



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE MARKETING

TEMA:

**ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR ENTORNO AL
CONSUMO DE ARTE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL
AÑO 2018**

AUTOR :

ALMEIDA BURGOS JORGE LUIS

**Componente práctico del examen complejo previo a la
obtención del grado de Ingeniería en Marketing.**

REVISORA

Ing. GRACIA REYES GABRIELA ESMERALDA, MBA

Guayaquil, Ecuador

18 de marzo del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES CARRERA DE
MARKETING**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **ALMEIDA BURGOS JORGE LUIS**, como requerimiento para la obtención del Título de **INGENIERO EN MARKETING**.

REVISORA

f. _____

Gracia Reyes, Gabriela Esmeralda

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Gutiérrez Candela, Glenda Mariana, Econ.

Guayaquil, 18 de marzo del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE MARKETING

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **ALMEIDA BURGOS JORGE LUIS**

DECLARO QUE:

El componente práctico del examen complejo, **Análisis de los factores que influyen en el comportamiento del consumidor entorno al consumo de arte en la ciudad de guayaquil en el año 2018** previo a la obtención del Título de **INGENIERO EN MARKETING**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 18 de marzo del 2019

EL AUTOR

f. _____
ALMEIDA BURGOS, JORGE LUIS



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE MARKETING

AUTORIZACIÓN

Yo, **ALMEIDA BURGOS, JORGE LUIS**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo Análisis de los factores que influyen en el comportamiento del consumidor entorno al consumo de arte en la ciudad de Guayaquil en el año 2018**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 18 de marzo del 2019

EL AUTOR:

f. _____

ALMEIDA BURGOS, JORGE LUIS



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES CARRERA DE
MARKETING TRIBUNAL DE
SUSTENTACIÓN**

f. _____

Ing. Gabriela Esmeralda Gracia Reyes MBA.

REVISORA

f. _____

Econ. Glenda Gutiérrez Candela, Mgs.

DIRECTORA DE CARRERA

f. _____

Ing. Jaime Moises Samaniego Lopez, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

REPORTE URKUND

URKUND

| | |
|-----------------------|---|
| Documento | ensayo jorge almeida (1)_1.docx (D47698554) |
| Presentado | 2019-02-07 09:12 (-05:00) |
| Presentado por | www.jorgealmeida33@gmail.com |
| Recibido | gabriela.gracia.ucsg@analysis.orkund.com |
| Mensaje | DOCUMENTO JORGE ALMEIDA Mostrar el mensaje completo |

0% de estas 38 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|----|
| Aspectos generales | 2 |
| Introducción..... | 2 |
| Problemática..... | 4 |
| Justificación..... | 6 |
| Objetivo de la investigación..... | 7 |
| Objetivo general | 7 |
| Objetivos específicos..... | 7 |
| Pregunta de investigación..... | 7 |
| Capitulo I..... | 8 |
| Marco referencial | 8 |
| primeros vestigios de arte en la humanidad | 8 |
| El arte, la guerra y su influencia en el mundo | 10 |
| Picasso y “guernica”..... | 11 |
| muralismo mexicano y su influencia en latinoamérica | 12 |
| El arte ecuatoriano y su evolución como medio pictórico | 12 |
| Marco Conceptual | 16 |
| Arte..... | 16 |

| | |
|---|----|
| Marketing | 17 |
| Comportamiento del Consumidor | 17 |
| Marco Legal | 22 |
| Capitulo II..... | 24 |
| Marco Metodológico | 24 |
| Tipo de investigación: exploratoria..... | 24 |
| Alcance de la investigación | 24 |
| Población y muestra | 25 |
| Técnicas e instrumentos de recolección de datos..... | 26 |
| Capitulo III | 31 |
| Resultados de la Aplicación de Instrumentos..... | 31 |
| Entrevistas a profundidad..... | 31 |
| Conclusiones y Recomendaciones | 48 |
| Bibliografía..... | 51 |
| anexos | 55 |
| Guía de preguntas de entrevista a profundidad | 70 |
| Entrevista a especialistas en el ámbito artístico | 70 |

INDICE DE TABLA

| | |
|---|----|
| Tabla 1: Operacionalización de la variable dependiente (comportamiento) | 26 |
| Tabla 2: Operacionalización de la variable Independiente (FACTORES) | 28 |
| Tabla 3: Respuestas de los artistas (1/2) | 32 |
| Tabla 4: Respuestas de los artistas (2/2) | 33 |

INDICE DE FIGURA

| | |
|---|----|
| Figura 1: La pirámide de Maslow | 22 |
| Figura 2: Percepción del arte en hombres y mujeres..... | 44 |
| Figura 3: Percepción del entrevistado con respecto a los beneficios del desarrollo del arte, para la ciudad. | 46 |

RESUMEN

El presente trabajo de investigación está diseñado para el análisis de los factores que influyen en el comportamiento de hombres y mujeres entre 18 y 32 años de edad entorno al consumo de arte en la ciudad de Guayaquil en el año 2018, mediante el uso de la investigación cuantitativa y entrevistas a profundidad con expertos del medio artístico.

Tomando como referencia la influencia que ha recibido el ser humano por parte de las distintas corrientes artísticas y principalmente muralistas, desde Europa hasta latinoamérica.

La importancia que tiene el arte mural sobre la sociedad entorno a su desarrollo como medio pictórico y de comunicación, debido que la característica principal del muralismo es de comunicar el sufrimiento, las necesidades y las costumbres de su pueblo.

Debido al bajo nivel cultural que tiene la sociedad actual se tiene una percepción errada al significado del arte mural y de su función en la sociedad como medio de expresión artística.

***Palabras Claves:** arte, muralismo, expresionismo, marketing, comportamiento del consumidor, factores sociales, grupos de referencia.*

(ABSTRACT)

This research work is designed for the analysis of the factors that influence the behavior of men and women between 18 and 32 years of age around the consumption of art in the city of Guayaquil in 2018, through the use of research qualitative and in-depth interviews with experts from the artistic world. Through the use of surveys and in-depth interviews with leading artists in the artistic medium of the city of Guayaquil.

Taking as reference the influence that the human being has received from the different artistic currents and mainly muralists, from Europe to Latin America.

The importance of mural art on society, around its development as a pictorial and communication medium, since one of the main characteristics of muralism is to communicate the suffering, needs and customs of its people.

One of the main findings is that due to the low cultural level of today's society, it has a misperception about the meaning of mural art and its role in society as a means of artistic expression.

It is agreed that one of the main benefits of cultural development is that as a result a more cultured society is obtained, which values and gives importance to art.

Keywords: *art, muralism, expressionism, marketing, consumer behavior, social factors, reference groups.*

Aspectos generales

Introducción

El arte es uno de los medios de comunicación más antiguos que ha existido, desde que el hombre prehistórico en la edad de piedra dió sus primeras manifestaciones para poder comunicarse por medio de dibujos y pinturas, elaborando lo que se conoce hoy día como pinturas rupestres. Cabe recalcar que estas primeras manifestaciones por parte del hombre prehistórico no solo eran simples pinturas, sino que era un sistema de información que se usó para poder comunicarse con otros miembros de su hábitat.

El hombre y el arte han evolucionado de tal manera que existe una gran variedad de expresiones artísticas, tales como: plásticas, lingüísticas, sonoras o mixtas. Esta evolución, va de la mano con la sociedad debido que, el arte en toda su variedad representa las vivencias de la sociedad.

Muchos artistas mediante la historia universal del arte, han sido ovacionados no solo por su obra, sino en el aporte que estos brindaron para el desarrollo de la sociedad como tal. Artístas que desde tiempos inmemorables han sido y serán iconos referentes no solo en el ámbito político sino social.

Desde los años veinte hasta finales de los ochenta, en plena etapa revisionista, el autor Herbert Reed, hacía mucha referencia a Diego Rivera, asociando el muralismo con el realismo social. “En 1950, en el discurso revolucionario, se hacía referencia al renacimiento artístico en general y el muralismo en particular, cuya conformación no trascendía de local” (Azuela de la cueva, 2005, p. 19).

El artista Diego María de la Concepción, Juan Nepomuceno Estanislao de la Rivera y Barrientos Acosta y Rodríguez, más conocido mundialmente como Diego Rivera, tuvo gran influencia en el ámbito político de México y en la historia de ese país, siendo este el fundador y presidente del primer partido comunista mexicano; mismo que le hizo ganar una gran influencia en el ámbito político de aquel entonces. En el libro, Diego Rivera en den Detroit, se analiza

El fresco “Detroit Dinámico” como parte de la producción mural en Estados Unidos, que juntó a D.W. Morrow, Edsel Ford y Nelson Rockefeller, capitalistas reconocidos que patrocinaron al pintor. Siendo ese trabajo una representación de la ideología de Rivera y una clara demostración de la relación entre el muralismo y el poder. (Rivera, 1985, p. 45)

El arte tiene gran importancia en el desarrollo cultural de un país, ya que tiene gran influencia en sus ciudadanos. Para Azuela (2005) en muchas partes del mundo, los artistas son reconocidos no solo por su talento sino también por su forma de expresarse y de influir en las personas (p. 20).

A lo que se refiere este autor, es

la gran importancia que tiene el arte para una sociedad, y más que nada, en lo influyente que pueden llegar a ser los artistas del mundo, tanto en el ámbito político como cultural, ya que el artista está estrechamente vinculado a la visión de la sociedad.

Un claro ejemplo de esto, es el mural que ejecutó Diego Rivera en el Rockefeller Center, “el hombre de la encrucijada de los caminos”, donde se detalla a un hombre que maneja el universo mediante una palanca y botones que al mismo tiempo observa por un microscopio la sinergia que existe entre el capitalismo y el comunismo. Esto provoca que Rockefeller mande a eliminar dicho mural, debido al impacto que este podría generar en una sociedad capitalista.

Es importante mencionar estas acciones del pasado, debido que son un claro ejemplo del peso de un artista y su obra y de lo incómodo que puede ser para quienes no tengan la misma visión política.

Según Clayman (2012) “El Marketing es la construcción de tu marca, convenciendo a la gente de que tu marca es la mejor y protegiendo las relaciones que estableces con tus clientes” (p. 4).

Si bien este paradigma puede ser confuso; es ideal para describir el marketing comercial. En el mundo del Marketing a muchas personas se les viene a la cabeza pertenecer al área de ventas o en muchos casos al área de publicidad, sin embargo el marketing es algo muy diferente a las ventas o publicidad.

Según Kotler (2009), “la mercadotecnia es la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo por un beneficio”(p.21).

El tema de estudio busca involucrar netamente al marketing en el análisis de los factores que inciden en el comportamiento de la sociedad ecuatoriana entorno al consumo de arte y su cultura.

En el proyecto se abordará trabajos de artistas internacionales y nacionales como: Pablo Picasso, Diego Rivera, David Siqueiros, José Orozco, Oswaldo Guayasamin, Gunther Córdova, Edgar Calderón entre otros. Con la finalidad de analizar el comportamiento de la sociedad guayaquileña entorno al consumo de arte y de la influencia que tiene en cuanto a su desarrollo social.

Problemática

Según el INEC (2012) tanto hombres y mujeres cuentan con una distribución de tiempo para el trabajo remunerado y no remunerado, el 54% en actividades no productivas y el 46 % en actividades productivas, así mismo, los hombres en actividades productivas destinan el 60 % de su tiempo, y en actividades no productivas, el 40% del mismo.

Tomando como base estas proporciones, se evidencia que las personas cuentan con varios espacios de tiempo destinados a actividades que no le generan ningún tipo de productividad, que podría ser utilizado o incentivado para el consumo de arte a nivel ciudadano, donde se busca socializar y definir correctamente la labor del artista, y de su influencia en la sociedad guayaquileña.

En el 2012 y según proyecciones brindadas por el INEC, en el Ecuador existen 15.5 millones de habitantes, de los cuales 2.350.905 son guayaquileños, también de acuerdo a este estudio, aún existen indicadores de analfabetismo y de personas que en varios casos no concluyen sus estudios. El objetivo de esta investigación es demostrar la importancia del sector artístico no solo en la sociedad como tal, sino que también como puente intercultural que fomentará el turismo, y al mismo tiempo, la generación de mayores ingresos para la ciudad. Fomentando directamente, los valores de amor y respeto por las distintas corrientes artísticas.

Adicionalmente, según los indicadores Unesco de cultura para el desarrollo (2014) “la importante contribución del sector cultural al PIB es de 4.76% del PIB total y el porcentaje de la población con ocupaciones culturales , 2.2% del total de la población ocupada, indican que existe un alto nivel de producción nacional” (p.34). Sin embargo, la participación en actividades culturales fuera del hogar (8.4%) requiere mayor apoyo, para mejorar aún más el consumo interno de bienes y servicios culturales (3.41% del total de los gastos de consumo de los hogares) y desarrollar todo el potencial de las industrias culturales a nivel nacional.

Los resultados indican, que existe un nivel alto del potencial cultural para el crecimiento y una base muy consolidada para la gobernabilidad de la cultura para el desarrollo, teniendo así resultados muy positivos en indicadores, como los marcos normativos, políticos e institucionales para la cultura, la participación civil y la sostenibilidad del patrimonio. Sin embargo, existen muchos obstáculos en cuanto a la distribución de los recursos culturales, en cuanto a su infraestructura, que no solo limita las oportunidades para el acceso al ámbito cultural y el disfrute de la misma, sino que este mismo se ve desfavorecido al lograr captar el interés que se desea en el ciudadano, a pesar que las instituciones públicas ofrecen una importante oferta para la educación artística en los años de educación claves de los estudiantes, y una oferta variada en la oferta amplia en programas culturales en la educación nacional técnica y superior (UNESCO, 2014, p. 22).

Existen muchos eventos sociales y culturales en la ciudad de Guayaquil, tales como: El FAAL (festival de artes al aire libre) que se realiza en el mes de octubre, el salón de julio y el salón de octubre que se conmemora para las fiestas de julianas y la independencia de Guayaquil.

Actualmente, se generan espacios para que las personas puedan interactuar con el medio artístico, sin embargo aún la sociedad en general no lo ve como una profesión a destacar, y en muchos casos, esta puede llegar a ser tergiversada por parte de un público que desconoce el proceso de elaboración de una obra, y su importancia en cuanto al mensaje brindado al espectador.

Al mismo tiempo, se buscará identificar cómo el arte afecta a la sociedad en general, sea por medio de exposiciones, o de algo más atrevido como lo es el arte mural, debido que existen varios

proyectos por parte de la Municipalidad de Guayaquil, con el objetivo de brindar nuevos espacios para que los artistas puedan darse a conocer.

Justificación

En este estudio se buscará identificar los factores que influyen directamente en el comportamiento del consumidor al momento de consumir arte en la ciudad de Guayaquil y la perspectiva a las gestiones realizadas por las distintas entidades públicas entorno al desarrollo cultural.

“La estrategia es un medio de establecer los propósitos organizativos, en términos de objetivos a largo plazo y programas de adopción de cursos de acción” (Águeda, et al., 2008, p. 29). Este proyecto se enfocará en analizar el sector artístico y de su influencia en la sociedad, teniendo en cuenta la relación que tiene el arte y el marketing.

En el desarrollo del campo empresarial este proyecto ayudará a la formación de emprendedores no solo del área de Marketing sino, también para todas las carreras cercanas al arte, con la finalidad de dar a conocer el estado actual del sector. Por su parte, en el desarrollo social, se persigue el contribuir a la construcción de una visión distinta del arte como medio cultural y de su desarrollo para la ciudad de Guayaquil.

