



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA

Ciudades creativas: Intervenciones artísticas urbanas y economía creativa de la provincia constitucional del Callao, Lima, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
ARQUITECTO

AUTORES

Arcos Yopez, Carlos (orcid.org/0000-0003-3105-2105)

Purizaca Paredes, Diana Carolina (orcid.org/0000-0001-7224-7537)

ASESORES

Dr. Arq. Lazarte Reátegui, Henry Daniel (orcid.org/0000-0002-9455-1094)

Dr. Peña Corahua, Julio Daniel (orcid.org/0000-0002-9967-128X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Urbanismo Sostenible

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

Diana:

Dedicado con mucho cariño a mis padres, Miguel Purizaca y Lidia Paredes por apoyarme en cada etapa de mi vida y especialmente a mi hijo Fabián por ser lo más grande y valioso que tengo.

Carlos:

Dedicado a mis padres por su apoyo en esta etapa, en especial a mi madre quien en todo momento confió en mi para poder llegar al final y también a mi pequeña hija ya que es gracias a ella que me dio la fuerza de retomar la carrera aun cuando ya lo daba por perdido.

Agradecimiento

Agradecemos de manera especial al Dr. Arq. Lazarte Reategui, Henry Daniel por la orientación que nos brindó de inicio a fin en nuestro proceso de investigación y al Dr. Peña Corahua, Julio Daniel que nos acompañó en la última etapa con su excelente metodología y consejos. Así también agradecemos a nuestros especialistas que se tomaron el tiempo para poder ser parte de esta disertación, en especial a la Arq. Gema Margarita quien estuvo al pendiente del tema en todo momento.

Índice de contenido

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	17
3.1. Tipo y diseño de investigación	17
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.....	18
3.3. Escenario de Estudio	19
3.4. Participantes	19
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	20
3.6. Procedimientos	21
3.7. Rigor científico.	21
3.8. Método de análisis de datos	21
3.9. Aspectos éticos	22
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	23
V. CONCLUSIONES	38
VI. RECOMENDACIONES	40
REFERENCIAS	41
ANEXOS.....	46

Índice de tablas

Tabla 1. Cuadro de Categorización	46
Tabla 2. Matriz de categorización.	47
Tabla 3. Antecedentes Nacionales	48
Tabla 4. Antecedentes Internacionales	50
Tabla 5. Sujetos entrevistados.....	62
Tabla 6. Cuestionario de preguntas para entrevistados con negocio, por objetivo.	64
Tabla 7. Cuestionario de preguntas para entrevistados sin negocio, por objetivo.	65
Tabla 8. Cuadro de códigos.....	70
Tabla 9. Tabla de códigos y documentos primarios.	71
Tabla 10. Tabla de criterio de saturación.	72
Tabla 11. Entrevista a residentes con negocio en base a objetivo general.	73
Tabla 12. Entrevista a residentes con negocio en base a primer objetivo específico.....	74
Tabla 13. Entrevista a residentes con negocio en base a segundo objetivo específico.....	76
Tabla 14. Entrevista a residentes con negocio en base a tercer objetivo específico.....	78
Tabla 15. Entrevista a residentes sin negocio en base a objetivo general.	80
Tabla 16. Entrevista a residentes sin negocio en base a primer objetivo específico.....	82
Tabla 17. Entrevista a residentes sin negocio en base a segundo objetivo específico.....	84
Tabla 18. Entrevista a residentes sin negocio en base a tercer objetivo específico.....	86
Tabla 19. Entrevista al Dr. Arq. Elio Miguel Martuccelli Casanova.....	88
Tabla 20. Entrevista al Arq. Gema Margarita Morales Cuadra.	92
Tabla 21. Entrevista al Arq. Lucila Urda Peña.....	94
Tabla 22. Entrevista al Arq. Luis Cumpa González	96
Tabla 23. Entrevista al Dr. Roberto Reyes Tarazona.....	99
Tabla 24. Tabla de rangos de valores de los niveles de validez.	107
Tabla 25. Validez de las entrevistas según juicio de expertos.	107

Índice de gráficos y figuras

Figura 1. Ficha de observación N°1	52
Figura 2. Ficha de observación N°2	52
Figura 3. Ficha de observación N°3	53
Figura 4. Ficha de observación N°4	53
Figura 5. Ficha de observación N°5	54
Figura 6. Ficha de observación N°6	54
Figura 7. Ficha de observación N°7	55
Figura 8. Ficha de observación N°8	55
Figura 9. Ficha de observación N°9	56
Figura 10. Ficha de observación N°10	56
Figura 11. Ficha documental N°1	57
Figura 12. Ficha documental N°2	57
Figura 13. Ficha documental N°3	58
Figura 14. Ficha documental N°4	58
Figura 15. Ficha documental N°5	59
Figura 16. Ficha documental N°6	59
Figura 17. Ficha documental N°7	60
Figura 18. Ficha documental N°8	60
Figura 19. Ficha documental N°9	61
Figura 20. Ficha documental N°10	61
Figura 21. Plano de zona de estudio.	63
Figura 22. Validación profesional de cuestionario a residentes por especialista Mgtr. Gema Margarita Morales Cuadra.	66
Figura 23. Validación profesional de matriz de categorización por especialista Mgtr. Gema Margarita Morales Cuadra.	67
Figura 24. Orden de pensamiento (Espiral OP)	68
Figura 25. Mapa semántico de códigos.	69
Figura 26. Entrevista realizada a Arq. Lucila Urda Peña.	102
Figura 27. Entrevista realizada a Arq. Luis Cumpa González.	102
Figura 28. Entrevista realizada a Dr. Soc. Roberto Reyes Tarazona.	103
Figura 29. Entrevista realizada a Mgtr. Arq. Gema Margarita Morales Cuadra.	103
Figura 30. Esquema del método diálogo debate.	104
Figura 31. Validación profesional de cuestionario a residentes por especialista Dr. Soc. Roberto Reyes Tarazona.	105
Figura 32. Validación profesional de cuestionario a residentes por especialista Mg. Aurelia Sajamin Méndez.	106

Resumen

Ante la definición de la UNESCO con respecto a las ciudades creativas y sus normativas dentro de su Red, se consideró dentro de los 7 puntos al arte, arte popular como pilares fundamentales para desarrollar las políticas locales para el desarrollo cultural, por lo cual se busca demostrar de qué manera las intervenciones artísticas urbanas (Graffiti y murales) que se realizan en puntos específicos definen la reconversión de la ciudad como un impulso económico cultural generando una ciudad creativa en la Provincia Constitucional del Callao.

Se empleó un enfoque cualitativo, con un diseño etnográfico, como participantes tenemos los residentes de la zona con y sin negocios. Se empleó también fichas de observación, fichas documentales, entrevistas no estructuradas y estructuradas, donde se concluyó que la participación de la sociedad y las autoridades es sumamente importante para llegar a un fin común de reconvertir la imagen e impulsar económicamente la zona en base a los murales, ya que se demostró que con la ayuda de los residentes y el acuerdo de los dirigentes del sector público y privado se logró una mejora en una zona realmente peligrosa, siendo hasta la actualidad una acción favorable en los residentes y entorno del lugar.

Palabras clave: Intervenciones artísticas urbanas, economía creativa, Provincia constitucional del Callao, muralizaciones, graffiti.

Abstract

Given the definition of UNESCO regarding creative cities and their regulations within its Network, art and popular art were considered within the 7 points as fundamental pillars to develop local policies for cultural development, for which it is sought demonstrate how the urban artistic interventions (graffiti and murals) that are carried out in specific points define the reconversion of the city as a cultural economic impulse generating a creative city in the Constitutional Province of Callao.

A qualitative approach was used, with an ethnographic design, as participants we have the residents of the area with and without businesses. Observation sheets, documentary files, unstructured and structured interviews were also used, where it was concluded that the participation of society and the authorities is extremely important to reach a common goal of reconverting the image and economically boosting the area based on the murals, since it was shown that with the help of the residents and the agreement of the leaders of the public and private sectors, an improvement was achieved in a really dangerous area, being until now a favorable action in the residents and environment of the place.

Keywords: Urban artistic interventions, creative economy, Callao Constitutional Province, murals, graffiti.

I. INTRODUCCIÓN

Las ciudades creativas según UNESCO (2020) son aquellas que tiene como objetivo común posicionar las industrias culturales como la creatividad, en el centro de su plan de desarrollo local, así como también activamente a nivel internacional en la materia, ya que consiste en promover la cooperación de ciudades que identifican, la cultura y la creatividad como un eje fundamental para su desarrollo sostenible e inclusivo. Así mismo esta red cubre 7 ámbitos creativos, de los cuales nos centramos en el arte y arte popular.

A nivel internacional, en Sudamérica, en ciudades que son declaradas Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO, se han realizado políticas culturales para promover las intervenciones artísticas urbanas a través del grafiti y los murales, donde se ve que las muralizaciones tienen gran aceptación en ciudades como Valparaíso (Chile), donde se realiza el programa “Museo a cielo abierto” de manera anual, la cual es una ruta turística donde se exhiben gran variedad de murales, algo similar ocurre en Cartagena de Indias (Colombia), donde se organiza el “Festival Internacional de arte urbano de Colombia” y se toma como temática a realizar “¿Por qué Cartagena es patrimonio intangible de la humanidad?”, así también en Quito (Ecuador), que anualmente realiza la “Galería de arte urbano”, con el objetivo de crear ejes turísticos alrededor de los murales. Entonces se logra ver que a nivel internacional el arte urbano en base a las muralizaciones y el grafiti tiene una gran influencia a tal nivel de usar intervenciones artísticas para impulsar el nivel cultural, el turismo y generar un cambio en la imagen urbana para desarrollar una ciudad creativa.

Por otro lado, el Perú también cuenta con actividades culturales basadas en intervenciones artísticas urbanas, como lo que se realiza en el barrio de la balanza en Comas, con los eventos culturales de “FITECA” donde hace 20 años promueve el arte gráfico donde invitan a artistas y colectivos de arte urbano para compartir experiencias de creación colectiva y llenar los muros de su comunidad con mensajes y colores, teniendo una transformación al entorno, sucede lo mismo con Barranco, que es considerada como ciudad cultural por sus galerías de arte en las calles y todas las actividades artísticas y culturales que se realizan en ella, en donde

busca atender, fortalecer y promover la cultura en espacios públicos con distintas intervenciones artísticas teniendo más atracción de los peatones, y lo nuevo del cerro san Cristóbal con el Proyecto Arcoíris de Qroma, con un propósito de crecimiento colectivo y prosperidad, donde se basa en un muro gigantesco de más de trescientos mil metros cuadrados sumándose a la revalorización turística de la ciudad donde se representa una herencia de identidad generando también un incremento económico en los negocios pequeños de los vecinos.

Con respecto al enfoque local, el tema también se manifiesta en el Monumental Callao, donde se observa una reconversión de imagen urbana en un barrio peligroso, donde ayuda a la sociedad a generar mayores ingresos, por los negocios locales, galerías de arte, tours artísticos, en donde se concientiza a los ciudadanos a generar más empleos para la sociedad, dando más amplitud al enfoque local, en las últimas décadas, experimentó un declive económico, mientras el crimen y el narcotráfico comenzaron a dominar sus calles. Finalmente, gracias a iniciativas privadas como proyecto Fugaz, el Callao nos muestra ahora una cara diferente, un lugar único, colorido y lleno de vida a pesar de su pésima fama, donde gracias al arte, esta zona, que en el pasado era conocida por la inseguridad y pobreza, ha cambiado radicalmente de manera positiva.

El trabajo de investigación se realizó base al “Método Orden de Pensamiento” del filósofo con nacionalidad Mexicana el Señor Campiran Salazar, Ariel Félix, aplicando el espiral OP (ver anexo - Figura 24), lo cual permitió desarrollar y organizar ideas para el análisis de la realidad.

Según Elorrieta Sanz et al., (2016) *“La ley Define el desarrollo territorial y urbanístico sostenible como aquel que satisface las necesidades adecuadas y suficientes de suelo para residencia dotaciones y actividades productivas preservando los valores ambientales paisajísticos y culturales del territorio”*. Por lo que la investigación se desarrolló dentro de la línea de investigación de urbanismo sostenible, se consideró los 17 objetivos de desarrollo sostenible, el tema abordó el número 8, del trabajo decente y el crecimiento económico, donde se apoya las actividades productivas, el emprendimiento y se promueva el turismo sostenible y también en el número 11, ciudades y comunidades sostenibles, con una de sus metas tenemos el referente a redoblar los esfuerzos y proteger el patrimonio

cultural. De igual manera buscó contribuir a la definición epistemológica de la escuela de arquitectura, en una proyección académica, dirigida hacia las problemáticas urbanas y territoriales para el estudio y el actual en forma rigurosa y con respeto por las dimensiones de la sostenibilidad (cultura, economía, social y ambiental) en la ciudad y su territorio.

Como justificación, esta investigación dio a notar la importancia que las intervenciones artísticas urbanas tienen como medio de reconversión de la imagen urbana, ya que partiendo desde lo considerado por la UNESCO podemos decir que las intervenciones artísticas urbanas son consideradas como parte cultural de la ciudad, entonces estas son de vital importancia para la reconversión de las calles e imagen urbana local, generando así que los mismos ciudadanos participen de este cambio. Este proyecto de investigación ayudó a generar una nueva perspectiva de lo que son las intervenciones artísticas creando así conocimientos y teorías nuevas, así como también reforzó teorías anteriores sobre el tema de estudio, esto ayudó a revalorizar las intervenciones artísticas urbanas y dar a relucir como estas generan una influencia en la construcción de la economía creativa lo cual servirá como un antecedente para futuros proyectos donde se toque un tema relacionado al crecimiento económico en base a la creatividad y cultura, lo cual podría motivar a las entidades del estado para generar políticas a favor de generar más intervenciones artísticas urbanas con el fin de potenciar la imagen urbana de su ciudad como también para la reconversión de ciertos puntos marginados y así contribuir con el desarrollo de una ciudad creativa.

Entonces se pudo decir que la importancia en general de este proyecto de investigación se entrelaza en los puntos ya mencionados, siendo las intervenciones artísticas como expresiones culturales que ayudan a generar una nueva perspectiva del arte urbano generando así un medio para impulsar el desarrollo socioeconómico de una ciudad y de esta manera poder crear nuevas políticas donde la cultura y la economía van de la mano de estas intervenciones artísticas.

Por esta realidad que acontece se consideró como problema de estudio, ¿De qué manera la reconversión cultural a través del graffiti y los murales como intervenciones artísticas urbanas influyen generando una economía creativa en los residentes del sector 33 de la provincia constitucional del Callao, 2022?, se

consideró una problemática desde el supuesto epistemológico. Así como también se presentó problemas específicos, ¿De qué manera el lenguaje callejero mediante las pintas se relaciona con la creatividad comercial?, ¿De qué manera el lenguaje cultural en base al valor cultural se relaciona con los valores económicos?, y ¿De qué manera el lenguaje espacial se relaciona con los valores socio culturales?

Entonces teniendo en cuenta ello fue relevante considerar que el arte urbano es importantes no solo para el crecimiento cultural de la ciudad sino para que el cambio en la imagen urbana trascienda a un crecimiento social y económico de los residentes de la ciudad, es por ello que se tuvo como objetivo de esta investigación demostrar de qué manera las intervenciones artísticas urbanas (Graffiti y murales) que se realizan en puntos específicos definen la reconversión de la ciudad como un impulso económico cultural generando una ciudad creativa en la Provincia Constitucional del Callao, así como también nuestros objetivos específicos son, determinar cómo el lenguaje callejero mediante las pintas se relaciona con la creatividad comercial, determinar cómo el lenguaje cultural en base al valor cultural se relaciona con los valores económicos y determinar cómo el lenguaje espacial se relaciona con los valores socioculturales.

Se consideró la experiencia de 11 años dentro del medio del arte urbano de uno de los investigadores, por lo cual, se pensó como hipótesis de estudio que, las intervenciones artísticas urbanas (Graffiti y Murales) que se realizan en puntos específicos de la ciudad tienen una influencia positiva, generando una reconversión de la ciudad e impulso económico cultural de los residentes del sector 33 de la provincia constitucional del Callao.

II. MARCO TEÓRICO

Como parte del marco teórico se presentó antecedentes nacionales e internacionales (ver anexo – Tabla 3 y Tabla 4), en función al Método “diálogo debate” se realizó un sistema dinámico conceptual, en relación con los descubrimientos que se obtuvieron en estudios previos realizados en artículos científicos, como también en tesis de postgrado, tantos nacionales e internacionales relacionados con el tema de investigación. Sistema que permitió tener una postura epistemológica científica basada en la antítesis de los hallazgos de otros investigadores, generando un constructo de conocimiento científico durante el desarrollo de nuestra investigación. (ver anexo – Figura 30.)

Se analizó a Rodríguez, J. (2019), con su investigación *“Narrativas y conflictivas alrededor de los murales en zonas turísticas de Lima. El caso de Barranco”* donde habló sobre el conflicto en cual se encontraba el distrito de Barranco por el proceso de gentrificación y como los vecinos se organizaron para combatirlos, tomando como principal factor el artivismo (muralizaciones), considerando la iniciativa que tiene la Unesco como desarrollo al 2021 y su agenda al 2030, donde se busca un desarrollo sostenible en base cultural como un pilar, y se utiliza las muralizaciones como una herramienta para preservar elementos patrimoniales en la ciudad para así mantener una economía cultural y este tenga como repercusión la restauración y el mantenimiento de edificios históricos, generando que las muralizaciones sirvan en un proceso de patrimonialización y sean de utilidad para el turismo cultural, haciendo posible la creación de rutas turísticas teniendo como atractivos el patrimonio arquitectónico del lugar, preservando su identidad patrimonial.

Así como también se analizó a García, R. (2016), con su investigación *“Proyectos, acciones e iniciativas de intervención urbana: la producción cultural local como estrategia de desarrollo de la creatividad en las ciudades”* mencionó que la colaboración está presente en las intervenciones artísticas con el fin de impulsar la economía cultural, teniendo en cuenta los valores más importantes para iniciativas que son realizadas por entidades públicas o privadas, generando que personas ajenas a la localidad participen generando un puente para el desarrollo económico, donde también colaboran al crecimiento cultural de los espacios que se usaron para

el producto creativo. Se logró ver en los análisis que la elaboración de una cultura somáticamente creativa depende de sus afluencias, por lo cual no es completamente independiente sino que depende de la sociedad la cual es fundamental para su éxito, basándose también en lo que la Unesco menciona en su red de ciudades creativas, donde unas de ellas son las artes, artesanías y arte popular, los cuales son herramientas para potenciar la creatividad e innovación lo cual facilita el despliegue del desarrollo económico y social.

Por otra parte Eslava, P. (2019), en *“Monumental Callao: institucionalidad artística contemporánea y cultura política neoliberal desde una lectura crítica de la ideología”* analizó que estas intervenciones pueden ser tomadas como una medida que apoya la gentrificación si es que estas se realizan sin la previa concientización, consulta y aviso a los ciudadanos que residen en ese punto de la ciudad, ya que estos se han sentido engañados y hasta estafados, debido a las consecuencias que estos cambios les puedan traer, así como nos menciona en los conflictos que se presentaron inicialmente, la cual aún al estar dentro de lo planteado para poder generar una reconversión de la imagen urbana del Callao, tras las polémicas causadas por el caso Odebrecht y la falta de una buena estructuración municipal, ha ocasionado una serie de dudas y problemas, porque a pesar de que Monumental Callao ha tenido una buena acogida para la sostenibilidad de la ciudad aún hay cierta resistencia para evitar caer en una serie de contrariedades a los objetivos iniciales planteados.

Sin duda alguna, se puede desarrollar un proceso de patrimonialización teniendo como herramienta a las intervenciones artísticas urbanas siempre y cuando sea bien estructurada, organizada y realice previas reuniones con los mismos residentes, para concientizarlos y no hacerlos sentir engañados por si se ocasiona algún problema entre las autoridades, ya que, podemos decir en base a ello, que existe una relación entre el arte, la cultura, la sociedad y las autoridades que ayudan a sobresalir una zona con conflictos como la delincuencia, la gentrificación entre otros problemas sociales que influyen en el caos de la ciudad, teniendo como finalidad de la iniciativa el reconvertir la imagen urbana y llegar a formar una ciudad sostenible en base al plan de desarrollo de la Unesco.

Según Herrero, E. (2018), con su investigación *“Origen, evolución y auge del arte urbano. El fenómeno Banksy y otros artistas urbanos”* habló sobre el proceso evolutivo del arte urbano y las diferencias entre el determinado Arte Urbano y Graffiti en base a las repercusiones que estos tienen en la imagen urbana y la sociedad, como pueden ser aprovechados o tomados de forma positiva, explicándonos sobre la importancia que este ha tenido, debido al aporte del artista Banksy durante el proceso de comercialización y evolución de estas intervenciones artísticas, como se ha considerado a estas intervenciones como publicidad para ciertos puntos o situaciones específicas debido al impacto visual que estas tienen y cómo repercute entre los viandantes, así como también nos mencionó sobre el ingreso del arte urbano a galerías de arte y museos, generando que artistas del arte urbano puedan tener una solvencia económica, generando una nueva rama de comercio en base a la creatividad y espontaneidad que estas logran transmitir en base a sus mensajes tanto sociales como personales.

Por otra parte, Rodrigues, A. (2019), en *“Whose Wall is it Anyway? Using street art to navigate the private and the public in a community”* analizó sobre la creación de las muralizaciones para su comercialización de recorrido turismo afecta negativamente los espacios públicos y privados en las comunidades, tomando como ejemplo a un residente de Beco do Batman-Sao Paulo, en donde el habitante permitió de buena manera hace veinte años que pintaran la fachada de su vivienda con murales de distintos artistas, pero no pensó que con el pasar de los años traerían algunos problemas, como ruido constante y grafiteros adueñándose de las paredes. El habitante mencionó en un reportaje, que él no estaba en contra del arte callejero, sino reaccionó a los disturbios que experimentaba a diario por los turistas y artistas callejeros y concluyó diciendo que las autoridades ignoraban sus incomodidades y solo se enfocaban en la mejora para los turistas sin pensar en los residentes.

