calle Washington y Santiago	mixta	Muralismo
	3d	El guerrero del Arte. parte 2 (noviembre 2014)		Calle Washington y Santiago	mixta	Muralismo
	4d	Bless (febrero 2015)		Calle Olmedo entre Bolivia y Francia	mixta	Realismo
	5d	Sur América (abril 2015)		Arco de Bellavista, Av. Juan Bernardo de León y Calle Loja	mixta	Personajes
WOLF GANG	1e	Atak (octubre 2013)		Av. Juan feliz Proaño, Canchas de Futbol	spray	wild style
	2e	Wild (octubre 2014)		Gaspar de Villarroel entre Pichincha y García Moreno	apray	wild style
NEY BAK 357	1f	Block Royal Family (septiembre 2013)		Calles: Olmedo y Loja	spray	underground
	1g	Tentáculos (noviembre 2015)		Calles: Juan de la Valle y José Orosco – Loma de Quito	Mixta	Dripping

CIR CUS	2g	Elefante (noviembre 2015)		Calles: Juan de la Valle y José Orosco – Loma de Quito	Rodillo	Dripping
	3g	Circus (diciembre 2015)		Calle Chile y Av. Félix Proaño	Rodillo	Dripping
	4g	Circus 2016 (enero 2016)		TRIBU café bar, Av. Daniel León Borja entre Juan Lavalle y Av. Miguel Ángel León	Brochas	Dripping
XAVIERE SS	1h	Volar por Volar (enero 2012)		UNACH, Av. Antonio José de Sucre	Pincel	fractal abstracto
ART KAS MO	1i	Letras 3d (septiembre 2013)		Sector Los Álamos, Av. Gonzalo Dávalos	Spray	wild style
	2i	El Lugar (abril 2015)		Av. Félix Proaño y calle Berlín	Spray	wild style
	3i	Relativo Fest 15 (septiembre 2015)		Calles: Venezuela y Juan Lavalle	Spray	wild style
NER GAN GER	1j	Esténcil		Graderíos de La Loma de Quito	Esténcil, spray	Esténcil, abstracto
	2j	Gato 3D		Av. La Prensa y Av. Milton Reyes	Esténcil, spray	Esténcil
	3j	Ner		Calles: Juan Lavalle y León Febres Cordero	Spray	Abstracto, letras
	4j	Play		Parque de Patinaje, Av. Canónigo Ramos	Esténcil, spray	Abstracto, tag

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

3.1.3. Fichas de los artistas urbanos

Los resultados aquí expuestos reflejan los detalles cualitativos y demográficos del artista en cuanto a su acción de reflejar arte urbano en las calles, todo esto se obtuvo mediante preguntas objetivas tipo encuesta las cuales se encuentran en el Anexo B.

Tabla 9-3: Ficha del artista urbano CX.MR.

Nombre:	Luis Carlos Bolaños Ortiz	
Seudónimo:	CX.MR	
Colectivo:	COXMORAMA – ALM	
Edad:	28	
Lugar de nacimiento:	Alausí – Chimborazo	
Residencia actual:	Riobamba	
Formación académica:	Diseñador	
Estilo artístico:	Ecléctico, abstracto, surrealismo	
Actividad:	Diseño Free Lance	

Fuente: Facebook/Luisin Bolaños/fotos

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Tabla 10-3: Ficha del artista urbano Azpeger

Nombre:	Oscar Leonardo Medina García	
Seudónimo:	Azpeger	
Colectivo:	COXMORAMA – ALM	
Edad	24	
Lugar de nacimiento:	Riobamba – Chimborazo – Ecuador	
Residencia actual:	Riobamba	
Formación académica:	Estudiante de Diseño Gráfico (UNACH)	
Estilo artístico:	Surrealismo Abstracto	
Actividad:	Diseño, estudios	

*Fuente: youtube/ Francisco Galarraga/
Graff12/ min 22:15*

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Tabla 11-3: Ficha del artista urbano Phoenix

Nombre:	Juan Carlos Guevara Calle	
Seudónimo:	Phoenix	
Colectivo:	Ninguna	
Edad:	24	
Lugar de Nacimiento:	Alausí – Chimborazo – Ecuador	
Residencia Actual:	Riobamba	
Formación académica:	Estudiante universitario (ESPOCH)	
Estilo Artístico:	Realismo, estético	
Actividad	Diseño Gráfico, Muralismo y Pintura Corporal	

Facebook/Juan Carlos Guevara/fotos de perfil

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Tabla 12-3: Ficha del artista urbano DSRDN

Nombre:	Fernando Flores	
Seudónimo:	Dnrds	
Colectivo:	Desorden	
Edad:	23	
Lugar de Nacimiento:	Chunchi – Chimborazo – Ecuador	
Residencia Actual:	Riobamba	
Formación académica:	Estudiante universitario	
Estilo Artístico:	Surrealismo, free style, abstracto	
Actividad:	Arte urbano, artes plásticas, graffiti, tallerista, fotografía, narrador	

Fuente: Facebook/denor des/fotos

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Tabla 13-3: Ficha del artista urbano dosnuevedos

Nombre:	Javier Flores	
Seudónimo:	Doz	
Colectivo:	Desorden	
Edad:	23	
Lugar de Nacimiento:	Chunchi – Chimborazo – Ecuador	
Residencia Actual:	Riobamba	
Formación académica:	Estudiante universitario (UNACH)	
Estilo Artístico:	Surrealismo, free style, personajes, abstracto	
Actividad:	Arte urbano, artes plásticas, murales, graffiti, serigrafía, ilustración digital, diseño	

Fuente: Facebook/doz nueve doz/fotos

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Tabla 14-3: Ficha del artista urbano Bless

Nombre:	Walter Paul Toledo Loja	
Seudónimo:	Bless	
Colectivo:	Ninguna	
Edad:	21	
Lugar de Nacimiento:	Pastaza – Ecuador	
Residencia Actual:	Riobamba	
Formación académica:	Estudiante universitario (UNACH)	
Estilo Artístico:	Personajes, realismo	
Actividad	Muralismo, artista plástico, Gestor de eventos.	

Foto Cortesía de Paul Toledo

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Tabla 15-3: Ficha del artista urbano Wolfgang

Nombre:	Andrés Álvarez	 <p><i>Fuente: Facebook/Crimen Wildstyle/fotos 30-01-2016()</i></p>
Seudónimo:	Wolfgang	
Colectivo:	DAF	
Edad:	34	
Lugar de Nacimiento:	Quito – Ecuador	
Residencia Actual:	Riobamba	
Formación académica:	Estudiante universitario (UNACH)	
Estilo Artístico:	Wildstyle, throw up	
Actividad	Analista de mercado	

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Tabla 16-3: Ficha del artista urbano Neybak357

Nombre:	Gualberto Heredia	 <p><i>Fuente: Facebook/BlockRoyal Riobamba Ecuador/fotos de perfil</i></p>
Seudónimo:	Neybak357	
Colectivo:	BLOCK ROYAL 1409	
Edad:	31	
Lugar de Nacimiento:	Santo Domingo - Ecuador	
Residencia Actual:	Riobamba	
Formación académica:	Estudiante universitario (ESPOCH)	
Estilo Artístico:	Underground	
Actividad	Productor audiovisual	

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Tabla 17-3: Ficha del artista urbano Circus

Nombre:	Wilson Alejandro Pozo Ayala	 <p><i>Fuente: Facebook/Circus/fotos</i></p>
Seudónimo:	Circus	
Colectivo:	Ninguna	
Edad:	33	
Lugar de Nacimiento:	Tulcán – Carchi – Ecuador	
Residencia Actual:	Todos Lados	
Formación académica:	Artes Plásticas de la Universidad Central del Ecuador	
Estilo Artístico:	Dripping, desglose	
Actividad	Artista audiovisual	

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Tabla 18-3: Ficha del artista urbano Xavieress

Nombre:	Xavier Patricio Salas Vejar	 <p><i>Fuente: Facebook/Xavier ess/fotos</i></p>
Seudónimo:	Xavieress	
Colectivo:	Ninguna	
Edad:	30	
Lugar de Nacimiento:	Pallatanga – Ecuador	
Residencia Actual:	Riobamba	
Formación académica:	Egresado de Cultura Estética y Educación Artística (UNACH)	
Estilo Artístico:	Abstracto, camuflaje, dripping	
Actividad	Pintor	

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Tabla 19-3: Ficha del artista urbano Artkaskmo

Nombre:	Cristian Geovanny Quilumba S.	 <p><i>Fuente: Facebook/Art Kaskmo/fotos</i></p>
Seudónimo:	Artkaskmo	
Colectivo:	ALM	
Edad:	24	
Lugar de Nacimiento:	Quito– Ecuador	
Residencia Actual:	Ecuador (todas partes)	
Formación académica:	Diseñador	
Estilo Artístico:	Wild Style	
Actividad	Viajar	

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Tabla 20-3: Ficha del artista urbano Nerganger

Nombre:	Fernando Acan	 <p><i>Fuente: Facebook/Nerganger/fotos</i></p>
Seudónimo:	Ner-Ganger	
Colectivo:	DPA, HPS	
Edad:	22	
Lugar de Nacimiento:	Riobamba – Ecuador	
Residencia Actual:	Riobamba	
Formación académica:	Tercer Nivel	
Estilo Artístico:	Esténcil, abstracto, wild style	
Actividad	Estudiante	

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

3.1.4. Tabulación de resultados del Grupo Focal Uno (Artistas Urbanos)

La siguiente información ayuda a determinar al grupo de profesionales expertos en el arte urbano, donde se establece el estilo, técnicas, interacción, herramientas, estilo de vida, sugerencias de alternativas de difusión de su arte y sus diferentes maneras con la que se desenvuelve este medio. Mediante esta valiosa herramienta que es la de segmentar, dividir y definir el arte urbano según el focus group, ayudara en gran parte a orientar las diferentes propuestas aplicativas según resultados precisos, desembocando características similares o mayoritariamente utilizadas.

Tabla 21-3: Tabulación de resultados de los Artistas Urbanos activos en la ciudad de Riobamba

ARTISTAS URBANOS DE RIOBAMBA														
#	Nombres	Seudónimo	Edad	Formación Académica	Actividad principal	Intervenciones	Herramienta	Técnicas	Estilo	Soportes Utilizados	Soportes No Convencionales	Tolerancia por la población	Obstáculos	Sugerencia De soportes
1	Luis Bolaños	CX.MR	28	Diseñador	Diseño Arte Urbano	50	Aerosol Rodillo Marcadores	Mixta Aerosol	Ecléctico Abstracto Surrealismo	Paredes Portones Contenedores	Lona Cerámica Tela	Aceptable	Policía Dinero Tiempo	Alfombras Instrumentos Andinos
2	Oscar Medina	Azpeger	24	Diseño (Estudiante)	Estudiante Arte Urbano	20	Aerosol Rodillo	Acrílico Aerosol	Surrealismo Abstracto	Paredes Escalinatas	Casas Coloniales	Buena	Herramientas	Esculturas
3	Juan Guevara	Phoenix	24	Diseñador (Estudiante)	Pintura corporal	45	Aerosol Marcadores	Aerosol	Realismo Estético	Paredes	Cerámica	Regular	Ciudadanía	Vestuario
4	Fernando Flores	Desorden	23	Estudiante	Fotografía Diseño Arte Urbano	40	Acrílico Rodillo Aerosol	Mixta Aerosol Acrílico	Free Style Surrealista Abstracto	Paredes	Cualquiera	Regular	Dinero Autoridades	Instrumentos Andinos
5	Javier Flores	Doz Nueve Doz	23	Cultura Estética (Estudiante)	Arte Urbano	40	Aerosol Rodillo Pinceles Acrílico	Mixta Aerosol Acrílico	Free Style Personajes Surrealismo Abstracto	Todos los que sean accesibles	Medios de Transporte	Aceptable	Dinero Dueños de inmuebles	Mobiliario Colonial
6	Walter Paúl Toledo	Bless	21	Artista Plástico (Estudiante)	Arte Urbano Muralista Eventos	20	Aerosol Rodillo Extensiones Plantillas	Mixta Aerosol Látex	Personajes Realismo	Paredes	Pisos Diferentes superficies	Regular	Apoyo Falta de Eventos	Ollas de barro Instrumentos Andinos
7	Andrés Alvares	Wolfgang	34	Bachiller	Análisis de Mercado	6	Aerosol Acrílico	Aerosol	Throw up Wild Style	Paredes	Ninguno	Buena	Autoridades Ciudadanía	Telas Oleos
8	Gualberto Heredia	Neybak 357	31	Diseño	Productor Audio/Video	5	Aerosol	Aerosol	Underground	Paredes	Camisetas	Regular	Policía	Ropa
9	Wilson Pozo	Circus	33	Artes Plásticas	Artista Audiovisual	5	Acrílico Aerosol Rodillos Brochas	Acrílico Poliuretano	Dripping Desglose	Paredes Cartón Lona de plotter Digital	Material Reciclado	Excelente	Tiempo	Cualquier Superficie
10	Xavier Salas	Xavieres	30	Cultura Estética (Estudiante)	Pintor	4	Acrílico Aerosol	Mixta Experimental	Abstracto Camuflaje Dripping	Cuerpo Paredes	Computadoras Gafas Fosforeras	Aceptable	Dinero Policía Ciudadanos	Tecnología Mapping
11	Cristian Quilumba	Artkasmio	24	Diseñador	Viajar Arte urbano	6	Aerosol Acrílico	Mixta Experimental	Wild Style	Paredes	Todos	Buena	Policía	Ventanas
12	Fernando Acan	Ner-Ganger	22	Diseñador (Estudiante)	Estudiar	50	Aerosol	Stencil	Wildstyle Esténcil Abstracto	Paredes Camisetas Telas	Piedras Skateboarding	Regular	Policía	Accesorios

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

3.1.4.1. Resultado de datos de los artistas urbanos de Riobamba

Antes de conocer la opinión de los artistas urbanos escogidos para esta investigación se tuvo que plantear en primer lugar, preguntas objetivas respecto a sus datos generales y básicos, después se planteó preguntas que se las desarrollo a todos los artistas urbanos a partir de la necesidad de obtener información específica pese a que se incorporó cuestionarios improvisados como método para lograr una conversación natural.