Aunque las instituciones públicas ofrecen una importante oferta para la educación artística en los años de formación clave y una oferta bastante variada de programas relacionados con la cultura, en la educación nacional técnica y superior, se podría generar un apoyo adicional para fomentar las industrias culturales a través de una diversificación de los programas de gestión cultural facilitando de esta manera el surgimiento de una clase dinámica cultural y el desarrollo de empresas e instituciones culturales competitivas y gestionadas con éxito (UNESCO, 2014, p. 25).

Tomando como referencia el informe brindado por la UNESCO, las acciones y estrategias generadas por los distintos entes gubernamentales no logran un gran impacto en la sociedad

pasando desapercibidas por la población, ya sea por falta de información o por el simple hecho de no tener un nivel cultural como para poder apreciarlo e identificarlo.

Como último punto, en la parte de desarrollo académico este tema es de mucho interés tanto para profesores al momento de querer impartir algún tipo de análisis en el sector artístico, por otro lado, favorecerá a los alumnos al momento de una investigación o trabajo de titulación como referencia.

Objetivo de la investigación

Objetivo general

El Análisis de los factores que influyen en el comportamiento de hombres y mujeres entre 18 y 32 años de edad entorno al consumo de arte en la ciudad de Guayaquil en el año 2018, mediante el uso de la investigación cuantitativa y entrevistas a profundidad con expertos del medio artístico.

Objetivos específicos

1. Determinar los fundamentos teóricos que tienen relación con el comportamiento del consumidor al momento de consumir arte.
2. Identificar la percepción e información que tienen los ciudadanos pertenecientes a la ciudad de Guayaquil en cuanto al desarrollo del sector artístico.
3. Analizar la influencia en el consumidor entorno al arte mural en la ciudad de Guayaquil.
4. Describir los principales beneficios que tiene el desarrollo correcto del sector artístico para la ciudad de Guayaquil.

Pregunta de investigación

¿Cuáles son los factores que inciden en el comportamiento de la sociedad guayaquileña en torno al consumo de arte en la ciudad de Guayaquil en el año 2018?

Capítulo I

Marco referencial

primeros vestigios de arte en la humanidad

El hombre en su afán por comunicarse desarrolló formas de comunicación por medio del dibujo y la pintura buscando expresar sus ideas y emociones. Según Rodríguez (2014) afirma que “desde el comienzo de la humanidad, la expresión artística ha sido parte del devenir sociocultural que permite dar a conocer y promover ideas de toda índole” (p. 198).

Tomando en cuenta esta cita las primeras manifestaciones que el hombre tuvo para expresarse se conocieron como arte rupestre, el cual, es todo dibujo o boceto grabado sobre rocas y cuevas por hombres pertenecientes al periodo prehistórico, no solo en partes específicas del mundo más bien alrededor de todo el mundo existen este tipo de formas. Esto da a entender la capacidad intelectual de la humanidad para abstraer y representar su forma de vida. Bate afirma que:

Por ser relativamente menos dependiente (...) que otros elementos, como las armas e instrumentos utilitarios, las técnicas y estilos en el arte rupestre parece tener un ritmo de cambio más lento que aquellos otros aspectos, sirviendo así por su mayor persistencia en el tiempo como un testigo de continuidad en la evolución de los elementos que cambian más aceleradamente (p. 16).

Una de las características del arte rupestre es que estas “se singularizan por la representación de menudas figuras animales y humanas, raramente acompañadas de signos” (Corchón, Lucas, González-Tablas, & Bécares, 1989). En relación a los otros vestigios arqueológicos, ofrece algunos aportes importantes a considerar. La importancia de este periodo y de su relación con el arte, se dieron de manera empírica, haciendo que esta etapa sea reconocida como uno de los primeros indicios para poder evidenciar la habilidad del hombre para crear, de cómo este ya tenía implicado en su subconsciente la forma de expresar su vivir diario, por medio de la pintura y el dibujo haciendo usos de materiales que tenían a la mano.

Un artista no solo tiene conocimiento de un tema en específico sino que es la conjugación de varios conocimientos, ya sea desde temas sociales hasta de carácter científico y de cómo este logra obtener una armonía al momento de expresarse. Preckler (2003) afirma que “esta dinámica de interdependencias e influencias entre la ciencia, la filosofía y el arte, (...) se efectúan entre la música, la literatura y las vanguardias artísticas” (p. 35).

Tal como se refieren los autores antes mencionados es un proceso social y comunicacional en el cual, se detalla la sensibilidad e imaginarios del pueblo logrando asentar y transmitir la historia de una sociedad.

Winckelmann (2011) afirma “el arte broto del mismo modo en todos los pueblos que lo cultivaron, y no hay motivo alguno para señalar una patria especial del arte, pues cada pueblo encontró en sí mismo la semilla especial del arte” (p. 15). Se referiré a la relación que existe entre el hombre y los objetos que pertenecen a su entorno y de cómo este determina el carácter cultural de la sociedad.

Es por ese motivo que “las forma más antiguas de las figuras griegas se asemeja también a las de Egipto en la postura y el gesto” (Winckelmann, 2011, p. 48). Estas características que se daban entre el arte egipcio y el griego que a pesar de ser sociedades totalmente distintas llegaron a tener muchas similitudes al tener trazos y formas similares.

En la historia universal del arte existieron muchas corrientes artísticas que tuvieron una gran influencia en el desarrollo social y cultural de la humanidad. Preckler (2003) afirma que:

El romanticismo aportara un timbre exaltado a la creación pictórica, verificándose una autentica eclosión de color, movimiento, riqueza expresiva y temática, llegando a unirse el artista a la pintura de tal manera que formaran casi una simbiosis.(...) El retrato, la pintura costumbrista y la religiosa tendrán excelentes representantes románticos en Alemania, Inglaterra y España. (p. 31)

Este período es de vital importancia para el desarrollo de la humanidad por la forma en que los artistas componían sus obras, teniendo temas costumbristas o de carácter religioso. La forma de sus trazos sutiles y detallados en su composición logranban auténticas obras de arte.

Posteriormente a esta época surgió en Europa occidental un nuevo movimiento artístico conocido como arte gótico. “Sus arcos apuntados y sus motivos aparecen no solo en arquitectura sino sobre todo tipo de objetos, desde cucharas hasta zapatos. Además, es el primer estilo verdaderamente internacional que se extiende por toda Europa” (Camille, 2005, p. 12).

La importancia que llegó a tener este movimiento en la evolución del arte como medio pictórico para la sociedad no solo por su contenido, sino por su gran influencia en las corrientes sociales al dictaminar la dirección que éstas llegaron a tener.

El arte, la guerra y su influencia en el mundo

El arte como medio de expresión y comunicación ha sido influenciado por la forma en como la sociedad se comporta y esto es replicado por el artista en sus obras.

La Segunda Guerra mundial ha sido el conflicto más importante y destructivo de la historia de la humanidad por la amplitud de los combates, su carácter planetario y la potencia y alto nivel tecnológico del armamento, lo que explica la inmensidad de la hecatombe demográfica y de las destrucciones materiales que produjo. La guerra de 1939 - 1945 modifico las relaciones de fuerza internacionales y represento un punto de inflexión importante de la historia de la humanidad. (Aracil, Segura, & Oliver, 1998, p. 15)

Los sucesos que se dieron en la segunda guerra mundial tuvieron grandes impactos en varias partes del mundo, debido a los constantes cambios políticos y sociales que esta originó muchos artistas que vivieron en esta etapa de la historia se vieron influenciados al carácter de la obra.

Nace el expresionismo como una de las más puras expresiones del ser, debido que, busca la expresión más íntima de un sentimiento o de una etapa de la vida del artista, movimiento pictórico

que influenció a muchos artistas a principios de siglo a expresar sus sentimientos y visiones de la sociedad por medio del arte. Una de las características principales que tiene este movimiento, es la acción que genera en nuestro subconsciente y de como se asimila la postura del artista.

Vila (2017) afirma que en el momento que nos ponemos en el lugar del otro, se hace relación con nuestra capacidad de aprendizaje mediante las neuronas espejo, las cuales se activan al mirar la conducta de otros, obteniendo de esa manera las acciones y emociones iguales a las observadas haciendo que de manera directa lleguemos a sentir sentimientos de ira, amor, tristeza y nostalgia (p. 26).

Picasso y “guernica”

Haciendo referencia el acto que inspiró a uno de los artistas más importantes de España y del mundo a crear una de las obras más icónicas y representativas para la sociedad de aquel entonces.

Pablo Picasso creó Guernica en la Exposición Internacional de París en 1937. Denunciando el bombardeo de la población vasca por la aviación alemana, considerándose una creación fundamental y siendo un símbolo universal de la lucha contra la opresión. (Museo Nacional centro de arte Reina Sofia, 1994)

Guernica pertenece al municipio de Vizcaya, en el País Vasco, España que fue bombardeada en plena guerra civil por el ejército alemán. Este hecho inspiró a Pablo Picasso para crear la Guernica, obra que le tomó aproximadamente un mes en su elaboración, por medio de su estilo picassiano en la deformación pos cubista y de simbolismo surrealista denunció los atroces de la guerra y de sus estragos, en la actualidad en uno de los símbolos más importante en contra de la opresión y la guerra.

Este acontecimiento inspiró al artista Pablo Picasso a crear cuadros muy expresivos y con denotaciones muy claras con temas referentes a la soledad y el sufrir que tiene como esencia su arte por lo tanto, los postscriptos tienen como característica el grito y el sufrimiento expresados en bocas, lenguas con puñales y ojos.

Picasso no solo fue fuente de inspiración para artistas españoles, sino que también inspiró a muchos a nivel mundial; uno de ellos es Diego Rivera fundador del primer partido comunista mexicano e incluso llegó a tener una gran influencia política.

muralismo mexicano y su influencia en latinoamérica

La revolución mexicana es un claro ejemplo de la influencia de la sociedad sobre el artista y sirve como fuente de información entre la sociedad y el espectador. Es “el vínculo entre el arte y el poder durante el proceso de conformación de los estados nacionales modernos, así como de la dimensión cultural que acompaña a toda revolución política” (Azuela de la cueva, 2005, p. 13).

Mandel (2007) afirma que “la década de 1920 se caracterizó por la creación de una imagen del pueblo surgida de la Revolución. Los orígenes metafísicos fueron reemplazados por las realidades originadas en experiencias y preocupaciones populistas” (p. 37 - 54).

El clamor y sufrimiento de una sociedad sumida en el conflicto, sirvió como medio de inspiración para artistas como: Diego Rivera, José Orozco y David Siqueiros; siendo artistas influyentes en el muralismo no solo en México sino de toda Latinoamérica.

“El muralismo también puede ser una lente para reinterpretar procesos históricos vividos; pues el muralismo también nos enseña a mirarlos como un acto de pasión, como un sueño de soledad y como una mística del movimiento” (Calderon, 1991).

Esto se ve reflejado en el carácter y el mensaje que tenían los murales en gran formato que ejecutaban los artistas antes mencionados, denotando de manera explícita la importancia de la clase obrera para el desarrollo de una nación y al mismo tiempo denuncia los abusos de una sociedad capitalista.

Tina Modotti, encuentra en el México de los veinte un medio cultural que favoreció una interacción entre sus propuestas artísticas y las que se manifestaban en esa etapa pos revolucionaria de nuestro país, orientadas a la

creación, difusión o instauración de valores y formas artísticas en donde destaca el nacionalismo desde diferentes enfoques. (Manjarrez, 1999, p. 9)

Diego Rivera, ya contaba con fama a nivel mundial motivo por el cual, era contratado por personas muy influyentes, motivo por el cual:

Antes de inaugurarse el palacio de Bellas Artes en 1934, Rivera Y Orozco fueron contratados para sendos murales en el tercer piso. Orozco pintó la Katharsis y Rivera, en el extremo opuesto, recreo el mural que Nelson Rockefeller mandó destruir en el Rockefeller center en Nueva York ese mismo año, ahora con el título de El hombre de la encrucijada de los caminos. (Villagomez, 1997, p. 26)

En el cual, se detalla a un hombre que maneja el universo mediante una palanca, botones y al mismo tiempo, este observa por un microscopio la sinergia que en este existe al tener en el lado derecho un mundo capitalista y a su lado izquierdo representa claramente al comunismo, también se observa la obvia participación de Lenin, quien fue un importante líder comunista, cabe recalcar que Nelson Rockefeller al ser un magnate estadounidense seguía ideales capitalista, motivo por el cual, ordenó la inmediata destrucción del mural.

Según, Hadjinicolaou (1999) “la ideología consiste en un conjunto de coherencia relativa de representaciones, valores y creencias; exactamente lo mismo que los hombres participan en una actividad económica y política, participan también en actividades religiosa, morales, estéticas y filosóficas”(p. 11). La influencia ideológica del muralismo mexicano se extendió por toda Latinoamérica, llegando a ser uno de los principales medios de denuncia de las injusticias que se daban en los distintos gobiernos de turno, incluso siendo objeto de discriminación por parte de aquellos líderes opresores que con actos de agresión y censura buscaban eliminar murales en los que se representaba el sufrimiento de una nación.

El arte ecuatoriano y su evolución como medio pictórico

Ecuador recibió una gran influencia por parte de países latinoamericanos en cuanto a materia de arte y política, puesto que:

En la mayoría de los países latinoamericanos la historia del comunismo en cualquier período es un tema de tabú que los gobiernos militares, la derecha y el establishment político tienden a ver con alarma, si es que no con abierta hostilidad. Incluso si ese no fuese el caso, los militares del partido (cuya ayuda podría ser vital para obtener el acceso a ciertas fuentes) podrían a su vez mirar al investigador con los peores ojos posibles. (Caballero, 2006, pág. 42)

Latinoamérica vivía una revolución social influenciada por el comunismo europeo, muchos artistas latinoamericanos crearon nuevos movimientos artísticos con carácter social en los que se narraba la historia individual de cada nación, haciendo que esta sea única y rica en su historia.

Oswaldo Guayasamin, fue uno de los artistas más influyente en el Ecuador y el mundo, no solo por el carácter de su obra, sino por el aporte que este realizó al país. “Influido por los muralistas mexicanos, utilizó una técnica expresionista al tratar temas indigenistas de su país” (Maldonado & Sepich, 2008). En sus obras se denotaban las costumbres indígenas y al mismo tiempo eran representadas por rostros y manos que expresaban algún sufrimiento o pesar, haciendo que el espectador se sienta involucrado con un sector que en aquel entonces era olvidado por la sociedad. Otro artista que influyó su obra fue Eduardo Kingman, artista ecuatoriano que junto a Guayasamin fueron los precursores del indigenismo ecuatoriano. “La pintura, con su versatilidad, materia, color, fluidez y accesibilidad, va a reflejar, con el pincel, las inquietudes y conquistas filosóficas y científicas en el lienzo, como si este fuera un libro” (Preckler, 2003, p. 34).

Además, de los artistas antes mencionados Ecuador cuenta con varios exponentes con reconocimiento a nivel mundial, uno de ellos es Jorge Swett, artista y muralista, llegó a elaborar varias obras de gran importancia para la ciudad de Guayaquil, “Su obra maestra fue el mural exterior de la Caja del Seguro Social en Guayaquil (1968), que elaboró con Segundo Espinel.

Reputado como el mural más grande de Sudamérica a finales de la década de los setenta” (El UNIVERSO, 2018). Llegando a ser esta una parte consustancial del paisaje urbano de la ciudad.

La iniciativa por brindar espacios para que artistas de gran renombre, puedan ejecutar sus obras, es de gran importancia para la ciudad, porque en ellas se plasma a la sociedad como tal y es un medio de expresión importante que al mismo tiempo mejora en gran medida el ornato de la ciudad. “Dado que la ciudad es producto del crecimiento antes que de una creación instantánea, puede suponerse que las influencias que ejerce sobre los modos de vida no logran extirpar por completo los modos previamente dominantes de asociación humana” (Wirth , 2005).