Entonces se consideró que el arte urbano en donde engloba las intervenciones artísticas urbanas como los grafitis y murales, aporta algo positivo al espacio público tanto a los artistas, ya que, lo creativo incorpora un mayor crecimiento social y económico, teniendo una estrategia de regeneración a la imagen urbana y publicidad en las personas que aprovechan el espacio para transmitir sus ideas y

sensaciones en donde realizan arte a su estilo, haciéndose publicidad ellos y a qué lugar hacer conocido, como una casa, un comercio, sin duda alguna, con cada acción artística buena pueden solventar mejor su vida económica, por otro lado, el arte puede ser una herramienta para fortalecer los lazos entre la sociedad, como también tener ciertos disgustos por algunos viandantes que pueden hacer disturbios en horas no adecuadas, apropiándose del espacio público, dando intranquilidad a los residentes.

Catacora, H. (2018), en *“Análisis de las dimensiones culturales UNESCO para el desarrollo turístico de la Festividad Virgen de la Candelaria de Puno 2017-2018”* habló sobre como las dimensiones culturales de la Unesco tiene una gran repercusión positiva para el desarrollo de una festividad cultural y como en base a esta festividad se logra fortalecer el patrimonio cultural inmaterial, como la identidad cultural, el uso social del patrimonio cultural y sostenible, teniendo como consecuencia un aumento de más puestos laborales, ya que la población local empieza a emprender y/o trabaja a base cultural, teniendo una participación de la población activa en un 99,22%. gracias a estas dimensiones culturales de la Unesco hay un aumento de satisfacción de los turistas, dando una alta percepción de desarrollo turístico lo cual genera un mayor ingreso económico para la ciudad, lo cual a su vez genera un fortalecimiento de las instituciones, consolidando que las dimensiones culturales que generan un mayor aporte al desarrollo cultural son las de economía.

Así como también Cerisola, S. & Panzera, E. (2021), concuerda en el artículo *“Cultural and Creative Cities and Regional Economic Efficiency: Context Conditions as Catalysts of Cultural Vibrancy and Creative Economy”* donde se analizó que las cualidades culturales y creativas tiene fuertes repercusiones indirectas que favorecen a las localidades donde se encuentran favoreciendo un turismo sostenible, lo cual contempla sus impactos económicos, sociales y ambientales. también ha evidenciado que la identidad incluso es un impulsor del patrimonio y desarrollo. Así como también nos demostró la importante relación entre las características culturales y la actividad económica con un impacto positivo en la producción local. finalmente reflexiona sobre la emergencia sanitaria actual la cual llevara nuevos métodos de cambio para poder afrontarla, donde la creatividad y la

cultura llegarían a ser un medio para la resiliencia del territorio cuando se supere esta crisis mundial, teniendo como sentido que la cultura debe ser puesta en visión como una herramienta para el bienestar y que tome acciones sobre el futuro.

Por otro lado, Kaipainen, J (2019) en *"Creative Destruction: The Financial Crisis and Cultural Production"* analizó sobre los aspectos creativos en base a políticas culturales y cómo los medios culturales son pensados como un medio utópico, entonces esto nos sitúa a 10 años después de una crisis económica y como se plantea salir de esa crisis en base las interdisciplinas y no solamente con reglas estrictamente económicas, concluyendo que no todo se rige exactamente bajo ciertas normas o políticas sino que se puede abrir horizonte para el éxito teniendo en cuenta no solo la cultura como impulsor ya que aún no está bien definida esta relación y hay más que nada procesos empíricos dentro de esa relación, por lo cual es necesario mirar más allá de otras disciplinas y otras opciones que no tengamos solo una sola visión.

Así se pudo decir, por una parte la cultura siempre va servir como una herramienta para generar una economía creativa, porque es de gran ayuda para poder abrir más puestos laborales en base a ello, pero, ¿que nos asegura que eso puede agarrar una buena acogida?, todo es depende de la misma sociedad con lo que se logra salir adelante, ya que, son ellos los que llegan hacer más partícipes de eso, se mantienen, se identifican y son consecuentes con lo que se quiere lograr o formar, pero no es que nos enfoquemos en esa idea de que siempre va funcionar, esto no es que definitivamente sea el 100% positivo, sobre todo cuando las cosas no se mantienen ni son consecuentes, siempre llegan a tal punto en caer en crisis económicas si no lo saben sobrellevar.

Cumpa, L (2016), en *"Expresión del graffiti en el espacio urbano de Lima"* habló sobre cómo hay un cambio de expresiones artísticas de acuerdo al lugar en donde este se sitúa, brindándonos como ejemplos cinco lugares diferentes en aspectos socioeconómicos, como también culturales y cómo estas intervenciones tienen diferencias entre lo que expresan, su forma, nivel de detalles y donde están situadas, entonces nos da a notar que a medida estos niveles socioculturales son menores las intervenciones artísticas nos brindan una menor calidad en detalles como expresiones y mensaje social, a diferencia de lugares con niveles

socioculturales más altas, dando a notar que es el contexto urbano el cual influye en el tipo de forma y contenido expresado, mencionando que las razones de los que realizan estas intervenciones tienen diferentes componentes contestatarios respondiendo a cómo está gestionada y formada la ciudad, así como también esta correlación entre los niveles socioculturales y las manifestaciones de los artistas urbanos están basadas en buscar una especie de equilibrio social.

Por otro lado, Calsina Ponce et al., (2020), en *"El graffiti como una manifestación urbana en la ciudad de Puno"* mencionaron que estas intervenciones son realizadas sin discriminar donde se realizan, que son netamente decisiones del artista y como estos desean emplearlas considerando que son un medio para la expresión socio cultural, dando como ejemplo que en Puno lo que más resalta son las intervenciones artísticas con un mensaje social, cultural o político, entonces nos mencionan que no importan donde están situadas estas intervenciones ni el contexto social sino el mensaje que este deja a mayor detalle en su simbolismo.

Se consideró entonces que en el tiempo que vivimos, si no tenemos un poco de información cultural será muy difícil poder comprender la verdadera significancia de estas intervenciones en niveles socioculturales bajos, altos, intermedios, y el Perú es un país que poco lee y poco se informa sobre culturas o sobre interés nacionales, no necesariamente cada intervención va estar bien situada ni es, que el artista quiera pintar, lo que quiera pintar, en donde pueda pintar, pero si es muy cierto, que el artista cuando realiza estas intervenciones buscan generar un impacto en la personas y que poco a poco se rompan estos parámetros socioculturales para que no tenga estos extremos.

Como fundamento teórico de Ciudades creativas Según Saucedo, H. (2020) presentó un análisis de tres diferentes temas para poder conceptualizar una Ciudad Creativa, como primer tema, nos presentó el impacto social, cultural y económico que surge con la creatividad en las ciudades; como segundo tema, la necesidad de enriquecer y dinamizar la planificación urbana integrando conocimientos provenientes de otras disciplinas, y por ultimo como tercer tema, la inclusión, en los procesos de planificación urbana, de personas o grupos sociales que frecuentemente son marginados, como los inmigrantes o minorías étnicas.

También tenemos lo mencionado por Landry, Ch. (2011), que nos dice que en los años 90's se incluye la idea de la ciudad creativa la cual se convirtió en un anhelo, que se usó para llamar la atención en fomentar la imaginación, así como la mentalidad abierta, pero ya está había surgido en los años 80's.

Entonces el surgimiento de las ciudades creativas viene desde los años 80's donde posteriormente recién se incluiría esta idea años después, de esta manera se genera una asociación entre la creatividad, y los medios capitalistas para así tener un crecimiento económico, considerando como conceptualización tres temas importantes para ello, que son, los impactos sociales, culturales y económicos; enriquecer y dinamizar la planificación urbana; y finalmente la inclusión, en los procesos de planificación urbana.

Como fundamento teórico de la primera variable, Meiqin, M. (2018) demostró como las prácticas artísticas y creativas realizadas por varias entidades no solo aumenta una conciencia crítica de los problemas sociopolíticos de las urbanizaciones chinas, sino que estas reestructuran de manera activa al entorno urbano-espacial de los habitantes. Este activismo cultural se debe a las nuevas contribuciones, agencias y los sitios de creación cultural, ya que desafían las formas dominantes de interpretar los cambios sociales y fomentan la participación ciudadana en la producción de significados alternativos en y de la ciudad.

Radice, M & Boudreault-Fournier, A. (2017) mencionaron que las intervenciones artísticas urbanas, por las afirmaciones recientes sobre lo importante de la creatividad para el auge urbano, las obras de arte en la ciudad han aumentado significativamente, mientras las ciudades se preocupan por el empeño del dinamismo cultural, crecen ciertos riesgos de creación. La estructura y obras públicas son afectadas por las personas y lugares, así como la relación de espacios urbanos y sociales mediante el arte, y como interpretar e investigar estos encuentros entre los transeúntes y el arte. Tratando a las artes públicas no solo con fines estéticos, sino como entes participativos de la evolución cultural y social de las ciudades, que generan una transformación del espacio público en una ciudad como con las personas que se relacionan con ella.

También, Schacter, R. (2014) en los últimos 40 años las intervenciones artísticas urbanas (Graffiti y arte callejero) han surgido como un fenómeno a nivel mundial en las artes visuales. Cada vez es tomado más en serio esta rama del arte, pero aún hay debates si estos actos son considerados vandalismo o arte, ya que se evalúa al graffiti dentro de la cultura de las pandillas, así como parte de la contaminación visual. Teniendo un enfoque nuevo debido a los estudios etnográficos que se realizaron a profundidad por Artistas Independientes. Se situó estas intervenciones ilícitas de manera más amplia dentro de un contexto histórico político y estético. Dividieron el libro en dos secciones, tales como Ornamento y Orden, donde el primero tomó como centro a como los artistas públicos atribuyen sus imágenes a los artefactos públicos, y como estos generan esta comunicación entre sus tensiones y esquemas, donde usan los entendimientos diferentes de la acción política. La segunda división se centra en cómo estos elementos dejan una huella efímera, elementos explícitamente pre formativos y basados en su creación estética. Al explorar temáticas como el carnaval y el juego, el riesgo y la creatividad, rastrea cómo el residuo mismo de esta producción cultural se estructura y da forma a las pautas socio-éticas de los mundos de vida de estos artistas.

Con estas diversas teorías se pudo llegar a disgregar y llegar a categorías que son cercanas y concisas las cuales ayudaron a abordar el tema de investigación, como lo son: el lenguaje callejero, lenguaje espacial y lenguaje cultural, ya que estas teorías nos hablan sobre el arte, graffiti, arte urbano, así como también nos hablan sobre como el arte no es solo estético sino se pueden abordar como parte de la evolución cultural, también como este se acopla a los espacios urbanos y entornos dejando una huella en estas mismas.

Tunić, S. (2020) definió conceptualmente las intervenciones artísticas urbanas, esto es englobar los espacios urbanos llenados por una variedad de piezas de arte, siendo un embellecedor de las calles y un arte conmemorativo, conectando con el mundo natural por los materiales o conceptos que se utilizan en la intervención representando a la sociedad.

Son intervenciones artísticas a todo el arte que se produce en espacios urbanos dejando un determinado mensaje con una buena visión en donde se realiza la intervención, convirtiéndose en una parte integral del siglo XXI por introducirse en

muchas áreas de la vida, mencionaron Dyomin, M. & Ivashko, O. (2020). Así también según Nomeikaite, L. (2019) las intervenciones artísticas son artes legales o ilegales que se genera en las calles teniendo cambios muy rápidos en su forma, función y contenido.

Siguiendo con Maureira, D. (2018) mencionó la intervención artística urbana tiene como significado, de manera personal, que esta se relaciona con las diferentes aplicaciones del arte público. Como definición de sus características específicas puntualmente es necesario considerar su método de filiación en los espacios públicos, que está más relacionado al movimiento de los medios del arte, así como a una condición a una obra de forma efímera. Estas intervenciones urbanas acontecen en cierto espacio-tiempo, desarrollándose en forma de respuesta a los elementos del lugar.

Así también, hay que considerar que las intervenciones artísticas urbanas son una manifestación independiente que tiene como consecuencia una modificación de lo ordinario. Y que este trata de generar un cambio en la manera en cómo vivimos, sugiriendo una forma innovadora de ver las cosas que encontramos al transitar por las calles, donde se pretende poner al servicio y alcance de todos al arte. Herrero, E. (2018). Siguiendo con Filippi, M. (2016) mencionó que las intervenciones artísticas se realizan en el espacio público con distintos fines, por decoración, ser didácticos o también por cambiar la monotonía del lugar siendo poco valorada.

El lenguaje callejero, se caracteriza por estar ubicada en lugares o espacios que tienen gran fluides de personas, donde se pretende sorprender a los transeúntes. Mayormente esta rama artística asila un carácter subversivo que incita a la lucha, la crítica y la reflexión social, así como en otras oportunidades solo busca llamar la atención de las personas, como también reivindicar espacios públicos para el uso de vecinos aledaños y visitantes, mediante las diversas ramas artísticas simbólicas, conceptualizó según González, L. & Tabuena, M. (2018).

Ivelic, M. (1969) conceptualizó, que el lenguaje espacial tiene como fin concretarse en un espacio artístico, es decir, es un espacio modificado, enaltecido, que es un lugar donde se reside e interactúa, pero que, gracias al lenguaje arquitectónico, deja de ser solamente un espacio concreto práctico, sino pasa a ser de elaboración

humana, con un carácter simbólico, abstracto y espiritual, debido a que no es solamente el espacio de nuestra estadía o curiosidad turística.

Se conceptualizó el lenguaje cultural según Peñate, M. & Wood, M. (2005) La cultura en su creación más general y abstracta incluye todas las dimensiones de la vida humana, expresándose mediante el pensamiento, las acciones y el sentir de los seres humanos que forman un determinado sistema social, de la manera particular en que la sociedad deja marca de su actividad, logros y quehacer diario. Considerando que este lenguaje no es más que la expresión social de la cultura.

Como fundamento teórico de economía creativa, Buitrago, F. & Duque, I. (2013) Mencionaron en su manual las ideas y definiciones estratégicas de un debate en gran parte desconocido. Donde se debatió sobre lo esencial del desarrollo que no puede dejar pasar Latinoamérica y el Caribe. La economía creativa (también conocida economía naranja), protagoniza una gran riqueza basada principalmente en la herencia cultural de la región, y el talento, así como también en la propiedad intelectual y la conectividad. Este manual permitió entender lo que es economía creativa y la importancia que esta tiene gracias a su base informativa. También nos brindó herramientas para poder analizarlas.

También Fonseca, A. et al., (2008) brindó definiciones y estadísticas de como la Economía Creativa tiene una gran influencia y crecimiento a lo largo de las diferentes regiones y países, los diferentes autores relataron y mostraron cifras en base a sus estudios de manera significativa, y en todas ellas se pudo ver un crecimiento a la par de la economía y la conciencia cultural, mejorando la convivencia social de las personas con su entorno urbano, generando un fenómeno de transformación, se logra comparar este fenómeno en cada punto en específico donde se encuentran para la elaboración de sus recolección de datos, y nos muestran diferentes herramientas para poder recolectar dicha información y como poder interpretarla.

Del libro de Howkins, J. (2002) se encontró principalmente tres puntos que están separados en tres capítulos a considerar, en el primer capítulo nos habla de la creatividad, y luego en los otros dos capítulos siguientes nos habla de los productos creativos, mencionando que estos productos creativos pueden ser un bien o

servicio. Los negocios de los productos creativos son consistentes de la economía creativa.

Con estas diversas teorías se pudo llegar a disgregar y llegar a categorías que son cercanas y concisas las cuales ayudaron a abordar el tema de investigación, como lo son: creatividad comercial, valores económicos y valores socio culturales, ya que estas teorías nos hablan diversos temas, como que este tipo de economía se basa principalmente en la cultura, de esta manera la influencia cultural es de significancia para la economía, teniendo repercusiones positivas sociales y urbanas, así como por ultimo nos hablan de como poder tener y entender este denominado producto creativo para que sea empleado de manera positiva.

.Según Da Costa, D. (2016) las artes, la creatividad y la economía creativa son vistos por los académicos como impulsores para reparar la ciudadanía global, reinventar las economías locales que se encuentran en declive e incentivar a nuevas políticas inclusivas. Así también Groot, O et al., (2020) definió conceptualmente que se entiende por economía creativa principalmente al grupo de sectores que generan una producción en el punto medio que de las actividades que generan valor económico y aquellas que crean valor cultural. Mencionándolo de forma más exacta son las actividades de valores culturales y expresivas que generan también un valor de cambio y de uso.

Según Benavente, J. & Grazzi, M. (2017) mencionaron que la economía creativa, conocida también economía naranja se promueve mediante organizaciones Culturales y Creativas, teniendo como definición, que estas elaboran productos y servicios que naturalmente son de la creatividad, tales como, arte, talento, identidad y patrimonio cultural gracias a la propiedad intelectual.

De la misma forma se conceptualizó creatividad comercial, donde según, Howkins, J. (2002) La creatividad es una competencia que es absolutamente necesaria para desarrollar una comercialización eficiente y rentable. Es decir, para ser capaces de captar la atención del cliente, para diferenciarnos del resto de competidores, para ser capaces de transmitir quienes somos, para mostrar que ofrecemos, para tener productos más innovadores, usos de estos más amplios, combinaciones de usos o productos/servicios que generan satisfacción para nuevas necesidades, etc., la

cuestión es cómo se provoca esa creatividad en la empresa. También se conceptualizó, valores económicos. Según Benavente J. & Grazzi, M. (2017) Los valores económicos es un apoyador en la economía creativa, que miden los bienes y servicios que se asocian a actividades culturales y económicas donde se atribuyen los insumos y procesos de transformación en el desarrollo material o posible riqueza.

Finalmente se conceptualizó, valores socioculturales, donde Bedolla, D. & Ortiz, J. (2017) mencionaron que los valores socioculturales son un conjunto en él se denomina la cultura, generados por entidades que integran una ciudad, cambiando el comportamiento afectivo por la abstracción universal que sustituyen la necesidad personal.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

De acuerdo con los objetivos de estudios se planteó, el tipo de investigación sustantiva, ya que se desarrolla en el ámbito de la realidad social y natural, en donde tuvo como propósito dar respuesta objetiva al planteamiento del problema de la realidad local, orientada a describir y explicar el fenómeno que se presenta en el caso de estudio el sector 33 “Monumental Callao”.

3.1.2. Diseño de investigación

La presente investigación tiene un diseño etnográfico ya que se describieron y explicaron las prácticas culturales que reconvirtieron la imagen urbana en los puntos específicos en donde Proyecto Fugaz ayudó a darle una nueva perspectiva al Monumental Callao y los comportamientos o acciones de los participantes que se beneficiaron en el impulso económico del lugar.

3.1.3. Enfoque de investigación

Según Elorrieta Sanz et al., (2016) *“Enfoque cualitativo Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.”* Por lo cual, En la presente investigación se consideró un enfoque cualitativo, ya que se recolectó datos mediante el dialogo debate para tener más información y enriquecer la investigación, tomando la variable independiente las intervenciones artísticas urbanas, donde se explica de manera sistemática la ayuda y el mejoramiento hacia el desarrollo de una mejor economía de la sociedad, llamándola economía creativa que sería nuestra variable dependiente, donde todos estos datos se analizaron mediante el programa Atlas ti 9, lo cual ayudo para afinar las preguntas de investigación y llegar a resultados más específicos.

3.1.4. Nivel de investigación

El nivel de investigación que se utilizó es explicativa y causal ya que se explicó las causas de cómo las intervenciones artísticas reconvierten la imagen urbana generando un incremento al nivel social y económico, se tuvo también

un análisis de la relación recíproca entre las variables alcanzadas en los hechos de la realidad.

3.1.5. Tiempo o corte

Se consideró una investigación de corte transversal, ya que se realizó el estudio en observación a las dos variables recopiladas, con información de una población predefinida en un solo tiempo.

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.

Se realizó la categorización de nuestras variables como su operacionalización (ver anexo – Tabla 1)

Para la primera variable, Intervenciones artísticas urbanas, Morales, G. (2020) mencionó, estas intervenciones artísticas urbanas son vistas en su forma más original, tomando espacios que en su mayoría son olvidados, convirtiéndose en un símbolo de libertad para la sociedad y un modelo totalmente distinto de identidad urbana, así como también por otra parte, estas intervenciones artísticas urbanas con el financiamiento de instituciones o por el bien comercial, crea un plan sostenible para que la imagen urbana cambie.

Por medio de distintas teorías mencionadas en el marco teórico, como la de Meiqin, M. (2018) con *“Visual Arts, Representations and Interventions in Contemporary China: Urbanized Interface.”*, Radice, M & Boudreault-Fournier con *“Urban Encounters: Art and the Public.”*, A. (2017) y Schacter, R. (2014) con *“Ornament and Order : Graffiti, Street Art and the Parergon.”* Así se comprendió que las intervenciones artísticas urbanas se disgregan en 3 categorías, lenguaje callejero, lenguaje espacial y lenguaje cultural, ya que estas teorías nos hablan sobre el arte, graffiti, arte urbano, así como también nos hablan sobre como el arte no es solo estético sino se pueden abordar como parte de la evolución cultural, también como este se acopla a los espacios urbanos y entornos dejando una huella en estas mismas. Así también estas categorías se disgregan en tres subcategorías y estas en tres índices.

Siguiendo con la segunda variable, economía creativa, según Groot, O et al., (2020) mencionó que se entiende por economía creativa principalmente al grupo

de sectores que generan una producción en el punto medio que de las actividades que generan valor económico y aquellas que crean valor cultural. Mencionándolo de forma más exacta son las actividades de valores culturales y expresivas que generan también un valor de cambio y de uso.