4.- Edad:

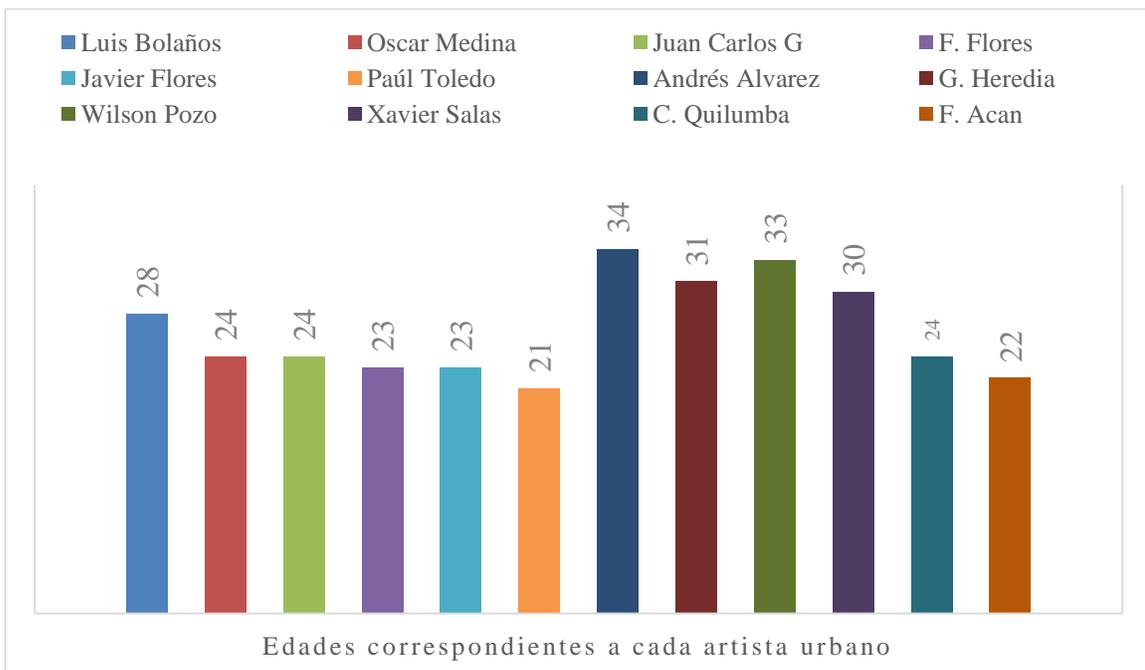


Gráfico 1-3: Resultado de los datos de la edad de los Artistas Urbanos

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Fuente: Información de camp

Observación: Referente al grupo focal de los artistas urbanos se establece un margen de participación de Artistas Urbanos en Riobamba con una edad entre 21 a 34 años, en su totalidad de sexo masculino.

5.- Formación académica:

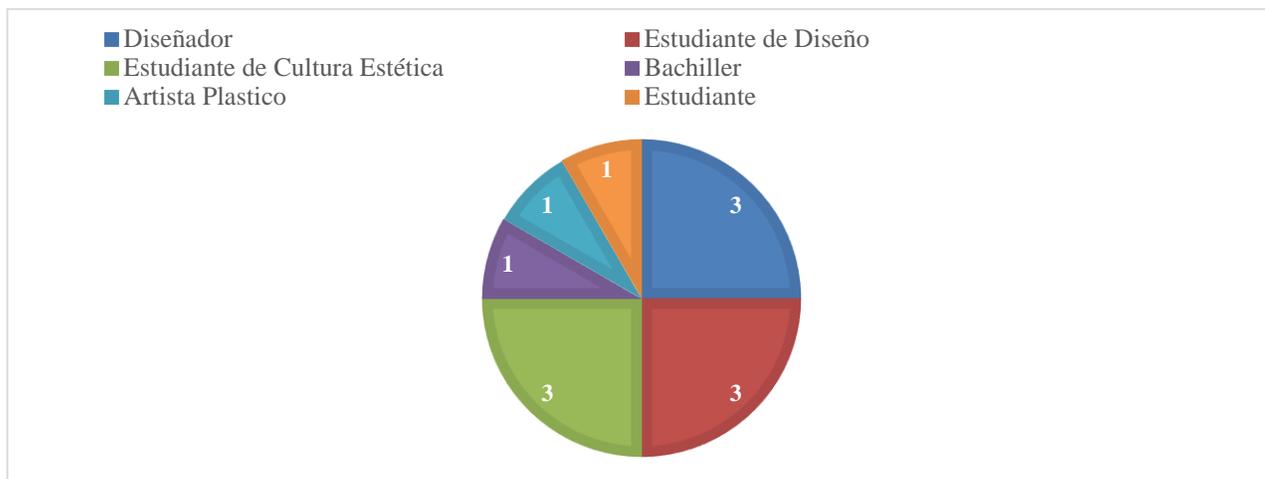


Gráfico 2-3: Resultado de los datos de la formación académica de los Artistas Urbanos

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Fuente: Información de camp

Observación: Se observa una tendencia marcada a la formación académica de Diseño o estudiante de Diseño seguido de Cultura Estética y Artes Plásticas.

6.- Actividad:



Gráfico 3-3: Resultado de la actividad primordial de los Artistas Urbanos

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Fuente: Información de camp

Observación: Relacionados a actividades de diseño, pintura y arte urbano como prioridad.

7.- ¿Cuántas intervenciones de arte urbano tiene en la ciudad de Riobamba?

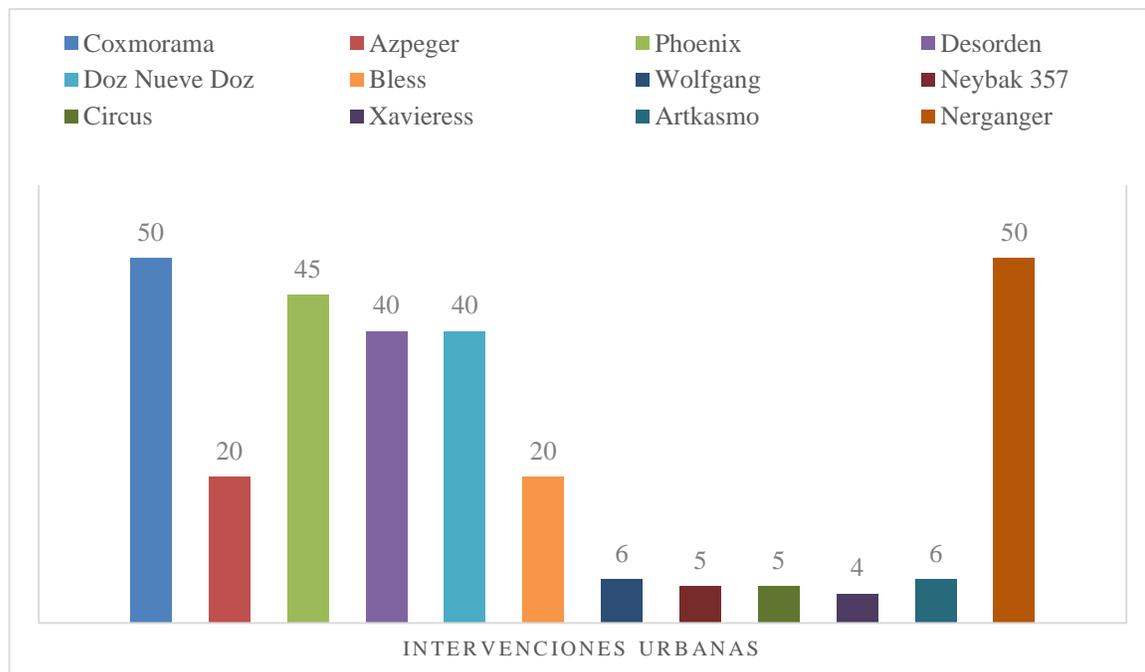


Gráfico 4-3: Resultados de las intervenciones urbanas de los Artistas Urbanos

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Fuente: Información de camp

Observación: Se denota una oscilación entre cincuenta intervenciones como número mayor y cuatro intervenciones como el lado opuesto o extremo al primero, este dato es independiente a la elección de los artistas y sus artes para la aplicación de las muestras gráficas.

8.- ¿Cuáles son las herramientas que más utiliza al momento de intervenir una obra de arte urbano?

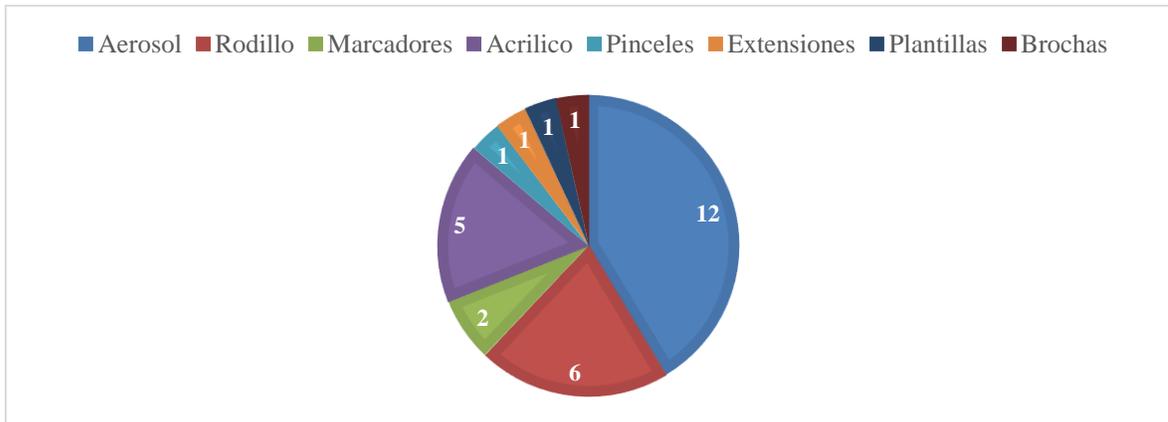


Gráfico 5-3: Resultado de las herramientas más utilizadas por los Artistas Urbanos

Realizado por: Zúñiga, D. 2016.

Fuente: Información de camp

Observación: Entre las herramientas comúnmente utilizadas, tenemos principalmente los aerosoles, apoyados también en rodillos, marcadores y pintura acrílica.

9.- ¿Cuál es la técnica o las técnicas que usted más utiliza al momento de intervenir una obra de arte urbano?

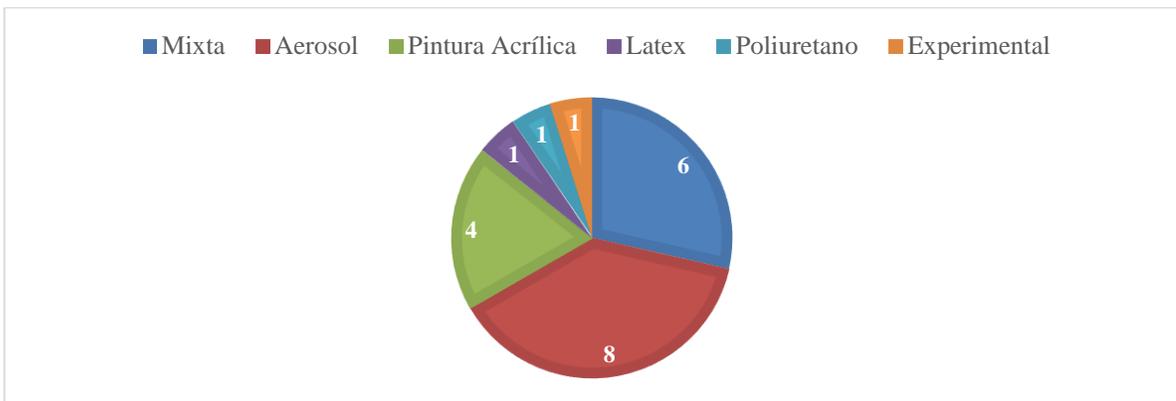


Gráfico 6-3: Resultado de las técnicas más utilizadas por los Artistas Urbanos

Realizado por: Zúñiga, D. 2016.

Fuente: Información de camp

Observación: En este gráfico se observa que ocho personas del total del universo que son los 12 artistas urbanos, utilizan como técnica de pintura y expresión el “aerosol” seguido de la técnica mixta que corresponde a la utilización de todos los recursos.

10.- ¿Cuál es el estilo o los estilos que más utiliza al momento de intervenir una obra de arte urbano?

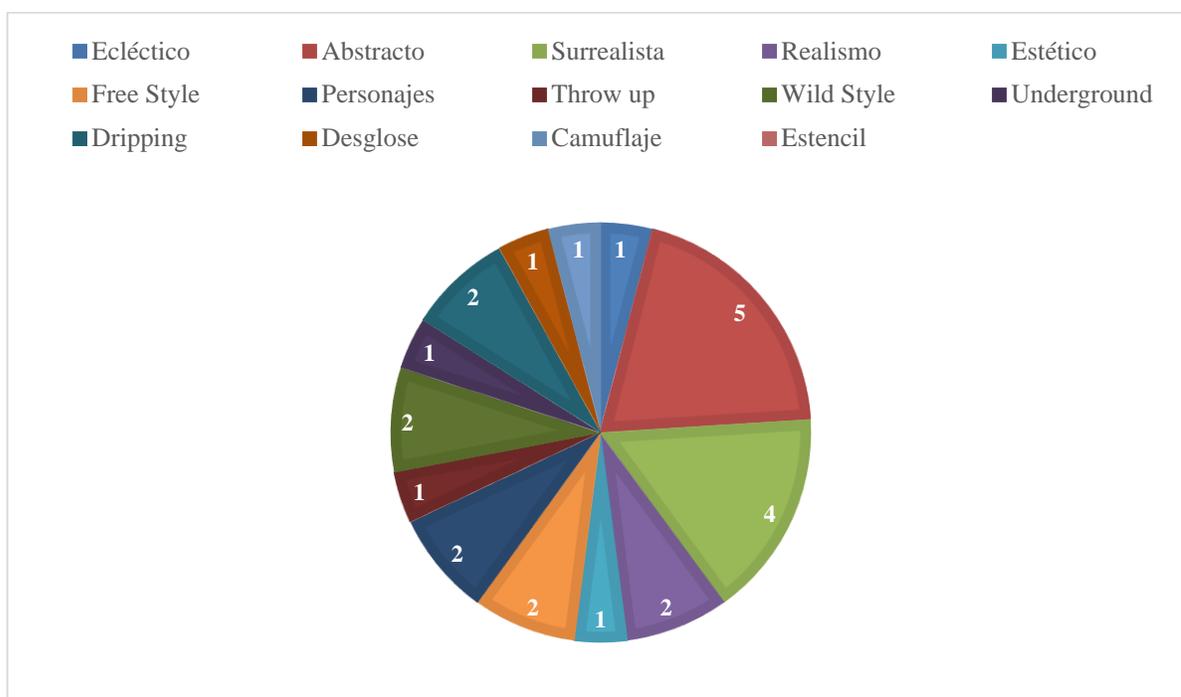


Gráfico 7-3: Resultado de los estilos más utilizados por los Artistas Urbanos
Realizado por: Zúñiga, D. 2016.
Fuente: Información de campo

Observación: Los estilos surrealistas y abstracto son los más utilizados en el Arte Urbano en Riobamba.