A lo que se refiere Wirth, en la cita antes mencionada, es que el diseño de las ciudades depende del carácter social y cultural en el cual, esta se desarrollan.

Actualmente, en la ciudad de Guayaquil existen varias obras entre murales y esculturas que reflejan un mensaje en base a la visión que tuvo el artista para crearla, sin embargo en muchas de estas obras no se denota nuestra esencia como guayaquileños, puesto que se está dejando de lado lugares iconitos de la ciudad, además de lo que nos caracteriza como ciudadanos.

En Guayaquil existen varias iniciativas culturales en pro de mejora del sector artístico, sin embargo, no se percibe una alta aceptación por parte de los ciudadanos en cuanto a las propuestas que se estas ejecutando, la falta de promoción en base a los nuevos mercados hacen que todas estas propuestas se vean dilucidadas con el tiempo, una de estas iniciativas es el festival de artes al aire libre (FAAL) que se viene ejecutando de manera periódica por más de diez años. En la ciudad, existen muchos museos y lugares donde se puede consumir arte, incluso de manera gratuita, sin embargo muchos de estos centros culturales son pasados por alto por los ciudadanos, debido a la poca comunicación de los eventos sumado a la falta de interés por parte de los ciudadanos.

Según datos brindados en el informe por la UNESCO (2013) las actividades culturales contribuyeron al 4.76% del Producto Interior Bruto (PIB) en Ecuador, indicando que la cultura es responsable de una parte importante de la producción nacional, y que ayuda a generar ingresos y mantener los sustentos de sus ciudadanos. El 57.4% de esta contribución proviene de las actividades culturales centrales y el 42.6% de actividades de apoyo o equipamiento.

Al examinar la contribución de la cultura al PIB por sectores de la economía, vemos que la mayor parte de la contribución de la cultura entra en el sector de la Información y la Comunicación (42.6%), mientras que el segundo mayor porcentaje corresponde a Actividades Profesionales Científicas y Técnicas (20.8%), que incluye la publicidad, el diseño y la arquitectura. La contribución general de la cultura a la economía nacional no es insignificante si se compara con la contribución de otras industriales importantes, tales como: cárnicas y productos elaborados (4.8%), otros cultivos agrícolas (3.6%), cultivo de banano, café y cacao (2.6%), o fabricación de productos de refinería de petróleo (2.0%).

Según el INEC (instituto nacional de estadísticas y censos) indica que en el año 2012 tanto hombres y mujeres cuentan con una distribución de tiempo para el trabajo remunerado y no remunerado del 54% en actividades no productivas y el 46 % en actividades productivas, así mismo los hombres en actividades productivas destinaban el 60 % de su tiempo y en actividades no productivas el 40% del mismo.

Marco Conceptual

Arte

Para poder definir correctamente la palabra arte, es necesario entender el proceso que se relaciona desde la concepción hasta el mensaje.

Para Winckelmann (2011) las artes (...), como todas las dimensiones por lo imprescindible; luego se buscó la belleza y finalmente llegó a lo superfluo: tales son los tres grados principales del arte (p. 15).

Es en sí la conjugación de varios conocimientos tales como: cultura, historia, economía, ciencias y política. Haciendo que sea fundamental comprender todos estos conocimientos para poder comunicar un mensaje por parte de un artista (Mandel, 2007).

Para dar una definición en base al arte, se considera que es la conjugación de varios conocimientos que son reflejados en la obra del artista por medio de la composición del mensaje y el concepto de belleza.

Marketing

Se tomara como referencia el postulado de varios autores, con la finalidad de tener una visión clara sobre el concepto del marketing y de la importancia de su aplicación en el presente estudio.

Según los autores Kotler y Keller (2009) el marketing consiste en identificar y satisfacer las necesidades de las personas y de la sociedad. Una de las definiciones mas cortas de marketing dice que consiste en “satisfacer necesidades de forma rentable” (p. 15).

Para Águeda y otros (2008). El marketing, como ciencia de intercambio, pretende la satisfacción de necesidades conjuntas más beneficiosa para el cliente-proveedor-distribuidor y para la organización. La ciencia del Marketing busca, por tanto, explicar las relaciones de intercambio de valores entre compradores y vendedores (p. 4).

Por otra parte, Font, Andreu, & Alcañiz (2000) afirman que el marketing “es un proceso social y de gestion, a través del cual los individuos y los grupos obtienen lo que necesitan y desean, mediante la creacion e intercambio de productos y valores con otros” (p. 25).

De acuerdo a los autores antes mencionados el marketing busca satisfacer las necesidades del consumidor en base a un conocimiento previo de sus gustos y preferencias, teniendo en cuenta el intercambio de valores entre el vendedor y el comprador con la finalidad de cumplir un objetivo específico.

Comportamiento del Consumidor

Para un mejor entendimiento se tomará como referencia el concepto de varios autores, con la finalidad de tener un conocimiento mas profundo sobre el comportamiento del consumidor.

Desde la perspectiva de Rivas (2004) “se puede configurar el comportamiento del consumidor como el área de trabajo centrada en el conjunto de actos de los individuos que se relacionan directamente con la obtención, uso y consumo de bienes y servicios” (pág. 36).

Según Schiffman & Kanuk (2005). El término comportamiento del consumidor se define como “el comportamiento que los consumidores muestran al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que, consideran, satisfarán sus necesidades” (p. 8).

W.L. Wilkie citado por (Descals, 2006) lo define como “el conjunto de actividades que realizan las personas cuando seleccionan, compran, evalúan y utilizan bienes y servicios con el objeto de satisfacer sus necesidades y deseos, actividades en las que están implicados procesos mentales y emocionales, así, acciones físicas” (p. 18).

Es decir, que el comportamiento que tienen los ciudadanos guayaquileños con respecto al arte en la ciudad, se relaciona con los diversos procesos mentales, sociales y emocionales que lo incentivan a conocer, comprender y adquirir una obra de arte.

- **Factores Sociales**

Los factores sociales condicionan al consumidor en base a que consumir, donde consumir y porque consumir, este tiene como referencia a las personas que forman parte de su entorno, así lo afirma Colet y Polío (2014) “que diversos hechos sociales determinan también el comportamiento del consumidor: la familia y grupos a los que pertenece, así como el rol y estatus que tenga esos grupos” (p. 32).

De acuerdo a los autores, el comportamiento de cada individuo nace de la familia, siendo este el medio principal por el cual los seres humanos definen su personalidad, misma que se va adaptando conforme la persona va creciendo entorno a sus grupos sociales.

- **Familia**

La familia, para el consumidor es uno de los primeros referentes en cuanto a su comportamiento, esto se debe que son los primero en interactuar con el individuo.

Según Schiffman y Kanuk (1997) “existen 3 funciones básicas que desempeña la familia particularmente conveniente para el análisis acerca del comportamiento del consumidor. Tales son el bienestar económico, el apoyo emocional y los estilos de vida familiar adecuados” (p. 309).

Según Shah y Mittal citado por Bravo, Fraj y Martínez (2006) “se plantean que la influencia de los padres en el comportamiento de consumo de sus hijos será mayor cuando una de las generaciones percibe a la otra como experta en un producto determinado” (p. 94).

Los paradigmas de los autores citados hacen referencia que los hijos adoptan actitudes, comportamientos sociales y emocionales directamente de sus padres, por ese motivo la influencia entre padres e hijos es directa.

- **Grupo de referencia**

De manera similiar a la familiar, los grupos de referencia actuan como referentes para el consumidor, asi lo afirman Rivera, Cueva y Ayala (2013) “los consumidores aceptan la influencia de los grupos de referencia por los beneficios futuros que esperan conseguir. Estos pueden ser: beneficios informativos y beneficios utilitarios” (p. 273).

Los individuos esta enfocados a pertenecer a grupos que compartan su gustos y preferencias, de este modo las personas son influenciadas a consumir y actuar en base a la conducta de los miembros del grupo.

- **Beneficios informativos**

Este se da en base a la influencia que tiene los grupos de referencia en base al consumo de un producto o servicio.

“Los individuos se verán influenciados en mayor medida por las opiniones de su grupo de referencia respecto a un producto o marca, que por los medios de comunicación publicitarios” (Rivera Camino, Arellano Cueva, & Morelo Ayala, 2013, p. 273).

Segun Francés (2005) el juicio es en gran parte función de la personalidad y de la historia del individuo, no lo es menos de la influencia de factores externos (p. 81)

Como referencia en cuanto a los beneficios informativos que el individuo toma en cuenta podemos definir que es la percepción que llega a tener el consumidor en su modo de consumir, este puede tener distintos conceptos sobre un mismo tema, para poder adaptarse a su público objetivo las empresas utilizan líderes de opinion en sus campañas publicitarias.

- **Beneficios utilitarios**

Este tipo de beneficios tiene como referencia la forma en como las personas se comporta en los distintos grupos a los que pertenece, teniendo en cuenta que este adapta, su forma de expresarse y al mismo tiempo su aptitud. Asi lo afirma Rivera, Arellano y Morelo (2013) “donde Indican la satisfacción que el individuo siente cuando se adapta a las preferencias o expectativas del grupo, ya que se deja influencia para encajar, para llevarse bien con el grupo” (Rivera Camino, Arellano (p. 273).

- **Factores culturales**

Boone y Kutrtz citado por Feipe (2016) la define como “un conjunto de valores, creencias, preferencias y gustos que se pasan de una generación a otra. Y aquí están incluidos productos y servicios en la categoría de valores materiales”(p.16). Es decir, la cultura influenciada por el macro y micro ambiente donde se desenvuelve el individuo le permite definir una personalidad característica que le lleva a tomar una u otra decisión.

Por otro lado, “se llama nivel cultural al conjunto de conocimientos que, por medio del proceso de socialización, el individuo adquiere a lo largo de su vida en la escuela, la familia, la religión y otras instituciones” (Colet Areán & Polío Morán, 2014).

La propia cultura está hecha por el hombre, a la vez conforma y hace posible el funcionamiento de una mente distintivamente humana. En esta perspectiva, el aprendizaje y el pensamiento siempre están situados en un contexto cultural y siempre dependen de la utilización de recursos culturales (Jerome, 2015, p. 25).

- **Factores Psicológicos**

La personalidad de una persona puede definirse como, un conjunto de características psicológicas, que a su vez, influyen en la manera de pensar sentir y actuar socialmente o individualmente. (Visión de Futuro, 2015)

La pirámide de Maslow es la más conocida del mundo, tras la alimentaria, las de Egipto y México. Creada en 1943, cuando el psicólogo estadounidense Abraham Maslow publicó el artículo científico «Una teoría sobre la motivación humana», y posteriormente fue ampliada en el libro *Motivation and Personality* en 1954 (Rubén, 2016).

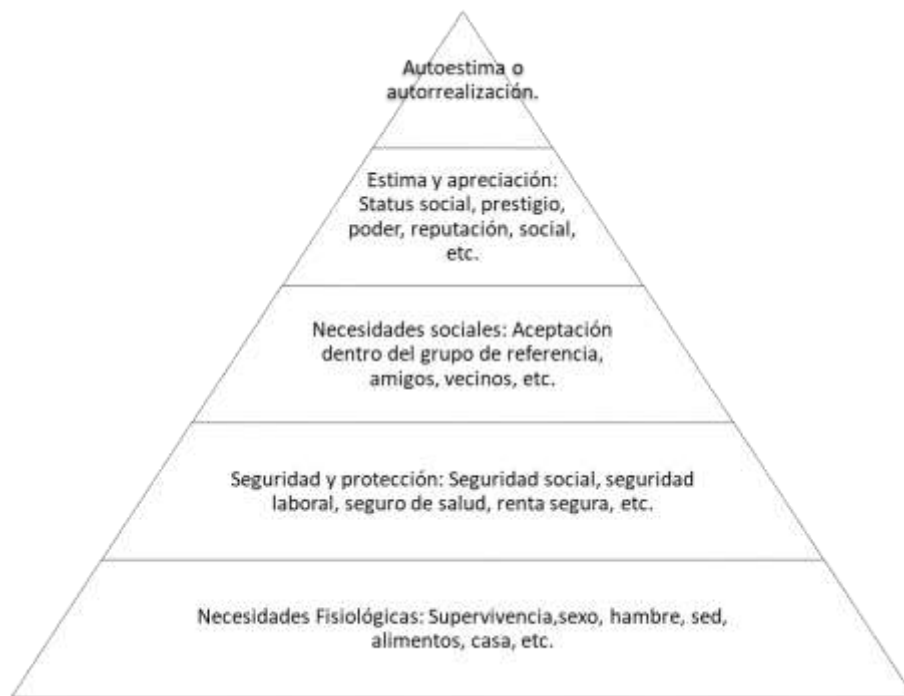


Figura 1: *La pirámide de Maslow*

Fuente: Adaptado desde (*Rubén, 2016*).

Uno de los factores psicológicos que influye al comportamiento del consumidor, es la motivación. Maslow da a conocer una pirámide organizada de acuerdo a las prioridades del ser humano, si una necesidad inferior está satisfecha, aparece otra necesidad en mayor escala, dominar la necesidad inferior insatisfecha, por lo tanto, el ser humano está al mismo tiempo parcialmente satisfechos e insatisfechos en todas sus necesidades básicas, las necesidades están interrelacionadas por lo que es difícil realizar una separación exacta de las necesidades de cada escala.

Esta teoría de las necesidades de Maslow, es importante destacarla porque el arte puede cubrir una necesidad de expresión, que dentro de la pirámide se encontraría en el tercer escalafón donde agrupa las necesidades sociales.

Marco legal

Art. 10.- De la normativa técnica. El ente rector de la cultura emitirá la normativa técnica para la aplicación y utilización del RUAC en sus distintas fases de implementación, así como de las otras herramientas de información del Sistema Integral de Información Cultural. (Gobierno del Ecuador, 2017)

Art. 12.- De las funciones y responsabilidades de las entidades del Sistema Nacional de Cultura en función del Régimen Integral de Educación y Formación en Artes, Cultura y Patrimonio.- Las entidades del SNC, sin importar sus particularidades, contarán con programas de educación, investigación, formación y mediación comunitaria concordantes con los lineamientos del Plan Vigesimal de Educación y Formación en Artes, Cultura y Patrimonio. Así mismo los programas y proyectos deberán ser integrales y complementarios entre sí, y con el resto de las instancias del SNC. Todos los planes, programas y proyectos generados por las entidades del SNC y que contemplen actividades de educación y/o formación en artes, cultura y patrimonio, deberán contar

con instrumentos de seguimiento y modelos de evaluación. Será responsabilidad de dichas entidades remitir los indicadores de gestión e impacto. (Gobierno del Ecuador, 2017)

Art. 14.- De las Atribuciones de la Comisión Interinstitucional de Apoyo.- La Comisión Interinstitucional de Apoyo de Régimen Integral de Educación y Formación en Artes, Cultura y Patrimonio tiene las siguientes atribuciones y líneas de trabajo:

a) Generar insumos, propuestas de lineamientos de política pública, y el impulso de acciones para facilitar la articulación y la implementación del Régimen Integral de Educación y Formación en Artes, Cultura y Patrimonio.

b) Proponer insumos y lineamientos para la elaboración del Plan Vigesimal de Educación y Formación en Artes, Cultura y Patrimonio; y otros instrumentos de planificación relacionados.

c) Articular y disponer acciones para la implementación de planes, programas y proyectos a través de las instituciones que forman parte de la Comisión de Apoyo.

d) Determinar la planificación, financiación, ejecución y evaluación de planes, programas y proyectos en las instituciones del Régimen Integral de Educación y Formación en Artes, Cultura y Patrimonio.

e) Establecer las modalidades de articulación entre las instituciones del Régimen Integral de Educación y Formación en Artes, Cultura y Patrimonio y el sector laboral y productivo.

f) Aprobar las normas, manuales, instructivos, directrices y otros instrumentos de regulación de conformidad con los lineamientos emitidos por los miembros del Régimen Integral de Educación y Formación en Artes, Cultura y Patrimonio.

g) Emitir la normativa interna para el funcionamiento de la Comisión y, h) Las demás que le asigne la Ley orgánica de cultura y demás normas relacionadas (Gobierno del Ecuador, 2017).