Así también, por medio de distintas teorías del marco teórico como, Buitrago, F. & Duque, I. (2013) con *“La Economía Naranja: Una Oportunidad Infinita”*, Fonseca, A. et al., (2008) con *“Economía Creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo”* y Howkins, J. (2002) con *“The Creative Economy: How People Make Money from Ideas.”* se comprendió que la economía creativa se disgrega en 3 categorías, creatividad comercial, valores económicos y valores socio culturales, ya que estas teorías nos hablan diversos temas, como que este tipo de economía se basa principalmente en la cultura, de esta manera la influencia cultural es de significancia para la economía, teniendo repercusiones positivas sociales y urbanas, así como por ultimo nos hablan de como poder tener y entender este denominado producto creativo para que sea empleado de manera positiva. Así también estas categorías se disgregan en tres subcategorías y estas en tres índices.

3.3. Escenario de Estudio

El escenario de estudio de la presente investigación está ubicado en el sector 33 de la Provincia constitucional del Callao, colindando con las calles el Jr. Manco Cápac, la Av. Sáenz Peña y la Av. 2 de mayo. Este lugar se caracteriza la zona Monumental del Callao por ser un Patrimonio Cultural de la Nación desde hace cincuenta años. El territorio estudiado está distribuido por 52 manzanas las cuales muchas de ellas se favorecen con el fenómeno estudiado (ver anexo – Figura 21).

3.4. Participantes

Para los participantes de estudio se consideró una muestra de estilo no probabilístico intencionada, debido al enfoque de nuestra investigación, que la selección de habitantes será a nuestro criterio, sin tener en cuenta algún factor o formula estadística, considerando prioridad a los habitantes del recorrido artístico Monumental Callao, en especial al presidente de la junta vecinal, como también dueños de negocios locales.

Para esta investigación se realizaron entrevistas estructuradas tomando como fuente de información a 15 personas entre jóvenes de 18 a 29 años y adultos entre 30 a 59 años ya que cuentan con la capacidad de responder preguntas de manera precisa y coherente, y que no cuenten con ningún cargo público dentro del sector de estudio, también se tomó en cuenta a la junta directiva conformada por el presidente de una de las asociaciones (ver anexo – Tabla 5)

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas de recojo de información que se utilizaron en esta investigación de enfoque cualitativo fueron las siguientes:

Técnica 1: Observación.

Instrumento 1: Fichas de observación.

En primera instancia para la recolección de estos datos se buscó imágenes o fotos antiguas de la zona de estudio con un rango de antigüedad no mayor a más de 10 años, así como también se tomó nuevas fotografías y videos de las actividades que se realizan en el sector 33 (pinta de murales) para así realizar la comparación y poder analizarlo a fondo.

Técnica 2: Entrevistas.

Instrumento 2: Fichas de entrevistas.

Se usó esta técnica para entrevistar a cinco especialistas con una entrevista no estructurada y para los pobladores de la zona de estudio se usó una entrevista estructurada, estas entrevistas nos ayudaron a tener un aporte informativo y su perspectiva de la ciudad a partir de la pinta de murales para este proyecto de investigación.

Técnica 3: Análisis documental.

Instrumento 3: Ficha de registro de datos.

Para esta técnica se utilizó los registros de los datos que nos brinda la UNESCO con forme a la Red de ciudades creativas, como también documentación con respecto a la guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas, de la misma manera se incluyó la documentación presentada en el BID sobre la “economía Naranja”

3.6. Procedimientos

Como primera etapa del procedimiento de recojo de información se elaboró fichas de observación que sirvieron para recolectar datos, donde se comparó las imágenes de hace unos años con la actualidad, para así demostrar la reconversión del lugar y una mejor economía en los residentes de la zona de estudio en base a las intervenciones artísticas, a la vez se realizaron entrevistas estructuradas constituido por 12 ítems para los pobladores con negocios y sin negocios del lugar, conformada por 6 categorías.

Así mismo, no se pudo recolectar información de más personas por ciertas dificultades que se dieron en dicho proceso como la ausencia de algunos dirigentes y el miedo en los residentes del distrito por algunas calles en la que son peligrosas en un determinado tiempo, pero ello se decidió visitar la zona de estudio en muy tempranas horas para la comodidad del entrevistado. Se optó por tomar puntos diferentes de forma equitativa por criterio territorial donde se dieron las entrevistas, de esta manera se recogió las diferentes opiniones de todo el lugar.

3.7. Rigor científico.

Debido al enfoque cualitativo de la investigación se consideró seguir los lineamientos de rigor científico, según Sampieri y Mendoza (2018), existen cinco criterios como la credibilidad, la transferibilidad, confiabilidad o flexibilidad, la dependencia y la relevancia, por lo cual esta disertación estuvo bajo los criterios de calidad y rigor científico como; a) la credibilidad, esto nos ayudó a confirmar si los datos brindados como resultados por los sujetos son verídicos; b) la transferibilidad, la cual proporcionó información minuciosa del contexto; c) la confiabilidad o flexibilidad, se consideró como el desarrollo y los investigadores han contribuido a los resultados; d) la dependencia o constancia, refiriéndose a lo estable que han sido los datos; y por ultimo e) la relevancia, refiriéndose a como los investigadores aportan con novedades siendo pertinentemente.

3.8. Método de análisis de datos

En base a los instrumentos, la información que esta recolecto se procesó mediante las herramientas como, software de análisis cualitativo Atlas Ti 9, donde se realizó el análisis de nuestros documentos, fichas de observación,

fichas documentales y entrevistas, mediante el método inductivo, la creación de códigos (ver anexo-Tabla 9) la cual ayudo a procesar la información y vincularla con las variables, categorías y subcategorías, donde se analizó los documentos como el cuadro de códigos (ver anexo-8), la cual nos proporciono la importancia y veracidad de nuestros códigos en base a la información recolectada.

3.9. Aspectos éticos

Para la elaboración de este proyecto de investigación se respetó tanto los procedimientos como las normas que nos facilitó la Universidad Cesar Vallejo, para que de esta manera esta investigación pueda servir de ayuda y contribución a investigaciones futuras, y así pueda generar un aporte significativo para investigaciones futuras que tengan relación con nuestro tema de investigación. Los resultados que nos arrojaron los instrumentos de recolección de datos, tales como, las fichas de observación, las entrevistas y las fichas documentales, han sido datos que no se han alterado, para salvaguardar la legitimidad de la investigación, así como también se protegió la identidad de algunos participantes.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De acuerdo con el análisis que se realizó mediante el software ATLAS.ti 9 (Ver anexo - Figura 25) resaltan códigos asociados al desarrollo de una Ciudad Creativa: Intervenciones Artísticas Urbanas y Economía creativa, así también durante el análisis se logró encontrar otro código que ayuda a la relación de estos mencionados el cual es Sociedad colaborativa.

Como tema de estudio se identificó el código Ciudades Creativas que presenta categorías que son forman parte de esta, las cuales son: Las intervenciones artísticas urbanas, economía creativa y herramienta de patrimonialización la cual está asociada al código políticas locales de desarrollo cultural, donde de igual forma se encontró el código Sociedad colaborativa como causa de esta misma que a su vez está asociada con las 2 primeras categorías mencionadas. Podemos decir entonces que para poder tener una Ciudad Creativa es necesario tener herramientas de patrimonialización que estén asociadas a las políticas locales de desarrollo cultural de la ciudad, como también es fundamental que sus categorías como las intervenciones artísticas urbanas y economía creativa este asociado entre sí, pero para ello se necesita una sociedad colaborativa, porque si estas se desarrollan de manera unilateral no podríamos tener una Ciudad creativa como tal. Así Rodríguez, J. (2019) nos menciona que, Las intervenciones artísticas urbanas como grafitis o murales son consideradas como artivismo, la cual se pueden añadir dentro las lógicas del turismo cultural como una herramienta que genera así de manera posible rutas turísticas para que se conviertan en un elemento atractivo para el patrimonio arquitectónico de la ciudad o lugar, teniendo así a recompensar a los esfuerzos que han realizado los vecinos por mantener su identidad y patrimonio local. Entonces podemos decir que es así como se llegaría a una Ciudad Creativa.

Continuando, se disgregó el código; Las Intervenciones artísticas urbanas para profundizar en ello, donde en base a lo analizado en esta investigación y las entrevistas que se realizaron encontramos subcategorías que forman parte de esta como: la Sociedad Colaborativa que está asociada a esta, como también encontramos subcategorías que son parte de Las intervenciones artísticas urbanas, así como: lenguaje callejero, lenguaje cultural y lenguaje espacial, así como

también se encontró el código reconversión de imagen urbana como una causa de este. Pero también vemos como las intervenciones artísticas urbanas llega a ser usada como una Herramienta de patrimonialización como causa. Podemos decir entonces que partiendo desde el lenguaje callejero es asociado al arte vandálico que a su vez se asocia al arte efímero, por lo cual muchas veces siempre es de poca duración y estas a su vez están situadas en propiedades privadas sin algún tipo de permiso, pero que también está asociado a la evolución del arte ya que al pasar de los años estas han tenido cambios y modificaciones en su realización, por lo cual se asocia a una reconversión de imagen urbana como causa de estas Intervenciones artísticas urbanas, ya que puede llegar a cambiar de manera positiva la imagen del lugar de donde este se realiza, formando parte de un lenguaje cultural el cual ayuda a resaltar la identidad y costumbres del lugar, donde también es parte de un lenguaje espacial jerarquizando en compatibilidad de calles o edificios principales de la zona. Según Herrero, E. (2018) Nos dice que hay una magnitud en estas intervenciones debido a que durante su proceso evolutivo actualmente sus mensajes son claros y cercanos, por lo cual ha mejorado el punto de vista de la sociedad, de forma general, generando que este sea considerado como arte y no como un acto vandálico, como lo son los diferentes movimientos urbanos los cuales son más pasajeros, ya que ahora hay una estética más comprensible y un fin más profundo y cultural para remover conciencias, provocando cambios en la sociedad y así poder gustar, situándose en lugares cada vez mejor ubicados espacialmente.

Asu vez también se desgregó el código; Economía creativa, donde en base a lo analizado en esta investigación y las entrevistas que se realizaron encontramos subcategorías que forman parte de esta como: Creatividad comercial, valores económicos y valores socioculturales la cual está asociada con políticas locales de desarrollo cultural. Podemos decir entonces que una economía creativa es la economía que se base en el desarrollo cultural que trae repercusiones económicas de diferentes maneras, donde se incluye como parte de ello la creatividad comercial con la innovación y originalidad de negocios o productos para su publicidad, en este caso de estudio el de utilizar murales o graffiti para resaltar y llamar la atención como medio publicitario, donde se toma en cuenta los valores económicos que estos causan, a medida que se van abriendo nuevos negocios y se tiene mayor

acogida de visitantes, considerando como parte de ello también los valores socioculturales, ya que todo tiene que ir envuelto en la identidad de los residentes como de la zona misma, como también de las expresiones culturales de estos mismos, lo cual se le asocia a que tiene que ir encasillado dentro de políticas locales que lleguen a normatizar estas expresiones para así se pueda desarrollar de manera cultural. Así según Eslava, P. (2019) quien nos dice que, el arte presenta un ideal como transformador social la cual se proyecta en alguna institución como herramienta para generar un desarrollo económico, creando así diversas oportunidades y empleos para la sociedad local, donde el arte es el centro como un atractivo cultural donde nacerán nuevos comercios, turismo, etc. Donde los mismos vecinos formen parte de esto cambiándoles de alguna manera su manera de vivir y donde ellos mismos puedan emprender.

En los últimos cincuenta años, la zona monumental del Callao fue declarada patrimonio cultural por los lugares históricos que perduran en el lugar, también sus casonas, balcones y callejones adoquinados formaron parte de este proceso, con el tiempo se convirtió en una zona muy peligrosa del Callao con alto porcentaje de criminalidad, que lamentablemente el lugar quedó en completo abandono. Sin embargo, en los últimos años hubo una iniciativa de arte urbano que planteó *Proyecto Fugaz* para promover un movimiento cultural integrando a la comunidad en lograr un beneficio de calidad de vida para ellos, teniendo en cuenta el desarrollo artístico y cultural en la zona Monumental del Callao. Sumando a ello, se creó un atractivo turístico por las intervenciones artísticas realizadas en donde se consideró el graffiti y los murales para reconvertir la imagen de la ciudad, a raíz de ello Crespi, M. & Mascarilla, O. (2021) abordan el tema de las intervenciones artísticas urbanas como carácter ubicuo emergente de innovación en la ciudad, teniendo una interacción con el peatón espectador, por ello, es que mencionan “El turismo es una de las actividades que más encarecidamente precisa de la innovación y la creatividad para mantenerse constantemente en auge”, así mismo Dyomin, M. & Ivashko, O. (2020) muestran que el arte urbano ha permeado por mucho tiempo muchas áreas de la vida y se ha convertido en una parte indispensable del siglo XXI.

Por ese motivo, en base al objetivo general, demostrar de qué manera las intervenciones artísticas urbanas (Grafiti y murales) que se realizan en puntos específicos definen la reconversión de la ciudad como un impulso económico cultural generando una ciudad creativa en el sector 33 de la Provincia Constitucional de Callao. Se tomó en consideración los datos de los instrumentos en base a los especialistas y residentes entrevistados como la documentación de fichas realizadas.

Los cuales arrojaron como resultado, que las intervenciones artísticas urbanas como proceso de transformación de un barrio o una ciudad es muy sugestivo ya que muchas veces son una mejora de imagen y tienen la posibilidad de crear rutas turísticas como abrir negocios locales, entonces existe una reactivación económica y social qué parte de esa transformación estética y de imagen. Así también, hay ciertas dudas con respecto a ese cambio, ya que eso no se traduce a más si la población o las autoridades no ayudan a conservar ese proceso de evolución, siendo notablemente acentuado en el transcurso del tiempo donde se sabrá si será algo bueno y beneficioso para la misma población. Indudablemente toda creación artística genera algo positivo, ya que tienen originalidad y genera un mínimo de belleza al espacio público. Así mismo, relaciona la imagen urbana y la consciencia social de las personas como doble compatibilidad de proceso positivo en el término de cada intervención artística, en pocas palabras se busca una sociedad colaborativa para interactuar, participar y contribuir al desarrollo artístico de manera proactiva y creativa.

De igual modo se pudo constatar mediante la ficha documental N° 2 (Anexo – Figura 12) donde la Unesco señala que trabajando juntos se ven cosas nuevas y el desarrollo urbano puede satisfacer las necesidades prácticas de la población local generando una ciudad creativa para hacer de la creatividad un motor de impulso económico cultural. De hecho, analizando la ficha documental N° 3 (Anexo – Figura 13) se subraya que la cultura genera muchos empleos y produce un tipo de economía muy específica, ya que, la cultura viene consigo la concepción del desarrollo sostenible en el sentido de que se centra la capacidad de los individuos para el emprendimiento o en la libertad para expresar sus aspiraciones y proyectos.

Así también, cómo se mostró por un canal televisivo los inicios del cambio de la zona monumental a través de la iniciativa para reconvertir la imagen de la ciudad, promover la cultura y el turismo, como se aprecia en la ficha de observación N° 1 (Anexo – Figura 1) que muestran paredes pintadas de grafiti, teniendo una nueva cara del peligroso barrio de Jr. Castilla reflejando de cómo el arte, la cultura y la comunidad pueden romper estigmas de violencia bajando el 90% de crímenes en el lugar. En tal sentido, que en la ficha de observación N° 2 (Anexo – Figura 2) se denota que lo creativo llama a cosas positivas, dando una nueva perspectiva de imagen urbana pese a que a sus alrededores existan espacios vacíos, esto hizo cambiar y mejorar cada espacio minucioso del Callao, generando rutas turísticas alrededor de ellas. Respecto a esto, en la entrevista a un residente con 3 años con su negocio en la zona monumental, aseguró que los murales hicieron cambiar la cara al centro inseguro del Callao, ya que con la intervención tienen más repercusiones económicas debido al atractivo turístico que se recorre por los grafitis.

Sin embargo, algo contradictorio dijo la presidenta de la junta vecinal, ya que no considera que lo realizado haya hecho cambiar a mejoras el Callao, comparado a lo que vivió en su infancia, señaló que anteriormente era un lugar más agradable para la sociedad y contaba con un lugar turístico en toda la zona por ser el primer puerto, como también había tiendas comerciales, grandes o pequeñas que ayudaban a solventar la situación económica del lugar. Así mismo en una entrevista a los residentes, uno de ellos dio relevancia a su insatisfacción de los murales, ya que no lo ve llamativo por no conllevar información relevante, así mismo señaló que no es necesario tener grafitis y murales para hacer un lugar atractivo a como lo era antes el “Callao antiguo”. Sin embargo, esto difiere con la opinión de los otros entrevistados de la zona y vemos la concordancia de las respuestas de personas que residen en el lugar durante mucho tiempo y personas que llegaron en el proceso de transformación y vieron ese cambio evolutivo para ellos y la mejora del espacio público.

Entonces la mayoría de los dueños de negocio entrevistados (Ver anexo – Tabla 11), concuerdan es que la zona de monumental callao ha mejorado con respecto a la seguridad debido a que ahora es un lugar turístico y con ello ha cambiado la

imagen de la ciudad, disminuyendo el nivel de criminalidad, y generando mayores ingresos económicos por negocios. A excepción de un solo entrevistado que no se encuentra satisfecho del todo por las intervenciones artísticas ya que menciona que no las entiende en mayor parte. De igual manera los residentes sin negocio (Ver anexo – Tabla 15), muestran como resultado que, si se ha logrado una reconversión de la imagen urbana, una mejora de muchos aspectos estéticos de sus viviendas como culturales para los residentes, y aunque no todos se han beneficiado económicamente de esto, ellos están conformes por el cambio que se ha generado.

Por otro lado, hacemos énfasis a la ministra de Cultura Diana Álvarez (2016) donde indicó que la orientación de la iniciativa Fugaz también fue integrar a la población para tener más oportunidades de laborar. Del mismo modo, Sonia Cunliffle una artista colaboradora señaló el vínculo de las intervenciones artísticas con la oportunidad de los jóvenes para mantener su hogar, debido al aumento de puestos de trabajos que abrieron por la iniciativa de los grafitis y murales. Es por este motivo que en la ficha de observación N° 6 (Anexo – Figura 6) se registra a residentes/comerciantes que aprovecharon el poseer estas intervenciones artísticas en sus fachadas para abrir negocios comerciales como restaurantes, tiendas y galerías generando mayores ingresos por el tour artístico realizado alrededor de ellas, volviéndose una economía creativa/cultural muy efectiva para la comunidad. Ahora bien, existen residentes aledaños al recorrido artístico con comercios pequeños sin tener algún vínculo con las intervenciones en sus hogares que por motivos vivenciales abren un comercio vecinal dando atención diaria a los viandantes para solventar sus gastos económicos.

Estos resultados llegan a afirmar la hipótesis planteada, la cual indica que las intervenciones artísticas urbanas (Graffiti y Murales) que se realizan en puntos específicos de la ciudad tienen una influencia positiva, generando una reconversión de la ciudad e impulso económico cultural de los residentes del sector 33 de la Provincia Constitucional del Callao. Esta comprobación está en concordancia con la investigación realizada por Urda, L. (2015) quien menciona acerca del vínculo del arte urbano y el espacio público como proceso de transformación urbana, esto produce una evolución en el paisaje y reconvierte el espacio público con buenas

expresiones y visualizaciones del lugar, se considera que las intervenciones artísticas es un arte efímero que permite recuperar con su expresión la zona, ya que tiene una potencialidad de cambiar la imagen y los lugares urbanos que solía tener con antigüedad. Así mismo, Cabezas, A. (2019) menciona acerca del arte urbano, como algo que desaparece tan pronto como aparece, sin embargo, su forma de intervenir deja un legado significativo que se muestra en el cambio de imagen que se da en el tiempo. En ambos casos se concluye que las intervenciones artísticas urbanas se relacionan directamente con la reconversión de una ciudad a pesar de la poca duración que tiene, ya que, aunque sea breve, el arte puede ser muy potente transmitiendo emociones, mensajes, reflexiones sobre la realidad, los problemas sociales o la vida en general. Sin embargo, el Arq. Elio Martuccelli, en la entrevista que se realizó, mencionó que lo efímero es parte de la dinámica urbana ya que los grafitis y murales viven lo que les toca vivir y en la medida en la que son cuidados por trabajadores o ciudadanos participativos, duran más tiempo.

Por otro lado, Biaggini, M. (2018) dice que el graffiti y los murales marcan un territorio con su transformación y a su vez concientizan a la sociedad para mantener una colaboración participativa en el tiempo de intervención. Así también Rodríguez, J. (2019) evidencia la organización de pobladores que combaten el proceso de gentrificación de una zona y usan como factor principal el graffiti y los murales para cambiar la ciudad. Desde otro enfoque tenemos a Eslava, P. (2019) que otorga a las intervenciones artísticas como medida que apoya la gentrificación, si es que no se realiza sin previa concientización o aviso a los residentes de la ciudad. Con esto también concuerda Filippi, M. (2016) quien dice que esto viene ocurriendo desde hace más de 10 años, donde el arte urbano se ha vuelto más mediático y con un gran interés económico lo cual podría traer efectos colaterales que podrían ser peligrosos, mencionando a la gentrificación y la privatización de obras públicas. Así podemos decir que las intervenciones artísticas urbanas son una herramienta de desarrollo que transforma un espacio que no es completamente independiente sino dependiente de la sociedad, teniendo una relación compatible entre el arte, el espacio y los participantes que ayudan a sobresalir una ciudad con su mantenimiento, para no tener daños colaterales como la gentrificación, logrando con el tiempo un desarrollo económico cultural que es fundamental para su éxito.