11.- ¿Cuáles son los soportes convencionales que más ha utilizado para intervenir con su arte en la urbe?

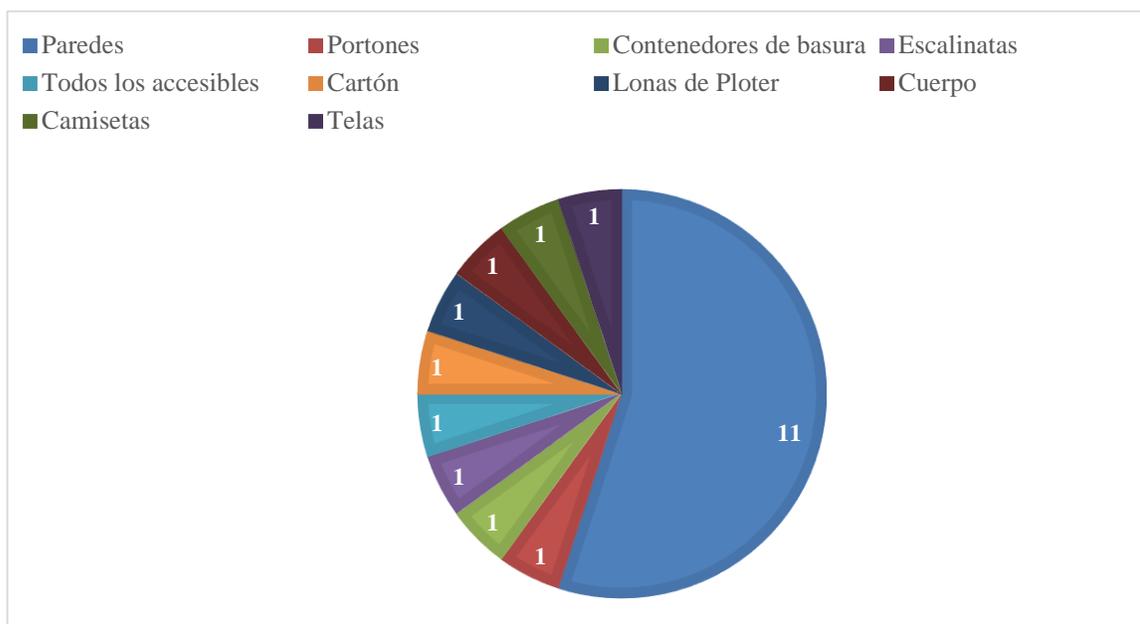


Gráfico 8-3: Resultado de los soportes más utilizados por los Artistas Urbanos

Realizado por: Zúñiga, D. 2016.

Fuente: Información de camp

Observación: Como soporte más utilizado por los artistas urbanos (grupo focal uno) para impregnar y expresar sus obras son las paredes de la ciudad, seguida de un sinnúmero de alternativas y posibilidades de expresión ubicadas de igual manera en la intemperie de la urbe.

12.- ¿Cuáles son los soportes no convencionales que utilizaría al momento de efectuar su arte?

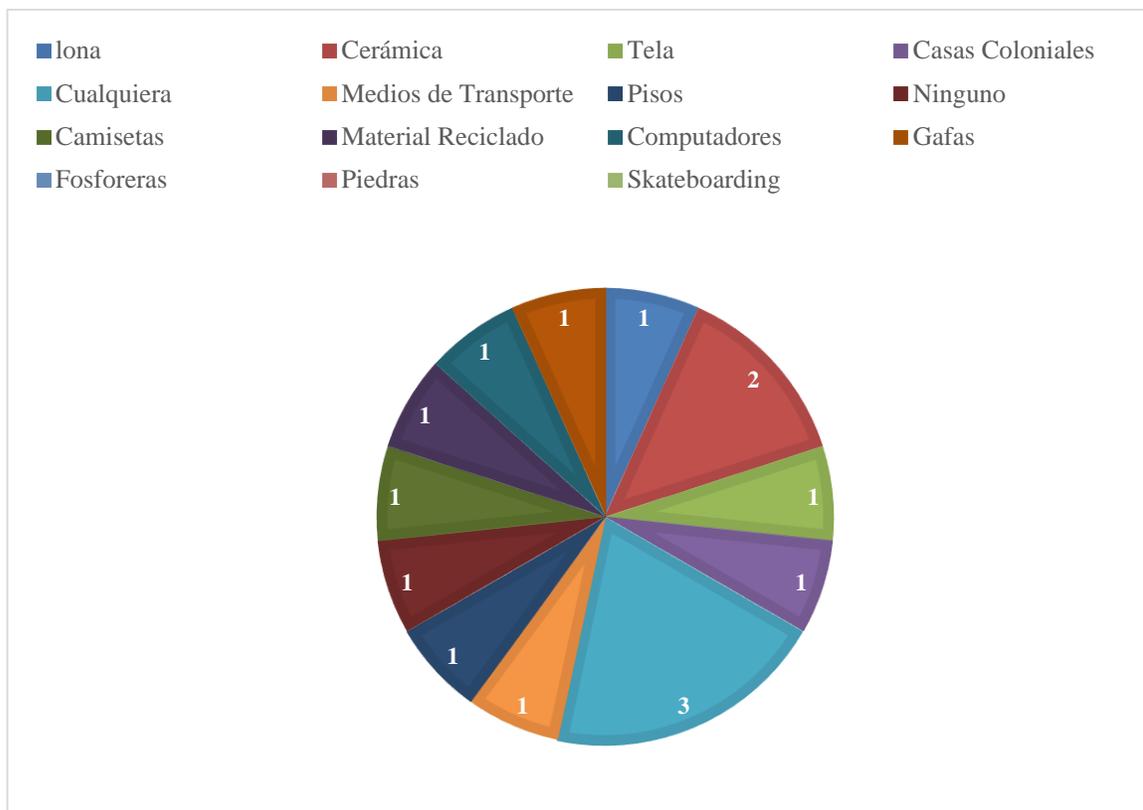


Gráfico 9-3: Resultado de los soportes no convencionales que utilizarían los Artistas
 Realizado por: Zúñiga, D, 2016.
 Fuente: Información de camp

Observación: dentro de los soportes no convencionales, en su mayoría los artistas están abiertos a cualquier superficie para impregnar su arte, seguida de varias sugerencias y posibilidades ya que el arte no depende del soporte ni del lugar donde se lo coloque.

13.- Califique la tolerancia que ha tenido la ciudadanía riobambeña al arte urbano.

Mala regular aceptable buena excelente

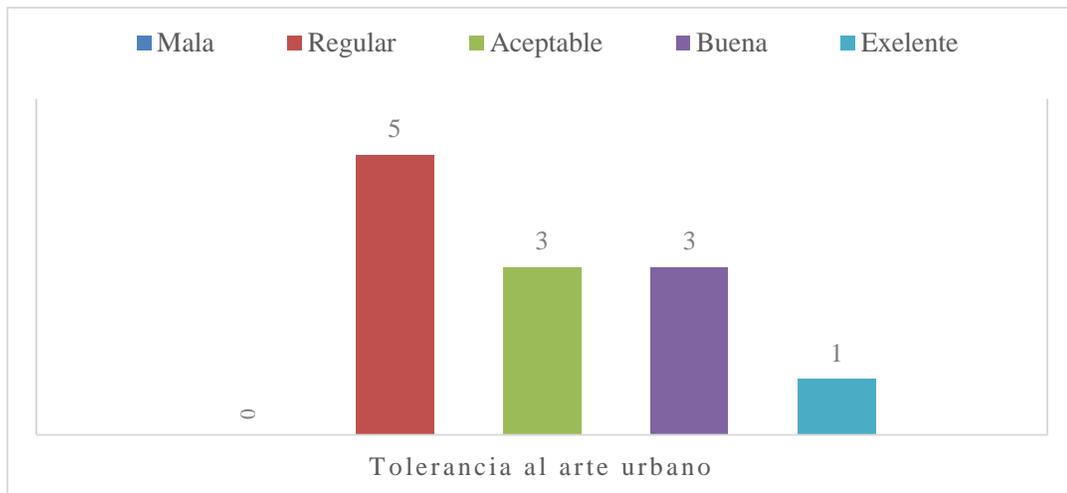


Gráfico 10-3: Resultado de la tolerancia al Arte Urbano (perspectiva de los artistas)

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Fuente: Información de camp

Observación: La percepción de los artistas urbanos en Riobamba, con respecto a la tolerancia hacia su arte está en un margen entre mala y excelente, por lo que cinco artistas consideran que la aceptación y tolerancia que tiene las personas al arte en las calles es regular, aclarando que nadie considera que es mala.

14.- ¿Cuáles son los obstáculos que usted ha tenido al momento de intervenir una obra de arte urbano en la ciudad de Riobamba?

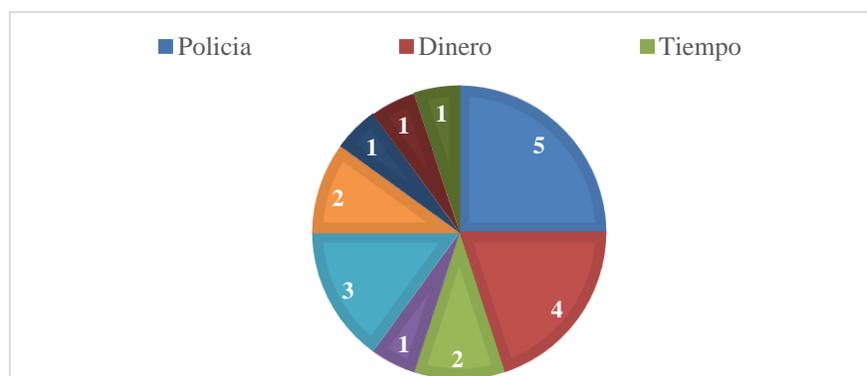


Gráfico 11-3: Resultado de los obstáculos para realizar Arte Urbano

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Fuente: Información de camp

Observación: Los principales obstáculos para expresarse con arte urbano en las calles son los policías y los recursos económicos, también hay que considerar que la misma ciudadanía impide este tipo de manifestaciones por lo cual es un motivo más por el que se está desarrollando propuestas de valoración hacia el arte urbano.

3.2. Tabulación de los resultados en base a la muestra de la población

PREGUNTA N° 1

¿Aprueba o desaprueba la utilización de paredes para expresar Arte Urbano en Riobamba?

Tabla 22-3: Resultado pregunta 1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
APRUEBA	73	26%
DESAPRUEBA	204	74%
TOTAL	277	100%

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

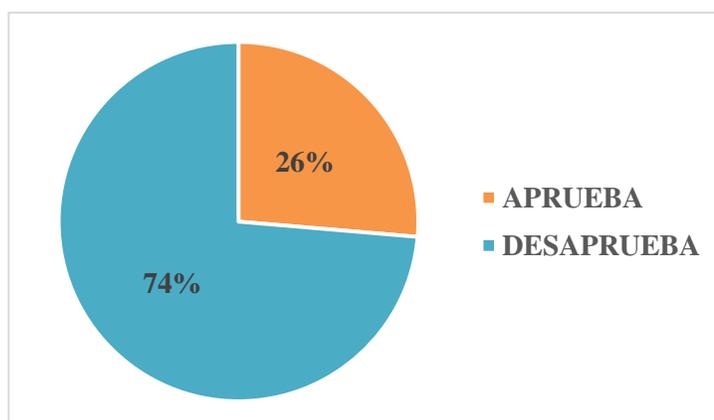


Gráfico 12-3: Resultado pregunta 1

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Fuente: Información de Campo

Análisis e Interpretación: El 74% de la población encuestada de la ciudad de Riobamba, está en desacuerdo con la utilización de las paredes para expresar el Arte Urbano, y apenas una cuarta parte está de acuerdo.

En base a los resultados encuestados, se hace notar la poca aceptación y apreciación al Arte Urbano en las paredes, por lo que se tomaría muy en cuenta estas opiniones para generar un producto funcional que genere valor cultural en un soporte impreso no convencional, para lograr su aceptación y tolerancia a esta tendencia de arte.

PREGUNTA N° 2

¿Si no fueran las paredes, que otro soporte sugeriría para impregnar Arte Urbano en Riobamba?

Tabla 23-3: Resultado pregunta 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BOLSOS	96	35%
CAMISETAS	73	26%
CUADERNOS	32	12%
OTROS	76	27%
TOTAL	277	100%

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

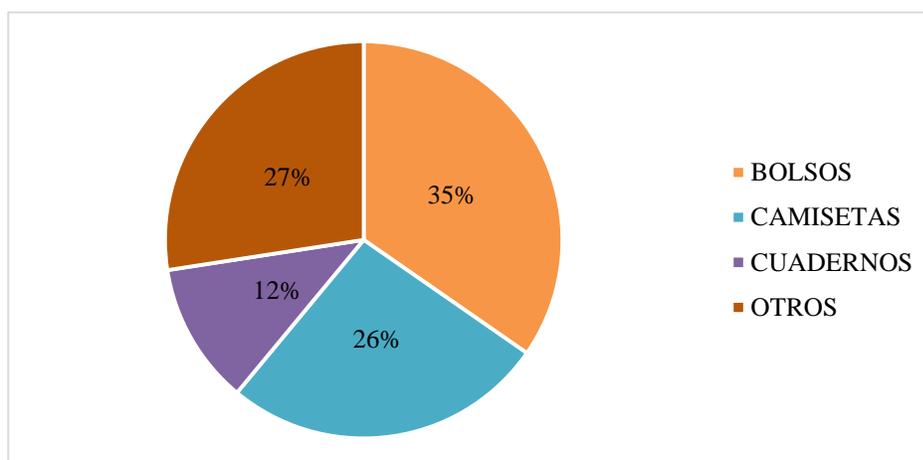


Gráfico 13-3: Resultado pregunta 2

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Fuente: Información de Campo

Análisis e Interpretación: En función de aumentar la tolerancia y visualizar alternativas para la aplicación del Arte Urbano, se ha encuestado sobre sugerencia de soportes

obteniendo alternativas que van en el siguiente orden, bolsos, camisetas, cuadernos y otros que incluye una variedad de artículos como lonas, licras, madera y accesorios varios.