Capítulo II

Marco metodológico

Esta investigación, se realizó mediante la investigación exploratoria, con el de adquirir información general, con base en los factores que influyen en el consumo del arte. Asimismo se define de nivel descriptivo porque se busca medir como está el estado de consumo de arte en la ciudad. Según Grajales (2002) “los estudios descriptivos buscan desarrollar una imagen o descripción del fenómeno estudiado a partir de sus características. Describir en este caso es sinónimo de medir” (p.3).

Para entenderlo claramente, (Caballero, 2014) define el nivel descriptivo como “darle respuesta a la pregunta ¿Cómo es la realidad del objeto de investigación o de estudio?, y su tipo de análisis es predominantemente cualitativo, en base a fuentes documentales”. Para este estudio se utilizaran entrevistas a profundidad y encuestas que permitirán obtener una visión más clara con respecto al consumo de arte por parte del público objetivo.

Tipo de investigación: exploratoria

- Investigación cualitativa: se utilizará para el análisis de las entrevistas a profundidad que se le realizan a los artistas, con el fin de identificar el comportamiento de la sociedad Guayaquileña con respecto al arte.
- Investigación cuantitativa: se utilizará para el análisis de las encuestas a aplicar al público objetivo, con el fin de determinar sus gustos y preferencias en relación al arte.

Alcance de la investigación

El alcance de investigación para el proyecto, se dará por los siguientes factores:

- Ciudad: Guayaquil
- Sector: Norte, Centro, Sur
- Sexo: Hombres y Mujeres

- Edades: entre 18 a 32 años de edad.
- Nivel Socioeconómico: Bajo, Medio, Alto

Se tomará en cuenta para la investigación a hombres y mujeres que se encuentren en el rango de edad establecido, debido a que se desea conocer el nivel cultural que éstos poseen en torno a su forma de consumir arte. Adicional al criterio de edad, la mayoría de los jóvenes se encuentran cursando la universidad. Teniendo en cuenta que la mayoría de las iniciativas en pro del arte que se están implementando actualmente, están cerca de universidades.

Población y muestra

Población

- Las entrevistas a profundidad se realizaran a tres artistas reconocidos considerando principalmente su trayectoria, obras y exposiciones.
- Hombres y Mujeres entre 18 y 32 años, de la ciudad de Guayaquil.

Muestra

- Se toman en cuenta para la investigación éstos tres artistas, debido a que son los más reconocidos incluso con premios internacionales y al momento de solicitarles una entrevista, se mostraron con voluntad de colaborar.
- La población del público objetivo es desconocida, a lo cual se aplicará la fórmula correspondiente para determinar un número representativo de la población a consultar.

Formulación infinita

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

Nivel de confianza: 95%

Error: 5%

$$n = \frac{1.96^2 * 50 * 50}{5^2}$$

$$n = 384.16$$

Total de encuestas a realizar: 384

Tipo de Muestreo

- El muestreo de los entrevistados fue a conveniencia ya que los artistas estaban al alcance del investigador y se mostraron abiertos a colaborar en el estudio.
- El muestreo a utilizar para el público objetivo fue por conglomerados, es decir, del segmento de edad ya determinado, que generalmente se encuentran en Universidades.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica e instrumento

- La técnica para la recolección de los datos de los artistas a consultar será el cuestionario, el cual será elaborado mediante una guía semiestructurada y con preguntas para ser respondidas de manera abierta. El instrumento para llevar a cabo la recolección será la entrevista.
- La técnica para la recolección de los datos del público objetivo será igualmente un cuestionario, el cual será elaborado con una estructura rígida y con preguntas cerradas. El instrumento para llevar a cabo la recolección será la encuesta.

Diseño de instrumentos

Para el diseño de los instrumentos, se tomarán en cuenta las variables anteriormente definidas:

- Variable independiente: Factores que influyen en el consumo
- Variable dependiente: Comportamiento de la sociedad Guayaquileña hacia el arte

Considerando las variables se diseñará un cuadro de operacionalización de variables, el cual persigue que se evidencia una interrelación entre las variables y las interrogantes para la recolección de datos; se realiza para demostrar la pertinencia de las preguntas del cuestionario en la investigación.

Tabla 1: OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE (COMPORTAMIENTO)

Comportamiento de la sociedad Guayaquileña hacia el arte

| Definición Conceptual | Definición operacional | Dimensión | Pregunta |
|--|--|----------------------|--|
| El comportamiento es un conjunto de respuestas hacia una situación determinada. En este caso, sería la respuesta de la sociedad en general hacia el arte. | El comportamiento se define con las actitudes y aptitudes del sujeto en cuestión, hacia un cosa o situación determinada. | Demanda del artista | 1-¿Qué perspectiva tiene usted de las distintas iniciativas que tiene la municipalidad de Guayaquil y el ministerio de cultura en cuanto al desarrollo del sector artístico? |
| | | Perspectiva de apoyo | 2-Por parte de las entidades gubernamentales ¿cómo percibe usted el apoyo brindado? |
| | | Aporte del artista | 3-¿Cómo piensa usted que se pueda fomentar el desarrollo sector artístico en Guayaquil? |

Tabla 2: Operacionalización de la variable Independiente (FACTORES)

| Consumo de arte en la ciudad de Guayaquil | | | |
|--|--|------------------------|---|
| Definición Conceptual | Definición operacional | Dimensión | Pregunta |
| El consumo es la utilización de bienes y servicios para la satisfacción de necesidades. El arte es la manifestación de la actividad | El consumo de arte es la utilización de las manifestaciones humanas para la satisfacción de una necesidad. | Perfil del consumidor | -Edad____ -Sexo: Hombre____ Mujer____ -Sector donde reside:Norte____ Sur__Centro__ Suroeste____ |
| | | Lugares de preferencia | -¿En qué lugares usted preferiría consumir arte en la ciudad de Guayaquil? Teatros____Museos____Lugares turísticos____Otros____ |
| | | Frecuencia de consumo | -¿Con que frecuencia usted consume arte en la ciudad de Guayaquil?1 o 2 veces por semana____; 1 vez al mes____: Cada 6 meses____;Una vez al año____ |

**humana
mediante la
cual se
interpreta lo
real o se
plasma lo
imaginado
con recursos
plásticos,
liguísticos o
sonoros.**

Medios de difusión -¿A través de qué medio o medios se entera de las actividades culturales que se ofertan en la Ciudad de Guayaquil? Radio___Prensa escrita___; Redes sociales___; Televisión___; Otros: _____

Conocimiento -¿Conoce usted las distintas iniciativas que actualmente se están ejecutando en la ciudad de Guayaquil, en base al desarrollo del sector artístico? Si___No___

-¿Qué iniciativa conoce usted que se esté ejecutando o se haya ejecutado dentro de la ciudad? Califíquela según su percepción.

Muy bueno___; Bueno___; Regular___; Malo___; Muy Malo___

-¿Qué percepción tiene usted, sobre los distintos murales en gran formato que están distribuidos por la ciudad? Arte / cultura___; Vandalismo___; Fines políticos___;El mensaje no es claro ___

Percepción

-¿Usted considera que los murales en gran formato, distribuidos por la ciudad afectan directamente su estado de ánimo? Si___No___; Le es indiferente___

-¿Qué emociones siente cuando observa un mural, tomando en cuenta las obras en gran formato que están distribuidas por toda la ciudad?

Asombro___; Desagrado___;Orgullo___;Alegría___;Tristeza___;Apatía___

¿En qué ámbito cree usted que Guayaquil se beneficiaría como ciudad al desarrollar correctamente el sector artístico?

Social___ Cultural___ Comercial___ Turístico___

Aporte

Capítulo III

Resultados de la Aplicación de Instrumentos

Entrevistas a profundidad

Se procedió a realizar entrevistas a profundidad a artistas plásticos del medio, tomando en cuenta su trayectoria y reconocimiento de su obra. Los cuales conocen a cabalidad el medio y saben de la importancia del correcto desarrollo del sector para la sociedad. Es importante destacar que los artistas entrevistados tienen una visión distinta, debido que ellos se encuentran en contacto directo con el consumidor.

Adicionalmente, las entrevistas se realizaron en los talleres de cada uno de los artistas involucrados, ésta se realizó de manera abierta, para que el entrevistado se sintiera cómodo en su respuesta, sin embargo en todas las entrevistas realizadas se siguieron parámetros que determinarían el flujo de cada una de las preguntas de investigación. Considerando la entrevista Barcelo Vereá (2004), indica que:

Tanto lo que las personas dicen y hacen, se entiende como el resultado de su entorno. Por lo que, la tarea principal del fenomenólogo es identificar las características del individuo como tal, para así poder interpretar correctamente este proceso, es otras es el intento de analizar y ver las cosas desde la perspectiva del individuo, esto sirve para lograr una experiencia más subjetiva (p.62).

De acuerdo a esta cita, los entrevistados, daran respuestas que formulan de acuerdo a las condiciones del entorno artístico donde se han desenvuelto, y al cual se sienten pertenecientes. Es oportuno citar a Barcelo Vereá, debido a que es necesario conocer la trayectoria del artista, así como el tipo de arte al cual se dedica, de esta manera, se puede interpretar su respuesta considerando sus experiencias.

Tabla 3: Respuestas de los artistas (1/2)

| Nombre | Ramo Artístico | Años de Experiencia | Obra | Menciones | Exposiciones | Premios | ¿Qué lo influenció? |
|-------------------------------|-----------------------|----------------------------|--------------------------|--|--|---|---|
| Gunther Córdoba Rendón | Artista Plástico. | 7 años. | Bienal 2014-2016. | Honal en FAAL 2016 – Dibujo. | Museo Luis Noboa 2017. | FAAL 2018 categoría pintura. | El arte persa. |
| Hermel Quezada | Artista Plástico. | 31 años. | | | Manta, Ambato, EEUU. | 1er lugar salón nacional Luis Martínez. | Nací para esto y me críe en un entorno selvático. |
| Edgar calderón | Pintura. | | Caminantes por el mundo. | Miembro de la asociación de artistas de las peñas. | EEUU, costa rica, Colombia, Francia, España. | 1er lugar en salón Latinoamericano de California. | Es mi vocación uno nace con eso. |

Tabla 4: Respuestas de los artistas (2/2)

| Nombre | Algo breve sobre su trayectoria | ¿Cómo considera su obra? | Perspectivas de la gestión cultural de los organismos | Percepción del apoyo | ¿Cómo fomentar el desarrollo artístico? | ¿Qué beneficios traería? | Influencia de los murales a gran formato | Impacto de la creación de espacios urbanos |
|-------------------------------|--|--|--|---|---|--|--|---|
| Gunther Córdoba Rendón | Hice una combinación del arte persa que se ve en tapetes y pensé ¿por qué no en la pintura?. | La considero Biometría, porque el arte está en todo. | Las iniciativas del RUAGC, permiten al artista ser reconocido y participar en mayores eventos. | Si hay apoyo, pero algunos artistas que no quieren participar porque piensan que el RUAGG funciona como un RUC. | Desde pequeños con un acercamiento a las artes, a la música, pintura. | Una sociedad más conocedora de lo que en sí son las artes. | Se fortalece la identidad cultural. | Sería un impacto positivo, principalmente para los jóvenes y su acercamiento al arte. |
| Hermel Quezada | en Estado Unidos cuando vendí mi primer cuadro y | Se inspira en las selvas vírgenes y sus animales. | Todo movimiento artístico que se haga es aplaudible. | No se le da mucho apoyo a los artistas jóvenes. | Haciéndole leer un libro mensualmente a los niños. | Personas que aprecien mejor el arte. | Es arte testimonial que está ahí de generación | Mayor aporte de la sociedad al arte- |

pagaron lo que
marcaba.

en
generación.

**Edgar
Calderón**

Caminantes
por el mundo
es una
trascendental
para mí, trata
acerca de los
migrantes.

Mi obra
representa la
realidad.

El arte no es
un espacio
para que se
vea bonito y
eso es lo que
hacen desde el
ministerio de
cultura.

Apoyan de
acuerdo a los
intereses
políticos.

Dándole
oportunidades a
los niños de
experimentar en
el arte.

Adultos que
aprecien el
arte autóctono
y nuestro.

siempre que
tengan un
aporte
cultural
influyen en
la identidad
de los
pueblos.

Los espacios
urbanos deben
poder reflejar la
identidad de la
zona.

Interpretación de las respuestas ofrecidas en las entrevistas

Se preguntó a los entrevistados acerca de su perspectiva sobre las iniciativas que tiene la municipalidad de Guayaquil y el Ministerio de Cultura en cuanto al desarrollo del sector artístico. La mayoría manifestó estar de acuerdo, en que la cultura sea tomada en cuenta desde los espacios públicos de la ciudad. Sin embargo, Edgar Calderón, artista con trayectoria y exposiciones internacionales manifestó que la cultura, “no es llenar espacios para que se vean bonitos” lo cual, se entiende como una crítica a la manera como gestionan el arte desde las instancias públicas, así lo hizo saber el entrevistado.

La posición antes descrita, ocasiona que exista un sesgo en cuanto a la percepción de lo que en verdad quieren los ciudadanos en su ciudad. Con respecto a la percepción de los ciudadanos, Contreras (2106) “la realidad establecida por el hombre como espacio social, se ocupa del análisis de la construcción social de la misma y de la relación que existe entre el pensamiento humano y el contexto social en el cual se origina” (p. 19). Es decir, estos espacios influyen en la construcción social acerca del arte y de los eventos humanos en sí. El entorno en el cual se desarrolla y construye una ciudad, esta determinado en base a la percepción que la sociedad tiene en torno a lo que ellos perciben como cultura, es decir la forma de sus estructuras, parques y centros turísticos están determinados por lo que el ciudadano percibe de su entorno.

Esto puede aplicarse según Anguiano y Pancorbo (2008) “como subsistema del sistema del Marketing, va a estudiar el comportamiento de las ciudades a partir de sus necesidades, pero también de los deseos de cómo quieren que se desarrollen los ciudadanos y demás consumidores de la misma” (p. 743).

Uno de los principales objetivos del marketing urbano es la de facilitar el proceso de intercambio de información que se da por parte de la ciudadanía, por medio de investigación y estudios de mercado en los cuales, se buscan iniciativas que se adapten a los gustos y preferencias de la sociedad actual, generando así eventos y espacios públicos más acordes al folclore de la ciudad, en palabras resumidas busca conectar a la ciudad con las necesidades de la ciudadanía en cuanto a: seguridad, ciudadanía, salud, educación y turismo.

Por otro lado, los artistas opinaron que la mayoría de las veces las personas no entienden el mensaje que se pretende comunicar a través del arte, porque no lo conocen, lo cual es un campo de carentes estudios, porque la mayor parte de las promociones artísticas presentan únicamente el producto final de un artista y no tanto la inspiración, ni el concepto detrás del producto final. Sin embargo, 2 de 3 artistas consultados aplaudieron la gestión artística desde estos espacios, principalmente por la existencia en sí del espacio para el arte.