Por otro lado, García, R. (2016) se refiere a la cooperación que existe en las intervenciones artísticas encaminadas a fortalecer la economía cultural, teniendo en cuenta los valores más importantes de las iniciativas emprendidas por instituciones públicas o privadas que ayudan al desarrollo de la comunidad local de lugares que fueron utilizados para producciones creativas. Así mismo, Herrero, L. (2011) mencionan que la cultura y las artes influyen sobre el desarrollo económico, ya que, la mayoría de ellos logran la ambición de encontrar nuevas oportunidades de crecimiento y diversificar la estructura productiva de las economías locales o regionales, así, utilizan la cultural como motor de cambio la mayor parte del tiempo asociado al impulso del turismo y los negocios locales. Sarmiento, C. (2020) concuerda con que las intervenciones artísticas urbanas pueden generar rutas para el turismo cultural, potenciando el nivel social y económico, donde las agencias de turismo como autoridades locales ya lo han percibido. Así podemos decir que la cultura y el arte, forman parte de la función productiva de la sociedad, convirtiéndose en un recurso capaz de determinar procesos de crecimiento económico que genera la transformación de la ciudad.

Entonces, ante todo los resultados mostrados podemos confirmar que, si se logra una reconversión del lugar a través de los grafitis y murales, por lo cual hay una influencia positiva, siempre y cuando se lleven a cabo de manera ordenada la cooperación de la comunidad local, caso contrario será de manera temporal, sin surgir con mayor afán la situación económica de la comunidad. Ahora bien, se necesita el tiempo para definir si la herramienta de las intervenciones artísticas urbanas se da de manera positiva o negativa en el cambio de imagen de la ciudad y si la creación de rutas turísticas y negocios locales genera alguna economía cultural que llegue a ser sostenible para la sociedad.

Continuando con el primer objetivo específico, determinar cómo el lenguaje callejero mediante las pintas se relaciona con la creatividad comercial, siendo estas representadas en la zona Monumental del Callao por la iniciativa de Proyecto Fugaz, teniendo como resultado que este incentivó a las autoridades en recrear el espacio público con pintas para tener calles creativas impulsando comercios/viviendas donde se les da una publicidad muy atractiva a la localidad, se puede decir que el lenguaje callejero se puede utilizar como una estrategia grande

de generar fuentes de ingresos, teniendo emprendimientos sumamente creativos, donde abarca algunas ramas en que los artistas urbanos se desarrollaron con facilidad para que los beneficiados usen de su creatividad como un motor de impulso comercial y les favorezca rotundamente al espacio, en el que cambias la imagen, el ambiente y la manera de sentir de la persona.

Así mismo, dicho por los residentes entrevistados se constató una concordancia de acuerdo con que las pintas es una herramienta para llamar la atención de los visitantes y hacer más conocido al Callao por los medios publicitarios de sus llamativas interpretaciones de pinturas que va acorde al espacio o al local comercial donde se sitúa, haciendo el lugar más atractivo y concurrido para los peatones.

Sin embargo, no siempre estuvo proyectado de la misma manera ya que hace unos años era como constata la ficha de observación N°3 (Anexo – Figura 3) donde se ve el Jr. Independencia del Monumental callao como una calle relativamente abandonada sin algún negocio visible, todo lo contrario lo que nos muestra después la ficha de observación N°4 (Anexo – Figura 4), donde se ve el cambio a través de las pintas en donde se muestra la reconversión del lugar, con aperturas de nuevos negocios comerciales, donde los visitantes transcurren más la calle por su armoniosa creatividad en ella. En tal sentido, que en la ficha de observación N° 5 (Anexo – Figura 5) se denota una hilera de murales con diferentes tipos de creación y estilos, teniendo con ello un recorrido artístico que se hace público a través de los visitantes que se fotografían en el lugar como fondo publicitario para que conozcan e identifiquen la zona como algo increíblemente extraordinario que se realizó en el Monumental Callao.

Así también los resultados de los residentes con negocios entrevistados (Ver anexo – Tabla 12), mencionaron que hay una relación positiva, ya que estas intervenciones se pueden usar para llamar la atención del público, sean locales o turistas que van muchas veces para tomarse fotos, ya que son coloridas y representativas. Así también los residentes sin negocio (Ver anexo – Tabla 16), confirmaron que hay una relación positiva, ya que hace ver las calles más agradables, más llamativas, inclusive le ameritan que ordena las calles, y que estas intervenciones son como afiches grandes pintados en la pared lo cual también ayuda a identificar los negocios y llama la atención de los turistas.

Dichos resultados llevan afirmar la hipótesis específica, la cual indica que el lenguaje callejero mediante las pintas si se relaciona positivamente con la creatividad comercial del sector 33 de la Provincia Constitucional del Callao ya que ayuda a realzar y resaltar la publicidad de la zona y los resultados son verificados dentro de los antecedentes de nuestra investigación.

Stampoulidis, L. (2019) acotó que este lenguaje callejero es una comunicación poli semiótica con representaciones graficas con un dominio de la representación visual. Así Herrero, E. (2018) explica que con el pasar del tiempo el arte evoluciona y es utilizado como herramienta de comercialización o instrumento con fines publicitarios de algún punto o situación particular debido al impacto visual que genera en los peatones. Tunić, S. (2020) concuerda con que las intervenciones artísticas urbanas forman parte del ecosistema urbano, ya que es un potenciador estético, con una gran influencia de comunicación cuando se aporta un compromiso. Así también Cabezas, A. (2019) mostró que existen empresas privadas que utilizan las pintas para promocionar sus productos o servicios, marca o su organización, sea con fines políticos, de ventas o culturales. Dyomin, M. & Ivashko, O. (2020) mencionaron de igual forma que las intervenciones artísticas urbanas ahora son partes de festivales internacionales y que este tiene la colaboración de marcas conocidas para que estas tengan una distribución activa visualmente. Entonces, en ambos casos se concluye que las muralizaciones se considera como herramienta publicitaria, ya que se utiliza como forma de comunicación entre la marca y el consumidor, como un producto innovador que logra conectar con las personas, el cual beneficia mucho la marca o el lugar que se interviene.

Sin embargo, Rodrigues, A. (2019) mencionó acerca de lo difícil que es que comercialicen los murales en espacios involucrados dentro de lo público y privado, como rutas turísticas en calles plenamente de viviendas sociales, ya que podrían existir residentes que presenten molestias por la aglomeración, bulla y descontrol de los visitantes a sus propiedades, afectando negativamente el proceso de publicidad comercial del lugar. Así podemos ver la falta grave que sería realizar proyectos publicitarios en zonas en la cual no se les brinda algún aviso o permisos

a las autoridades, que después provienen a disipar alguna intervención no consultada.

Entonces, ante los resultados mostrados pese a que las pintas no estén tan consideradas en algunos lugares, logran aportar algo positivo al espacio público y a la población, ya que, los que lo realizan ayudan a publicitar una casa, un local y logran hacerse conocidos por su increíble trabajo creativo en el que manejan mejor su economía, ya que esta obra está asociada a un mayor crecimiento social y económico de la población y los artistas, teniendo una estrategia de recreación de imágenes urbanas y publicidad callejera.

Siguiendo con el segundo objetivo específico, determinar cómo el lenguaje cultural en base al valor cultural se relaciona con los valores económicos de la provincia constitucional del Callao, siendo representado en la zona Monumental, con resultado que con sus diferentes tipos de manifestaciones culturales que a la gran mayoría de comerciantes los beneficia económicamente en cada día, como también no es necesario que haya un lenguaje cultural y social, para tener repercusiones económicas, más bien se puede considerar lo que ya tiene algún valor patrimonial, que si se le puede añadir un valor contemporáneo adicional pero siendo respetuosos con lo que ya hay, porque hay ciudades en las que se llega a tener un combinación patrimonial y cultural con las intervenciones artísticas urbanas que no se oponen a transformaciones físicas de los edificios o de sus calles, más bien son elementos que se añaden como un valor agregado que no se van cambiando, y estos también tiene una respuesta económica positiva.

Se pudo constatar mediante las respuestas de los entrevistados donde el grupo de personas con comercios confirman que estas expresiones culturales ha repercutido en beneficios económicos para sus negocios, por otra parte, el Sr. Luis (nombre bajo seudónimo), que está conformado por el grupo de personas entrevistadas sin negocio, comenta que pese a no tener algún tipo de repercusión económica en su hogar por laborar en un distrito fuera del suyo, logra ver a vecinos beneficiarse económicamente para el bienestar de su hogar con cada intervención cultural que se realiza en el monumental.

Los entrevistados con negocio (Ver anexo – Tabla 13), arrojaron como resultado, que se logra evidenciar la relación de forma positiva y como se asocia de buena manera que exista expresiones culturales donde los mismos vecinos forman parte, como nos brindan de ejemplo las veces que hay ferias, van orquestas, esto genera un mayor ingreso para todos los comerciantes. Por otro lado, los residentes entrevistados sin negocio (Ver anexo – Tabla 17), mencionaron que, aunque están de acuerdo que estas expresiones culturales pueden traer beneficios económicos, la mitad de los entrevistados no se benefician de manera directa ya que estos cuentan con otra fuente de ingresos y sus labores en otros distritos, pero si han sido testigos como sus vecinos han podido tener un cambio en su economía.

De igual forma se puede ver en la Ficha de observación N°6 (Ver anexo – Figura 6), como las viviendas que cuentan con alguna intervención artística urbana en su fachada ha abierto un negocio, aprovechando el llegar de la gente hacia el recorrido artístico, donde refuerza el hecho que hay mayor oportunidad laboral donde se realiza una intervención artística urbana, así también en la ficha de observación N°7 (Ver anexo – Figura 7), se ve como los mismo residentes colaboran para el desarrollo de estas expresiones culturales y esto genera que los mismos artistas tengan un desarrollo social y económico.

Dichos resultados afirmaron la hipótesis específica, la cual indica que el lenguaje cultural en base al valor cultural se relaciona positivamente con los valores económicos del sector 33 de la Provincia Constitucional del Callao, ya que en base a este valor cultural se puede ver una influencia en la economía, coincidiendo con Cerisola, S. & Panzera, E. (2021) que mencionan acerca de las cualidades culturales y creativas con fuertes repercusiones económicas que favorecen a las localidades, principalmente al turismo, contemplando los impactos económicos, sociales y ambientales, así se evidencia la identidad cultural como un impulsor de patrimonio y desarrollo sostenible. Así mismo Luna, J. (2016) se refiere al sector cultural como un generador de riqueza en el impacto social, considerando la cultura y la economía como una estrategia muy buena. Entonces, en ambos casos se concluye que la cultura es una estrategia para tener fuentes de ingresos económicos. Por el contrario Kaipainen, J. (2019) menciona que los aspectos creativos en base a políticas y medios culturales son pensados como un medio

utópico. Así podemos decir, que idealizan la cultural más allá de que genere ingresos económicos, ya que la mayor acción para que algo funcione va a depender de la misma población, siendo ellos partícipes consumidores de algún local comercial.

Entonces, ante los resultados mostrados podemos decir que todo medio cultural actuará como forma de generar ingresos económicos, con la ayuda de la comunidad se apertura puestos de trabajo, garantizando el tener una buena acogida por la sociedad en cada espacio intervenido, teniendo recursos que ayudan a salir adelante y generar ingresos a la localidad.

Así también se continuó con el tercer objetivo específico que consiste en determinar cómo el lenguaje espacial se relaciona con los valores socio culturales de la provincia constitucional del Callao, 2021. Considerando los datos de nuestros instrumentos en base a los especialistas y residentes entrevistados como la documentación de fichas realizadas.

Dando como resultado, la relación positiva, que hay entre los espacios urbanos con la sociedad que lo rodea para una mejora cultural, porque una manifestación cultural de la ciudad se puede visualizar en los espacios urbanos y materializándose de forma oportuna.

Esto se puede decir según se ve en ficha de observación N°8 (Ver anexo – Figura 8), donde se aprecia un cambio y recupero total de “La casa Valega” la cual es considerada como patrimonio prehispánico, colonial y republicano. Entonces se logra ver una recuperación del casco urbano de la zona por el valor socio cultural que esta ocupa para el Callao, como se ve también en la Ficha de observación N°9 (Ver anexo – Figura 9), donde hay espacios de convivencia entre la creatividad y el ambiente que la acoge, donde la comunidad es la fuente de inspiración para la creación.

Así también en la ficha documental N°8 (Ver anexo – Figura 18), habla sobre los derechos y obligaciones del estado y de los ciudadanos frente a los espacios públicos, mostrando el artículo 7, derechos de los ciudadanos, donde se le da prioridad en el uso y disfrute de los espacios públicos conforme a su naturaleza y destino, lo cual va en concordancia con la utilización de espacios de forma

adecuada para los residentes, donde estos no restrinjan el uso o disfrute de los mismos ciudadanos por otros, respetando el libre acceso a los espacios públicos, de esta manera se puede decir que hay un espacio jerarquizado donde las calles con mayor espacio son las calles con mayores intervenciones y esto genera también mayor desplazamiento de la gente, pero con aportes culturales que se ven y se siente visualmente aceptados.

también las entrevistas a los residentes con negocio (Ver anexo – Tabla 13), resultaron que se puede ver la relación positiva también entre estas categorías, ya que los entrevistados concuerdan en ello, en cómo se sienten identificados con cada mural que se realiza en los espacios adecuados y como se organizan espacialmente para poder brindar un orden para los negocios, generando una ruta gastronómica. Así también concuerdan en la identidad que les brinda estos murales, que muestran una nueva cara del Callao. Así también los residentes sin negocio (Ver anexo – Tabla 18), confirman la relación positiva de estas sub categorías, ya que ellos sienten que cada muralización realizada tiene ese espíritu e identidad “Chalaca” que los representa, aunque haya pocas intervenciones que algunos no entiendan, se ve en la mayoría como estos se sienten orgullosos de cómo se les ha representado, también nos comentan sobre el intercambio cultural que ahora se puede tener en esta zona del callao y aunque se sientan de alguna manera expuestos por la visibilidad .

Por ello se puede observar que la hipótesis específica es correcta, el lenguaje espacial se relaciona significativamente con los valores socio culturales de la provincia constitucional del Callao, 2021, ya que mediante su composición visual se generan más celebraciones culturales. Podemos decir según Cumpa, L. (2016) que hay un cambio de expresiones artísticas de acuerdo al lugar en donde este se sitúa, y cómo estas intervenciones tienen diferencias entre lo que expresan, su forma, nivel de detalles y donde están situadas, entonces nos da a notar que a medida estos niveles socioculturales son menores las intervenciones artísticas nos brindan una menor calidad en detalles como expresiones y mensaje social, a diferencia de lugares con niveles socioculturales más altas, dando a notar que es el contexto urbano el cual influye en el tipo de forma y contenido expresado. Por otro lado Calsina Ponce et al., (2020) Nos dicen que más bien estas intervenciones

son realizadas sin ningún tipo de discriminación, sin importar donde estas se realicen, como sin considerar el contexto social, ya que lo importante es el mensaje que este deja para los viandantes y estos se sientan identificados con su entorno.

Así también Nomeikaite, L. (2019) menciona que el compromiso social con las intervenciones artísticas urbanas surge en el espacio nacional entre la obra de arte y el viandante, mediante las experiencias sensoriales y las prácticas socio espaciales, ya que esto involucra tanto al individuo como el espacio en el que se sitúa, a eso se le añade los valores sociales que su entorno representa. Por otro lado Brita, T. (2019) nos muestra una perspectiva moderna sobre la virtualidad y como esta presenta un gran potencial para la desaparición del arte callejero, basándose en la virtualidad, como la realidad aumentada (RA) y la realidad virtual (VR), entre los términos de “espacios no urbanos” y “ciudades post urbanas” ya que la tecnología de información y comunicación, generan una influencia y cambios en la interacción del arte urbano y podrían ayudar a que los “no lugares urbanos” se vuelvan más animados y atractivos, en este caso para los residentes virtuales. Mendelson-Shwartz, E. (2020) nos dice sobre la relativa elasticidad de la política de la ciudad hace posible que algunas intervenciones artísticas se creen de manera natural por los mismos pobladores, potenciando las libertades artísticas y de propiedad. Trayendo como consecuencia, otros murales pueden ser aprovechados por organismos públicos para promover el desarrollo urbano y mejorar la calidad de los espacios urbanos, donde el control que se comparte entre los medios privados como entidades públicas genera una especie de equilibrio para los intereses comunitarios e individuales, así hay un impacto positivo para los espacios públicos en los entornos urbanos.

Basándose en todo lo analizado y debatido, se pudo decir que estos espacios urbanos pueden llegar a mejorarse o integrarse de mejor manera cumpliendo las normativas ya establecidas siempre y cuando haya un equilibrio entre las entidades públicas y privadas, ya que es importante tener la aprobación de los residentes ya que son ellos los que habitan en comunidad y generan sus intercambios culturales para el confort social comunitario.

V. CONCLUSIONES

En relación al objetivo general de la investigación, demostrar de qué manera las intervenciones artísticas urbanas (Grafiti y murales) que se realizan en puntos específicos definen la reconversión de la ciudad como un impulso económico cultural generando una ciudad creativa, se logra concluir que la participación de la sociedad y las autoridades es sumamente importante para llegar a un fin común de reconvertir la imagen e impulsar económicamente la zona en base a los murales, ya que se demostró que con la ayuda de los residentes y el acuerdo de los dirigentes del sector público y privado se logró una mejora en una zona realmente peligrosa, siendo hasta la actualidad una acción favorable en los residentes y en el entorno del lugar. Se considera a las intervenciones artísticas urbanas como pilar fundamental para llegar a crear una economía creativa y finalmente tener una ciudad creativa, llegando ser una herramienta para la patrimonialización de elementos arquitectónicos, donde se alineen estas intervenciones a las políticas de desarrollo cultural que propone la Red de ciudades creativas de la UNESCO.

Así también, como demuestra la disertación, conforme al tipo de relación del lenguaje callejero y la creatividad comercial, se logra concluir que existe una interacción entre ellas y pueden ser usadas desde ambos lados, ya que con lo dicho por los habitantes se puede afirmar que el lenguaje callejero (pintas) es algo visualmente llamativo y atractivo en el lugar, donde se usa el grafiti y los murales como afiches promocionales para los negocios locales, beneficiando de cierta manera a los negociantes formales e informales de la zona. Así mismo, en aspectos comerciales se logra tener una imagen urbana diferente, trayendo repercusiones positivas para la comunidad, generando mayor turismo y con ello mayor ingreso económico de forma paralela.

Continuando, también se logra demostrar en base al análisis realizado el tipo de relación entre el lenguaje cultural y los valores económicos, en donde se logra concluir que los eventos culturales realizados en el lugar traen consigo repercusiones económicas positiva, ya que relativamente el aspecto cultural del Callao contribuye al desarrollo desde los ámbitos sociales e identitarios que le son propios a los residentes, teniendo una participación en lo económico, así mismo, se identifican con el lugar y están conforme a los cambios de su ciudad.

Finalmente concluimos con la importancia del lenguaje espacial y como este se ve influenciado por las entidades sociales, públicas o privadas, donde se debe llegar a un acuerdo mutuo para generar un equilibrio por el bienestar del espacio urbano y este cumpla con los criterios de la Ley de gestión y protección de los espacios públicos.

VI. RECOMENDACIONES

En relación al objetivo general, se recomienda considerar dentro de los planes de desarrollo urbano o dentro de las municipalidades, el tener políticas o normativas donde se pueda tener la colaboración de los propios ciudadanos que incluyan las intervenciones artísticas urbanas como una de las piezas fundamentales para el crecimiento y desarrollo de una ciudad, como también poder concretar una metodología donde se pueda introducir estas intervenciones como herramientas que ayuden a la patrimonialización y al ordenamiento de la imagen urbana, ya que se le puede considerar como arte, o arte popular, lo cual estaría dentro de la red que se considera en la UNESCO como un impulsor cultural, y así llegar a tener una Ciudad creativa.

Así también en base al objetivo específico 1, se recomienda al momento de utilizar estas intervenciones como medios de publicidad el hacer un estudio previo de la zona y las consecuencias que estas pueden tener a futuro, para no perturbar la tranquilidad de los residentes que no cuenten con negocios, considerando el concientizar a la población constantemente para la adaptación de estos en su nuevo entorno urbano.

De la misma manera en base al objetivo específico 2, se recomienda concientizar a la población para ayudar a tener mayor identidad cultural del lugar de residencia para que estos mismos puedan cambiar su manera de pensar y ver su entorno y así se les inculque el poder emprender y mejorar su economía.

Finalmente, en base al objetivo específico 3, se recomienda tener espacios urbanos especializados y demarcados con ciertos grados de jerarquía donde se pueda apreciar los valores sociales y económicos de los residentes, sin perturbar la tranquilidad de la periferia del Monumental Callao.

REFERENCIAS

- Bedolla Pereda, D., & Ortiz Nicolás, J. C. (2017). El rol de los valores socioculturales en la elección de productos. Una aproximación desde el diseño. *Academia XXII*, 8(16), 70. <http://www.revistas.unam.mx/index.php/aca/article/view/62915>
- Benavente, J., & Grazzi, M. (2017). Políticas públicas para la creatividad y la innovación: Impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe. *Banco Interamericano de Desarrollo*.
- Biaggini, M. A. (2018). Pintando los muros: intervenciones visuales en el espacio público de la periferia de Buenos Aires. *Comunicación y Medios*, 27(38), 164–176. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2018.50487>
- Brita, T. Di. (2019). The Disappearance/Virtualisation of Graffiti and Street Art From Urban to Institutional to Virtual Space. *Street Art and Urban Creativity*, 5(2), 6–17.
- Buitrago Restrepo, F., & Duque Márquez, I. (2016). La Economía Naranja: Una Oportunidad Infinita Buitrago Restrepo, F., & Duque Márquez, I. (2016). La Economía Naranja: Una Oportunidad Infinita. Banco Interamericano de Desarrollo, 1, 239. <https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-una-oportunida>. *Banco Interamericano de Desarrollo*, 1, 239. <https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita>
- Cabezas León, A. D. C. E. (2019). *Las rutas de arte urbano como diseño de experiencia de usuario en el distrito de Barranco . 2019*.
- Calsina Ponce, W. C., Velazco Reyes, B., & Hurgaya Quispe, S. I. (2020). El graffiti como una manifestación urbana en la ciudad de Puno. *Index, Revista de Arte Contemporáneo*, 10, 42–59. <https://doi.org/10.26807/cav.vi10.317>
- Catacora Mayta, H. P. (2018). *ANÁLISIS DE LAS DIMENSIONES CULTURALES UNESCO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA FESTIVIDAD VIRGEN DE LA CANDELARIA DE PUNO 2017 - 2018*.