Con los resultados obtenidos se aprecia la alternativa de dar una funcionalidad al Arte Urbano y valor agregado a ciertos productos de uso común, y que incluso son producidos localmente.

PREGUNTA N° 3

Califique la tolerancia que tiene al arte urbano.

Tabla 24-3: Resultado pregunta 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MALA	23	8%
REGULAR	112	40%
ACEPTABLE	124	45%
BUENA	18	6%
EXCELENTE	0	0%
TOTAL	277	100%

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

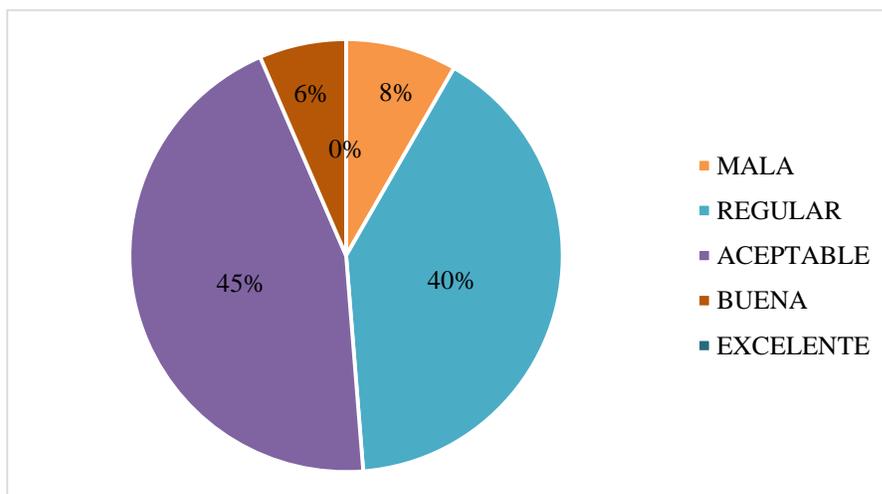


Gráfico 14-3: Resultado pregunta 3

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Fuente: Información de Campo

Análisis e Interpretación: Del total de la población encuestada se obtuvo altos índices en las respuestas de tolerancia regular y aceptable, con un 8% de mala aceptación y un 0% de excelente aceptación que son los extremos.

Se evidencia que existe poca aceptación al Arte Urbano, poca apreciación positiva, por lo que se debe tomar en cuenta al momento de generar un producto que cubra las expectativas del consumidor.

PREGUNTA N° 4

¿Qué es lo que más le ha gustado del Arte Urbano en Riobamba?

Tabla 25-3: Resultado pregunta 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
COLORES	108	39%
HABILIDAD	76	27%
CREATIVIDAD	47	17%
OTROS	46	17%
TOTAL	277	100%

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

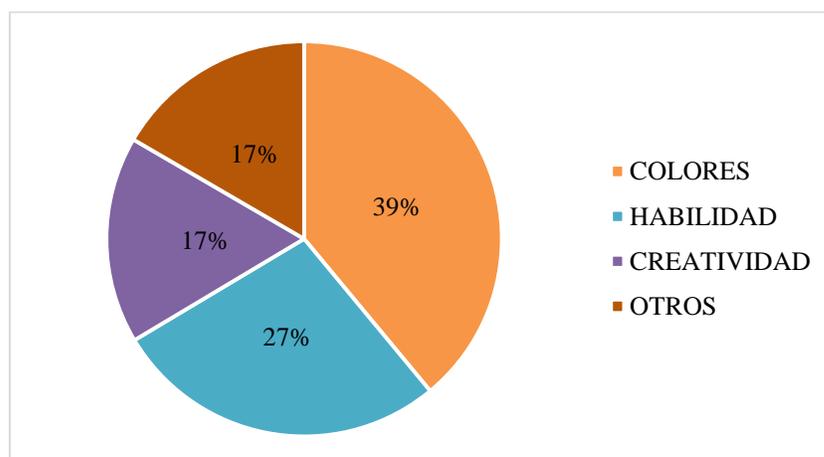


Gráfico 15-3: Resultado pregunta 4

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Fuente: Información de Campo

Análisis e Interpretación: Los colores es el principal factor que agrada dentro de la percepción de la ciudadanía de Riobamba, seguido de la habilidad de quienes lo realizan, luego la creatividad de las obras plasmadas, y por último una variedad de factores como los mensajes, las locaciones, etc.

Existen varios factores que son bien vistos por la ciudadanía y que se deben resaltar, teniendo en cuenta que no todo es en extremo negación, y que a pesar que en inicio el Arte Urbano es transgresor a la sociedad, ahora se puede utilizarlo como un medio de valoración cultural en la ciudad de Riobamba.

PREGUNTA N° 5

¿Qué es lo que menos le ha gustado del Arte Urbano en Riobamba?

Tabla 26-3: Resultado pregunta 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AFEAN LA CIUDAD	107	39%
PINTAN PAREDES	65	23%
VULGARIDADES	42	15%
OTROS	63	23%
TOTAL	277	100%

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

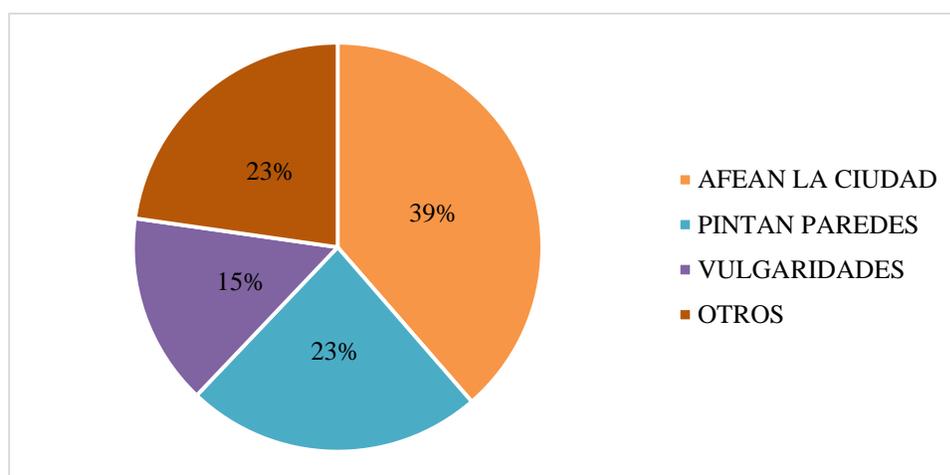


Gráfico 16-3: Resultado pregunta 5

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Fuente: Información de Campo

Análisis e Interpretación: Lo que menos agrada a la ciudadanía de Riobamba, es, afea la ciudad, esto en primer lugar, luego está la acción de pintar o rayar las paredes, teniendo en cuenta que no siempre es bajo el consentimiento de los propietarios, en tercer lugar está la expresión de vulgaridades, tanto en gráficas como en frases, y por último una variedad de factores tales como utilización de señalética pública y artes gráficas incomprensibles.

En base a los resultados de las encuesta claramente se identifican las vulnerabilidades sociales del Arte Urbano, que se tomaría como ventajas al producir un valor cultural socialmente aceptable.

PREGUNTA N° 6

¿Hay expresiones culturales en su barrio dentro de la ciudad de Riobamba?

Tabla 27-3: Resultado pregunta 6

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	48	17%
NO	229	83%
TOTAL	277	100%

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

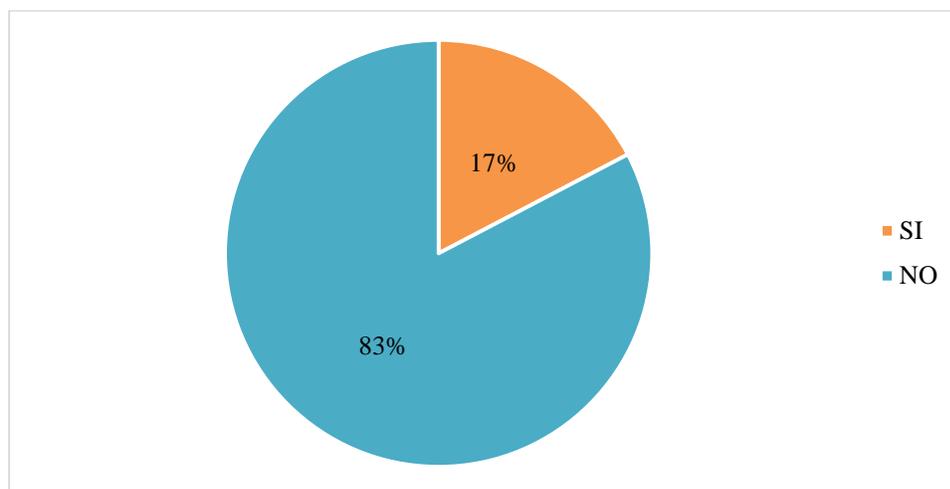


Gráfico 17-3: Resultado pregunta 6

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Fuente: Información de Campo

Análisis e Interpretación: Un 83% de la población encuestada, informa que no hay expresiones culturales en su sector dentro de la ciudad de Riobamba, con un índice muy bajo donde afirma que si hay expresiones culturales cualesquiera que estas sean, dentro de la ciudad.

Estos indicadores hacen ver una clara necesidad de expresión cultural en la ciudad, que afecta tanto a los artistas, como para los espectadores; haciendo ver también que se realizaría una actividad importante, si al Arte Urbano en Riobamba se lo toma como un valor cultural de la ciudad.

PREGUNTA N° 7

¿Apoyaría la promoción cultural de la ciudad de Riobamba?

Tabla 28-3: Resultado pregunta 7

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	277	100%
NO	0	0%
TOTAL	277	100%

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

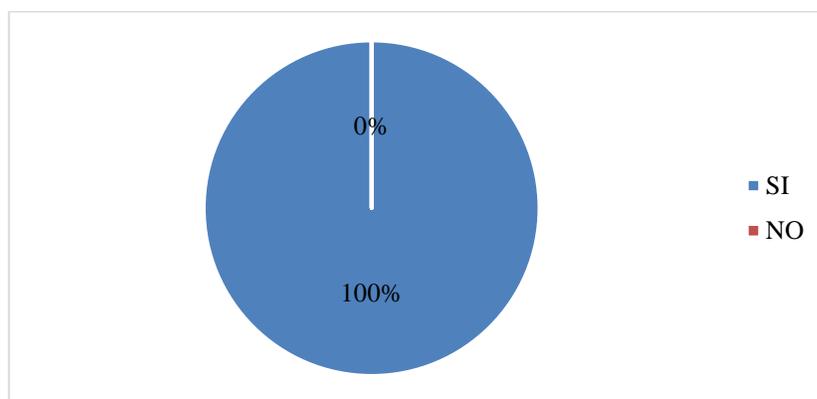


Gráfico 18-3: Resultado pregunta 7

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Fuente: Información de Campo

Análisis e Interpretación: La totalidad de la población encuestada está predispuesta a apoyar la promoción cultural de la ciudad, y ninguna persona se opuso a esta idea.

Al ver que hay una mínima participación de expresiones culturales, en esta pregunta de la encuesta se percibe un total apoyo de haber iniciativas relacionadas a la promoción cultural de la ciudad, reflejando nuevamente esta necesidad.

PREGUNTA N° 8

¿Estaría dispuesto a adquirir un artículo con contenido artístico - cultural de Riobamba?

Tabla 29-3: Resultado pregunta 8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	208	75%
NO	69	25%
TOTAL	277	100%

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

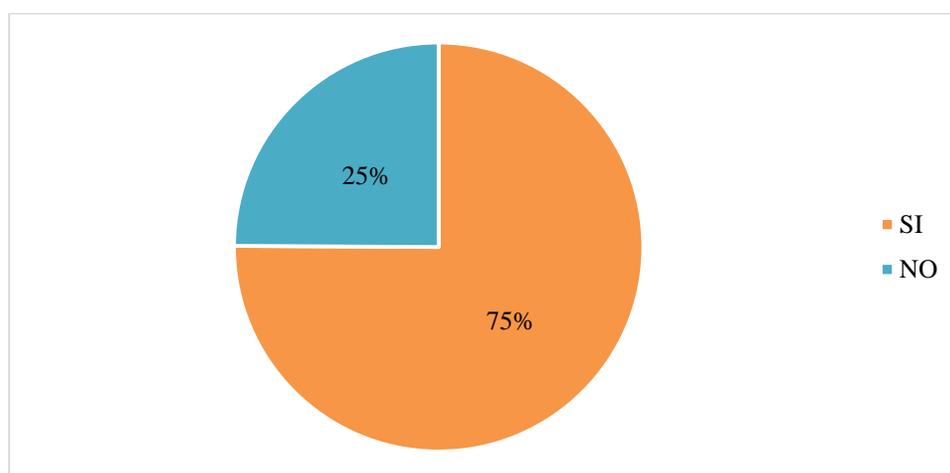


Gráfico 19-3: Resultado pregunta 8

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Fuente: Información de Campo

Análisis e Interpretación: Una gran parte de la población encuestada estaría dispuesta a adquirir un artículo de contenido artístico - cultural de Riobamba, y apenas una cuarta parte no lo haría.

Nuevamente se refleja la necesidad de expresiones culturales, y la aceptación de la ciudadanía, en el caso de haberlas, si no en su totalidad, pero si hay gran aceptación a estas expresiones.

PREGUNTA N° 9

¿Con qué estilo de arte te identificarías?