Según Martínez (2012) “el objeto de arte encarna intenciones y expectativas que modifican el contexto social en el que está incluido” (p. 178).

En segundo lugar, se preguntó a los artistas entrevistados acerca de su percepción del apoyo brindado por entidades gubernamentales y las respuestas a estas preguntas fueron variadas, pero tienen una idea que las une a todas, los propios artistas deben realizar las gestiones culturales, principalmente, por la capacidad de hacer entender lo que se quiere explicar a través del arte y mantener una diversidad artística inclusionista.

Entre las variadas opiniones está la del artista con menos trayectoria, Guther Córdoba que afirma que los planes referentes al arte que brinda el Estado son varios, como RUAGC que funciona como un registro y censo de artistas, que les abre las puertas a eventos estatales.

Edgar Calderón, por su parte denuncia una falta total de la esencia del arte en los murales de la ciudad, a lo cual agrega que el arte debe generar algún tipo de aporte positivo para la ciudad en comparación con los monumentos que arquitectos crean sin razón aparente. Por su parte, el tercer entrevistado denuncia que existe un sesgo con respecto a la planificación de proyectos artísticos a desarrollarse en la ciudad, en donde se les dá preferencia a unos y a otros no.

Esta última idea, coincide con la opinión descrita en la pregunta anterior “no es llenar espacios para que se vean bonitos”; es decir, el arte tiene muchas aristas por lo que es una expresión humana y estos artistas hacen hincapié en que debe ser aceptado tal cual es, porque representa la vivencia de la sociedad.

Asimismo, se consultaron las propuestas que los artistas consideran necesarias para el desarrollo cultural en Guayaquil, a lo cual Edgar Calderón respondió con una idea precisa y clara, diciendo que “a las personas se las involucra desde temprana edad en las escuelas y colegios por medio de talleres, afiches y videos. Para de esta forma incentivarlos a querer conocer más temas en cuanto a arte”. Este experto, manifiesta la necesidad de incorporar actividades artísticas desde la formación temprana como principal línea para el desarrollo artístico en la ciudad.

Los demás entrevistados se enfocaron en los beneficios del desarrollo de la actividad artística en la ciudad, mencionando que la misma sería importante para cambiar la percepción errada que tiene la sociedad acerca del artista y elevaría el conocimiento en el tema, con lo cual las personas estarían en mayor capacidad de apreciar el arte y disfrutarlo, sea cual fuere su vertiente.

También es importante señalar la opinión de Hermel Quezada, que explica que la apreciación del arte proviene de la educación que los niños reciben, narra que en Europa o Estados Unidos a los niños les hacen leer un libro por mes, mientras que en los países de América Latina el contacto con el arte no comienza en la formación temprana, a lo que concluyó que tanto en Ecuador como en cualquier otro país, los niños deberían tener mayor contacto con las distintas vertientes del arte.

Por último, los artistas identificaron los beneficios que traería el arte muralista y en general, a la capital del Guayas, coincidiendo la mayoría en que el mayor aporte es el fortalecimiento de la identidad de la zona, tomando como base la premisa de que la sociedad incluye en el artista y viceversa. El acervo cultural se fortalece con los murales y es una obra que puede pasar de generación en generación como testimonio de un evento. También enfatizaron en que la creación de espacios culturales atraían principalmente a los jóvenes, lo cual enriquece su formación integral.

En líneas generales, estos artistas mencionan la necesidad de incrementar el conocimiento en materia de arte en la sociedad, con el fin de elevar el entendimiento del mismo y su disfrute. Asimismo, destacaron la idea de que el artista es el que debe gestionar el arte debido a que es el que conoce las necesidades y las distintas formas de arte. El arte gestionado desde los entes gubernamentales son importantes, pero estas actividades deben ir regidas por artistas para que el impacto sea de mayor embergadura.

Interpretación de los Resultados de las Encuestas

El análisis e interpretación de la información obtenida, será de gran ayuda para el desarrollo y entendimiento del tema de estudio.

Para elaborar un perfil del consumidor cultural se tomara en cuenta los factores que condicionan su conducta, Según Rufín y Medina (2012):

El comportamiento del consumidor cultural es un asunto complejo, más si cabe que el del consumidor de cualquier producto comercial debido que depende de dos factores: endógenos que son las percepciones, creencias, actitudes y motivación y de los factores exógenos que son la cultura y clase social de pertenencia, grupos de referencia, influencias personales y estilos de vida (p.264).

La conducta de las personas está condicionada por su percepción, creencia y actitudes. Esto se refleja en lo que el individuo percibe como arte, al mismo tiempo tiene relación con sus grupos de referencia, influencias y estilos de vida. Entender estos conceptos son de vital importancia para comprender que así como se definen características específicas para las personas que consumen un determinado producto, esto también puede aplicarse al arte, debido que el hecho de adquirir una obra de un artista reconocido haría que la personas que la adquiere ganaría reconocimiento y estatus social dentro de sus grupos de interes.

Son muchas las motivaciones que inciden en la comportamiento del individuo al momento de consumir arte, tales como:

- Motivaciones Físicas: relacionadas con la salud física y mental del individuo
- Motivaciones Culturales: factor de evolución personal, a través del conocimiento de otras culturas y países o la ampliación del conocimiento artístico e histórico.
- Motivaciones Interpersonales: como un instrumento de desarrollo emocional, que se satisface visitando a familiares, amigos o estableciendo nuevas relaciones.

- Motivaciones Sociales o de Prestigio: logros sociales, como ser reconocido, apreciado y proyectar una buena imagen.

Los datos recopilados, brindan una mejor visión en torno a los factores que influyen directamente en el consumo de arte por parte de las personas que habitan en la ciudad de Guayaquil.

Lugares de preferencia

En cuanto a los lugares que las personas prefieren para consumir algún tipo de arte, se obtuvo que el 56 % de los encuestados prefieren lugares turísticos como su primera opción a visitar, esto puede deberse al fácil acceso que éstos tienen para el público, el hecho de que las personas visiten lugares emblemáticos de la ciudad es una buena iniciativa, ya que de una u otra manera éstos están consumiendo medios culturales, debido que muchas de las propuestas en pro de mejora del sector artístico están ubicadas en lugares visibles y cerca de puntos turísticos.

Por otro lado, el consumo de arte en museos dio como resultado un 19%, que queda como segunda opción a visitar por parte de la ciudadanía.

Sin embargo, a pesar de ser una segunda alternativa, el porcentaje de personas es muy bajo referente al total de los encuestados, un factor que puede estar influyendo en cuanto a la decisión de visitar o no un museo es la falta de iniciativas por parte de los centros culturales en cuanto a ofrecerles una propuesta distinta o mucho más atractiva para el consumidor actual, de acuerdo a la comparación de lo planteado por los artistas en las entrevistas y el resultado de las encuestas.

La tercera opción para los ciudadanos son los teatros con un porcentaje del 13%. El hecho de tener como primera opción visitar lugares turísticos, es un punto a favor para el desarrollo del sector artístico, pero al no tener un equilibrio en relación a la visita de museos o teatros, ocasiona que con el tiempo la población pierda aún más el interés por visitar algunos de estos centros culturales, provocando que el sector artístico no se desarrolle de manera correcta o tenga el efecto deseado en la ciudadanía.

Frecuencia de consumo

El 24 % de los encuestados consume arte al menos 1 o 2 veces por semana, esto está relacionado al lugar de preferencia donde las personas prefieren consumir arte, debido que las personas que visitan lugares turísticos tienen la tendencia de hacerlo al menos 1 o 2 veces por semana, esto es un punto a favor con base a la gestiones que se están ejecutando en mejora del sector artístico, es decir, que se crean espacios culturales en zonas turísticas.

Esto se evidencia en el cruce de variables, en donde se determinó que las personas prefieren visitar al menos una vez los lugares turísticos de la ciudad, pero se evidencia que al menos el 41% de los encuestados prefieren ejecutar alguna actividad relacionada al sector cada 6 meses. Esto seguido por un 29% que prefiere hacerlo una vez al año simplemente, significa que el 70% de la población destina solo dos días al año en actividades que generen algún fin artístico.

Al usar de manera correcta las variables del marketing, aplicándolas al sector artístico, se elaborarían estrategias que estén acordes a los nuevos consumidores, mismo que se sienten atraídos por el arte y todo lo que este representa, sin embargo, actualmente no se tienen propuestas atractivas que motiven al consumidor a apreciar y entender el arte como tal, por lo cual si se aplican las 4p del marketing se identifica que:

- **Producto:** Obra del Artista
- **Plaza:** teatros, galerías, museos, entre otros.
- **Precio:** definir el precio de la una obra es complejo, puesto que su valor se lo da la sociedad y depende mucho del carácter de la obra como de la trayectoria del artista.
- **Promoción:** El arte en cuanto a su promoción, se referiría a la publicidad de exposiciones, eventos y meritos del artista.

Lord y Lord (1998) afirman que “el marketing en los museos está directamente relacionado con el desarrollo de la audiencia. Su objetivo es consolidar una base amplia de visitantes y al mismo tiempo contribuir a estrechar las relaciones con los visitantes asiduos” (p.32).

Esto referido a la relación del marketing con el aumento de expectadores dentro de los museos, considerando la variable conocimiento. Adaptarse a los nuevos consumidores en base a sus gustos y preferencia, buscando homogenizar el mensaje para todos. Generando que la sociedad en si se involucre cada vez en medios culturales. Para Sucharcuzk (2015) “uno de los puntos fundamentales de esta metamorfosis institucional es la apertura hacia el público en un intento de democratizar y favorecer el acceso de todos los grupos sociales según sus necesidades y expectativas (p. 17).Es importante esta cita porque para incrementar el público en museos, es necesario que se tomen en cuenta sus necesidades, las preferencias e intereses de las personas que se pretenden atraer.

Conocimiento

El 90% de los encuestados conocen las iniciativas que se están ejecutando actualmente en torno al desarrollo del sector artístico en la ciudad de Guayaquil, evidenciando que a pesar de que la población tiene conocimiento, estas acciones no están logrando el efecto deseado en cuanto a las visitas de museos o teatros ubicados dentro de la urbe, tal como se detalló con anterioridad la frecuencia de consumo por parte de los encuestados es relativamente baja, denotando un desinterés por conocer la cultura de la zona.

Según Andrés y Ríos (2006) “el conocer es un proceso a través de cual un individuo se hace consiente de su realidad y en éste se presenta un conjunto de representaciones sobre las cuales no existe duda de su veracidad” (p. 112).

Según la cita de los autores Andrés y Ríos para que un individuo sea conciente de su entorno, este debe enterder y comprender el significado de lo que le rodea.

Las iniciativas de mayor reconocimiento por parte de la ciudadanía son Guayarte con un 37% seguido por el festival de artes al aire libre (FAAL) con un 24%. Actualmente Guayarte es una

iniciativa totalmente nueva que se inició como un proyecto en el cual los guayaquileños tengan un espacio donde puedan tener un mayor acercamiento con el ámbito artístico. De la misma forma el FAAL es un evento que viene dándose desde hace ya más de una década. Ambos eventos se dan al aire libre, con el fin de lograr una mejor interacción entre el artista y el público.

Un motivo por el cual Guayarte está teniendo la aceptación que tiene actualmente puede referirse a los beneficios informativos y utilitarios que tiene el individuo en base al consumo de arte, esto se da debido que es un proyecto nuevo y por ende es visitado por muchas personas, mismas que desean conocer el lugar y al mismo tiempo, relacionarse con las personas que pertenecen a ese medio.

Los murales con un 10% de reconocimiento por parte de la ciudadanía, a pesar de que en la ciudad de Guayaquil desde hace ya algunos años se ha implementado planes donde se brinden espacios públicos donde los artistas pueden ejecutar murales en gran formato.

Las escalinatas tienen un 4% de reconocimiento, esto puede darse debido a que la ciudadanía en muchos casos, pasa por desapercibida la obra del artistas.

En cuanto a la aceptación, al menos el 45% de los encuestados considera buena la gestión realizada por parte de los distintos entes gubernamentales, seguida por aquellos que consideran muy buena las acciones antes mencionadas, con una 35% sumando entre ambos el 80% de aceptación que considera positivas estas gestiones.

Medios de difusión

La primera opción por la cual las personas se enteran de la distintas actividades culturales, es la televisión con un 38%, seguido por las redes sociales con un 28%, otro medio tradicional es la radio con un 16% y por último la prensa escrita con un 14%.

Las personas reciben la mayor parte de la información brindada por la televisión. Las redes sociales son de vital importancia debido que los consumidores están en constante uso de las mismas. Según Harold (2012, p.122) “los medios de difusión involucran tanto los medios tradicionales como los espacios virtuales, dentro de los cuales destacan las redes sociales y los

diversos mecanismos de interacción con grupos de personas con el apoyo de la tecnología”(blogs, wikis, etc)”. En la actualidad las personas tienden a buscar información en la redes sociales, motivo por el cual, esta opción ha tomado fuerza con el tiempo, haciendo que tenga un gran peso como medio de información para la personas.

Así lo afirman Ramón y López (2016) “la tendencia apunta a que los consumidores cada vez forman parte del proceso de comunicación, provocando un acercamiento entre el público y la marca (p. 17).

El acceso a la comunicación cada vez es más fácil y mayor, haciendo que los consumidores adquieran conocimiento con mayor facilidad que antes. Esto hace que las personas por ejemplo puedan saber sobre la vida de un artista en general simplemente accediendo al internet. Esto hace que el puente comunicacional que existe entre el consumidor y los artistas se acorte.

La forma de comunicar con el paso del tiempo cambia, esta apunta a mercados que se encuentran en constante crecimiento. La manera en que se comunique el mensaje para el consumidor final, tomando en cuenta que en varios casos la información que se desea brindar estaría más dirigida a un público ya especializado, sin embargo el arte como medio cultural pertenece a la sociedad en general, esto ocasiona que el mensaje debe adaptarse en varios casos a un público que maneja un breve conocimiento en lo que se refiere a términos artísticos, por ende el mensaje debe ser atractivo y claro, para que este logre alcanzar el efecto deseado.

Percepción

En cuanto a la percepción que tienen las personas en base a los murales en gran formato que están distribuidos por la ciudad, podemos evidenciar que existe una percepción errada entorno al significado o el fin de un mural con carácter social.

La potencia que tienen estas propuestas y su alto nivel de creatividad, permite tener otra perspectiva, una realidad social. Las personas que forman parte en el ámbito artístico tienen una visión totalmente diferente, estas ideas son expresadas por medio del arte. “Estos métodos son mucho más expresivos que los convencionales (Lía Bang, 2013).”

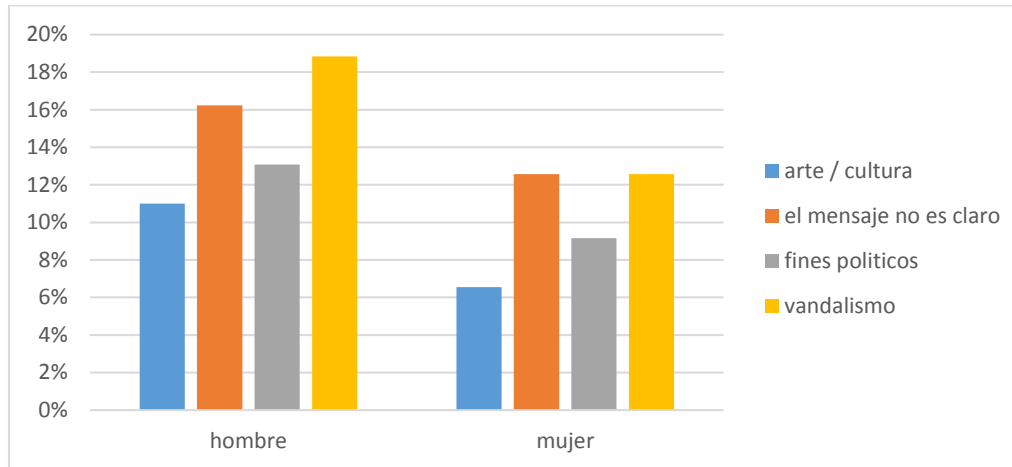


Figura 2: *Percepción del arte en hombres y mujeres.*

Fuente: Elaboración propia, investigación directa.