- Cerisola, S., & Panzera, E. (2021). Cultural and creative cities and regional economic efficiency: Context conditions as catalyzers of cultural vibrancy and creative economy. *Sustainability (Switzerland)*, 13(13). <https://doi.org/10.3390/su13137150>
- Crespi Vallbona, M., & Mascarilla Miró, O. (2021). INNOVATION in TOURISM MARKET: EXPERIENCES in STREET ART. *Cuadernos de Turismo*, 186(1), 497–499. <https://doi.org/10.6018/TURISMO.492651>
- Cumpa González, L. (2016). Expresión del grafiti en el espacio urbano de Lima. *Comunifé*, 16(16), 79–90. <https://doi.org/10.33539/comunife.2016.n16.2025>
- Da Costa, D. (2016). Politicizing creative economy: Activism and a hunger called theater. In *Politicizing Creative Economy: Activism and a Hunger Called Theater*. University of Illinois Press.
- Dyomin, M., & Ivashko, O. (2020). STREET ART: AN ARTISTIC MESSAGE in the MODERN URBAN ENVIRONMENT. *Art Inquiry*, 22, 221–241. <https://doi.org/10.26485/AI/2020/22/13>
- Elorrieta Sanz, B., Olcina Cantos, J., & Sánchez Aguilera, D. (2016). La sostenibilidad en la planificación territorial de escala regional en España: estudio de casos. *Cuadernos Geográficos*, 55(1), 149–175. <https://www.redalyc.org/pdf/171/17146265006.pdf>
- Eslava Jaime, P. (2019). Monumental Callao: institucionalidad artística contemporánea y cultura política neoliberal desde una lectura crítica de la ideología [Pontificia Universidad Católica del Perú]. In *Pontificia Universidad Católica del Perú*. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/15236>
- Filippi, M. (2016). *Street Art is dead. Again and again. Brief State of the (Urban) Art*. 84–90.
- Fonseca Reis, A. C., Davis, A. M., Santos-Duisenberg, E. dos, Piedras Feria, E., Solanas, F., Kovács, M., Askerud, P., Ramanathan, S., Chengyu, X., & Isar,

- Y. R. (2008). *Economía Creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*. Itaú Cultural.
- García Fernández, R. (2016). *Proyectos, acciones e iniciativas de intervención urbana: la producción cultural local como estrategia de desarrollo de la creatividad en las ciudades*.
- González Díez, L., & Tabuenca Bengoa, M. (2018). *La intervención artística en el espacio urbano : acción y reflexión de “ Muros Tabacalera .”*
- Groot, O. J. De, Dini, M., Gligo, N., Peralta, L., & Rovira, S. (2020). *Economía creativa en la revolución digital*. 89.
- Herrero, E. F. (2018). *Origen, evolución y auge del arte urbano. El fenómeno Banksy y otros artistas urbanos*. <http://eprints.ucm.es/46424/1/T39585.pdf>
- Herrero, L. C. (2011). La contribución de la cultura y las artes al desarrollo económico regional. *Investigaciones Regionales*, 19, 177–202. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28918214010%0ACómo>
- Howkins, J. (2002). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. <https://books.google.com.pe/books?id=znXx2zJGY9QC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Ivelic, M. (1969). El lenguaje arquitectónico. *Aisthesis*, 2014. http://estetica.uc.cl/images/stories/Aisthesis1/Aisthesis4/el_lenguaje_arquitectnico-milan_ivelie_k.pdf
- Kaipainen, J. (2019). Creative Destruction: The Financial Crisis and Cultural Production. In *Riskesdas 2018* (Vol. 3).
- Landry, C. (2011). The Creativity City Index. *City, Culture and Society*, 2(3), 173–176. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2011.09.003>
- Luna, J. M. (2016). Cultura y economía: relación estratégica. *Extoikos*, 18, 93–102.
- Maureira Diego. (2018). *Arte público e intervenciones urbanas | Centro Nacional de Arte Contemporáneo*. <http://centronacionaldearte.cl/glosario/arte-publico-e->

intervenciones-urbanas/

- Meiqin Wang, M. V. (2018). *Visual Arts, Representations and Interventions in Contemporary China: Urbanized Interface*. Amsterdam University Press. <https://web.p.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/ZTAwMHh3d19fMTkwMTQ4NI9fQU41?sid=7e063664-5407-4698-bed0-26ffd3a09a3a@redis&vid=3&format=EB&rid=1>
- Mendelson-Shwartz, E. (2020). How Much Control do Cities Want Over Their Public Spaces? A Look into Mural Policies. *Street Art and Urban Creativity*, 6(2), 59–70. <https://doi.org/10.25765/sauc.v6i2.226>
- Morales Cuadra, G. M. (2020). Intervención sostenible de la imagen urbana de Puebla a través del grafiti y el muralismo en los últimos diez años. *Revista Arquitectura +*, 5(9), 11–27. <https://doi.org/10.5377/arquitectura.v9i5.9847>
- Nomeikaite, L. (2019). Street art and heritage conservation: From values to performativity. *Street Art and Urban Creativity*, 5(1), 6–18.
- Peñate Cabrera, M., & Wood Wood, M. (2005). *JUSTIFICACIÓN Y TRATAMIENTO DE “LENGUA, CULTURA Y SOCIEDAD” EN LA ENSEÑANZA DEL INGLÉS*.
- Radice, M., & Boudreault-Fournier, A. (2017). *Urban Encounters: Art and the Public*. <https://web.p.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/ZTAwMHh3d19fMTUyMTk1OV9fQU41?sid=25122fc6-9937-4c0e-a4f6-c87206c52e81@redis&vid=9&format=EB&rid=2>
- Rodrigues, A. A. (2019). Whose Wall is it Anyway? Using street art to navigate the private and the public in a community. *Street Art and Urban Creativity*, 5(2), 18–25.
- Rodríguez, J. (2019). *Narrativas y conflictividades alrededor de los murales en zonas turísticas de Lima. El caso de Barranco*. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/14225>
- Sampieri, R y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas

cuantitativa, cualitativa y mixta. Editorial Mc Graw Hill Education.
<https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>

Sarmiento, C. (2020). Methodological Proposals and Critical Responses for the Study of Graffiti and Street Art: The project StreetArtCEI. *Street Art and Urban Creativity*, 6(2), 24–47.

Saucedo Estrada, H. K. (2020). La Creatividad Recurso Económico: Como Estrategia De Crecimiento. In *Investigación & Negocios* (Vol. 13, Issue 21).
<https://doi.org/10.38147/invneg.v13i21.81>

Schacter, R. (2014). *Ornament and Order: Graffiti, Street Art and the Parergon*.
<https://web.s.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/ZTAwMHh3d19fNjc5ODM2X19BTg2?nobk=y&sid=395120b8-2214-4f4f-8791-6e766fffc23d@redis&vid=11&format=EB&rid=1>

Stampoulidis, G. (2019). Polysemiotic Communication vs. Multimodality: a conceptual and terminological distinction applied in street art. *Street Art and Urban Creativity*, 5(2), 26–31.

Tunić, S. (2020). Street Art & Graffiti in Belgrade: Ecological Potentials? *Street Art and Urban Creativity*, 6(2), 71–102.

UNESCO. (2020). *UNESCO Creative Cities Network*. Unesco.
<https://es.unesco.org/creative-cities/content/acerca-de>

Urda Peña, L. (2015). El espacio público como marco de expresión artística. In *Asociación aragonesa de críticos de arte* (Issue 12).

ANEXOS

Tabla 1.

Cuadro de Categorización

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Categorías	subcategorías	Índices	Metodología	
V1: Las intervenciones artísticas	Según (Morales Cuadra, 2020) Nos dice, estas intervenciones artísticas urbanas son vistas en su forma más original, tomando espacios que en su mayoría son olvidados, convirtiéndose en un símbolo de libertad para la sociedad y un modelo totalmente distinto de identidad urbana, así como también por otra parte, estas intervenciones artísticas urbanas con el financiamiento de instituciones o por el bien comercial, crea un plan sostenible para que la imagen urbana cambie.	Esta Variable tiene un enfoque cualitativo, por medio de distintas teorías comprende que Las intervenciones artísticas Urbanas se disgregan en 3 categorías, Lenguaje callejero, lenguaje cultural y lenguaje espacial, así también estas categorías se disgregan en tres subcategorías y estas en tres subíndices.	LENGUAJE CALLEJERO	Pintas	Muralismo	Stencil	Graffiti
				Esculturales	Orgánicas	Grabado	Figurativas
				Culturales	Teatro	Danzas	Canto
			LENGUAJE CULTURAL	Comunicación	Visual	Virtual	Oral
				Valor cultural	Identidad	Tradiciones	Costumbres
				Sociedad	Socializa	Manifiesta	Participa
			LENGUAJE ESPACIAL	Forma urbana	Espacio abierto	Distribución	Componentes
				Composición visual	Jerarquía	Emplazamiento	Configuración
				Estructura espacial	Recorrido	Actividades	Flujo
V2: Economía creativa	Según Groot, O et al., (2020) menciona. Se entiende por economía creativa principalmente al grupo de sectores que generan una producción en el punto medio que de las actividades que generan valor económico y aquellas que crean valor cultural. Mencionándolo de forma más exacta son las actividades de valores culturales y expresivas que generan también un valor de cambio y de uso.	Esta Variable tiene un enfoque cualitativo, por medio de distintas teorías comprende que La economía creativa se disgregan en 3 categorías, Creatividad comercial, Valores económicos y valores socio culturales, así también estas categorías se disgregan en tres subcategorías y estas en tres índices.	CREATIVIDAD COMERCIAL	Originalidad	Único	Irrepetible	Ingenio
				Flexibilidad	Experimentar	Cambio	Tecnología
			VALORES ECONOMICOS	Comunicación comercial	Publicidad	Relaciones públicas	
				Laboral	Formal	Informal	Desempleo
				Ingresos	Bajo	Medio	Alto
			VALORES SOCIO CULTURALES	Nivel educación	Secundaria	Superior	Empírico
				Celebraciones colectivas	Religiosas	Patriotas	Populares
				Costumbres	Vestimentas	Gastronomía	Musicales
				Leyes	Normas	Sanciones	Idiosincrasia

Tipo de investigación sustantiva descriptiva con diseño etnográfico y con enfoque cualitativa, teniendo un nivel explicativa y causal, con un tiempo transversal. Con escala Nominal.

Nota. Esta tabla muestra el concepto y como se operacionalizaron las categorías. Elaboración propia.

Tabla 2.

Matriz de categorización.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE N°1: LAS INTERVENCIONES ARTÍSTICAS URBANAS				
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	CATEGORIAS	SUBCATEGORÍAS	INDICES		
¿De qué manera la reconversión cultural a través del graffiti y los murales como intervenciones artísticas urbanas generan una economía creativa en los residentes del sector 33 de la provincia constitucional del Callao, 2022?	Demostrar de qué manera las intervenciones artísticas urbanas (Graffiti y murales) que se realizan en puntos específicos definen la reconversión de la ciudad como un impulso económico cultural generando una ciudad creativa para los residentes del sector 33 de la provincia constitucional del Callao	Las intervenciones artísticas urbanas (Graffiti y Murales) que se realizan en puntos específicos de la ciudad tienen una influencia positiva, generando una reconversión de la ciudad e impulso económico cultural de los residentes del sector 33 de la provincia constitucional del Callao.	LENGUAJE CALLEJERO	Pintas	Muralismo	Stencil	Graffiti
				Esculturales	Orgánicas	Grabado	Figurativas
				Culturales	Teatro	Danzas	Canto
			LENGUAJE CULTURAL	Comunicación	Visual	Virtual	Oral
				Valor cultural	Identidad	Tradiciones	Costumbres
				Sociedad	Socializa	Manifiesta	Participa
			LENGUAJE ESPACIAL	Forma urbana	Espacio abierto	Distribución	Componentes
				Composición visual	Jerarquía	Emplazamiento	Configuración
				Estructura espacial	Recorrido	Actividades	Flujo
PROBLEMA ESPECIFICO	OBJETIVO ESPECIFICO	HIPOTESIS ESPECIFICA	CATEGORIAS	VARIABLE N°2: ECONOMIA CREATIVA			
				SUBCATEGORÍAS	INDICES		
¿De qué manera el lenguaje callejero mediante las pintas se relaciona con la creatividad comercial de la provincia constitucional del Callao, 2022?	Determinar cómo el lenguaje callejero mediante las pintas se relaciona con la creatividad comercial de la provincia constitucional del Callao, 2022.	El lenguaje callejero mediante las pintas si se relaciona significativamente con la creatividad comercial de la provincia constitucional del Callao, 2022 ya que ayuda a realzar y resaltar la publicidad.	CREATIVIDAD COMERCIAL	Innovación	Creativo	Original	
				Flexibilidad	Experimentar	Cambiar	Rediseñar
				Comunicación comercial	Publicidad	Relaciones públicas	Virtualidad
¿De qué manera el lenguaje cultural en base al valor cultural se relaciona con los valores económicos de la provincia constitucional del Callao, 2022?	Determinar cómo el lenguaje cultural en base al valor cultural se relaciona con los valores económicos de la provincia constitucional del Callao, 2022.	El lenguaje cultural en base al valor cultural se relaciona significativamente con los valores económicos de la provincia constitucional del Callao, 2022, porque en base a este valor cultural se puede ver una influencia en la economía.	VALORES ECONOMICOS	Laboral	Formal	Informal	Desempleo
				Ingresos	Bajo	Medio	Alto
				Nivel educación	Secundaria	Superior	Empírico
¿De qué manera el lenguaje espacial se relaciona con los valores socio culturales de la provincia constitucional del Callao, 2022?	Determinar cómo el lenguaje espacial se relaciona con los valores socio culturales de la provincia constitucional del Callao, 2022.	El lenguaje espacial se relaciona significativamente con los valores socio culturales de la provincia constitucional del Callao, 2022, ya que mediante su composición visual se generan más celebraciones culturales.	VALORES SOCIO CULTURALES	Celebraciones colectivas	Religiosas	Patrióticas	Populares
				Costumbres	Vestimentas	Gastronómicas	Musicales
				Leyes	Normas	Sanciones	Idiosincrasia

Nota. Esta tabla muestra cómo se usaron los índices e indicadores para realizar los puntos específicos. Elaboración propia

Tabla 3.*Antecedentes Nacionales*

Antecedentes Nacionales		
Antecedente	Autor	Resumen
“Narrativas y conflictivas alrededor de los murales en zonas turísticas de Lima. El caso de Barranco”	Joan Campio Rodríguez Gómez	Tiene como objetivo enfocar los cambios urbanos en la zona histórica de Barranco donde se identifican los procesos de gentrificación provocando una conflictividad alrededor de los murales por las narrativas de los vecinos y comerciantes. El tipo de investigación de esta tesis se basa de los parámetros clásicos a través de la etnografía teniendo así un enfoque cualitativo, donde se hace un trabajo de campo para recolectar datos y describir todos los valores o creencias que se logre observar en lo social y cultural. Como conclusión el autor menciona, que presentan nuevas formas de gentrificación en donde estas ya no se adecúan a los esquemas clásicos que existen, ya que tiene una nueva forma donde se modifica y transforma el lugar que se pretenda aplicar una rehabilitación, en base a los murales que son los que le dan vida a un lugar con algo creativo y cultural, siendo este espacio como polo de atracción no solo para los residentes del lugar, sino también para los que no residen, generando una buena vista y se logre convertir en nuevos vecinos o turistas.
“Monumental Callao: institucionalidad artística contemporánea y cultura política neoliberal desde una lectura crítica de la ideología”	Paula Eslava Jaime	Esta disertación parte del interés por estudiar el caso de Monumental Callao, una institución privada de arte que, a través del arte, busca cambiar el área problemática en la que se ubica. A partir de la reconstrucción de diversos discursos artísticos y del modelo de participación que impulsa el proyecto. Esto se logrará a través de una crítica de la ideología que impregne los discursos y prácticas en relación tanto con sus propuestas de institucionalización y desarrollo artístico como con la política urbana. La disertación consta de tres capítulos. El primer capítulo se centra en la dimensión normativa del proyecto para visibilizar las fuentes de legitimidad en las que se basa. El segundo se centra en los agentes artísticos que participan y aprenden sobre el modelo organizativo y la obra de arte que se crea. El tercero se centra en la relación entre vecinos y Fugaz y tiene como objetivo esclarecer cómo funciona el modelo propuesto de intervención política y social. Para ello, principalmente veremos cómo se establece el concepto de alternativa, centralizado en la reticencia del arte a institucionalizarlo (en manos del Estado, el mercado), la autonomía de una obra de arte en términos de su socialización. eficacia, emprendimiento ético
“Análisis de las dimensiones culturales UNESCO para el desarrollo turístico de la Festividad Virgen de la Candelaria de Puno 2017-2018”	Henry Percy Catacora Mayta	Su objetivo fue analizar la contribución de las dimensiones culturales UNESCO para el desarrollo turístico de la Festividad Virgen de la Candelaria de Puno - 2017, correspondiente a las necesidades y características de este patrimonio, impulsando así la política cultural de esta fiesta, la cual debe ser inclusiva a través de estrategias de desarrollo que contribuyan a su protección, preservación y promoción de esta original costumbre, consideramos necesario analizar los aspectos culturales propuestos por la UNESCO para un desarrollo propicio al desarrollo turístico sostenible en la Fiesta de la Virgen de la Candelaria en Puno, ya que el turismo es la actividad más inclusiva de todas y con gran potencial en esta zona del Perú. Se utilizaron métodos deductivos, descriptivos y de correlación. La población fue finita ya que se usaron datos estadísticos del INEI para obtener la cifras adecuadas, se usaron como técnicas de recolección de datos lo que son: recopilación de contenidos, observación directa e indirecta, la entrevista, cuestionarios y las fichas de observación, dando como conclusión que las dimensiones de cultura según la UNESCO si influye en el desarrollo turístico de dicha festividad de manera positiva de manera directa y lineal, así como también recomiendan que el sector público debería tomar acciones y liderarlas para que éstas fortalezcan la gestión cultural de dicha festividad y hacer que estas intervenciones culturales se integren y formen parte de las industrias culturales.

"El graffiti como una manifestación urbana en la ciudad de Puno"	Calsina Ponce, Wilber Cesar Velazco Reyes, Benjamin Huangaya Quispe, Sandra Imelda	La investigación se trata sobre el graffiti en la ciudad de Puno, para ello se considerará tres dimensiones; la primera está relacionada con las tipologías usadas al momento de realizar los grafitis ("tags"), luego determinaremos las corrientes o vanguardias que influyen a los grafiteros (como el surrealismo, el arte abstracto, el simbolismo y el realismo), además de la temática que adoptan y finalmente, se realizará un registro sobre los espacios donde se puede apreciar trabajos de grafitis. Respecto de la metodología es de enfoque cualitativo y el diseño es descriptivo. La presencia de grafiteros en la ciudad de Puno es mínima, cabe mencionar que las causas son diversas, parte desde la ilegalidad que es el graffiti, pasando por el costo elevado de los materiales, hasta los aspectos climáticos que hacen que los grafitis desaparezcan en periodos cortos.
"Expresión del graffiti en el espacio urbano de Lima"	Cumpa González, Luis	Este estudio desarrolla un recorrido por el escenario urbano de cinco lugares de Lima con por lo menos dos características socioeconómicas y contextos culturales distintos. Aborda inicialmente los orígenes, tipos y formas expresivas del graffiti, el significado de esta expresión en los distintos escenarios. Desarrolla los elementos básicos de la comunicación: el texto y la imagen como componentes básicos de su lenguaje gráfico. La identificación de la escritura y la pintura como los enlaces de su futura derivación a un lenguaje plástico – estético, elementos que progresivamente han ido convirtiéndose en el hilo conductor de la configuración estética de esta expresión. El hecho de que estas expresiones se presenten en escenarios socioeconómicos contrastados implica, por lo menos, una reflexión que conduzca a la búsqueda de significados más allá de lo visual. Voltar la mirada a distritos de clase social muy diferenciadas y espacios culturalmente diversos ha permitido una observación menos subjetiva de este fenómeno

Nota. Elaboración propia con la información de los antecedentes.

Tabla 4.*Antecedentes Internacionales*

Antecedentes Internacionales		
Antecedente	Autor	Resumen
“Origen, evolución y auge del arte urbano. El fenómeno Banksy y otros artistas urbanos”	Emilio Fernández Herrero	Explica qué es el arte callejero, un movimiento de arte de moda que sigue los muros de las ciudades e incluso los pueblos pequeños de todo el mundo. Cuál es su origen y cómo ha evolucionado esta tendencia en las últimas décadas desde los inicios del artista estrella Banksy. Cómo ha evolucionado a través de Internet, los medios y las nuevas tecnologías. Lo que llevó a la comercialización de esta forma de arte, su gran rentabilidad y su inclusión en museos y galerías de arte. Qué artista urbano y cómo la sociedad percibe su obra. Cómo se siente ser la primera persona en ser otro artista urbano. Esta investigación tiene varios componentes; Mirar al pasado te obligará a comprender el verdadero movimiento artístico. El arte callejero se diferencia de otros movimientos, también pueden ser considerados arte urbano por el lugar donde se realiza, pero por diferencias de finalidad y técnica, no pertenecen a este fenómeno como graffiti. También analiza los principales artistas de nuestro tiempo en el ámbito nacional e internacional.
“Proyectos, acciones e iniciativas de intervención urbana: la producción cultural local como estrategia de desarrollo de la creatividad en las ciudades”	Rogelio García Fernández	En esta disertación trata de analizar proyectos creativos de intervención urbana que utilizaron estrategias de comunicación para su planificación, desarrollo de las obras y ejecución con un comunicación, cultura, desarrollo, inclusión social y valores. Además, realizamos análisis temas interdisciplinarios relacionados con las ciudades, tales como creatividad, ciudadanía, impacto social y cultural relevante. Para la investigación hicimos la lectura bibliográfica de contrastados con las opiniones de expertos a través de la realización de dos grupos focales y Manzanares en Madrid y de Porto Maravilha en Río de Janeiro. Los datos obtenidos fueron creativo, narrativo y de contenido de dos estudios de caso sobre los proyectos del Río además de valores simbólicos, creando una esfera positiva alrededor de sus proposiciones a observamos que los proyectos construyen valores prácticos, basados en la cultura y el bienestar luego fueron analizados con un programa informático de análisis cualitativo. Como resultado, través de estrategias comunicativas.
"Whose Wall is it Anyway? Using street art to navigate the private and the public in a community"	Anna Augusto Rodrigues	En este documento de trabajo, investigo las tensiones y preguntas que surgen cuando los artistas callejeros usan paredes privadas en las comunidades para crear su trabajo. También se discutió cómo el arte callejero complica, a veces, la comprensión tradicional de los espacios públicos y privados en los barrios. Escrito al estilo del periodismo académico, este documento de trabajo es un intento de resolver las preguntas que surgen al tratar de comprender el impacto que el arte callejero, cuando se posiciona como pedagogía pública, puede tener en quienes viven y crean en una comunidad.