Tabla 30-3: Resultado pregunta 9

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SURREALISTA	128	46%
ABSTRACTO	149	54%
TOTAL	277	100%

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

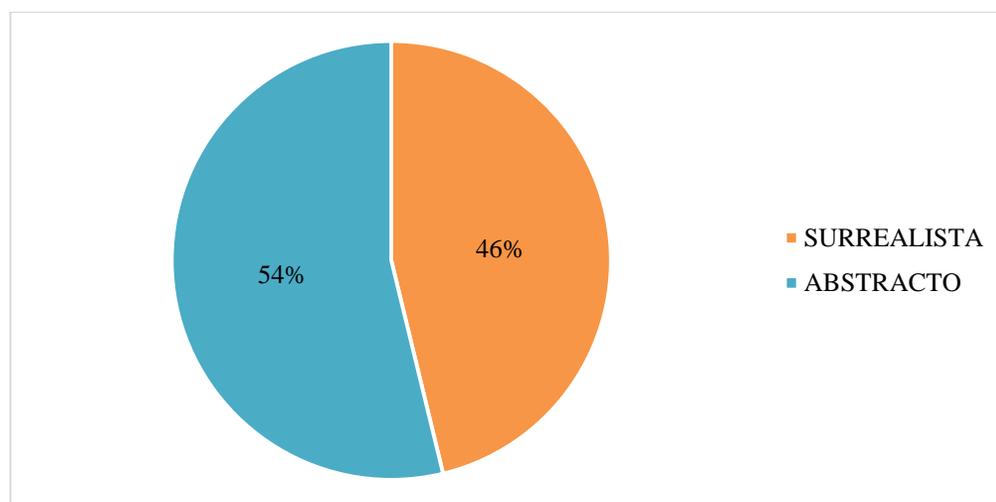


Gráfico 20-3: Resultado pregunta 9

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Fuente: Información de Campo

Análisis e Interpretación: Basados en las tendencias más utilizadas por los artistas urbanos, se ha tomado en cuenta estas dos opciones, teniendo gran aceptación las dos, con una mayor aceptación al estilo abstracto.

Teniendo en cuenta que los dos estilos más utilizados son aceptados, con mayor tendencia a lo abstracto por una mínima diferencia, se podría incluso optar por un estilo mixto a la hora de escoger la propuesta gráfica, propendiendo a una valoración cultural en Riobamba.

PREGUNTA N° 10

¿Qué tipo de artículo de uso cotidiano con contenido artístico - cultural suele comprar?

Tabla 31-3: Resultado pregunta 10

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
VESTUARIO	63	23%
TELAS	38	14%
INSTRUMENTOS	11	4%
ACCESORIOS, BOLSOS	165	60%
TOTAL	277	100%

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

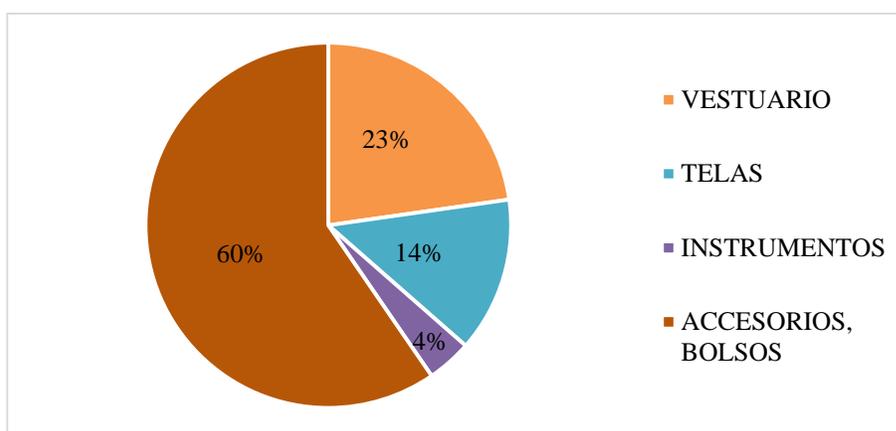


Gráfico 21-3: Resultado pregunta 10

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Fuente: Información de Campo

Análisis e Interpretación: Basado también en la información recolectada de los artistas urbanos de Riobamba, se plantió una pregunta en la encuesta sobre los artículos con contenido artístico - cultural que suelen comprar, obteniendo un resultado en el siguiente orden: accesorios y bolsos, vestuario, telas y por último instrumentos musicales.

3.2.1. Conclusión de resultados de la muestra de la población de la ciudad de Riobamba

Ante esta encuesta a la población riobambeña podemos interpretar que sería de mayor aceptación artículos de uso cotidiano y funcional, como son bolsos en todas sus categorías, destinados a complementarse con accesorios de uso cotidiano. También se obtuvo datos sobre la preferencia hacia el vestuario, como ropa en general y será tomado en cuenta como medio de promoción y publicidad de la marca que presente productos útiles.

CAPITULO IV

4. MARCO PROPOSITIVO

4.1. Problemática y Necesidades

4.1.1. *Problema Central*

El problema central es la falta de aceptación del arte urbano en la ciudad de Riobamba.

4.1.1.1. *Problemas Relacionados*

- Falta de lugares para expresarse con arte urbano.
- Falta de contenidos culturales locales en las expresiones de arte urbano
- Factor económico.
- Falta de apoyo de las autoridades.
- Falta de expresiones culturales en la ciudad.

4.1.2. *Necesidad Principal*

Tomar el arte urbano e implementarlo en soportes impresos no convencionales como medio de valoración cultural.

4.1.2.1. *Necesidades Relacionadas*

- Promover la aceptación del arte urbano en la ciudad de Riobamba.
- Promover actividades para desarrollar las técnicas de arte urbano.
- Disponibilidad de materiales y herramientas para el arte urbano.
- Disponibilidad de soportes no convencionales para expresiones de arte urbano.

- Expresiones de arte urbano en productos funcionales.

4.2. Identidad de Marca

4.2.1. Generalidades

El estudio del Arte Urbano en la ciudad de Riobamba se ha realizado, tomando en cuenta la información levantada en campo, en base a la opinión de los artistas urbanos y de la ciudadanía, que son los dos actores sociales de esta investigación; con la finalidad de obtener indagación valiosa que ayude a proponer productos útiles, funcionales y llamativos hacia la comunidad, con el argumento de insertarlos en soportes impresos no convencionales, bajo el vínculo de una marca que identifique cada una de las propuestas.

4.2.1.1. Creación de Marca

El proceso de marca está basado en las problemáticas y necesidades fruto de la investigación del Arte urbano en la ciudad de Riobamba.

a. Palabras Clave

Objetos y conceptos asociados a la marca y cualidades de la marca, que llene las expectativas y demanda de los posibles clientes / consumidores. Es necesaria la identificación de diferentes conceptos representativos del Arte Urbano de Riobamba, su cultura y su forma de aplicación.

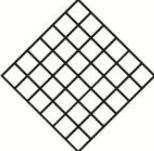
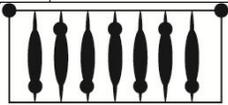
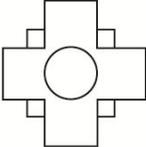
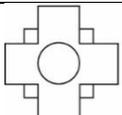
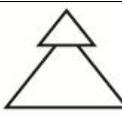
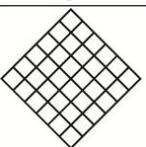
- **Arte Urbano:** La palabra arte urbano hace referencia, al trabajo que se está llevando a cabo, con la utilización de muchos colores, clasificados generalmente por cálidos, fríos, pasteles y grises, con las características que tienen cada uno de los productos para plasmar este arte.

- **Riobamba:** Tomando en cuenta que Riobamba es la ciudad en donde se está desarrollando esta investigación, dando énfasis a su naturaleza como ciudad, en cuanto a: calles, arquitectura, distribución u organización, planificación urbana, parques, paisajes y cultura, que es la identidad de cada pueblo.
- **Esténcil:** El esténcil es un medio de producción repetitiva, que se lo desarrolla artesanalmente por lo general, aunque ahora ya existen maquinarias o “plotters de corte” donde nos brinda mejores acabados, pero sin duda el esténcil nos brinda diferentes posibilidades para recrear imágenes y tipografías.
- **Spray, Aerosol:** El elemento más visible e importante, ya que sin el spray no se podría lograr los detalles que el Street art requiere.
- **Superficies Alternativas:** Debemos de tomar en cuenta que la creación de una marca debe acoplarse a la mayoría de necesidades en cuanto a publicidad.
- **Pintar (khuskuy):** La acción de pintar envuelve diferentes sucesos entre persona, soporte, instrumento y el medio por el cual la acción está siendo expuesta, o va a ser expuesta, el verbo pintar también hace referencia a conceptos como: crear, producir, reproducir e inmortalizar una idea.
- **Estampar:** El arte de estampar ya sea por serigrafía, sublimado, esténcil o transfer hace que cada propuesta gráfica e incluso la misma marca sea plasmada en un soporte convencional o no convencional por medio de la utilización de elementos y conceptos del arte urbano.

b. Símbolos Clave

Símbolos o iconos asociados a la marca y abstracciones. Los símbolos que forman parte de la creación de la marca deben reflejar el significado de las palabras claves, minuciosamente escogidas.

Tabla 32-4: Proceso de creación de marca - Palabras clave

PALABRA CLAVE	IMAGEN REAL	SÍMBOLO/ABSTRACCIÓN	EXPLICACIÓN
Arte urbano			Paredes horizontales
			Grandes formatos
			Extensa gama de colores vivos
Riobamba			Planificación urbana
			Arquitectura decorativa
			Diseños coloniales
			Parques simétricos inspirados en la cruz del sur (chakana)
			Paisajes montañosos
Cultura			Chakana
			Vestimenta
Esténcil		A	tipografía
Pintar			Dripping, Formas irregulares
Estampar			Textura, tejido

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

c. Bocetos

Relación palabras-símbolos. Asociación de conceptos para empezar con una idea de marca (logotipo), optando por plasmar una palabra. La palabra quichua KHUSKUY que en su traducción al español significa pintar, en base a la acción que se realiza cuando se interviene un espacio con arte urbano, o dejar una marca en un soporte.

La tipografía empleada en la primera idea de marca, es la que se utiliza en los estenciles comunes, sus cortes en las letras son el resultado de la necesaria aplicación de refuerzos en el papel, de esta manera lograr resultados importantes en la aplicación del estencil manual.

KHUSKUY

Pero resulta que en el mundo del Street art, la mayor parte de las intervenciones son inéditas ni una se parece a otra, cada uno de los artistas crean su propia identidad mediante las gráficas.

Este concepto inspira a recrear esa idea y plasmar un logotipo con tipografía propia, que mantenga rasgos de los elementos abstractos claves.

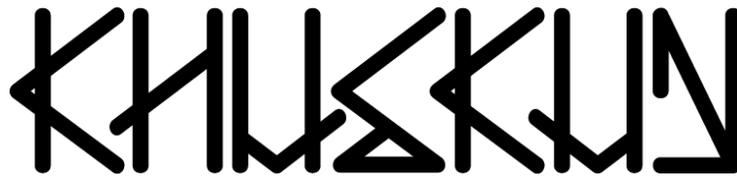


Figura 25-4: Logotipo – Marca
Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

El símbolo o isotipo es la imagen que refuerza la marca, hasta cierto punto de convertirse en la identidad oficial de la entidad.

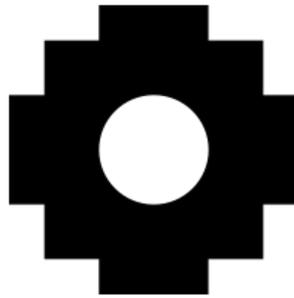


Figura 26-4: Simbología referencial para la marca
Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

La imagen simbólica más representativa en el cuadro de las figuras clave, es la cruz del sur (chakana). Al mismo tiempo sirve como un módulo, donde se obtienen variedad de posibilidades.

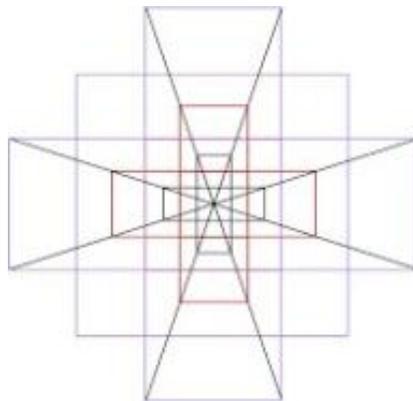


Figura 27-4: Estructura modular para la creación de la marca
Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Para que todo tenga un complemento perfecto y una razón de ser, aplicamos las dos letras K de “KhusKuy” encajadas en la cruz andina, y levemente rotadas, bajo el concepto de legibilidad y alternatividad.

22,5°

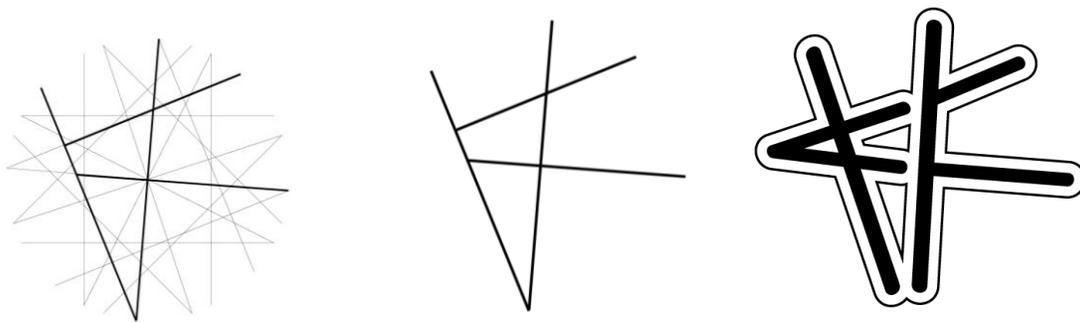


Figura 28-4: Proceso de Estilización de la marca
Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

d. Eslogan

“La tienda del arte”

e. Propuesta final



“La tienda del arte”

Figura 29-4: Marca Final KHUSKUY
Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

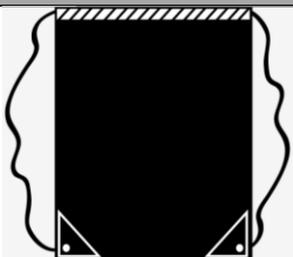
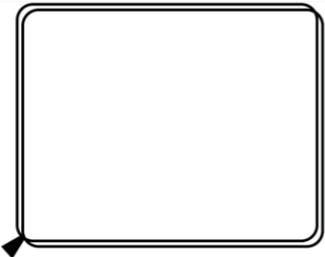
Par ver el Manual de marca ir a **Anexo D**, ya que es importante conocer el manejo estandarizado de la Marca para su producción y su debida presentación de colores, tipografía, formas y tamaños preestablecidos.

4.3. Desarrollo de las propuestas en soportes impresos “No Convencionales”

4.3.1. Determinación general de los soportes

Aquí se generaliza los artículos que se van a utilizar para la presentación de los productos, mediante la determinación de su utilidad, estilo de gráfica y la técnica de impresión con la que será tratada cada artículo.