En la figura 2 se observa que un 11% de hombres y un 7% de mujeres encuestadas consideran que un mural es sinónimo de arte y cultura. Por otro lado, un 13% de hombres y un 9% de mujeres consideran que un mural tiene fines políticos. Es decir que al menos el 18% de la población encuestada indica que el desarrollo de murales alrededor de la ciudad generaría un gran aporte cultural, sin embargos este se lo puede llegar a identificar con algún fin político. Además, un 16% de hombres y un 13% de mujeres indican que un mural es de difícil comprensión o en muchos casos el mensaje no está completamente claro. Un alto porcentaje de hombres 19% y un 13% de mujeres consideran como vandalismo pintar las paredes de la ciudad.

En otras palabras, existe un bajo porcentaje de hombres y mujeres que consideran a los murales como arte o cultura. Otra parte de la población no puede distinguir el mensaje o lo considera como propaganda política. Peor aún, la mayor parte de los encuestados considera que un mural es un acto de vandalismo.

Vargas (1994) considera que “la percepción es biocultural porque, por un lado, depende de los estímulos físicos y sensaciones involucrados y, por otro lado, de la selección y organización de dichos estímulos y sensaciones” (p. 47).

Un mismo mensaje con distintos significados, que depende de la percepción del observador al no tener un concepto claro de lo que representa el arte mural y de su importancia para la sociedad, como medio de expresión artística.

Uno de los problemas al que inevitablemente se enfrenta, de acuerdo a Martínez (2012):

La antropología del arte es el de la universalidad de la experiencia estética. Es decir, si es posible entender el arte como una categoría común a culturas diferentes, y a partir de ahí extender el valor y el juicio estético para la composición de una teoría transcultural del arte (p.173).

Es de gran importancia entender los conceptos básicos en cuanto a materia de arte se refiere, para que así de manera indistinta se lo pueda comprender, apreciar y darle la importancia que éste tiene en la sociedad. Lo que indica que las personas tienen un bajo conocimiento en cuanto a términos de arte o cultura, de esta forma llegan a tener una idea errada, provocando que exista un sesgo en la población, en base a las iniciativas que se están tomando en pro de la mejora del sector artístico.

En cuanto si un mural afecta o no el estado de ánimo de las personas que pertenecen a un sector en general, se encontró que al menos el 86% de la población siente que su estado de ánimo se ve influenciado por el mural. Esto se da de acuerdo al Comercio (2017) a que “mientras se observa o se crea una obra de arte, el cerebro realiza acciones de movimiento, de tomas de decisión y de memoria. Toda la información entre sus áreas se lleva a cabo en diferentes canales o frecuencias cerebrales que generan determinados patrones”(p.3). Es el sentimiento de empatía que se genera al entender el carácter de la obra.

Según Vargas (1994) la emoción “es el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social” (p. 48). Es la interpretación del individuo en base al carácter de la obra, su significado se da en base al entorno al cual este se desarrolla.

Una de las principales emociones que percibe el espectador al momento de estar frente a un mural, son las de asombro y orgullo. Para poder llegar a este hallazgo se identificó la relación que existe entre la influencia en el estado de ánimo y las emociones que este genera en el espectador, se menciona este detalle para poder recalcar la importancia e influencia que tiene el arte sobre la sociedad por lo tanto, ésto alimenta el sentimiento de patriotismo y compromiso social, entre los ciudadanos.

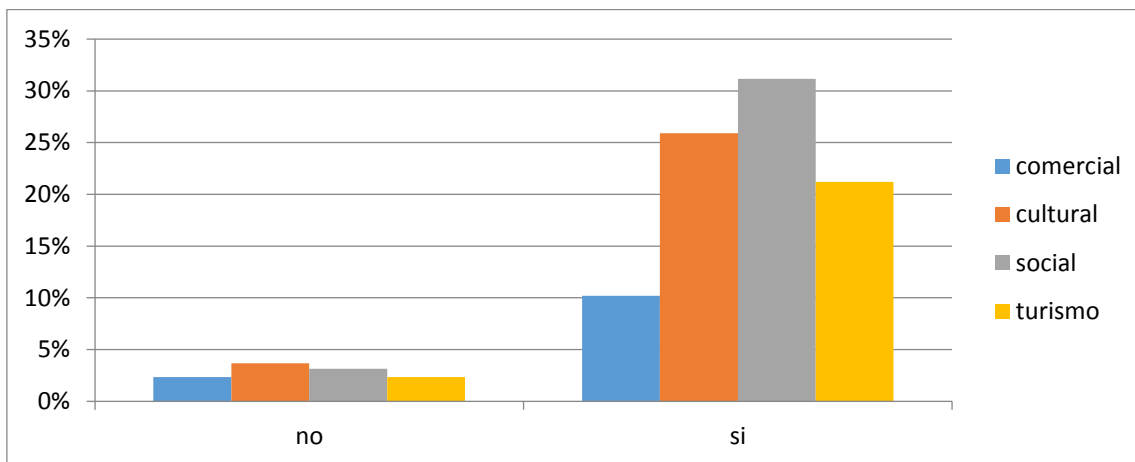


Figura 3: *Percepción del entrevistado con respecto a los beneficios del desarrollo del arte, para la ciudad.*

Fuente: Elaboración propia, investigación directa.

De forma general, el 57% de los encuestados coinciden que el desarrollo del arte beneficia a la ciudad de alguna manera. Desglosando las opiniones de los entrevistados se tiene que, un 10% de los entrevistados opinan que el arte beneficia a la ciudad de forma comercial, un 26% de forma cultural, un 31% de forma social y un 21% de forma turística. Temas como el desarrollo comercial y turístico son importantes, sin embargo las personas consideran que los puntos antes mencionados tendran un mayor impacto en el desarrollo de la ciudad.

Aporte

El 34% de los encuestados considera que el desarrollo correcto del sector artístico, generaría beneficios sociales para la ciudad, esto con base en que un 30% de la población objeto de estudio manifiesta que esto sería un gran aporte cultural. El hecho de que la población tenga la percepción de que la ciudad ganaría aportes positivos en el ámbito social y cultural es importante, debido a

que las personas relacionan que el arte es sinonimo de social y cultural. Teniendo en cuenta que el desarrollo urbano de la ciudad se dá en base a la percepción cultural de sus habitantes.

Las personas tendrían una mejor visión y entendimiento de la importancia de las distantas obras que estan distribuidas por toda la ciudad, consiguiendo de manera indistintas que se logra el efecto deseado que tiene un mural.

Toda esta infomación recopilada ofrece una visión distinta del consumidor y su percepción en torno al consumo de arte en la ciudad de Guayaquil, encontrandose un consumidor que tiene conocimiento de las distintas iniciativas que se están desarrollando en pro de mejora del sector artístico, sin embargo éste no tiene una alta frecuencia de consumo y tiene tendencia a vistar lugares turísticos, dejando de lado el uso de museos o salas de teatro como medios de difusión artística.

Esto se refleja en el consumidor y su percepción del arte, sumado a un bajo nivel cultural por parte de la sociedad. Ocasionando que las personas perciban las distintas propuestas, pero en muchos casos, no son comprendidas por la sociedad debido a la complejidad de su mensaje, o quizás por el hecho de elaborar temas que no están acordes al sector en el cual éste se desarrolla, teniendo como consecuencia una obra que impacta en base a las emociones que ésta genera, pero no se logra el objetivo principal, que es trasnmitir el mensaje.

Conclusiones y Recomendaciones

El consumo de arte en la ciudad de Guayaquil ha ido cambiando conforme han pasado los años, esto se debe a los constantes cambios sociales y culturales que últimamente han ocurrido en la ciudad; la apertura que ha tenido la ciudad en espacios donde se puede expresar y consumir arte en la misma son acertadas, sin embargo por el bajo nivel socio cultural de los guayaquileños estas iniciativas pasan desapercibidas debido que, el ciudadano no tiene la motivación para conocer el significado del arte guayaquileño y por lo tanto, en sus grupos de referencia no hay alguien que los influyan a su compra.

Por otro lado, otro factor que influye al consumidor a no ver como necesidad comprar arte es la poca o casi nula realización de las escalas inferiores de la pirámide de necesidades Maslow, ya que Maslow plantea que primero se satisfacen las necesidades fisiológicas, luego de seguridad y en tercer lugar las sociales en donde el arte se aprecie en forma de expresión, o en el caso de los artistas, en forma de autorrealización. Mientras las personas tengan necesidad de seguridad, techo, alimentación, no tendrán tiempo si motivación de apreciar el arte.

Los Guayaquileños, tienen una perspectiva buena en cuanto al desarrollo del sector artístico, sin embargo al denotar un bajo nivel en cuanto a temas culturales, estos admiran el carácter de la obra, por lo tanto, en la mayoría de las propuestas dispersas por toda la ciudad el mensaje no está claro para los ciudadanos.

Esto también se encuentra en la percepción que tienen las personas en cuanto al significado de un mural, en su mayoría piensan que un mural solo tiene fines políticos o lo relaciona con vandalismo. Es importante mencionar que, esto es un indicio para que las personas se preocupen en crear cultura de conocimiento en lo que se refiere a temas artísticos.

En la mayoría de personas encuestadas al observar un mural artístico en Guayaquil , llegan a sentir algún sentimiento referente a la obra, entre los que destacaron alegría y asombro, debido que en el cerebro se activan las neuronas espejo permiten la empatía con el mensaje de la obra, puesto que un mural artístico tiene como esencia el entorno social que lo rodea. Las actuales iniciativas que ofrece la municipalidad es un gran paso para el desarrollo cultural que puede no

llegar a tener el efecto deseado, debido al bajo nivel cultural que tienen las personas, por lo tanto, las personas sienten asombro al observarlas e incluso puede llegar a afectar su estado de ánimo, mas estas obras al ser tan complejas no consiguen transmitir el mensaje a una sociedad que no está preparada para esos conceptos.

Toda iniciativa en pro de mejora del sector artístico es acertada, así lo percibe la población. Tomando en cuenta que los principales beneficios para la ciudad sería una ciudadanía más culta. Más de la mitad de los encuestados coinciden que como beneficio principal para la ciudad el desarrollo del sector aumentaría los niveles sociales y culturales, así coinciden varios de los artistas entrevistados, en que para tener una mejor sociedad se debe implementar una cultura de conocimiento de arte, en la cual todos nos involucremos, debido que una de las bases para el avance de una ciudad es dándole la importancia que el desarrollo correcto del sector artístico tiene para contribuir con la sociedad.

Recomendaciones

Con base en el estudio ejecutado, se deja como evidencia que la sociedad actual, tiene muchas falencias en cuanto a la comprensión correcta del sector artístico motivo por el cual, se deben implementar planes de marketing donde se incentiven las visitar a los distintos centros culturales con los que cuenta la ciudad.

Se recomienda tanto a entes gubernamentales como a la colectividad artística elaborar campañas comunicacionales para cambiar la percepción que tienen los ciudadanos en cuanto a temas artísticos, buscando generar una sociedad más culta y desarrollada.

Recupera la esencia del arte mural en la sociedad, con base en conceptos que estén acordes al entorno en el cual éstos están ubicados, para que de este modo las personas se sientan identificadas con el mensaje de la obra.

Se recomienda asimismo al Ministerio de Educación que incluya dentro del currículo escolar, objetivos que se relacionen directamente con el arte, ya que a través de la formación temprana se

lograrán mejores resultados a largo plazo en apreciación del arte, así como la formación de ciudadanos integrales.

Bibliografía

- Águeda, E. T., Garía de Madariaga Miranda, J., Narros González, M. J., Olarte Pascual, C., Reinares Lara, E. M., & Sáco Vázquez, M. (2008). *Principios de marketing*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Azuela de la cueva, A. (2005). *Arte y poder: renacimiento artístico y revolución social México, 1910-1945*. Mexico D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Caballero, M. (2006). *La internacional comunista y la revolución latinoamericana*. Caracas, Venezuela: Editorial Alfa.
- Calderon, F. (1991). Memoria de un olvido. El muralismo boliviano. *Nueva Sociedad*, 146-152.
- Camille, M. (2005). *Arte Gótico visiones gloriosas*. Madrid: Ediciones AKAL.
- Clayman, M. (2012). *El ABC de los mitos de marketing*. En línea.
- Colet Areán, R., & Polío Morán, J. E. (2014). *Procesos de venta*. Madrid: McGraw-Hill interamericana de España, S.L.
- Corchón, S., Lucas, R., González-Tablas, F. J., & Bécares, J. (1989). *EL ARTE RUPESTRE PREHISTÓRICO EN LA REGIÓN*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca (España).
- Descals, A. (2006). *Comportamiento del consumidor*. Barcelona: UOC.
- El comercio. (15 de 05 de 2017). *¿Qué ocurre en el cerebro cuando se observa una obra de arte?* Obtenido de El comercio: <https://www.elcomercio.com/afull/cerebro-arte-estudio-ciencia-neurocientifica.html>
- El UNIVERSO. (14 de mayo de 2018). *Jorge Swett Palomeque, 'el gran muralista del Ecuador'*. Recuperado el 21 de enero de 2019, de

<https://www.eluniverso.com/noticias/2018/05/14/nota/6758901/jorge-swett-palomeque-gran-muralista-ecuador>

Feipe, B. (2016). comportamiento del consumidor: Los factores de influencia. *Revista científica multidisciplinaria base de conocimiento*, 613-630.

Font, X., Andreu, L., & Alcañiz, E. (2000). *Marketing de destinos turisticos*. Madrid: ESIC editorial.

Francés, R. (2005). *Psicología del arte y la estetica*. Madrid: Ediciones Akal.

Gobierno del Ecuador. (6 de Junio de 2017). *www.presidencia.gob.ec*. Obtenido de [www.presidencia.gob.ec: https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2_REGLAMENTO_GENERAL_A_LA_LEY_ORGANICA_DE_CULTURA_julio_2017.pdf](https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2_REGLAMENTO_GENERAL_A_LA_LEY_ORGANICA_DE_CULTURA_julio_2017.pdf)

Hadjinicolaou, N. (1999). *Historia del arte y lucha de clases*. Ciudad de Mexico: Siglo XXI.

INEC. (2012). *Estadística Demográfica en le Ecuador*. Quito: Ecuador en Cifras.

Jerome, B. (2015). *La educación, puerta de la cultura*. Madrid: Antonio Machado Libros .

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Dirección de marketing*. Naucalpan de Juárez: Pearson educación.

Lía Bang, C. (Septiembre de 2013). *El arte participativo en el espacio público y la creación colectiva para la transformación social*. Obtenido de [www.creatividadysociedad.com: https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/3608/CONICET_Digital_Nro.4839_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/3608/CONICET_Digital_Nro.4839_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Maldonado, L., & Sepich, j. (2008). *Ensayos sobre la imagen*. Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos aires: Universidad de Palermo.