<p>"Cultural and Creative Cities and Regional Economic Efficiency: Context Conditions as Catalyzers of Cultural Vibrancy and Creative Economy"</p>	<p>Cerisola, Silvia Panzer, Elisa</p>	<p>Siguiendo el entusiasmo que se le ha dado a la cultura y la creatividad como desencadenantes y potenciadores del desempeño económico local en los últimos 20 años, este trabajo originalmente contribuye a la literatura con el objetivo de evaluar el impacto de las ciudades culturales y creativas (CCC) en la economía. producción de sus regiones. En este sentido, el carácter cultural y creativo de las ciudades se considera una fortaleza estratégica y una oportunidad que puede desbordarse, favoreciendo el sistema económico de todas las regiones en las que se ubican las ciudades. A través de una metodología innovadora que explota una función de producción regional estimada por un modelo de panel de efectos fijos, se explora econométricamente el efecto de la vitalidad cultural y la economía creativa de las ciudades en la producción de sus regiones. Los resultados se examinan a fondo: especialmente a través de la vitalidad cultural, los CCC apoyan estratégicamente la producción de su región.</p>
<p>"Creative Destruction: The Financial Crisis and Cultural Production"</p>	<p>Joel Kaipainen</p>	<p>Esta disertación muestra cómo un cuerpo de arte transnacional lidió con esta crisis más grande de globalización económica durante la década siguiente. Comienza con una consideración crítica e histórica del concepto de crisis, discutiendo cómo las narrativas y teorías económicas dominantes, y sus valores y promesas subyacentes, han sido cuestionadas y no lograron articular ninguna alternativa convincente. Sostengo que la ausencia de consenso académico y la sensación más amplia de desorientación que la crisis financiera mundial inculcó tanto a los expertos como a los legos revela una crisis epistemológica fundamental y destaca la necesidad de una renovación teórica al examinar los fenómenos económicos críticos. Desarrollo un enfoque interdisciplinario, partiendo de la Economía Política Cultural para explorar la relación de la producción estético-cultural de novelas, películas transnacionales y videojuegos en alemán e inglés con los procesos culturales, políticos y económicos de enfrentar la crisis.</p>

Nota. Elaboración propia con la información de los antecedentes.

Figura 1.

Ficha de observación N°1

FICHA DE OBSERVACIÓN N°1		
TITULO: Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de la Provincia Constitucional del Callao, 2022.		
OG: Demostrar de qué manera el arte urbano (Graffiti y murales) que se realizan en puntos específicos definen la reconversión de la ciudad como un impulso económico cultural generando una ciudad creativa.		
SUJETO DE OBSERVACIÓN: Monumental Callao		
CATEGORIA: Lenguaje callejero	SUB CATEGORIA: Pintas	INDICADOR: Graffiti y murales
 <p>Caso de estudio Recorrido artístico Intervención artística Galería de arte</p> <p>— — ●</p>	 <p>OBSERVACIÓN: Se observó en el noticiero 24 HORAS el nuevo rostro del peligroso barrio de castilla, con las paredes pintadas de graffiti y las galerías de arte que reflejan la esencia urbana y juvenil de los jóvenes chalacos que residen en el lugar, recuperando los espacios abandonados tratando de convertirse en el reflejo de como el arte, la inversión y la comunidad pueden romper estigmas de violencia bajando también el 90% de crímenes en el Barrio de Castilla, por otra parte, la Ministra de Cultura Diana Álvarez nos dice que no solo se trata en recuperar los espacios abandonados sino también de integrar a la población en donde no existan discriminaciones por el color de piel, clase o religión.</p>	
LUGAR: Sector 33, Provincia Constitucional del Callao.		Arcos Yépez Carlos – Purizaca Paredes Diana Investigadores
FECHA: 04/03/2016		

Fuente: Formato de ficha extraída del libro Metodología de investigación científica

Nota. Elaboración propia

Figura 2.

Ficha de observación N°2

FICHA DE OBSERVACIÓN N°2		
TITULO: Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de la Provincia Constitucional del Callao, 2022.		
OG: Demostrar de qué manera el arte urbano (Graffiti y murales) que se realizan en puntos específicos definen la reconversión de la ciudad como un impulso económico cultural generando una ciudad creativa.		
SUJETO DE OBSERVACIÓN: Monumental Callao		
CATEGORIA: Lenguaje callejero	SUB CATEGORIA: Pintas	INDICADOR: Graffiti y murales
 <p>Caso de estudio Recorrido artístico Intervenciones artísticas</p> <p>— — ●</p>	 <p>OBSERVACIÓN: Observamos que, a pesar de tener espacios abandonados, vacíos o un ambiente de delincuencia, el graffiti puede darle una nueva perspectiva de imagen urbana, donde permite a los habitantes encontrarse con algo luminoso cuando antes había paredes ruinosas y sucias, ya que, con el arte pueden tener confianza, calma y hogar, teniendo un barrio con libertad para vivir sin miedo a expresarse, siendo respetuosos y tolerantes con los demás, también considero que esta iniciativa fue de mucha ayuda para cambiar la perspectiva de lo que acostumbraban ver, teniendo paz interior en las personas con el significado y simbologías del mural.</p>	
LUGAR: Sector 33, Provincia Constitucional del Callao.		Arcos Yépez Carlos – Purizaca Paredes Diana Investigadores

Fuente: Formato de ficha extraída del libro Metodología de investigación científica

Nota. Elaboración propia

Figura 3.

Ficha de observación N°3

FICHA DE OBSERVACIÓN N°3		
TITULO: Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de la Provincia Constitucional del Callao, 2022.		
OE 1: Determinar cómo el lenguaje callejero mediante las pintas se relaciona con la creatividad comercial.		
SUJETO DE OBSERVACIÓN: Monumental Callao		
CATEGORIA: Lenguaje callejero	SUB CATEGORIA: Pintas	INDICADOR: Graffiti
 <p>Caso de estudio — Recorrido artístico — Intervenciones artísticas ●</p>	 <p>OBSERVACIÓN: Se observó en la imagen, el antes del jirón independencia del Monumental Callao a promedio del 2015, en donde se ven graffitis de barrio sin arte y sin mensajes, que son los denominados tageos o firmas que se realizaban en los inicios del arte urbano, que les dan una especie de vandalismo, generando calles solitarias y abandonadas, donde a la gente se le hacía muy difícil concurrir por el lugar debido a la mala imagen que se le brindaba, siendo un barrio con mucha delincuencia.</p>	
LUGAR: Sector 33, Provincia Constitucional del Callao.		Arcos Yépez Carlos – Purizaca Paredes Diana
FECHA: 04/03/2015		Investigadores

Fuente: Formato de ficha extraída del libro Metodología de Investigación científica

Nota. Elaboración propia

Figura 4.

Ficha de observación N°4

FICHA DE OBSERVACIÓN N°4		
TITULO: Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de la Provincia Constitucional del Callao, 2022.		
OE 1: Determinar cómo el lenguaje callejero mediante las pintas se relaciona con la creatividad comercial.		
SUJETO DE OBSERVACIÓN: Monumental Callao		
CATEGORIA: Lenguaje callejero	SUB CATEGORIA: Pintas	INDICADOR: Graffiti y murales
 <p>Caso de estudio — Recorrido artístico — Intervenciones artísticas ●</p>	 <p>OBSERVACIÓN: Se observó en la imagen, el después del jirón independencia del Monumental Callao a promedio del 2018, en donde se logra ver una calle alegre con mucho color gracias a las intervenciones realizadas que conllevan mensajes y/o simbolismos culturales del lugar, todo esto debido a la evolución del arte que se dio en el tiempo, mejorando las técnicas del dibujo, expresando ideas y emociones más que un simple tageo, dando a relucir que el arte puede transformar o reconvertir un espacio con problemas de delincuencia o imagen urbana.</p>	
LUGAR: Sector 33, Provincia Constitucional del Callao.		Arcos Yépez Carlos – Purizaca Paredes Diana
FECHA: 04/03/2018		Investigadores

Fuente: Formato de ficha extraída del libro Metodología de Investigación científica

Nota. Elaboración propia

Figura 5.

Ficha de observación N°5

FICHA DE OBSERVACIÓN N°5		
TITULO: Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de la Provincia Constitucional del Callao, 2022.		
OE 1: Determinar cómo el lenguaje callejero mediante las pintas se relaciona con la creatividad comercial.		
SUJETO DE OBSERVACIÓN: Monumental Callao		
CATEGORIA: Lenguaje callejero	SUB CATEGORIA: Pintas	INDICADOR: Graffiti y murales
 <p>Caso de estudio Recorrido artístico Intervenciones artísticas</p>		
<p>OBSERVACIÓN: Observamos una cantidad de graffiti y murales realizados por distintos artistas tanto locales, nacionales e internacionales que ayudaron con la iniciativa del proyecto, cada uno dando un aspecto cultural con su propio estilo, siendo únicos e ingeniosos con lo que quieren expresar para que se identifique con el lugar, teniendo con su creatividad un tour artístico a través de ellos, haciéndose público por todo el mundo a través de las fotografías que realizan los visitantes.</p>		
LUGAR: Sector 33, Provincia Constitucional del Callao.		Arcos Yépez Carlos – Purizaca Paredes Diana Investigadores

Fuente: Formato de ficha extraída del libro Metodología de investigación científica

Nota. Elaboración propia

Figura 6.

Ficha de observación N°6

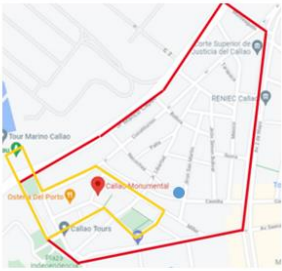

FICHA DE OBSERVACIÓN N°6		
TITULO: Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de la Provincia Constitucional del Callao, 2022.		
OE 2: Determinar cómo el lenguaje cultural en base al valor cultural se relaciona con los valores económicos.		
SUJETO DE OBSERVACIÓN: Monumental Callao		
CATEGORIA: Valores económicos	SUB CATEGORIA: Laboral	INDICADOR: Formal / informal
 <p>Caso de estudio Recorrido artístico Intervenciones artísticas</p>		
<p>OBSERVACIÓN: Observamos que las viviendas que cuentan con graffiti en sus fachadas han abierto sus puestos de trabajos para generar mayores ingresos, aprovechando el llegar de la gente hacia el recorrido artístico que se produce a diario, según Sonia Cunliffe una artista colaborada del Proyecto Fugaz, nos dice que gracias a las intervenciones artísticas realizadas existen mayores oportunidades para laborar en el barrio, en donde los jóvenes tienen la oportunidad de mantener a su propia familia teniendo un cambio de vida a través del arte.</p>		
LUGAR: Sector 33, Provincia Constitucional del Callao.		Arcos Yépez Carlos – Purizaca Paredes Diana Investigadores

Fuente: Formato de ficha extraída del libro Metodología de investigación científica

Nota. Elaboración propia

Figura 7.

Ficha de observación N°7

FICHA DE OBSERVACIÓN N°7		
TITULO: Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de la Provincia Constitucional del Callao, 2022.		
OE 2: Determinar cómo el lenguaje cultural en base al valor cultural se relaciona con los valores económicos.		
SUJETO DE OBSERVACIÓN: Monumental Callao		
CATEGORIA: Lenguaje callejero / Valores económicos	SUB CATEGORIA: Pintas / Ingresos	INDICADOR: Graffiti y murales
 <p>Caso de estudio — Recorrido artístico — Intervenciones artísticas ●</p>	 <p>OBSERVACIÓN: Los artistas residentes que colaboraron en la iniciativa de Proyecto Fugaz, sacaron para los niños, jóvenes y público en general clases de graffiti para que puedan aprender a manejar las técnicas necesarias para poder pintar con spray y saber soltar o expresar su imaginación al aire libre conociendo de primera mano la cultura y el arte urbano del Callao y de alguna manera los artistas tengan un desarrollo social y económico, para solventarse en su vida diaria.</p>	
LUGAR: Sector 33, Provincia Constitucional del Callao.	Arcos Yépez Carlos – Purizaca Paredes Diana Investigadores	

Fuente: Formato de ficha extraída del libro Metodología de investigación científica

Nota. Elaboración propia

Figura 8.

Ficha de observación N°8

FICHA DE OBSERVACIÓN N°8		
TITULO: Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de la Provincia Constitucional del Callao, 2022.		
OE 3: Determinar cómo el lenguaje espacial se relaciona con los valores socio culturales		
SUJETO DE OBSERVACIÓN: Monumental Callao		
CATEGORIA: Lenguaje espacial	SUB CATEGORIA: Forma urbana	INDICADOR: Espacio abierto
 <p>Caso de estudio — Recorrido artístico — Intervenciones artísticas ●</p>	 <p>OBSERVACIÓN: Observamos por el lado izquierdo La Casa Valega del Monumental Callao a promedio del 2015, donde existían paredes sucias, desgastadas, calles solidas con graffiti dando una especie de vandalismo por todo el casco del Callao y a lado derecho, a personas realizando su trabajo por encargos de Proyecto Fugaz que quiso recuperar su caso urbano de esta zona considerada como patrimonio prehispánico, colonial y republicano queriendo reaprovechar esa área de la ciudad abandonada por mucho tiempo.</p>	
LUGAR: Sector 33, Provincia Constitucional del Callao. FECHA: 26/08/2015	Arcos Yépez Carlos – Purizaca Paredes Diana Investigadores	

Fuente: Formato de ficha extraída del libro Metodología de investigación científica

Nota. Elaboración propia

Figura 9.

Ficha de observación N°9

FICHA DE OBSERVACIÓN N°9		
TITULO: Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de la Provincia Constitucional del Callao, 2022.		
OE 3: Determinar cómo el lenguaje espacial se relaciona con los valores socio culturales.		
SUJETO DE OBSERVACIÓN: Monumental Callao		
CATEGORIA: Lenguaje espacial	SUB CATEGORIA: Forma urbana	INDICADOR: Espacio abierto
 <p>Caso de estudio Recorrido artístico Intervenciones artísticas</p> <p>— (Red line) — (Yellow line) ● (Blue dot)</p>	 <p>OBSERVACIÓN: Observamos La Casa Valega del Monumental Callao a promedio del 2018, ya logrado el propósito con la iniciativa socio cultural que realizó Proyecto Fugaz "Arte de convivir", en donde se reconvirtió el espacio público, creando comunidades y abriendo puestos de trabajos con diferentes variedades, siendo un lugar más transitado por las personas, un lugar de convivencia entre la creatividad y el ambiente que la acoge donde la comunidad es la fuente de inspiración para crear y para volver a vivir con esperanza, ayudándose unos a otros y aprendiendo de esos encuentros representativos.</p>	
LUGAR: Sector 33, Provincia Constitucional del Callao.		Arcos Yépez Carlos – Purizaca Paredes Diana Investigadores
FECHA: 04/12/2018		

Fuente: Formato de ficha extraído del libro Metodología de Investigación científica

Nota. Elaboración propia

Figura 10.

Ficha de observación N°10

FICHA DE OBSERVACIÓN N°10		
TITULO: Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de la Provincia Constitucional del Callao, 2022.		
OE 3: Determinar cómo el lenguaje espacial se relaciona con los valores socio culturales.		
SUJETO DE OBSERVACIÓN: Monumental Callao		
CATEGORIA: Lenguaje callejero / Lenguaje espacial	SUB CATEGORIA: Culturales / Forma urbana	INDICADOR: Teatro - Danza - Canto / Espacio abierto
 <p>Caso de estudio Recorrido artístico Intervenciones artísticas</p> <p>— (Red line) — (Yellow line) ● (Blue dot)</p>	 <p>OBSERVACIÓN: Observamos en las imágenes las labores socioculturales con los que interviene Proyecto Fugaz en el Centro Histórico del Callao, donde con todas estas intervenciones artísticas buscan unir a los jóvenes de barrios rivales por la danza, música, teatro, etc., para darle le espalda a la violencia y trabajar de forma conjunta en el bienestar social de las personas, colaborando, participado o mejorando entre ellas para darles un futuro mejor a los niños.</p>	
LUGAR: Sector 33, Provincia Constitucional del Callao.		Arcos Yépez Carlos – Purizaca Paredes Diana Investigadores

Fuente: Formato de ficha extraído del libro Metodología de Investigación científica

Nota. Elaboración propia

Figura 11.

Ficha documental N°1

FICHA DOCUMENTAL N°1	
MARCO: Ciudades creativas	
TITULO: Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de la Provincia Constitucional del Callao, 2022.	
OBJETIVO: Demostrar de qué manera el arte urbano (Graffiti y murales) que se realizan en puntos específicos definen la reconversión de la ciudad como un impulso económico cultural generando una ciudad creativa.	
CRITERIOS	
RED DE CIUDADES CREATIVAS	
<p>"[...] promover la cooperación hacia y entre las ciudades que identifiquen la creatividad como factor estratégico de desarrollo urbano sostenible"</p>	<p>Las ciudades se comprometen a compartir sus buenas prácticas y a desarrollar vínculos que asocien a los sectores público y privado y a la sociedad civil para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reforzar la creación, la producción, la distribución y la difusión de actividades, bienes y servicios culturales. - Desarrollar polos de creatividad e innovación y aumentar las oportunidades al alcance de los creadores y profesionales del sector cultural.
<p>"[...]posicionar la creatividad y las industrias culturales en el centro de su plan de desarrollo local y cooperar activamente a nivel internacional en la materia"</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar el acceso y la participación en la vida cultural, en particular en beneficio de grupos desfavorecidos y personas vulnerables. - Integrar plenamente la cultura y la creatividad en sus planes de desarrollo sostenible (Página principal de la UNESCO)
UNESCO	Arcos Yépez Carlos – Purizaca Paredes Diana Investigadores

Fuente: Formato de ficha extraída del libro Metodología de investigación científica

Nota. Elaboración propia

Figura 12.

Ficha documental N°2

FICHA DOCUMENTAL N°2	
MARCO: Ciudades creativas	
TITULO: Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de la Provincia Constitucional del Callao, 2022.	
OBJETIVO: Demostrar de qué manera el arte urbano (Graffiti y murales) que se realizan en puntos específicos definen la reconversión de la ciudad como un impulso económico cultural generando una ciudad creativa.	
CRITERIOS	
RED DE CIUDADES CREATIVAS - CREATIVIDAD PARA EL DESARROLLO URBANO SOSTENIBLE	
<p>"Las áreas urbanas son principales caldos de cultivo para el surgimiento y desarrollo de las industrias culturales y creativas. Al fortalecer la cadena de valor de las economías creativas locales, la Red cree que las ciudades pueden apoyarse, enriquecerse, aprender unas de otras y trabajar juntas por el desarrollo urbano sostenible de todos". (Folleto de red de ciudades creativas)</p>	<p>"Las Ciudades Creativas se unen para hacer de la creatividad un motor de desarrollo urbano sostenible. Al aumentar su oferta cultural y apoyar la creación de empleo, la Red fomenta sectores culturales dinámicos basados en la diversidad y cohesión social, el diálogo intercultural y el bienestar de los ciudadanos". (Folleto de red de ciudades creativas)</p>
<p>"Al trabajar juntos, las autoridades públicas, el sector privado y la sociedad civil apoyan la creación y los creadores, así como la participación cívica y cultural. Al trabajar juntos, los espacios públicos siempre se pueden ver con nuevos ojos y el desarrollo urbano puede satisfacer las necesidades prácticas de las poblaciones locales". (Folleto de red de ciudades creativas)</p>	
UNESCO	Arcos Yépez Carlos – Purizaca Paredes Diana Investigadores

Fuente: Formato de ficha extraída del libro Metodología de investigación científica

Nota. Elaboración propia

Figura 13.