Tabla 33-4: Planificación de aplicaciones

BOLSOS DE CORDON	DATOS
	Medidas: 36 cm X 29 cm
	Material: Poliéster
	Elaboración: Confeccionado
	Impresión: Sublimado
PROTECTORES PARA LAPTOP	DATOS
	Medidas: 38 cm X 30 cm
	Material: Lona
	Elaboración: Confeccionado
	Impresión: Transfer
PACKAGING DEL BOCETERO	DATOS
	Medidas: 21 cm X 15 cm
	Material: cartón
	Elaboración: armado, plegado
	Impresión: Serigrafía
BOCETERO	
	Medidas: 20 cm X 14 cm
	Material: cartón
	Elaboración: encuadernado
	Impresión: Serigrafía

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

4.3.2. Determinación de las gráficas de Arte Urbano

A continuación presentaremos una gráfica donde define claramente el estilo surrealista abstracto que se va a plasmar en los accesorios. Los artistas que practican este estilo gráfico serán tomados en cuenta para la difusión de una de sus mejores intervenciones, apoyados con su nombre o identificativo reforzando la información con un plegable en forma y función de etiqueta donde estará una pequeña reseña informativa de la obra y su autor.

Tabla 34-4: Escogimiento del estilo gráfico para las propuestas

Estilo	Artista											
	CIR	XAVI	CX	APGR	DSRDN	DOZ	NER	ARTK	WOLF	BLESS	PHNX	357
Abstracto												
Surrealismo												
Wild Style												
Realismo												
Libre												
Personajes												
Dripping												
Desglose												
Camuflaje												
Esténcil												
Ecléctico												
Estético												
Throw up												
Under												

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

4.3.2.1. Gráfica Uno (COXMORAMA)

- **Selección de Imagen:** Se determina la imagen más relevante de los artistas por medio de su debida interpelación, ya que mencionan que la última obra que desarrollan es la mejor y significativa. Esta obra de gran formato se lo desarrollo en enero del 2016.

Tabla 35-4: Datos de la gráfica uno para las propuestas por el colectivo CX.MR.

IMÁGEN DE REFERENCIA	DATOS
	Ubicación: Casa Barrial de Villa María
	Estilo: Surrealismo abstracto
	Técnica: Spray, Vinil, acrílicos
	Autor-es: COXMORAMA
	Concepto: Flores, Naturaleza

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

- **Composición:** El tratamiento por el que paso el arte seleccionado es la edición de colores en Adobe Photoshop, posteriormente se pasó al redibujado total de la imagen para obtener mejores resultados al momento de la impresión y su aplicación. Además se optó por utilizar la imagen de manera literal en toda su forma y concepto, esto ayudara a que los productos y aplicaciones presentadas mantengan los rasgos fieles del estilo urbano de CX.MR.

Tabla 36-4: Datos de la Imagen uno procesada para las propuestas

DETALLE	CARACTERISTICAS
	medidas: pliego 30 cm X 38 cm
	Colores: Colores fríos. complementarios del verde al negro, análogos del azul al verde, rojo
	equilibrio: asimétrico
	forma: rectangular
	dirección: horizontal

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

4.3.2.2. Gráfica Dos (DESORDEN)

- **Selección de Imagen:** En las diferentes aplicaciones se visibilizara los personajes abstractos-surrealistas más representativos y repetitivos del colectivo DESORDEN que es un pequeño zorrillo con aspecto de roedor, el “pollito” con ojos saltones, artículos y las frutas que forman parte de cada intervención urbana ya marcada como un estilo propio.

Tabla 37-4: Datos de la gráfica dos para las propuestas por el colectivo DESORDEN

IMÁGEN DE REFERENCIA	DATOS
	Ubicación: Av. Félix Proaño y calle Chile
	Estilo: Surrealismo
	Técnica: Spray, acrílicos
	Autor-es: DESORDEN
	Concepto: Rio Mural

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

- **Composición:** Presentamos un mural compuesto por imágenes surrealistas que representa la ideología, visión y cosmovisión del colectivo DESORDEN, tales como nubes, flores, frutas, hojas, sus fieles ilustraciones “las aves” y “los roedores”, predestinados a utilizarse en las aplicaciones antes mencionadas.

Tabla 38-4: Datos de la Imagen dos procesada para las propuestas

DETALLE	CARACTERISTICAS
	medidas: pliego 30 cm X 38 cm
	Colores: círculo cromático
	equilibrio: asimétrico
	forma: rectangular
	dirección: horizontal

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

4.3.2.3. Gráfica Tres (XAVIERESS)

- **Selección de Imagen:** Las imágenes con las que vamos a partir los diseños para la propuesta tres son del artista plástico- urbano “Xavieress” gracias a su estilo y técnica del expresionismo abstracto más el fractal, de seguro se lograra acabados interesantes y llamativos.

Tabla 39-4: Datos de la gráfica tres para las propuestas por el artista Xavieress

IMÁGEN DE REFERENCIA	DATOS
	Ubicación: UNACH vía a Guano
	Estilo: expresionismo abstracto, fractal
	Técnica: acrílicos
	Autor-es: XAVIERESS
	Concepto: fractal andino

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

- **Composición:** las propuestas graficas mantienen los rasgos propios de la obra original, inclusive fue necesaria su vectorizacion en el programa de diseño “Adobe Ilustrador” para obtener un mejor resultado al momento de la impresión y aplicación.

Tabla 40-4: Datos de la Imagen tres procesada para las propuestas

DETALLE	CARACTERISTICAS
	medidas: pliego 30 cm X 38 cm
	Colores: Negro
	equilibrio: simétrico en Y
	forma: rectangular
	dirección: horizontal

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

4.3.2.4. Gráfica Cuatro (NERGANGER)

- **Selección de Imagen:** Se seleccionó la imagen más representativa de este artista urbano Nerganger, ya que se lo puede ver en diferentes zonas de la ciudad de Riobamba, a más de encontrar estenciles del mismo artista como ratas, palancas, personajes y accesorios tecnológicos, el “gato” sobresale del resto debido a su pregnancia e importancia que le da el autor.

Tabla 41-4: Datos de la gráfica cuatro para las propuestas por el artista Nerganger

IMÁGEN DE REFERENCIA	DATOS
	Ubicación: Av. La Prensa y Av. M. Reyes
	Estilo: estencil, abstracto
	Técnica: spray
	Autor-es: NERGANGER
	Concepto: Gato

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

- **Composición:** las propuestas graficas mantienen los rasgos propios de la obra original, inclusive fue necesaria su vectorizacion en Adobe Ilustrador para obtener un mejor resultado al momento de la impresión y aplicación.

Tabla 42-4: Datos de la Imagen cuatro procesada para las propuestas

DETALLE	CARACTERISTICAS
	medidas: pliego 30 cm X 38 cm
	Colores: Negro
	equilibrio: simétrico en Y
	forma: cuadrado
	dirección: neutro en XY

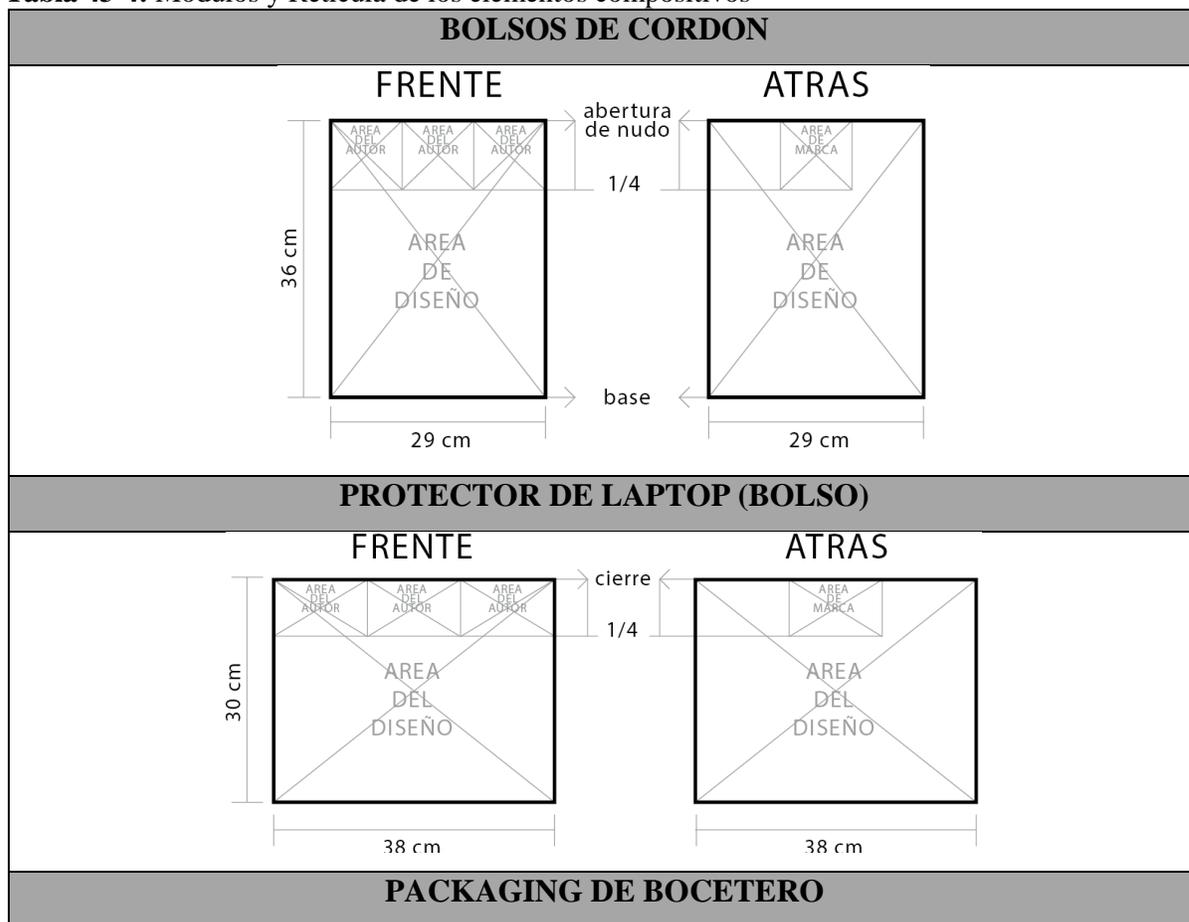
Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

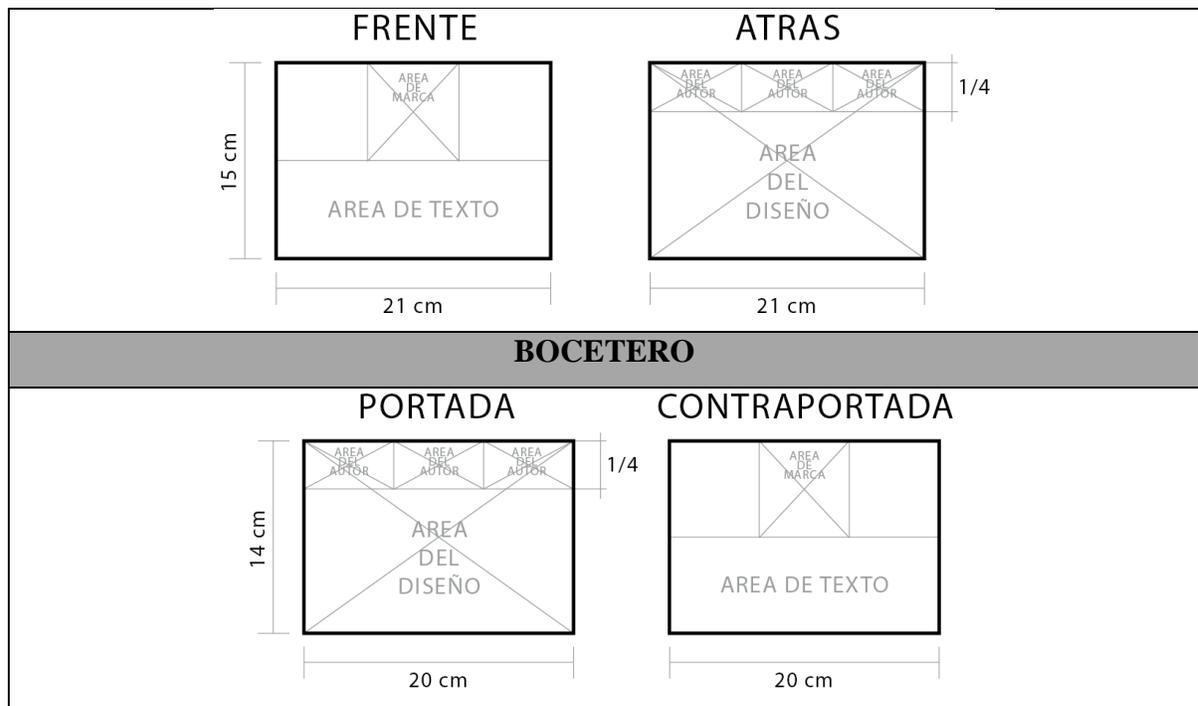
4.3.3. Desarrollo de diseño de las aplicaciones

4.3.3.1. Planificación Compositiva de los elementos de diseño

El diseño se tiene que acoplar a la forma del soporte, es por eso que se define las medidas y las áreas donde se ubicara cada elemento como es el arte, el identificativo del autor y la marca KHUSKUY que es la encargada de presentar los productos al público.

Tabla 43-4: Módulos y Retícula de los elementos compositivos





Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

4.3.4. *Presentación de los Artículos (propuesta final)*

4.3.4.1. *Bolsos de Cordón*

Tabla 44-4: Diseños de bolsos como propuestas



DESORDEN

XAVIERESS

NERGANGER

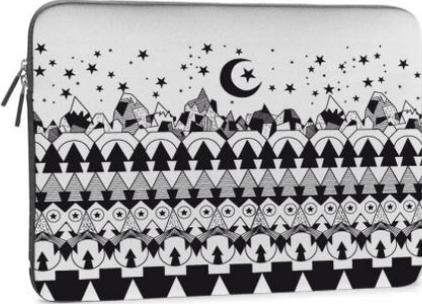

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

4.3.4.2. *Bolsos para Laptop*

Tabla 45-4: Diseños de protectores de Laptop como propuestas

PROTECTOR DE LAPTOP (BOLSO)
COXMORAMA

DESORDEN

XAVIERESS

NERGANGER


Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

4.3.4.3. *Packaging de Bocetero*

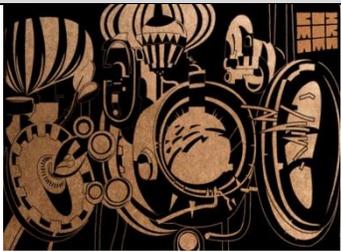
Tabla 46-4: Diseños de packaging de boceteros como propuestas

PACKAGING DE BOCETERO	
FRENTE	ATRÁS
COXMORAMA	
DESORDEN	
XAVIERESS	
NERGANGER	

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

4.3.4.4. *Boceteros*

Tabla 47-4: Diseños de boceteros como propuestas

BOCETEROS	
PORTADA	CONTRAPORTADA
COXMORAMA	
	
DESORDEN	
	
XAVIERESS	
	
NERGANGER	
	

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

4.4. Refuerzos de Diseño para los productos presentados

4.4.1. Etiquetas Plegables

Como refuerzo de los productos se añadirá las respectivas etiquetas en forma de un plegable donde cumplirá la función de agrupar en un solo modulo la información o pequeña reseña del artista y su obra que representa cada diseño de producto, además de contar con la marca identificadora de cada una de las aplicaciones.