- Mandel , C. (2007). muralismo mexicano: arte publico/ identidad/ memoria colectiva. *Escena revista de las artes*, 30 (61), 37 - 54.
- Manjarrez, M. G. (1999). *Tina Modotti y el muralismo mexicano*. Mexico: UNAM.
- Museo Nacional centro de arte Reina Sofia. (1994). *Museo Nacional centro de arte Reina Sofia*. Obtenido de Museo Nacional centro de arte Reina Sofia: https://www.museoreinasofia.es/sites/default/files/salas/informacion/206.06_esp_web_completo.pdf
- Preckler, A. M. (2003). *Historia del arte universal de los siglos XIX y XX*. Madrid: Editorial Complutense.
- Rivas, X. A. (2004). *Comportamiento del consumidor*. Madrid: ESIC editorial.
- Rivera Camino, J., Arellano Cueva, R., & Morelo Ayala, V. M. (2013). *Conducta del consumidor estrategias y politicas aplicadas al marketing*. Madrid: Esic Editorial.
- Rivera, D. (1985). *Diego Rivera en Detroit*. México.
- Rodríguez-Gómez, J. (2014). Murales Urbanos: amonestación en contra de la violencia. *Revista de ciencias sociales*, 198.
- Rubén, T. (2016). *El pequeño libro de la motivación*. Barcelona: Alienta Editorial.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. (1997). *Comportamiento del consumidor*. Mexico: Pearson Educación.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. Mexico: Pearson Educación.
- UNESCO. (2014). *Indicadores UNESCO de cultura y desarrollo. Manual Metodológico*. Francia: Organizacion de las Naciones Unidas.
- Vila Baldó, C. (2017). *el arte como influencia para el conocimiento*. valencia: Facultat de Belles Arts de Sant Carles.

Villagomez, A. (1997). La biología en el muralismo de Diego Rivera. *UNAM*, 26.

Visión de Futuro. (2015). La Segmentación del Mercado por el Criterio Psicográfico: Un Ensayo Teórico sobre los principales Enfoques Psicográficos Y su Relación con los Criterios de Comportamiento. *Visión de Futuro*, 33-50.

Winckelmann, j. J. (2011). *historia del arte de la antigüedad*. madrid: ediciones, Akal, S.A.

Wirth , L. (2005). *www.bifurcaciones.cl*. Obtenido de *www.bifurcaciones.cl*:
https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/43641605/El_urbanismo_como_modo_de_vida_Louis_Wirth.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1546883220&Signature=n2FUmvU88tcChmXzXhqbjibJZN4%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DEl_

anexos

Anexo 1: Entrevista a Gunther Córdova Rendón

- 7 años de experiencia como artista profesional
- Obra seleccionada en la bienal 2014 y 2016
- Mención de honor FAAL 2016 categoría dibujo
- Expuesto en el museo Luis Noboa 2017 arte en acción
- Ganador del FAAL 2018 categoría pintura

¿Cómo se inició en el arte?

Yo me inicié saliendo de la escuela de bellas artes, siempre supe que las artes se podían combinar con pintura. Primero empecé a analizar las pinturas contemporáneas que ofrecía, todo estaba dicho y ejecutado. Había que reinventar y empecé a apropiarme de algunos elementos iconográficos de la cultura persa. Empecé a utilizar esos elementos para construir una biometría que de manera proporcionada se le puede dar una armonía.

¿Cómo percibes que la sociedad guayaquileña consume el arte?

Si he analizado ese aspecto y la sociedad guayaquileña recibe y percibe las cosas bien. Cuando tiene que ver con la cultura y el arte y si lo reciben bien, aunque gran parte de la sociedad no tiene un conocimiento profundo de lo que son las artes, la mayoría tiene un conocimiento básico de lo que ellos creen que es arte, pero la sociedad lo conozca o no lo conozca, prefiere quedarse con el aporte.

En cuanto a las fundaciones y municipalidad, deberían crear un programa dirigido por los mismos artistas, para que la población conozca el arte urbano, contemporáneo y como la sociedad puede aportar a este.

¿Tu cómo crees que aportaría a la sociedad que los artistas y las personas puedan relacionarse?

Justamente ese tema lo hemos venido desarrollando con algunos compañeros artistas que conocen el tema que llegamos a conclusiones certeras en el aspecto, porque esa falta del

conocimiento en el arte, no solamente es un problema del país sino de la región, no es por culpa del estado. El estado tiene la responsabilidad de enseñar a los pueblos su propia cultura y todos hemos recibido cultura, nadie se puede quejar. Pero cuando hablamos de arte, la responsabilidad es del ser humano por la falta de interés en las cosas artísticas, entonces nos conformamos con recibir ciertos premios, pero nunca nos sentamos con nuestros hijos a contar sobre los artistas para que exista por lo menos un pequeño interés en los niños y cuando ya se hacen adultos tengan un conocimiento básico de como se maneja el arte en Ecuador.

El producto que tenemos es tan bueno como el extranjero sin embargo la gente prefiere sacar pecho y decir que lo compro afuera. Hay también buenos artistas en Ecuador. Lo de afuera es mejor, restándole importancia a lo nuestro, y hay personas que solo repiten que lo hecho en Ecuador es malo, debido a la formación. Una sociedad mas culta formará mejores ciudadanos.

¿Qué perspectiva tiene usted de las distintas iniciativas que tiene la municipalidad de Guayaquil y el ministerio de cultura en cuanto al desarrollo del sector artístico?

R: Considero que las actuales iniciativas que se están ejecutando en la ciudad, son bien recibidas por la sociedad, a pesar de que en varios casos las personas no tienen un profundo conocimiento en lo que es arte. Más allá de que lo conozca o no.

Por parte de las entidades gubernamentales ¿cómo percibe usted el apoyo brindado?

Actualmente existen muchos programas locales en los cuales se tiene como iniciativa apoyar al sector artístico, uno de estos es el RUAGC (registro único para artistas y gestores culturales). Indica que esto sirve como registro de identificación para los artistas y al mismo tiempo es un requisito para poder participar en proyectos estatales. Otro proyecto importante que se mencionó, es Guayarte, mismo que trabaja por medio del RUAGC. Sin embargo, considera que son los propios artistas los que deben hacer las gestiones culturales y no personas que no conozcan a profundidad las necesidades como artistas y sociedad. El problema con el RUAGG es que muchos artistas no lo toman en cuenta, porque piensan que a través del mismo se paga impuestos por las actividades que el artista vaya a realizar, sin embargo, el artista se debe dar por servido porque se

está dando a conocer y por cada proyecto aprobado al momento de la fiscalización debe pagar, al hacer cualquier aporte cultural. Si embargo considero que es una buena iniciativa.

¿Cómo piensa usted que se pueda fomentar el desarrollo sector artístico en Guayaquil?

Es importante que las personas se informen más en cuanto a materia artística, de este modo las personas entenderían el valor del arte para la sociedad y más que nada lo valioso que es el artista, indiferente del tipo de arte que estos expresen.

Anexo 2: Edgar Calderón Rivera

- Ganador del primer lugar en el salón latinoamericano de california año 2002
- Salón de Riobamba año 2004
- Exposiciones en: Italia, Francia, España
- Exposiciones en: Estados Unidos, Costa Rica y Colombia
- Exposición colectiva en Qatar
- Miembro actual de la asociación de artista de las peñas

¿Qué lo influenció a seguir esta carrera tan dedicada?

Es una vocación que nace con el ser humano, esas son las cosas maravillosas del ser humano que uno tiene que disfrutar lo que a uno le gusta hacer, y cuando eso sucede las cosas resultan.

Mencione algo breve sobre su trayectoria como artista.

El mural en que hice en el año 2005, en california que lo hice para la promoción de una tienda americana que se llama “caminantes por el mundo”. Esa obra se hizo en alusión a los migrantes, a la gente que cruza la frontera desde san diego para cruzar a los estados unidos, y habla de todo el calvario que esta gente sufre y que a la final, algunos logran cruzar la frontera y otros se quedan; y en eso me inspiré para hacer el mural. De hecho se publicó este mural, en una de las revistas.

¿Qué influye más, el artista sobre la sociedad o la sociedad sobre el artista?

Bueno el primero el artista tiene que pintar, aunque la sociedad no le mire y el artista depende de su obra para subsistir, entonces de cierta manera si influye la sociedad sobre el artista porque muchas veces el pintor tiene que pintar lo que a la gente le gusta para poder subsistir. El éxito está cuando la gente compra lo que al pintor le nace. Lo mas importante es pintar lo que al pintor le agrade y si eso gusta a la sociedad, si es recibido, si gusta en los circulos sociales en buena hora, si no es asi, entonces irá haciendo lo que sabe hacer y morirá, hasta que alguien aparezca en el

curso de la historia y diga ¡ay esta obra me gusta! Quien lo hizo? Pero a veces nunca aparece y entonces que se hace.

Con respecto a la obra “caminantes por el mundo” a usted lo conmovió el clamor o sufrimiento de las personas como migrantes al tener una ilusión y poder acceder a una mejor vida. -Así es, pero yo me enfoque en ese sector de la sociedad, los más vulnerables, pero aun así yo hice lo que quería hacer, porque está dando un mensaje, en este caso es el mensaje lo que vale, sin embargo al hacer esto, usted fue influenciado por la sociedad, las circunstancias que le llevaron a hacer esto. -Así es. La sociedad si tiene influencia en el artista, como fuente de información para que el artista pueda crear su obra.

¿Qué perspectiva tiene usted de las distintas iniciativas que tiene la municipalidad de Guayaquil y el ministerio de cultura en cuanto al desarrollo del sector artístico?

Manifiesta que Guayarte es una novelaría cultural, la esencia de la cultura guayaquileña esta en las peñas, pero como las casitas son de los grandes señores, de los reyes, de madera de guerrero, lod e la linea light de guayaquil, entonces son intocables, y como hay un gobierno atrás del patrimonio cultura que tiene un interes político en el municipio, no le dan el tiutlo que es. A las personas se les involucra por medio de promoción cultural y no con llenar espacios para que se vea bonito.

Por parte de las entidades gubernamentales ¿cómo percibe usted el apoyo brindado?

Indica que una cosa es lo que los entes estatales hagan y otra es lo que la sociedad asimile, depende de quién esté al frente, no siempre se les hace caso a los artistas, porque dentro de ese sector hay un grupo que según sabe más de lo normal y ellos son los responsables de lo bueno, de lo malo que haya en las calles. Entonces al final del día el artista termina haciendo lo que ellos quieren. Indica que existe un grupo de arquitectos que son responsables de lo existe actualmente en las calles. Existen varios monumentos en la ciudad que no tienen ningún fin cultural o que generen algún aporte positivo para la ciudad. Falta mucha cultura en cuanto a términos de arte.

Aquí falta mucha cultura, aquí está la cultura de la incultura, porque aquí se ha gastado tanto dinero y no sé en qué. No hace énfasis en lo que es el guayaquileño como tal, hay cosas representativas de la ciudad como los lagarteros, que es parte de la cultura, no se les dá énfasis, sin embargo se busca darle énfasis a conceptos modernos para los cuales las personas no están preparadas para entenderlos. Me refiero con esto a que talvez debería darsele mayor énfasis a lo que quiere el pueblo. Tiene que ver con rescatar valores de identidad de la ciudad.

Se han invertido millones de dolares en varias esculturas que no cumplen ninguna función en la ciudad, pero tu con la guía de turismo viniendo desde el extranjero y entras a la ciudad y te ponen las peñas como un sector de ruta obligada a visitar del turista porque se dice que aquí nació la ciudad. Las casas se están cayendo, están machadas no es lo que ellos muestran ellos.

¿Cómo piensa usted que se pueda fomentar el desarrollo sector artístico en Guayaquil?

A las personas se las involucra desde temprana edad en las escuelas y colegios por medio de talleres, afiches y videos. Para de esta forma incentivarlos a querer conocer más temas en cuanto a materia de arte.

Existe una ley de cultura en el Ecuador?

No, actualmente no existe dicha ley en el país.

¿Con esto está perdiendo mucho el país en el tema cultural? porque puede haber una fuga de patrimonio, pues no percibe apoyo por parte de los entes gubernamentales, ya que esta va a migrar, y si migra sus obras se venderían afuera y perderíamos el patrimonio cultural.

Es correcto, porque al estado no tiene interés en el área de cultura. Un ejemplo sería como el deporte que el país tendría que asistir a un campeonato olímpico para ser apoyado, porque si este no es clasificado a este tipo de eventos no es subsidiado, cuando no debería ser al revés.

¿Cómo usted cree que ven las personas al artista?

Estos son vistos como personas extrañas, como individuos malos, de ego crecido, todo menos un ciudadano honesto y respetable. No es aceptado como ciudadano respetable en la sociedad.

¿Usted cree que la asociación como las peñas están en pro del arte?

No, porque una galería de arte es un centro cultural con buenos temas en la sociedad “es un templo”, pero en esta asociación se hace todo lo contrario ya que no se promociona la cultura o el arte.

¿Por qué cree que se den este tipo de acciones?

Porque no ha llegado un director o presidente que tenga una visión hacia el desarrollo cultural del Ecuador.

¿Es importante la cultura para la sociedad?

Si, ya que sin la cultura la sociedad no podría seguir, no avanza, y si esta no avanza no podríamos evolucionar como sociedad en diferentes aspectos.

¿Cómo percibe usted al artista extranjero al artista nacional?

El artista extranjero es más visionario y apoyado por su país, un ejemplo sería Colombia tiene un premio nobel en literatura, tiene un pintor reconocido internacionalmente, tiene diferentes méritos, además es un país con una visión de impulsar el arte y la cultura; en Ecuador no existe apoyo o proyectos que impulsen el arte y cultura.

En la ciudad de Guayaquil como usted percibe la gestión de los museos, ¿Usted cree que la oferta de ellos es atractiva para el público actual?

Guayaquil es el museo municipal, porque ellos piensan que porque poseen una sala donde un pintor va exponer su obra ya es suficiente para el museo. La oferta actual de este estado no es atractiva al público por no contar con imágenes o mensajes que capten la atención.

¿Falta más promoción para estos museos?

En mi opinión el peor museo que tiene Guayaquil es el municipal, a mí me da pena e impotencia porque tiene un museo antropológico no apto, ya que soy partidario de la ciudad y el arte.

¿No hay una oferta creativa para los nuevos artistas?

No existe, ya que no saben cómo hacerlo y falta mas apoyo para que surjan estos.

¿Cómo cree usted que seri un abuena acción para cambiar la reflexión de los ciudadanos hacia el artista plástico o el artista en general?

Implementar una doctrina de cultura para los ciudadanos o realizar ferias que impulsen a los artistas para que estos muestren su arte y sus perspectivas para así cambiar la manera que estos son vistos por la sociedad en general.

¿Cuándo usted ofreció una de sus obras le ofrecieron el precio o el valor que usted esperaba obtener?

No me dieron el valor que esperaba ya que desconocían el valor por el tipo de obra o arte que les entregue. Dado esto es necesario implementar una base de datos que sea referencia para ayudar a dar un valor real del arte.

¿Su exhibición fue importante para el desarrollo cultural de nuestro país, ya que mostro lo que tiene el Ecuador como artista?

Si, puesto que se desconocía a nivel internacional la calidad de arte o artistas con el que cuenta el Ecuador.

¿Cómo usted haría llegar el conocimiento cultural o implementar los valores en la sociedad actual?

Se debe realizar directamente desde los niños de la sociedad para así desde corta edad ir educándolos de los aspectos sociales, cultural, y sus valores.

No obstante hay que implementar nuevos métodos de enseñanza donde se apliquen los aspectos anteriores.

¿El valor de la obra quien se lo da?

Se lo da directamente la sociedad ya que él artista tiene que trabajar en pro de hacer conocer su obra, para así llegar a tener valor en su obra.

¿Usted considera que es mejor dar a conocer usted mismo su obra o tener alguien que le promocioe su obra?