Ficha documental N°3

FICHA DOCUMENTAL N°3	
TITULO: Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de la Provincia Constitucional del Callao, 2022.	
OBJETIVO: Demostrar de qué manera el arte urbano (Graffiti y murales) que se realizan en puntos específicos definen la reconversión de la ciudad como un impulso económico cultural generando una ciudad creativa.	
CRITERIOS	
GUÍA PARA EL DESARROLLO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS	
<p>(Argumentos complementarios del porque el sector cultural y creativo, es un sector estratégico)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aporta un gran valor agregado. - Genera empleo directo e indirecto. - Se vislumbra gran potencial de crecimiento en los próximos años. - Facilita la introducción de otros tipos de productos en los mercados externos. - Contribuye a equilibrar la balanza de exportaciones. - Contribuye al desarrollo de la confianza social. - Permite una revalorización de marcas y productos. - Atrae turismo y facilita la movilidad. - Genera recursos sustentables a largo plazo. - Transforma y regenera espacios urbanos 	
<p>(Argumentos culturales)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contribuye a la cohesión social. - Facilita la expresión de comunidades y pueblos. - Aumenta el empoderamiento personal. 	<p>Una política destinada a fomentar las industrias culturales y creativas es, ante todo, un instrumento para dar sostenibilidad y difusión a las iniciativas creadoras de los individuos y las comunidades.</p>
<p>Los sectores de actividad o dominios culturales incluyen el patrimonio, presentaciones artísticas y ferias (artes escénicas, música, festivales, festividades), las artes visuales y la artesanía, libros y prensa, medios audiovisuales e interactivos, el diseño y los servicios creativos, el patrimonio cultural inmaterial, mientras que los dominios periféricos incluyen el turismo, los deportes y recreación.</p>	<p>“La economía creativa entiende la creatividad como el motor de la innovación, el cambio tecnológico y como ventaja comparativa para el desarrollo de los negocios”.</p> <p>“Las expresiones culturales refleja de manera tangible o intangible, la identidad de una comunidad determinada”.</p>
POLÍTICAS PARA LA CREATIVIDAD - UNESCO	Arcos Yépez Carlos – Purizaca Paredes Diana Investigadores

Fuente: Formato de ficha extraída del libro Metodología de Investigación científica

Nota. Elaboración propia

Figura 14.

Ficha documental N°4

FICHA DOCUMENTAL N°4	
MARCO: Ciudades creativas	
TITULO: Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de la Provincia Constitucional del Callao, 2022.	
OBJETIVO: Demostrar de qué manera el arte urbano (Graffiti y murales) que se realizan en puntos específicos definen la reconversión de la ciudad como un impulso económico cultural generando una ciudad creativa.	
CRITERIOS	
FONDO INTERNACIONAL PARA LA DIVERSIDAD CULTURAL	
<p>“La diversificación de las actividades económicas a través del apoyo a la cultura y a la economía creativa es una cuestión clave. Los medios, los museos, los teatros, los cines, todas esas infraestructuras tienen un impacto positivo en la sociedad, porque permiten el desarrollo económico, la proliferación de ideas y la innovación que conducen al progreso”.</p> <p>(Parte I – economía creativa)</p>	<p>“La cultura es un sector que genera muchos empleos y produce un tipo de economía muy específico, en el cual las necesidades y la experiencia de una gran variedad de actores implican una reacción en cadena. Esta cadena constituye la economía creativa, una economía en donde la principal riqueza, específicamente el producto cultural, se beneficia de un ambiente que es favorable a su creación y distribución”.</p> <p>(Parte I – economía creativa)</p>
<p>“Con la cultura viene la concepción del desarrollo que es sostenible en el sentido de que se centra la capacidad de los individuos para el emprendimiento o en la libertad para expresar sus aspiraciones y proyectos”.</p> <p>(Parte I – economía creativa)</p>	
UNESCO	Arcos Yépez Carlos – Purizaca Paredes Diana Investigadores

Nota. Elaboración propia

Figura 15.

Ficha documental N°5

FICHA DOCUMENTAL N°5		
MARCO: Ciudades creativas		
TITULO: Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de la Provincia Constitucional del Callao, 2022.		
OBJETIVO: Demostrar de qué manera el arte urbano (Graffiti y murales) que se realizan en puntos específicos definen la reconversión de la ciudad como un impulso económico cultural generando una ciudad creativa.		
CRITERIOS		
LA ECONOMIA NARANJA – UNA OPORTUNIDAD INFINITA		
<p>"La economía creativa, definida por Howkins, comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual".</p> <p>> Bienes creativos -Artes visuales y performativas -Artesanía -Audiovisual -Diseño -Nuevos medios</p> <p>> Servicios creativos -Arquitectura -Cultura y recreación -Investigación y desarrollo -Publicidad</p>	(Alcances)	(Modelo de análisis)
	Sector creativo o sector cultural en general	1. Evaluación de impacto 2. Análisis de estructura 3. Análisis de encadenamientos
	Una o más actividades o industrias creativas o culturales	1. Evaluación de impacto 2. Análisis de estructura y composición 3. Análisis de cadena productiva 4. Análisis de clúster
	Eventos culturales	1. Evaluación de impacto 2. Análisis documental (cualitativo)
BID	Arcos Yépez Carlos – Purizaca Paredes Diana Investigadores	

Fuente: Formato de ficha extraída del libro Metodología de investigación científica

Nota. Elaboración propia

Figura 16.

Ficha documental N°6

FICHA DOCUMENTAL N°6		
MARCO: Ciudades creativas		
TITULO: Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de la Provincia Constitucional del Callao, 2022.		
OBJETIVO: Demostrar de qué manera el arte urbano (Graffiti y murales) que se realizan en puntos específicos definen la reconversión de la ciudad como un impulso económico cultural generando una ciudad creativa.		
CRITERIOS		
LA CONTRIBUCIÓN DE LA CULTURA AL DESARROLLO ECONOMICO EN IBEROAMÉRICA		
<p>(Características de la economía creativa, capítulo I)</p> <p>a. Puede fomentar la generación de ingreso, la creación de empleos y los ingresos de exportación, a la vez que promover la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano.</p> <p>b. Abraza la interacción entre aspectos económicos, culturales y sociales con objetivos de tecnología, propiedad intelectual y turismo.</p> <p>c. Es un conjunto de actividades económicas basadas en el conocimiento, con una dimensión de desarrollo y vínculos transversales con la economía en general, a nivel macro y micro.</p> <p>d. Es una opción factible de desarrollo que exige de políticas que sean innovadoras y multidisciplinarias, así como de acciones a nivel interministerial.</p> <p>e. En el corazón de la economía creativa están las industrias creativas.</p>	<p>(Componentes de la economía naranja, capítulo I)</p> <p>a. La economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales.</p> <p>b. Las áreas de soporte de la creatividad (Buitrago y Duque, 2013).</p>	<p>(Áreas de soporte para la creatividad, capítulo I)</p> <p>a. Investigación, desarrollo e innovación creativa y cultural.</p> <p>b. Formación técnica especializada en áreas creativas.</p> <p>c. Gobernanza (institucionalidad) y derechos de propiedad intelectual.</p> <p>d. Educación profesional creativa (Buitrago y Duque, 2013).</p>
NACIONES UNIDAS - CEPAL	Arcos Yépez Carlos – Purizaca Paredes Diana Investigadores	

Fuente: Formato de ficha extraída del libro Metodología de investigación científica

Nota. Elaboración propia

Figura 17.

Ficha documental N°7

FICHA DOCUMENTAL N°7			
MARCO: Ciudades creativas			
TITULO: Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de la Provincia Constitucional del Callao, 2022.			
OBJETIVO: Demostrar de qué manera el arte urbano (Graffiti y murales) que se realizan en puntos específicos definen la reconversión de la ciudad como un impulso económico cultural generando una ciudad creativa.			
CRITERIOS			
POLÍTICAS PÚBLICAS PARA LA CREATIVIDAD Y LA INNOVACIÓN: IMPULSANDO LA ECONOMÍA NARANJA EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE			
ECONOMÍA CREATIVA	“La economía creativa es un concepto en evolución, basado en la potencialidad de bienes creativos para generar crecimiento económico y desarrollo”.	“Puede generar crecimiento económico, empleos y ganancias por exportación y al mismo tiempo promover la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano”.	“Comprende aspectos económicos, culturales y sociales en interacción con la tecnología, la propiedad intelectual y los objetivos turísticos”.
INDUSTRIAS CREATIVAS	“Son los ciclos de creación, producción y distribución de bienes y servicios que utilizan la creatividad y el capital intelectual como insumos primarios”.	“Constituyen un conjunto de actividades basadas en el conocimiento, centradas en las artes, pero sin limitarse a ellas, potencialmente generando ingresos sobre la base del comercio y de los derechos de propiedad intelectual”.	“Comprenden bienes tangibles y servicios artísticos o intelectuales intangibles de contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado”.
:	“[...] hemos denominado economía cultural a la suma de las actividades tradicionales y artísticas con la industria cultural”.	“Las actividades tradicionales y artísticas consisten en esfuerzos relacionados a la preservación y transmisión del patrimonio cultural material e inmaterial de una sociedad”.	“La industria creativa, por su parte, está compuesta por actividades comerciales en donde el valor del resultado final se debe principalmente al contenido creativo”.
BID		Arcos Yépez Carlos – Purizaca Paredes Diana Investigadores	

Fuente: Formato de ficha extraído del libro Metodología de investigación científica

Nota. Elaboración propia

Figura 18.

Ficha documental N°8

FICHA DOCUMENTAL N°8	
MARCO: Ciudades creativas	
TITULO: Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de la Provincia Constitucional del Callao, 2022.	
OBJETIVO: Demostrar de qué manera el arte urbano (Graffiti y murales) que se realizan en puntos específicos definen la reconversión de la ciudad como un impulso económico cultural generando una ciudad creativa.	
CRITERIOS	
CAPÍTULO II - DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL ESTADO Y DE LOS CIUDADANOS FRENTE A LOS ESPACIOS PÚBLICOS	
(Artículo 7, derechos de los ciudadanos) 1. Prioridad en el uso y disfrute de los espacios públicos conforme a su naturaleza y destino. 2. Accesibilidad y permanencia en los espacios públicos, sin discriminación y conforme a reglas de conservación.	(Artículo 8, Obligaciones de los ciudadanos) 1. Preservar, conservar y valorar los espacios públicos. 2. Utilizar los espacios públicos conforme a su naturaleza y destino. 3. Ejercer su derecho de uso y disfrute sin afectar o restringir el uso y disfrute de los mismos por los demás ciudadanos, respetando el libre acceso a los espacios públicos. 4. Denunciar ante la autoridad competente cualquier irregularidad en cuanto al uso de los espacios públicos.
(Artículo 9, Participación ciudadana) “Las municipalidades distritales y provinciales promueven la participación ciudadana en el manejo sostenible y recuperación de los espacios públicos, en tanto constituyen patrimonio colectivo de gran valor social y cultural. Para tal fin, las entidades deben garantizar el acceso de todos los ciudadanos a la información e implementan estudios, encuestas, espacios de diálogo con la sociedad civil y otras modalidades de participación directa. En caso de controversia se debe fomentar espacios de diálogo con las organizaciones vecinales representativas del área de influencia directa, con participación de los colegios profesionales relacionados y asociaciones civiles vinculadas a la materia”.	
LEY DE GESTIÓN Y PROTECCIÓN DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS	Arcos Yépez Carlos – Purizaca Paredes Diana Investigadores

Fuente: Formato de ficha extraído del libro Metodología de investigación científica

Nota. Elaboración propia

Figura 19.

Ficha documental N°9

FICHA DOCUMENTAL N°9		
TITULO: Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de la Provincia Constitucional del Callao, 2022.		
OBJETIVO: Demostrar de qué manera el arte urbano (Graffiti y murales) que se realizan en puntos específicos definen la reconversión de la ciudad como un impulso económico cultural generando una ciudad creativa.		
CATEGORIA: Lenguaje callejero	SUBCATEGORIA: Pintas	INDICADOR: Graffiti y murales
PROYECTO 1 Valparaíso (Chile)	PROYECTO 2 Quito (Ecuador)	PROYECTO 3 Cartagena de Indias (Colombia)
		
El municipio de la ciudad promueve el programa Museo a Cielo Abierto, que consiste en una ruta turística donde se exhiben más de una veintena de murales que se pintaron desde 1963. La comuna chilena invierte unos US\$30 mil anuales para el mantenimiento de las imágenes	La alcaldía metropolitana gestiona anualmente la Galería de Arte Urbano, donde se convoca a diversos artistas ecuatorianos para intervenir algunos puntos de alta visibilidad en la ciudad. El objetivo, según la autoridad quiteña, es crear ejes turísticos alrededor de los murales.	El concejo de la ciudad organiza el Festival Internacional de Arte Urbano de Colombia, donde participan diversos artistas que intervienen más de 30 murales. Cada participante debe revelar en su obra por qué Cartagena es patrimonio intangible de la humanidad.
CASOS INTERNACIONALES		Arcos Yépez Carlos – Purizaca Paredes Diana Investigadores

Fuente: Formato de ficha extraída del libro Metodología de Investigación científica

Nota. Elaboración propia

Figura 20.

Ficha documental N°10

FICHA DOCUMENTAL N°10		
TITULO: Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de la Provincia Constitucional del Callao, 2022.		
OBJETIVO: Demostrar de qué manera el arte urbano (Graffiti y murales) que se realizan en puntos específicos definen la reconversión de la ciudad como un impulso económico cultural generando una ciudad creativa.		
CATEGORIA: Lenguaje callejero	SUBCATEGORIA: Pintas	INDICADOR: Graffiti y murales
PROYECTO 1 Huamanchuco (La libertad)	PROYECTO 2 Cerro la balanza (Comas)	PROYECTO 3 Cerro San Cristóbal (Rímac)
		
Por la coyuntura sanitaria y las pérdidas familiares que ocasionó el covid 19, se perdió la cultura, identidad y las costumbres de lugar, dado a cabo iniciaron un proyecto AD HONOREM para devolver la armonía a su ciudad y reactivar con arte que es lo mejor para la gente y niños	Anualmente se realiza un festival artístico cultural y social donde se promueve la cultura y recuerdan que a pesar de estar en un lugar de pocas carencias, pueden tener un barrio con propósito de crecimiento en base de arte y colores.	Qroma quiso impactar en las personas de la comunidad para que sientan orgullo por el lugar en donde viven y puedan trabajar en colectividad como parte de un propósito de crecimiento colectivo y prosperidad, promoviendo el desarrollo comunitario y turístico.
CASOS NACIONALES		Arcos Yépez Carlos – Purizaca Paredes Diana Investigadores

Fuente: Formato de ficha extraída del libro Metodología de Investigación científica

Nota. Elaboración propia

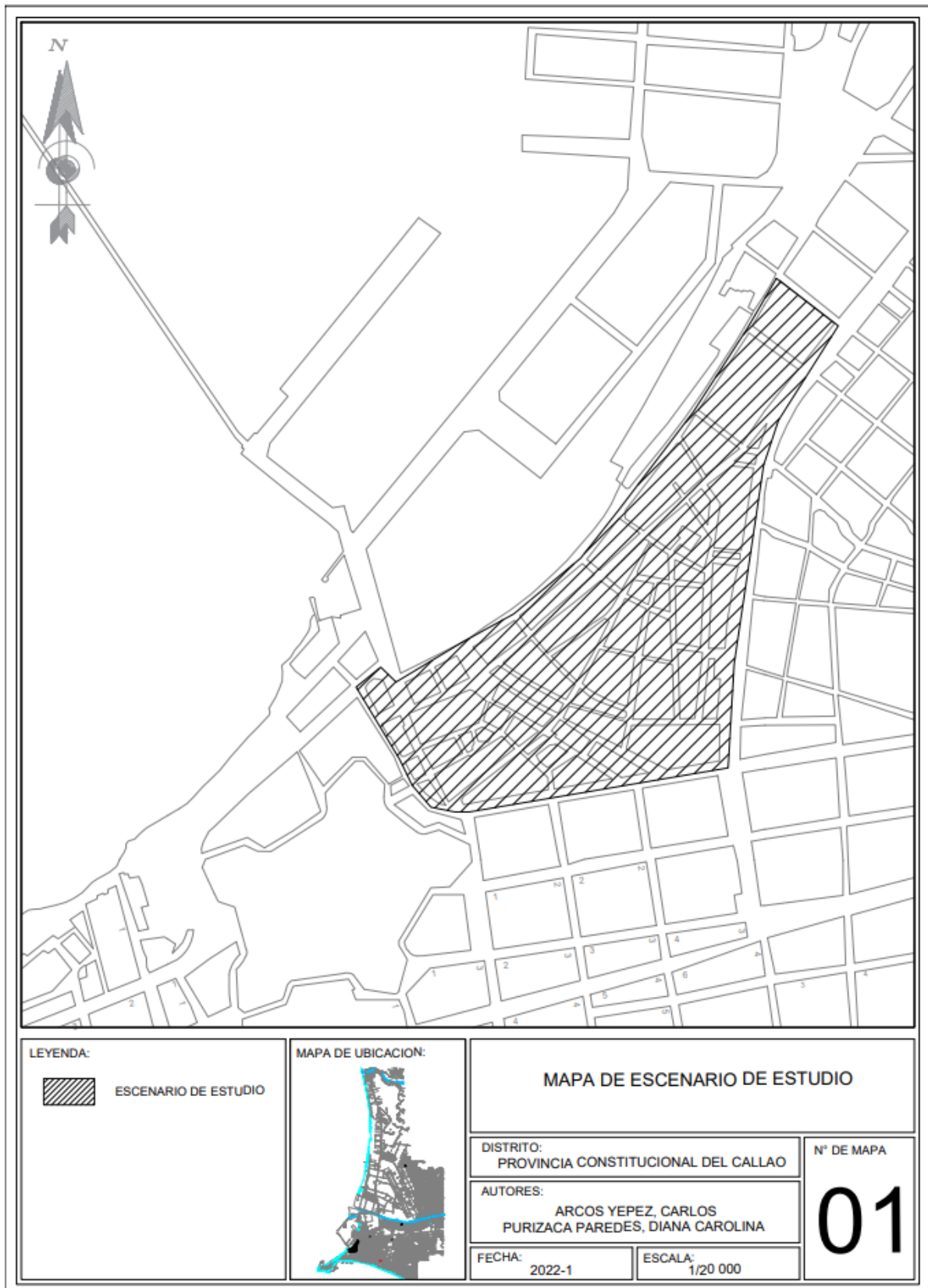
Tabla 5.*Sujetos entrevistados*

Fuente de información	Calles	Categoría	Grupos	Cantidad
Provincia constitucional del Callao	Ca. José Gálvez, Independencia, Constitución	Con Negocio	Hombres	4
			Mujeres	3
	Ca. La mar, Jr. Castilla, Jr. Libertad, Jr. Mariscal Miller	Sin Negocio	Hombres	3
			Mujeres	4
		Con Negocio	Dirigente Vecinal	1
Total				15

Nota. Elaboración propia.

Figura 21.

Plano de zona de estudio.



Nota. Elaboración propia.

Tabla 6.

Cuestionario de preguntas para entrevistados con negocio, por objetivo.

OG: Demostrar de qué manera las intervenciones artísticas urbanas (Graffiti y murales) que se realizan en puntos específicos definen la reconversión de la ciudad como un impulso económico cultural generando una ciudad creativa.

¿La iniciativa de los grafitis o murales, hizo mejorar el entorno inseguro de su negocio?

¿Es posible que a través del graffiti o murales se pueda generar ingresos económicos a su negocio?

OE: Determinar cómo el lenguaje callejero mediante las pintas se relaciona con la creatividad comercial

¿Cada graffiti o mural realizado podría considerarse como un elemento representativo de su negocio?

¿Qué resultados le ha traído, el tener un graffiti o mural cerca de su negocio?

¿Los grafitis o murales ayudan como herramienta publicitaria a sus negocios?

OE: Determinar cómo el lenguaje cultural en base al valor cultural se relaciona con los valores económicos

¿Ha tenido algún beneficio el que se vinculen actividades culturales (danza/canto/teatro) con las actividades de grafitis o murales?

¿Las actividades culturales (danza/canto/teatro) vinculadas a los murales y grafitis le ayuda a crecer a su negocio?

¿Las intervenciones artísticas/culturales que se realizan en el lugar, ayudan a tener un aumento de puestos laborales?

OE: Determinar cómo el lenguaje espacial se relaciona con los valores socio culturales

¿Las intervenciones de graffiti realizadas en el espacio urbano representan la identidad del barrio?

¿En el tour artístico, los excursionistas informan sobre los valores culturales del Callao?

¿Cree que la composición de los grafitis repercute en la imagen urbana de su negocio?

Nota. Elaboración propia de autores, revisado por especialistas.

Tabla 7.

Cuestionario de preguntas para entrevistados sin negocio, por objetivo.

OG: Demostrar de qué manera las intervenciones artísticas urbanas (Graffiti y murales) que se realizan en puntos específicos definen la reconversión de la ciudad como un impulso económico cultural generando una ciudad creativa.

¿Cómo es que las intervenciones artísticas urbanas (graffiti o mural) hicieron mejorar la imagen urbana de las zonas más inseguras de su barrio?

¿Cómo es que las intervenciones artísticas urbanas (graffiti o mural) ha logrado ser un motor de impulso económico en su hogar?

¿Como cree que las intervenciones artísticas urbanas (graffiti o mural) generan un cambio en la imagen de su ciudad?

OE: Determinar cómo el lenguaje callejero mediante las pintas se relaciona con la creatividad comercial

¿Qué opina sobre las pintas (graffiti o mural) que se han realizado en los negocios aledaños?

¿Qué resultados le ha traído el tener este lenguaje callejero en su vivienda o cerca de su vivienda?

¿Cree que los grafitis o murales ayudan como publicidad para los negocios locales? ¿Por qué?

OE: Determinar cómo el lenguaje cultural en base al valor cultural se relaciona con los valores económicos

¿Las intervenciones artísticas urbanas (graffiti o mural) culturales que se realizan en los alrededores ha tenido repercusiones laborales favorables en su hogar?

¿Las celebraciones culturales populares acompañadas de intervenciones artísticas urbanas (grafiti o mural) lea han ayudado a generar mayores ingresos económicos?

¿Las intervenciones artísticas urbanas (grafiti o mural) culturales realizadas en el lugar, han ayudado combatir el desempleo de sus familiares o vecinos?

OE: Determinar cómo el lenguaje espacial se relaciona con los valores socio culturales

¿Cómo cree que las intervenciones artísticas urbanas (grafiti o mural) realizadas en el espacio urbano representan la cultura del barrio?

¿Qué opina sobre el recorrido artístico que se realiza a diario, cree que ayuda a informar sobre los valores socio culturales del Callao?

¿Qué opina sobre el orden visual de estas intervenciones artísticas urbanas (graffiti o mural)? ¿Cree que se ve influenciada por el al entorno en el que está situado?