Esto realizara la propuesta de manera significativa dándole una razón de ser a cada diseño con su respectiva aplicación y soporte.

4.4.1.1. Distribución de los elementos compositivos del plegable

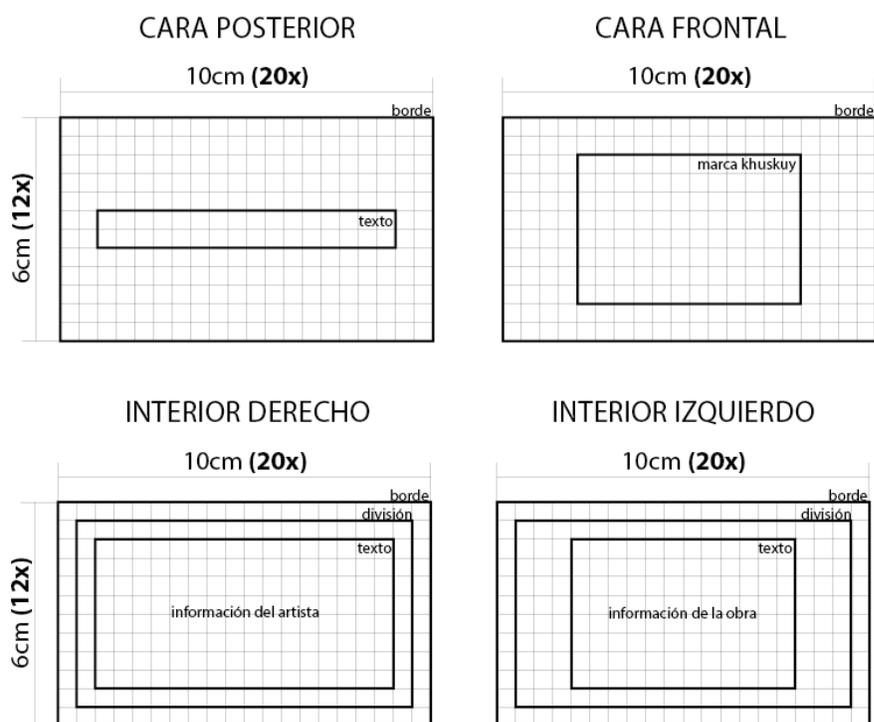


Figura 30-4: Modulo para la elaboración de etiquetas plegables
Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

4.4.1.2. *Presentación de las Etiquetas*



Figura 31-4: Etiqueta plegable de COXMORAMA
Realizado por: Zúñiga, D, 2016.



Figura 32-4: Etiqueta plegable de DESORDEN
Realizado por: Zúñiga, D, 2016.



Figura 33-4: Etiqueta plegable de XAVIERESS
Realizado por: Zúñiga, D, 2016.



Figura 34-4: Etiqueta plegable de NERGANGER
Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

4.5. Validación

4.5.1. Metodología de Validación

4.5.1.1. Muestreo

Para realizar la encuesta se ha tomado la misma muestra de la población de la ciudad de Riobamba, analizada anteriormente, que es de 277 habitantes escogidos indistintamente.

4.5.1.2. Encuesta

El proceso de validación se lo realizó tomando en cuenta la hipótesis, problemática, resultados de la investigación de campo mediante encuestas y entrevistas, y las propuestas planteadas.

Pregunta 1.

¿Identifica a estas propuestas, con el Arte Urbano visualizado en las calles de la ciudad de Riobamba?

Tabla 48-4: Resultado de validación pregunta 1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	194	70%
NO	83	30%
TOTAL	277	100%

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

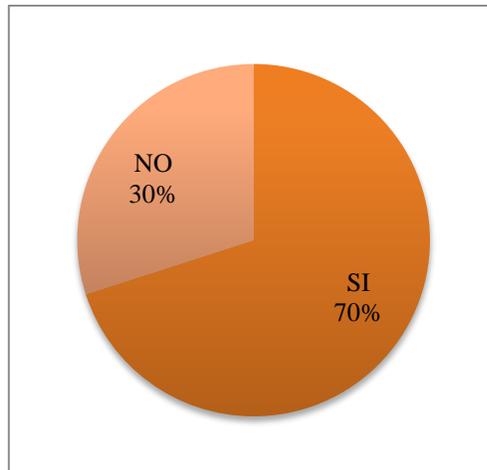


Gráfico 22-4: Resultado de validación pregunta 1
Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Observación: El 70% de la población encuestada indica que claramente se identifica a las propuestas que son bolsos, protectores de laptops y boceteros, con el arte urbano que se encuentra en las paredes de la ciudad de Riobamba, mientras que el 30% no identifica a las propuestas con el arte impregnado en las paredes de la ciudad.

Pregunta 2.

¿Los artículos presentados como propuesta reflejan las características del Arte Urbano de Riobamba, a pesar de ser impresas, serigrafiadas y estampadas?

Tabla 49-4: Resultado de validación pregunta 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	208	75%
NO	69	25%
TOTAL	277	100%

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

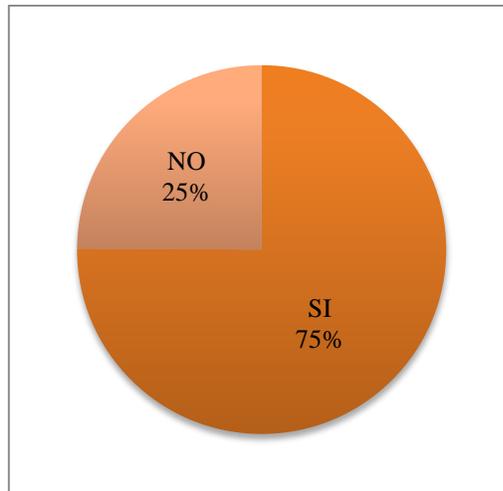


Gráfico 23-4: Resultado de validación pregunta 2
Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Observación: El 75% de la población encuestada indica que si se reflejan las características, en las propuestas, ya que los artes impresos en los productos son tomados literalmente de las expresiones de los artistas gráficos de Riobamba, tan solo han sido redibujados para mejorar su calidad de impresión, y tan solo en un producto como es el bocetero, son estilizados. El 25% no aprecia las características del arte urbano de las calles con el de las propuestas presentadas.

Pregunta 3.

¿Son válidas las expresiones culturales de Arte Urbano, tanto en paredes como en soportes de artículos funcionales, como los de las propuestas?

Tabla 50-4: Resultado de validación pregunta 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	253	91%
NO	24	9%
TOTAL	277	100%

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

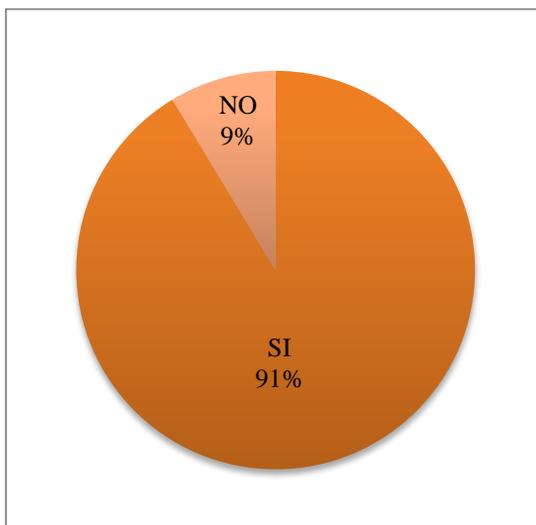


Gráfico 24-4: Resultado de validación pregunta 3
Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Observación: El 91% de la población encuestada indica que si son válidas las expresiones culturales de Arte Urbano, tanto en murales, paredes y de igual manera en los artículos presentados como propuestas, ya que es el mismo arte de paredes que el de los artículos. A penas el 9% de la población encuestada indica que no es lo mismo las expresiones de las calles que el de los productos propuestos.

Pregunta 4.

¿Cree usted que las intervenciones artísticas de Arte Urbano en la ciudad de Riobamba es parte de una cultura que representa a la ciudad como tal?

Tabla 51-4: Resultado de validación pregunta 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	208	75%
NO	69	25%
TOTAL	277	100%

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

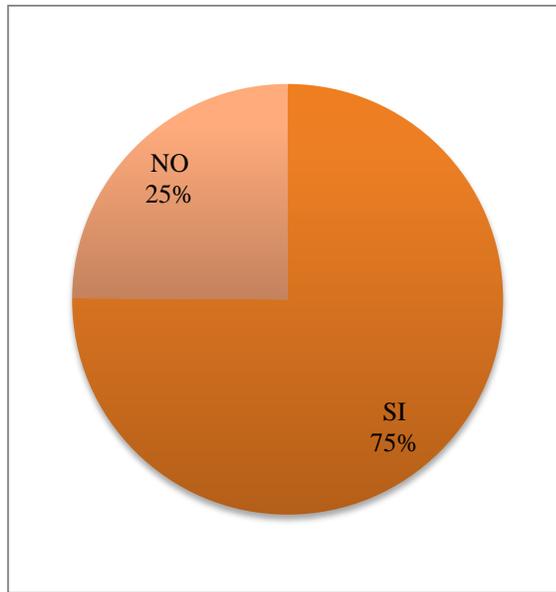


Gráfico 25-4: Resultado de validación pregunta 4
Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Observación: El 75% de la población encuestada indica que las expresiones artísticas de Arte Urbano de la urbe Riobambeña si posee algún sentido cultural, desplazando la opción de que son realizados con alguna temática histórica, cultural, por la razón también de que los artistas urbanos tienen en algún grado un nivel de educación y conocimiento de la cultura de Riobamba, y en otro porcentaje existe la desaprobación de que es parte de la cultura, por lo que hay un 25% de opinión desfavorable.

Pregunta 5.

¿En base a las propuestas expuestas cree que se deba dar mayor importancia al Arte Urbano en Riobamba?

Tabla 52-4: Resultado de validación pregunta 5

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	269	97%
NO	8	3%
TOTAL	277	100%

Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

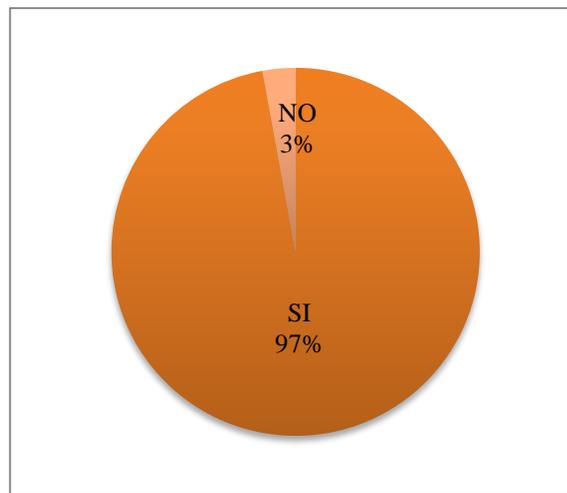


Gráfico 26-4: Resultado de validación pregunta 5
Realizado por: Zúñiga, D, 2016.

Observaciones: El 97% de la población encuestada, tiene el criterio de que si se debe dar mayor importancia al Arte Urbano en la ciudad de Riobamba, más aún visualizando las propuestas que basadas en estas expresiones se han plasmado en productos funcionales. Es un arte que de pocos años a tras viene ganando adeptos y debería ser canalizado para el aprovechamiento social.

4.5.1.3. *Observación general*

Se considera que las propuestas presentadas a la muestra de la población de Riobamba refleja aceptación tanto en la parte estética y funcional de un producto asequible como en la parte de identificación cultural, donde las ciudadanía se siente identificada y dueña del arte urbano que se inserta como una virtud más de esta ciudad multifacética y multicultural.

CONCLUSIONES

1. Durante la investigación de este trabajo se ha venido observando a detalle los conceptos que conforman la existencia, naturaleza y la manifestación en general del arte urbano para conocer a fondo las diferentes formas de expresión y que las mismas pueden ser trasladadas a medios masivos de publicidad alternativa.
2. Las expresiones artísticas visuales tanto como el graffiti, arte urbano y en si las manifestaciones callejeras son un legado que se ha venido forjando y construyendo naturalmente desde tiempos antiguos como parte del desarrollo humano mediante el intercambio social, cultural, de conocimientos, saberes y de retroalimentación.
3. El arte urbano no se queda solo en las paredes, tiene esa preeminencia de ser llamativo y colorido, además de tener un amplio conocimiento de técnicas, estilos, herramientas, en sí, diversas formas que contiene este instrumento poderoso de comunicación, es por estas ventajas y características que se ha tomado en cuenta para aplicarlas a medios alternativos o no convencionales para el mismo arte, como son útiles funcionales de uso cotidiano.
4. Riobamba es una ciudad que para los artistas urbanos es apta para desenvolverse en el ámbito de las expresiones artísticas urbanas ya que brinda variedad de soportes y facilidad de intervención, aunque los ciudadanos se sientan saboteados por estas acciones, existen estrategias de convencimiento para que de alguna manera esto se tolere y llegue a formar parte de la cultura riobambeña porque son buenos murales intervenidos por gente profesional que sabe lo que hace.