Es preferible contar con una persona que se especialice en el medio y que sepa manipular las redes sociales para poder dar a conocer al artista y su obra.

¿En Ecuador existen personas dedicadas a dar a conocer este tipo de artistas?

Si, existen varios y normalmente son fotógrafos reconocidos que conocen lugares o sitios estratégicos para mostrar la obra.

¿Usted considera atractiva la propuesta que le presento como mi proyecto y si este tendrá un impacto positivo o negativo?

Estos proyectos son buenos siempre y cuando se haga con beneficio de impulsar el arte cultural y mostrarlo a darlo a conocer ante la sociedad.

Anexo 3: Entrevista al Hermel Quezada

- 31 años de experiencia en el sector artístico
- Primer lugar salón Nacional "Luis A. Martínez" de Ambato
- Exposiciones en el centro cultural de Manta
- Exposiciones en: Estados Unidos (festival al aire libre)
- Más de 10 reconocimientos entre Ecuador y Estados Unidos.

Buenas Noches. Yo nací para esto en verdad, porque creo que desde el vientre me estuve formando para dar la actividad en cuanto al arte se refiere, música, literatura, pintura, así que yo cuando mi madre me pario creo que empecé a pintar, viendo todo ósea yo nací para esto y me crié en un entorno selvático por la esmeraldas, “la unión” exactamente un pueblo muy bonito, así ahí cuando me llevaron a ese pueblo, yo muy pequeñito yo de tres años mas o menos, pase hasta la adolescencia y había mucha selva y el pueblito a lomo de caballo, cuatro horas o cinco horas dependiendo a donde uno se vaya en ese sector porque para entonces se estaba colonizando recién. Eran tierras baldías.

Entonces mi papa y mis hermanos fueron los iniciadores de la colonización y entonces yo me crié en ese ambiente y yo nací para esto.

Eso influye mucho en su obra, porque usted maneja bastante el tema de la naturaleza entre sus obras, ¿verdad?

Claro imaginémonos esas selvas vírgenes todavía, llenas de aves de todo tipo y las bandadas de loros, las bandadas de payacas y pavas real, pavas de montes, perdices que “trataban” porque no vuelan mucho las perdices, entonces las aves grandes como tucanes volaban encima de la cabeza de uno así que toda esa belleza, esa algarabía, esos cánticos, me llenaron a mi y posteriormente y cuando comencé a pintar eso es lo que refleja en la pintura todas esas hojas, hojas de bananos, hojas de pijos, hojas de Camacho, todo lo traspaso al lienzo, son vivencias.

¿Qué es lo que usted lo inspira directamente para conceptualizar su obra?

Ósea la depreciación que nosotros los hombres le hacemos a la naturaleza es una especie de el mensaje mío es ese “no a la deforestación” por lo tanto, yo pinto el lado positivo del hombre que es la belleza natural, no pinto guerra, no pinto tristezas, no pinto desolaciones, pinto la alegría de vivir. El mensaje es ese, es el mensaje principal. No a la deforestación.

Alguna experiencia u exposición, para usted cual es la más representativa o la que le haya gustado más.

Hay muchas anécdotas tengo 31 años de carrera, como cuando fui a estados unidos, exactamente a Highland park en Illinois, yo tenía 40 años una edad todavía muy buena para viajar y era un festival de arte al aire libre pero muy organizado. Hay una organización envidiable en estados unidos y en Europa, pero en Europa no hay shows como esa en estados unidos donde hay contacto directo con el público. Yo estaba en el bus, había 280 expositores más o menos, toditos de Norteamérica y solamente había un peruano, un brasilero y yo un ecuatoriano, latinos por consiguiente no hablaban en español, pero yo me supe codear con mis compañeros latinos. Cuando ya estaba montada la exposición y a las 10 de la mañana empezaba, me fui a dar una vuelta por ahí para investigar, para ver que opinaban a ver que me podían decir con el inglés que podía entender.

Esa exploración me ayudó mucho, cuando regrese al bus mi hermana estaba encargada, era la intérprete, había un espacio vacío en la galera, vender un cuadro en estados unidos es muy bueno, sobre todo al precio que estaba ahí. No hay mucho regateo, no más te dicen cual es su mejor precio y de ahí se puja y es mínima la diferencia. Lo compro al precio que estaba marcado ahí. Eso fue muy bonito.

¿Cómo opina que es el público guayaquileño, entorno al arte? Usted puso como referencia que el público extranjero no hay mucho regateo, puede ser que sea por un tema que ellos valoran más el concepto o la obra o al ellos saber que están adquiriendo una obra y va a ganar plusvalía al comprarlo un valor significa que su punto inicial de valor inicia donde lo compró, cuando en cambio el consumidor Guayaquileño, ecuatoriano o Latino ellos siempre buscan el valor mínimo, ¿Usted no cree que la obra pierda valor?

yo más bien creo que es cultural, por ejemplo, en estados unidos o Europa les inculcan en la escuela al leer un libro, por ejemplo, es una norma, aquí, yo no recuerdo que en la escuela me hayan hecho leer un libro obligadamente. Entonces desde pequeñitos desde la escuela ya ellos empiezan a tener conciencia de lo que es el arte, es una formación social diferente. Es gente pudiente con mucho dinero.

El Norteamérica no regatean, entonces el americano viene acá y se malenseña, es como que se contamina de la costumbre latina.

¿cómo ve las iniciativas actuales en Guayaquil?

Toda labor de gestión cultural es muy buena, para parte y parte, para el artista porque se embolsan una buena cantidad de dólares. Sen solucionan muchos problemas, eso es positivo. Por el otro lado está el espectador pasa por el mural. La municipalidad se ha anotado un gol. Es una cuestión política, el municipio necesita acreditación. Gana el artista, la municipalidad y el espectador que no necesita saber de arte, lo mira y ya está.

Cuando un muralista presenta su obra, las personas que aprueban directamente estos proyectos ¿considera que las personas que los aprueban tienen sesgos?

Es una cuestión de proyectos, yo he realizado proyectos que ellos aprueban y se ejecutan como otros no. En el asunto del consenso entre los que aprueban y los presentadores hay un poco de sesgo, tienes que tener a alguien adentro que te ayude.

La identidad del guayaquileño no se toca mucho en los murales

Anteriormente se asignaban los proyectos relacionados al entorno de cada rincón de Guayaquil. Socializando con las personas de la zona. Y esto afecta directamente el ornato del sector.

¿Qué influye mas el artista o su obra o la sociedad sobre el artista?

Si no hay sociedad no hay artista, y si no hay artista no hay quien proyecte las vivencias. El arte es todo. Lo uno va con lo otros, entonces mas importante es la sociedad. Es como decir, que es mas importante ¿El mundo o el hombre? El hombre es efímero. La sociedad esta, pero cuando el

artista hace su obra es en base a la experiencia que tuvo con la sociedad. El pintor es una especie de cronista.

¿Acción de los museos en la ciudad de Guayaquil, la considera atractiva para el público joven o simplemente están porque tiene que estar?

No creo que les den una participación a los jóvenes, además el artista tiene que llevar todo a esos museos, prácticamente lo tiene que hacer todo solo. El asunto del financiamiento mas poder tiene la voluntad del artista, porque el arte en todas las disciplinas es valentía, si no tiene decisión y valentía no tiene nada. “Con oro cualquier llega y sin oro hay que tener valentía”.

El latinoamericano no le da el valor correcto a las obras, y mas al artista plástico el cual consideran que es la ultima ruda del coche. Esa es la percepción general de la gente en nuestro medio, y de pende del artista porque muchos tienen razón, porque hay unos que son bohemios.

Usted cree que una iniciativa que se ejecute para cambiar la percepción sobre todo del público joven.

Se les debe inculcar leer un libro por mes a los niños, eso les enseña a expresarse bien a través de la lectura, también las cuestiones de pintura, música como en los primeros países.

¿Cómo contribuye las iniciativas del arte en la ciudad, en las generaciones futuras?

Todas estas esculturas en la ciudad, son testimoniales y transgeneracionales pasan de una generación a otra. El artista es la voz del pueblo, solo que a mi parecer en le Ecuador falta un poco más de unión, si se unieran todos podrían crear cosas de mucho mas valor, en toda disciplina.

Siempre hay roces que impiden que exista una armonía total, pero si hay colectivos que trabajan por disciplinas. El arte no está fuera de eso, porque está manejado por humanos.

Anexo 4: Formato de encuestas

Edad___

Sexo:

Hombre___

Mujer___

Sector donde reside:

Norte___ Sur___ Centro___ Suroeste___

1) ¿Podría decirme una palabra que relacione con la palabra arte?

2) ¿En qué lugares usted preferiría consumir arte en la ciudad de Guayaquil?

Teatros___

Museos___

Lugares turísticos___

Otros___

3) ¿Con que frecuencia usted consume arte en la ciudad de Guayaquil?

1 o 2 veces por semana___

1 vez al mes___

Cada 6 meses___

Una vez al año___

4) ¿A través de qué medio o medios se entera de las actividades culturales que se ofertan en la Ciudad de Guayaquil?

Radio___

Prensa escrita___

Redes sociales___

Televisión___

Otros: _____

5) ¿Conoce usted las distintas iniciativas que actualmente se están ejecutando en la ciudad de Guayaquil, en base al desarrollo del sector artístico? (si su respuesta es sí, pase a la pregunta 6 caso contrario avance con la pregunta 7)

Si___

No___

6) ¿Qué iniciativa conoce usted que se esté ejecutando o se haya ejecutado dentro de la ciudad? Califíquela según su percepción.

Muy bueno___

Bueno___

Regular___

Malo___

Muy Malo___

7) ¿Qué percepción tiene usted, sobre los distintos murales en gran formato que están distribuidos por la ciudad?

Arte / cultura___

Vandalismo___

Fines políticos___

El mensaje no es claro___

8) A su parecer, ¿usted considera que los murales en gran formato, distribuidos por la ciudad afectan directamente su estado de ánimo?

Si___

No___

Le es indiferente___

9) ¿Que emociones siente cuando observa un mural, tomando en cuenta las obras en gran formato que están distribuidas por toda la ciudad?

Asombro___

Desagrado___

Orgullo___

Alegría___

Tristeza___

Apatía___

10) ¿En qué ámbito cree usted que Guayaquil se beneficiaría como ciudad al desarrollar correctamente el sector artístico?

Social___

Cultural___

Comercial____

Turístico____

Guía de preguntas de entrevista a profundidad

Entrevista a especialistas en el ámbito artístico

Fecha: _____

Hora: _____

Lugar (Ciudad y Sitio específico): _____

Entrevistador (a): Jorge Almeida

Entrevistado (a): (nombre, trayectoria y méritos obtenidos)

La presente entrevista tiene como objetivo conocer de la mano de los expertos, acerca del arte a nivel de la ciudad de Guayaquil interno. Cabe aclarar que el fin de esta entrevista es estrictamente académico y confidencial para el desarrollo del tema investigativo.

1. ¿Cómo empezó su trayectoria como artista?
2. ¿Qué lo influencio a seguir esta carrera, tan dedicada?
3. ¿Mencione algo breve sobre su trayectoria como artista?
4. ¿Cómo considera su obra?
5. ¿Qué influye más, el artista sobre la sociedad o la sociedad sobre el artista?
6. ¿Cómo percibe usted el comportamiento de la sociedad como tal, en torno al consumo de arte?

7. ¿Cómo ve usted el trabajo que vienen realizando los museos de la ciudad en cuanto a su promoción como medio cultural?
8. ¿Qué perspectiva tiene usted de las distintas iniciativas que tiene la municipalidad de Guayaquil y el ministerio de cultura en cuanto al desarrollo del sector artístico?
9. Por parte de las entidades gubernamentales ¿cómo percibe usted el apoyo brindado?
10. ¿Cómo piensa usted que se pueda fomentar el desarrollo sector artístico en Guayaquil?
11. ¿Cómo sociedad, al tener un correcto desarrollo del sector artístico, como cree que este nos beneficie a largo plazo?
12. ¿En qué forma cree que llegue a influencia en la conducta de los ciudadanos la actual elaboración de murales en gran formato en sectores específicos de la ciudad?
13. ¿A su parece, que impacto cree usted que genere en la sociedad la creación de espacios urbanos donde se puede apreciar el arte mural?



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Almeida Burgos, Jorge Luis**, con C.C: # **0930357124** autor del componente práctico del examen complejo: **ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR ENTORNO AL CONSUMO DE ARTE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL AÑO 2018**, previo a la obtención del título de **INGENIERO EN MARKETING** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

- 1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
- 2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **18 de marzo del 2019**

f. _____

Nombre: **Almeida Burgos Jorge Luis**

C.C: **0930357124**



| REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA | | | |
|--|--|--------------------------------------|----|
| FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN | | | |
| TÍTULO Y SUBTÍTULO: | Análisis de los factores que influyen en el comportamiento del consumidor entorno al consumo de arte en la ciudad de guayaquil en el año 2018 | | |
| AUTOR | Almeida Burgos Jorge Luis | | |
| REVISORA/TUTORA | Gracia Reyes, Gabriela Esmeralda | | |
| INSTITUCIÓN: | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil | | |
| FACULTAD: | Facultad de Especialidades Empresariales | | |
| CARRERA: | Carrera de Marketing | | |
| TÍTULO OBTENIDO: | Ingeniero en Marketing | | |
| FECHA DE PUBLICACIÓN: | 18 de marzo del 2019 | No. DE PÁGINAS: | 50 |
| ÁREAS TEMÁTICAS: | Marketing, comportamiento del consumidor, arte contemporáneo | | |
| PALABRAS CLAVES/KEYWORDS: | arte, muralismo, expresionismo, marketing, comportamiento del consumidor, factores sociales, grupos de referencia. | | |
| RESUMEN/ABSTRACT: | <p>El presente trabajo de investigación está diseñado para el Análisis de los factores que influyen en el comportamiento de hombre y mujeres entre 18 y 32 años de edad entorno al consumo de arte en la ciudad de Guayaquil en el año 2018, mediante el uso de la investigación cualitativa y entrevistas a profundidad con expertos del medio artístico. Mediante el uso de encuestas y entrevistas a profundidad a artistas referentes en el medio artístico de la ciudad de Guayaquil.</p> <p>Tomando como referencia la influencia que ha recibido el ser humano por parte de las distintas corrientes artísticas y principalmente muralistas, desde Europa hasta Latinoamérica.</p> <p>La importancia que tiene el arte mural sobre la sociedad, entorno a su desarrollo como medio pictórico y de comunicación, puesto que una de las principales características del muralismo, es la de comunicar el sufrimiento, las necesidades y las costumbres de su pueblo.</p> <p>Uno de los principales hallazgos, es que debido al bajo nivel cultural que tiene la sociedad actual, esta tiene una percepción errada entorno al significado del arte mural y de su función en la sociedad como medio de expresión artística.</p> <p>Se coincide que uno de los principales beneficios del desarrollo cultural, es que como resultado se obtiene una sociedad más culta, que valora y le importancia al arte.</p> | | |
| ADJUNTO PDF: | <input checked="" type="checkbox"/> SI | <input type="checkbox"/> NO | |
| CONTACTO CON AUTOR: | Teléfono: +593-4-979963563 | E-mail: www.jorgealmeida33@gmail.com | |
| CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):: | Nombre: Ing. Jaime Moises Samaniego Lopez, Mgs. | | |
| | Teléfono: +593-4-2206953 | | |
| | E-mail: Jaime.samaniego@cu.ucsg.edu.ec | | |
| SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA | | | |
| Nº. DE REGISTRO (en base a datos): | | | |
| Nº. DE CLASIFICACIÓN: | | | |
| DIRECCIÓN URL (tesis en la web): | | | |