RECOMENDACIONES

1. El arte urbano en general, no solo de la ciudad de Riobamba es una manifestación flexible y que se lo puede trasladar a otros medios ya sean estos publicitarios, productos, medios de comunicación, accesorios, televisión, cine, etc. Diferentes mundos donde cada persona tiene diferentes pensamientos, necesidades e ideas que pueden inspirarse o solamente utilizar como herramienta al arte urbano.
2. La única manera donde los pueblos, comunidades o ciudades pueden conectarse es por medio de la gráfica ya que la misma tiene como característica positiva, la comprensión y entendimiento porque no tiene límites, ni fronteras, ni idiomas, ni raza, es un lenguaje universal, que la última persona de algún rincón del mundo puede entender lo que un artista del otro lado del plantea expresa.
3. Se debe dar más a apertura a la manifestación de pensamientos jóvenes, de ideas innovadoras, frescas que quieren aportar a una comunidad, cambiar vidas mediante la gráfica del arte urbano, incentivar a más jóvenes a meterse de lleno en el mundo del arte con el objetivo de evitar que se pierdan en el mundo del vicio.
4. Es un llamado a organizaciones gubernamentales quienes poseen y manejan grandes sumas de dinero, que el arte urbano es bueno, invertir en él es lo mejor que se puede hacer ya que fortalece diferentes puntos como es el turismo, la economía zonal, la alegría de grupos vulnerables, la belleza de la ciudad, logrando a que las personas hagan conciencia haciendo de sus días cada vez mejores.

GLOSARIO DE TERMINOS

Abstracto: Es la delimitación de formas complejas en una imagen, logrando los mismos resultados de reconocimiento sin necesidad de mostrar la imagen real, simplemente con rasgos básicos.

Bomb: Pintar o marcar con tinta, Cubrir un área con un tag, throw ups, etc.

Bombing: Salir a pintar, bombardear, quemar.

Breakdance: Es una danza urbana que forma parte de la cultura Hip-Hop surgida en las comunidades afroamericanas de los barrios neoyorkinos como Bronx y Brooklyn en los 70.

Crew: Palabra inglesa (tripulación), que en el ámbito artístico del hip hop hace referencia a un grupo de personas que tienen un interés común en una actividad como el graffiti, etc.

Dripping: Es una técnica de arte que consiste en dejar caer la pintura por causa de su incontrolable implementación.

Ecléctico: Significa reunir ideas para convertirlas en una sola composición.

Marginalidad: Situación de marginación o aislamiento de una persona o de una colectividad.

Estilo: es la forma de expresar algo mediante conocimientos científicos u objetivos del tema que se quiere representar.

Free style: Es un estilo libre con el que algunos artistas se definen para poder plasmar sus obras improvisadas.

Gueto: Es un área separada para la vivienda de un determinado origen étnico, cultural o religioso. El término se empleó, originalmente, para indicar los barrios en los cuales eran obligados a vivir. El uso se ha extendido hoy a cualquier área en la que la concentración de un determinado grupo social es excluyente.

Hip-Hop: La cultura de finales de los 70s e inicios de los 80s que origino la cultura del graffiti como la conocemos, el break y la música hip hop que se ha convertido en rap.

MC: Es la persona que improvisa música y letras al ritmo del Hip Hop.

Mural: Es una producción con piezas, caracteres y con fondo.

Pintura rupestre: Una pintura rupestre es todo dibujo o boceto prehistórico que existe en algunas rocas y cavernas.

Soul: estilo musical de influencia afroamericana.

Subcultura: El término subcultura viene del prefijo 'sub-' y de 'cultura', esto es, por debajo de la cultura, aunque no se suele usar en este sentido. "Subcultura" se usa en sociología, antropología y semiótica cultural para definir a un grupo de personas con un conjunto distintivo de comportamientos y creencias.

Subversivo: El término subversión se relaciona con un trastorno, una revuelta, una destrucción. La palabra está presente en todos los idiomas de origen latino, originalmente aplicada a diversos eventos como la derrota militar de una ciudad.

Tag: Es la firma que un artista de graffiti plasma en sus obras.

Técnica: Es el medio que se utiliza para expresar cualquier obra, se utilizan herramientas, soportes y posiciones.

Toy: Es un writer sin experiencia o incompetente, que utiliza tapas baratas o con un estilo demasiado malo. Una vieja definición de "TOYS" es "Trouble on your system" Problema en tu sistema.

Throw up: Son letras utilizando uno o dos colores máximo y son rápidas de hacer.

Tips o Cap: Son las boquillas de las latas y hay de diferentes medidas, se pueden medir por número de dedos tomando como referencia los dedos de las manos.

Spot o Point: dentro de la cultura urbana la palabra "spot" hace referencia al mejor lugar para exponer un arte o graffiti y que este a vista de todos.

Stickers: Son calcomanías, piezas, caracteres, que se hacen con marcador o pintura o se imprimen.

Underground: Es un término inglés (subterráneo), con el que se designa a los movimientos contraculturales que se consideran alternativos, paralelos, contrarios o ajenos a la cultura oficial.

Wild style: Es una forma complicada y compleja de graffiti, a menudo es muy difícil de leer por personas que no están familiarizados con ella. Por lo general, esta forma de graffiti incorpora entrelazadas y superpuestas las letras y formas.

Writers: Término inglés (escritor), pero hace referencia a un escritor de graffiti.

3D: Es un estilo tridimensional muchas veces se le aplica al wild para hacerlo más complejo, lo invento Phase2.

BIBLIOGRAFÍA

1. **AUCANCELA, Diego.** (2011). “Análisis del graffiti ecuatoriano y su aplicación en la campaña publicitaria del proyecto de “formación ciudadana y derechos”. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.
2. **AUZ, Luis.** (2012). *Arte Bastardo*. Quito: Imago Publicidad.
3. **BOGOTÁ STREET ART.** (2012). *Calle Esos Ojos*. Bogotá: Impresol.
4. **BOU, Louis.** (2008). *Street Art*. Barcelona: Monsa.
5. *Brildor.* (s.f.). Recuperado el 2 de marzo del 2016, de <http://www.brildor.com/papel-transfer.html>
6. **BRILDOR.** (s.f.). *Brildor*. Recuperado el 2 de marzo del 2016, de <http://www.brildor.com/sublimacion.html>
7. **CANDIA, Paulina., & RODRÍGUEZ, Amanda.** (Abril de 2011). Graffiti como manifestación de disidencia en América Latina. Mexico.
8. **DEFINICIÓNABC.** (2016). *DefiniciónABC*. Recuperado el 4 de marzo del 2016, de <http://www.definicionabc.com/social/convencional.php>
9. **GAVILANES, Eli., & ONOA, Álex.** (2014). *Viscerarte*. Quito.
10. **MAIN, Andreas., & PAPAEO, Cristina.** (10 de Enero de 2012). *Made for Minds*. Recuperado el 2 de Abril de 2016, de <http://www.dw.com/es/graffiti-mad-en-la-cumbre-del-arte-del-aerosol/a-15656103>

11. **MEJÍA, J.** (2004). *Graffiti Quiteño: la Revolución de los Pétalos.*. Quito: Conejo.
12. **MÉNDEZ, Jorge., & GARRIDO, Sergio.** (2002). *Graffiti 1990*. Recuperado el 13 de Marzo de 2016, de <http://www.valladolidwebmusical.org/graffiti/historia/09morfologia.html>
13. **MENDOZA, Omar.** (Octubre de 2015). *Issuu*. Recuperado el 2 de Abril de 2016, de <https://issuu.com/graficamestiza/docs/mendoza-dimensiones/16?e=5152332/33372785>
14. **MINISTERIO DE EDUCACIÓN CHILE.** (s.f.). *Artes Visuales*. Recuperado el 13 de Marzo de 2016, de http://www.media.mineduc.cl/index2.php?id_portal=18&id_seccion=5196&id_contenido=31419
15. **MORENO, Margarita.** (2010). Análisis del stencil como medio comunicativo en la construcción de marca, para conocer su viabilidad de forma artística, pública y publicitaria, para el mercado de anunciantes caleños. Santiago de Cali, Colombia.
16. **RODRIGO, Isabel., & RODRIGO, Luis.** (Diciembre de 2012). *Creatividad y Sociedad*. Recuperado el 14 de Mayo de 2016, de <http://www.creatividadysociedad.com/articulos/19/Envolviendo%20suenos.pdf>
17. **RODRIGUEZ, Jesús.** (2014). *Mala Fama*. Santiago de Cali: Leslie Ediciones.
18. **RODRÍGUEZ, Jesús.** (2015). *Sticker Mestizo*. Santiago de Cali: Leslie Ediciones.

ANEXOS

Anexo A: encuesta a la población de Riobamba para conocer la tolerancia y aceptación al Arte Urbano local



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

Por motivo de trabajo de grado presento la siguiente encuesta que es de carácter abierto - cerrado, información que servirá para analizar y tabular la actividad, tolerancia y psicología del arte urbano en la ciudad de Riobamba que posteriormente será implementado en productos no convencionales como medio de valoración cultural. De ante mano un agradecimiento por el aporte al trabajo que se está desarrollando.

1.- ¿Aprueba o desaprueba la utilización de paredes para expresar Arte Urbano en Riobamba?

Aprueba ()

Desaprueba ()

2.- ¿Si no fueran las paredes, que otro soporte sugeriría para impregnar Arte Urbano en Riobamba?

a) _____

b) _____

3.- Califique la tolerancia que tiene al Arte Urbano.

Mala ___ regular ___ aceptable ___ buena ___ excelente ___

4.- ¿Qué es lo que más le ha gustado del Arte Urbano en Riobamba?

5.- ¿Qué es lo que menos le ha gustado del Arte Urbano en Riobamba?

6.- ¿Hay expresiones culturales en su barrio dentro de la ciudad de Riobamba?

Si ()

No ()

7.- ¿Apoyaría la promoción cultural de la ciudad de Riobamba?

Si ()

No ()

8.- ¿Estaría dispuesto a adquirir un artículo con contenido artístico - cultural de Riobamba?

Si ()

No ()

9.- ¿Con qué estilo de arte te identificarías?

Surrealista ()

Abstracta ()

10.- ¿Qué tipo de artículo de uso cotidiano con contenido artístico - cultural sueles comprar?

Vestuario ()

Telas ()

Instrumentos ()

Accesorios, bolsos ()

Anexo B: Encuesta a los artistas urbanos más destacados que operan la ciudad de Riobamba



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**

Por motivo de trabajo de grado presento la siguiente encuesta que es de carácter abierto - cerrado, información que servirá para analizar y tabular la actividad, tolerancia y psicología del arte urbano que usted como artista desarrolla en la ciudad de Riobamba, posteriormente será implementado en productos no convencionales como medio de valoración cultural.

De ante mano un agradecimiento por el aporte al trabajo de tesis que se está desarrollando.

1.- Nombre Completo del artista urbano:

2.- Seudónimo:

3.- Sexo:

M____ **F**____

4.- Edad:

5.- Formación académica:

6.- Actividad:

7.- ¿Cuántas intervenciones de arte urbano tiene en la ciudad de Riobamba?

8.- ¿Cuáles son las herramientas que más utiliza al momento de intervenir una obra de arte urbano?

9.- ¿Cuál es la técnica o las técnicas que usted más utiliza al momento de intervenir una obra de arte urbano?

10.- ¿Cuál es el estilo o los estilos que más utiliza al momento de intervenir una obra de arte urbano?

11.- ¿Cuáles son los soportes convencionales que más ha utilizado para intervenir con su arte en la urbe?

12.- ¿Cuáles son los soportes no convencionales que utilizaría al momento de efectuar su arte?

13.- Califique la tolerancia que ha tenido la ciudadanía riobambeña al arte urbano!

Mala_____ regular_____ aceptable_____ buena _____ excelente _____

14.- ¿Cuáles son los obstáculos que usted ha tenido al momento de intervenir una obra arte urbano en la ciudad de Riobamba?

Anexo C: encuesta de validación de las propuestas a la muestra de población



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA
ESCUELA DE INGENIERIA EN DISEÑO GRÁFICO**

Nota: La siguiente encuesta tiene como objetivo principal recoger los datos y respuestas del público riobambeño para obtener resultados en cuanto a la validación de las propuestas gráficas en base al arte urbano de la ciudad de Riobamba aplicada en soportes alternativos funcionales como son bolsos y cuadernos.

Nombre: _____

Sexo: _____

Edad: _____

1.- ¿Identifica a estas propuestas, con el Arte Urbano visualizado en las calles de la ciudad de Riobamba?

SI () NO ()

2.- ¿Los artículos presentados como propuesta reflejan las características del Arte Urbano de Riobamba, a pesar de ser impresas, serigrafiadas y estampadas?

SI () NO ()

3.- ¿Son válidas las expresiones culturales de Arte Urbano, tanto en paredes como en soportes de artículos funcionales, como los de las propuestas?

SI () NO ()

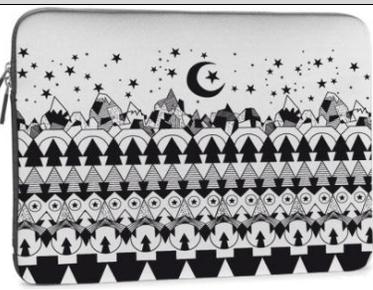
4.- ¿Cree usted que las intervenciones artísticas de Arte Urbano en la ciudad de Riobamba es parte de una cultura que representa a la ciudad como tal?

SI () NO ()

5.- ¿En base a las propuestas expuestas cree que se deba dar mayor importancia al Arte Urbano en Riobamba?

SI () NO ()

PROPUESTAS

BOLSOS DE CORDON	PROTECTORES DE LAPTOP	CUADERNOS
		
		
		
		

Anexo D: Manual de marca

La marca:

EL objetivo para el cual el imagotipo fue creado, es para identificar, los productos que comprenderán: bolsos, los mismos que serán elaborados de un material alternativo como es el poliéster y el cartón prensado, posteriormente se expondrán al público como mercadería independiente bajo estándares, diseños y propiedad intelectual de KHUSKUY.

Modulo X:



Área de Protección:

El área de protección consiste en no obstaculizar la legibilidad de la marca con elementos que sobrepasen la modulación x que protege al imagotipo con el valor de (3X).



Tamaño mínimo de reproducción:



Colores corporativos:

 amarillo
C:0 /M:0 /Y:100 /K:0
R:255 /G:237 /B:0

 magenta
C:0 /M:100 /Y:0 /K:0
R:126 /G:0 /B:122

 verde
C:100 /M:0 /Y:100 /K:0
R:0 /G:144 /B:54

Cromática:



Tipografía:

La tipografía que se utiliza en el logotipo es creada exclusivamente para el nombre de la marca que va a identificar ciertos productos, por lo tanto, no existe el abecedario completo, careciendo de mayúsculas, números, signos y minúsculas.

Eslogan:

Century Gothic

La tienda del arte