Nota. Elaboración propia de autores, revisado por especialistas.

Figura 22.

Validación profesional de cuestionario a residentes por especialista Mgtr. Gema Margarita Morales Cuadra.

Ficha de validación de instrumento de recojo de información

I. DATOS INFORMATIVOS:

Apellidos y Nombres del Informante	Especialidad del evaluador (a)	Cargo o Institución donde Labora	Nombre del Instrumento de Evaluación	Autor (a) del Instrumento
Gema Margarita Morales Cuadra	Máster en Medio Ambiente y Desarrollo Urbano Territorial	Maestra titular del departamento de Construcción de la UNAN-Managua	Cuestionario para entrevista	Carlos Arcos Yopez, Diana Purizaca Paredes
Título: Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de La Provincia Constitucional del Callao, 2022				

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Indicador	Criterio	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Buena 41 – 60%	Muy buena 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado					100
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables					100
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					100
4. Organización	Existe una organización lógica en la presentación de los ítems					90
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y claridad					100
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					100
7. Consistencia	Basado en aspectos teórico científicos					100
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones					100
9. Metodología	La técnica de instrumento responde al pronóstico del diagnóstico					100
10. Pertinencia	Es asertivo y funcional.					100

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN

Aplicable [X]

Aplicable después de corregir []

No aplicable []

IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN 990 X 0.20 = 19.8 Es factible su aplicación

Managua, Nicaragua 21 de Junio del 2022	001-170878-0005N		(505) 87708547
Lugar y Fecha	DNI	Firma del Experto	Teléfono

Fuente: Ficha de instrumentos de validación de la Universidad Nacional De Educación "Enrique Guzmán y Valle", Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades, Departamento de comunicación y Lenguas Nativas, 2022.

Nota. Cuadro de validación de instrumentos de Universidad Nacional de Educación "Enrique Guzmán y Valle". Resuelto por especialista.

Figura 24.

Orden de pensamiento (Espiral OP)

Orden de Pensamiento (Campirán, 1999)

CIUDADES CREATIVAS

Son aquellas que tiene como objetivo común: posicionar las industrias culturales como la creatividad, en el centro de su plan de desarrollo local, así como también activamente a nivel internacional en la materia, entonces consiste en promover la cooperación de ciudades que identifican, la cultura y la creatividad como un eje fundamental para su desarrollo sostenible e inclusivo. El desarrollo de la cultura y la creatividad a través del arte urbano sirve como estrategia para reconvertir la imagen urbana generando diversas reacciones e influencias para el desarrollo de una ciudad creativa, generando así una economía creativa, de esta forma repercutiendo en los ciudadanos.

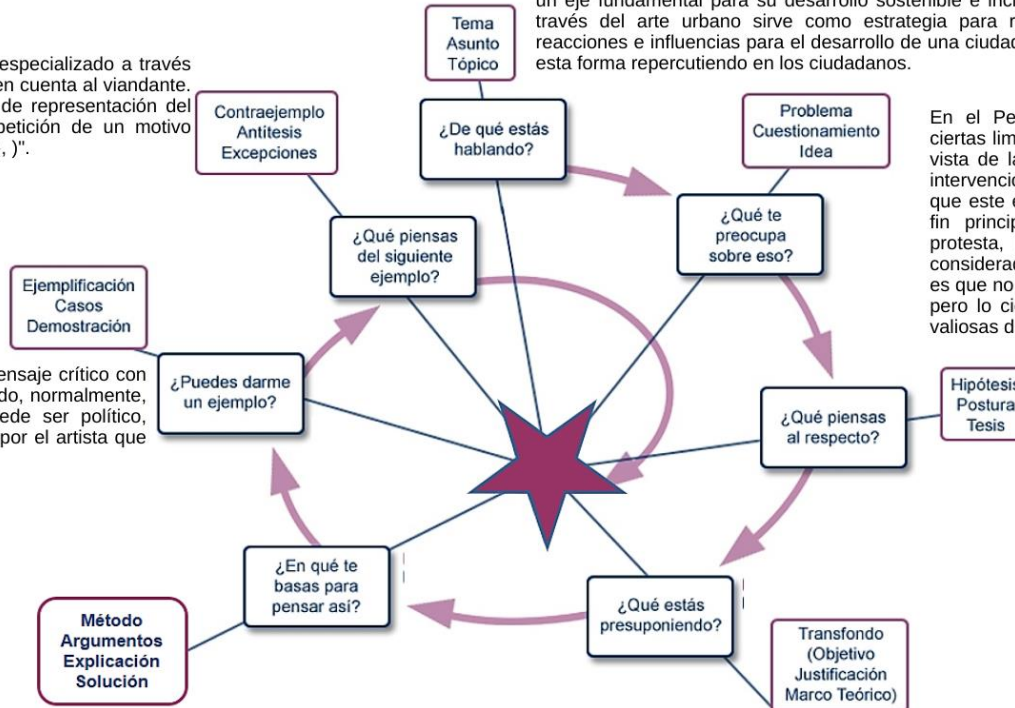
El grafiti se dirige a un público especializado a través de un código cerrado y no tiene en cuenta al viandante. Citando a Kenzo: "los métodos de representación del grafiti están basados en la repetición de un motivo ególatra (el tag, las pompas, etc.),".

En el Perú las intervenciones artísticas urbanas tienen ciertas limitaciones por las diversas reacciones y puntos de vista de la sociedad, ya que principalmente derivan estas intervenciones artísticas urbanas al vandalismo debido a que este está muy relacionado al grafiti y este tiene como fin principal transgredir la imagen urbana en son de protesta, por lo cual muchas veces el arte urbano es considerado erróneamente como un arte efímero, por ello es que no es considerado como un ente impulsador cultural, pero lo cierto es, que cada vez hay más manifestaciones valiosas de este arte urbano por entidades privadas.

Las intervenciones artísticas urbanas son consideradas como un arte efímero y de poca trascendencia cultural, ya que se asocia a estas intervenciones con el vandalismo, pero podemos decir con certeza que es un producto para la reconversión de lugares visualmente abandonados donde los trabajos de grafiti que se realizan sobre la imagen urbana son consideradas para realzar la identidad cultural de la ciudadanía, y de esta forma esta sea un eje impulsador de productividad, que a su vez construya una economía creativa originando así un ciudad creativa.

El muralismo sigue teniendo un mensaje crítico con la sociedad en la que está plasmado, normalmente, es un mensaje reflexivo que puede ser político, social, ecológico, etc., transmitido por el artista que lo realiza.

Que las intervenciones artísticas urbanas tienen como medio la reconversión de la imagen urbana, ya que partiendo desde lo considerado por la UNESCO podemos decir que el Arte Urbano es considerada como parte cultural de la ciudad, entonces son de vital importancia para la reconversión de las calles e imagen urbana local, permitiendo que los mismos ciudadanos participen de este cambio en zonas que son consideradas como zonas peligrosas, mejorando de esta manera su estilo de vida. Así como también nos ayudará a generar una nueva perspectiva diferente de lo que son estas intervenciones artísticas creando así conocimientos y teorías nuevas, como un generador de una economía creativa.

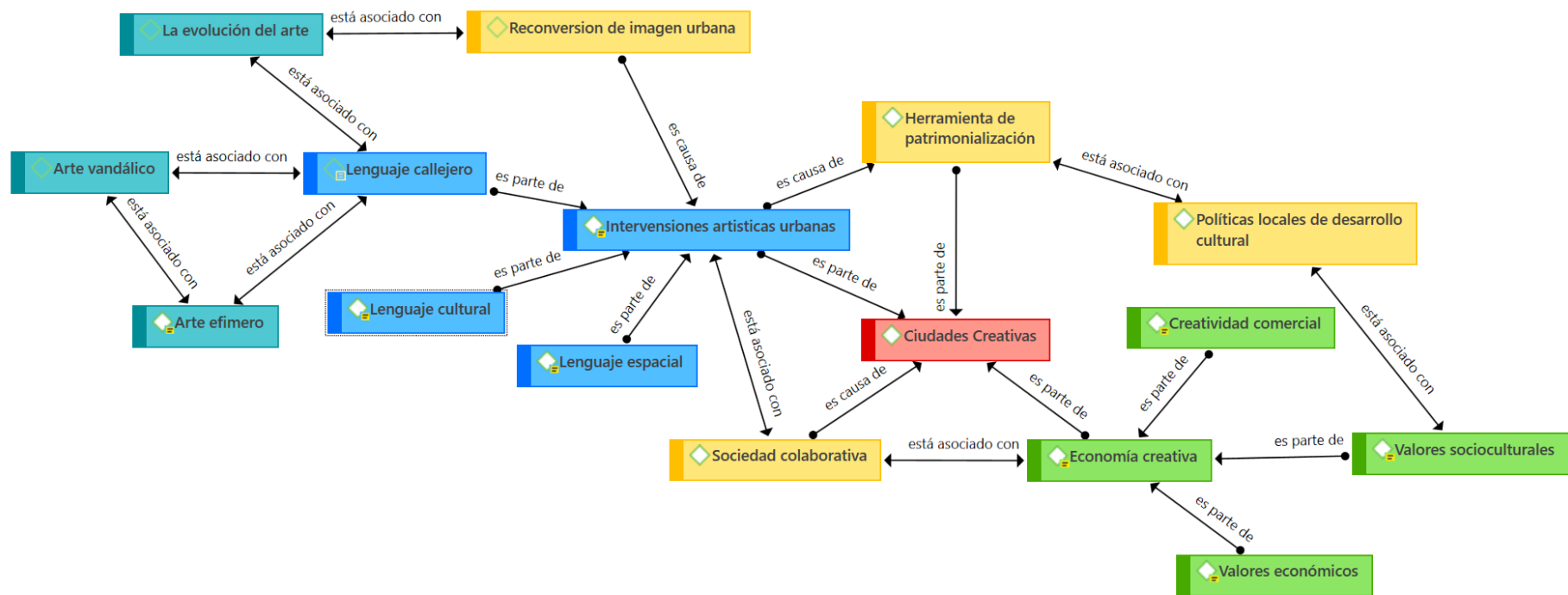


Según la UNESCO y teniendo en Sudamérica representantes como, Valparaíso, Chile que promueve el programa "Museo a cielo abierto", Cartagena de Indias, Colombia donde el concejo de la ciudad organiza el "Festival Internacional de Arte Urbano de Colombia" y Quito (Ecuador), que anualmente se realiza la "Galería de Arte Urbano", donde se ve influencia de estas intervenciones artísticas para generar un cambio en la imagen urbana y desarrollar una ciudad creativa.

Nota. Diagrama obtenido de A. Campirán. Interpretación propia de autores.

Figura 25.

Mapa semántico de códigos.



Nota. Procesado en el software ATLAS ti 9, 2022.

Tabla 8.

Cuadro de códigos.

Código	Comentario	Densidad	Grupos de códigos
● Arte efímero	Expresión artística concebida bajo un concepto de fugacidad en el tiempo. ^{[P]_{SEP}}	2	V1 – Intervenciones Artísticas Urbanas
● Arte vandálico	Expresión artística realizada en cualquier tiempo y lugar, sin considerar normas o reglas. ^{[P]_{SEP}}	2	V1 – Intervenciones Artísticas Urbanas
● Ciudades Creativas	Son ciudades, incentivadas por el talento, la cultura y la creatividad, que se combinan para el desarrollo social, cultural y económico. ^{[P]_{SEP}}	4	Tema
● Creatividad comercial	La creatividad es una competencia que es absolutamente necesaria para desarrollar una comercialización eficiente y rentable. ^{[P]_{SEP}}	1	V2- Economía Creativa
● Economía creativa	Economía que elaboran productos y servicios en base a la creatividad, tales como, arte, talento, identidad y patrimonio cultural gracias a la propiedad intelectual. ^{[P]_{SEP}}	5	V2- Economía Creativa
● Herramienta de patrimonialización	Herramienta que ayuda a salvar o hacer prevalecer elementos patrimoniales. ^{[P]_{SEP}}	3	Códigos encontrados
● Intervenciones artísticas urbanas	Variedad de piezas de arte, que embellecen las calles y un arte conmemorativo, conectando con el mundo natural, representando a la sociedad. ^{[P]_{SEP}}	7	V1 – Intervenciones Artísticas Urbanas
● La evolución del arte	La evolución, cambios y mejoras del arte a través del tiempo. ^{[P]_{SEP}}	2	V1 – Intervenciones Artísticas Urbanas
● Lenguaje callejero	Son distintas manifestaciones que están ubicadas en lugares o espacios que tienen gran fluidez de personas, donde se pretende sorprender a los transeúntes. ^{[P]_{SEP}}	4	V1 – Intervenciones Artísticas Urbanas
● Lenguaje cultural	Incluye todas las dimensiones de la vida humana, expresándose mediante el pensamiento, las acciones y el sentir de quienes forman un determinado sistema social. ^{[P]_{SEP}}	1	V1 – Intervenciones Artísticas Urbanas
● Lenguaje espacial	Es un espacio concreto práctico, pasa a ser de elaboración humana, con un carácter simbólico, abstracto y espiritual, debido a que no es solamente el espacio de nuestra estadía. ^{[P]_{SEP}}	1	V1 – Intervenciones Artísticas Urbanas
● Políticas locales de desarrollo cultural	Normativas que ayudan a incentivar la cultura del lugar donde estas se desarrollen. ^{[P]_{SEP}}	2	Códigos encontrados
● Reconversión de imagen urbana	Transformación, cambio o mejora del entorno urbano. ^{[P]_{SEP}}	2	Códigos encontrados
● Sociedad colaborativa	Organizaciones horizontales, comunidades en las que todos los agentes están invitados a interactuar, participar y contribuir al desarrollo en este caso cultural y económico. ^{[P]_{SEP}}	3	Códigos encontrados
● Valores económicos	Miden los bienes y servicios que se asocian a actividades culturales y económicas donde se atribuyen los insumos y procesos de transformación en el desarrollo material. ^{[P]_{SEP}}	1	V2- Economía Creativa
● Valores socioculturales	Son generados por entidades que integran una ciudad, cambiando el comportamiento afectivo por la abstracción universal que sustituyen la necesidad personal. ^{[P]_{SEP}}	2	V2- Economía Creativa

Nota. Elaborado en el software ATLAS ti 9, 2022.

Tabla 9.*Tabla de códigos y documentos primarios.*

	E. Arq. Elio Martuccelli Gr=23	E. Arq. Gema Margarita Gr=20	E. Arq. Lucila Urda Gr=18	E. Soc. Roberto Reyes Gr=14	E. Arq. Luis Cumpa Gr=19	E. presidenta de la Junta Vecinal Gr=7	Totales
• Arte efímero Gr=18	4	1	3	1	2	0	11
• Arte vandálico Gr=26	2	3	1	1	1	0	8
• Ciudades Creativas Gr=50	1	3	2	1	1	1	9
• Creatividad comercial Gr=87	5	4	4	1	4	4	22
• Economía creativa Gr=110	2	5	0	0	1	4	12
• Herramienta de patrimonialización Gr=15	1	0	1	0	0	0	2
• Intervenciones artísticas urbanas Gr=143	11	2	7	3	8	1	32
• La evolución del arte Gr=25	2	3	2	3	1	0	11
• Lenguaje callejero Gr=101	12	4	3	6	6	0	31
• Lenguaje cultural Gr=111	5	3	1	1	1	2	13
• Lenguaje espacial Gr=50	3	1	1	1	2	1	9
• Políticas locales de desarrollo cultural Gr=61	4	3	0	4	5	2	18
• Reconversión de imagen urbana Gr=47	1	2	7	3	3	0	16
• Sociedad colaborativa Gr=49	4	1	1	4	6	0	16
• Valores económicos Gr=90	4	5	1	0	4	6	20
• Valores socioculturales Gr=121	5	2	2	2	2	2	15
Totales	66	42	36	31	47	23	245

Nota. Elaborado en el software ATLAS ti 9, 2022.

Tabla 10.*Tabla de criterio de saturación.*

	REPRESENTATIVIDAD	FRECUENCIA	N° DE DENSIDAD	DENSIDAD	SIGNIFICATIVO
• Arte efímero Gr=18	NO	NO	2	SI	SI
• Arte vandálico Gr=26	NO	NO	2	SI	SI
• Ciudades Creativas Gr=50	SI	NO	4	SI	SI
• Creatividad comercial Gr=87	SI	SI	1	NO	SI
• Economía creativa Gr=110	NO	NO	5	SI	SI
• Herramienta de patrimonialización Gr=15	NO	NO	3	SI	SI
• Intervenciones artísticas urbanas Gr=143	SI	SI	7	SI	SI
• La evolución del arte Gr=25	NO	NO	2	SI	SI
• Lenguaje callejero Gr=101	NO	SI	4	SI	SI
• Lenguaje cultural Gr=111	SI	NO	1	NO	SI
• Lenguaje espacial Gr=50	SI	NO	1	NO	SI
• Políticas locales de desarrollo cultural Gr=61	NO	SI	2	SI	SI
• Reconversión de imagen urbana Gr=47	NO	SI	2	SI	SI
• Sociedad colaborativa Gr=49	NO	SI	3	SI	SI
• Valores económicos Gr=90	NO	SI	1	NO	SI
• Valores socioculturales Gr=121	SI	SI	2	SI	SI

Nota. Elaborado en el software ATLAS ti 9, 2022.

Tabla 11.

Entrevista a residentes con negocio en base a objetivo general.

¿La iniciativa de los grafitis o murales, hizo mejorar el entorno inseguro de su negocio?						
S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7
Sí y bastante déjame decirte ósea no solo aquí en Callao Monumental, sino lugares como Atahualpa no, lugares donde se pintaron murales idénticos o sea convirtiéndolo en un lugar más que seguro en un lugar turístico, o sea vienen bastantes personas.	Sí de verdad mucho lo hizo mejorar porque anteriormente, esto era lo que era, era un barrio pues no, pero ahora se volvió un poco, mejor dicho, turístico ya no es como anterior que esto paraba solo inseguridades ya no, ya esto es más tránsito de gente más que todos los fines de semana.	Sí, por supuesto ya es como una imagen diferente a lo que siempre el Callao siempre se veía como algo inseguro y más que todo los murales le dan como una, una le cambian la cara.	Bueno sí, sí, sí, al menos ha mejorado un poco porque bueno, siempre la inseguridad si existe porque siempre hay como se llama gente de mal entorno que vienen y a veces no dejan no y siempre no hay seguridad prácticamente por eso que no entran todos los turistas que deberían ser no, con tranquilidad podrás ver el darse un paseo con tranquilidad entonces no, o sea no pues tú determinas si yo fuera turista ingresaría yo ver, estoy con ese temor que alguien me puede quitar entonces a eso voy.	En parte si y en parte no, porque se perdió mucho la cultura, la verdadera cultura me entiendes la esencia, porque una cosa es tener unos cuadros como los que tiene picantería miguelito y otra cosa es hacer una pachotada como caras o algo, que es bueno que sea parte turística pero siempre respetando lo más valioso que es el no perder la esencia de las imágenes antiguas.	Sí, claro porque no solo fue monumental Callao como en sí el lado de los grafitis porque tenemos grafiti en todos lados, sino que también se sumó lo que es Atahualpa se sumó Bellavista se sumó Castilla, Chucuito hizo sus calles coloridas y bueno y la punta es el lugar más seguro dentro del Callao.	En cuanto a los murales que han hecho en realidad no me encuentro tan satisfecha porque aparte de que han hecho un tipo de mural que en realidad no le entiendo, no lo encuentro tan atractivo en este caso deberían de ser murales más llamativos, más informativos, eso es lo que debería de ver.
¿Es posible que a través del grafiti o murales se pueda generar ingresos económicos a su negocio?						
Bueno normalmente más que todo es porque jala, jala las personas o sea todo el tema de la música, todo el tema de la historia, todo el tema de que como es muy colorido trae a las personas.	Bueno porque mayormente las personas que vienen a este sitio más que todos buscan eso lo que es los grafiti, por los cantantes, por lo que son las pinturas antiguas y son por ejemplo pinturas antiguas que tienen su historia que lleva atrás de ella.	Claro, lo que pasa es que al tener mucha más visibilidad o sea lo que somos los murales mucha más gente viene a la zona, es una zona mucho más concurrida que también competo qué es que vamos a tener muchos más comensales, no solo un local sino como todo en general.	Sí porque al ingresar tanto los turistas dejan un poco de ingreso no, para cada comerciante.	Bueno porque gracias y con la bendición de Dios se volvió prácticamente una parte una zona turística que a los principios del tiempo fueron más que nada extranjeros puesto que estamos cerca un puerto, pero después ya vinieron gente del cono norte, con lo que gracias a Dios nosotros picantería miguelito trabajamos mucho con las redes y la presentación de nuestros platos y los precios que fueron muy bajos fue la influencia, mucho influyó en el gran destape que tenemos nosotros ahora.	El tema de las caras es una para dar vida a los ídolos que tenemos netamente salseros, Héctor Lavoe, Celia Cruz, Tito Puente, Cheo Feliciano o sea muchos de estos artistas son ídolos para nosotros.	Bueno, en cuanto a la intervención artística que hay, yo creo que, ok perfecto yo sé que hay mucha motivación al impulso de lo que es el artista, pero en realidad también debe de respetar los espacios que tenemos nosotros como personas para impulsar esto a una economía, debería de ser una economía para el Callao antiguo no, de que también viera oportunidades para cada uno de nosotros.

Nota. Elaboración propia de autores en base a la entrevista realizada.

Tabla 12.

Entrevista a residentes con negocio en base a primer objetivo específico.

¿Cada grafiti o mural realizado podría considerarse como un elemento representativo de su negocio?			
S1	S2	S3	S4
Claro, cada artista tiene su manera de expresarse, cada artista tiene su manera de pintarlo o sea cada artista muestra sus sentimientos y lo que siente por, por ejemplo, con los cantantes de la salsa a la hora de dibujarlo.	Sí, mucho porque esto también ayudó a muchas personas a que también pusieran su negocio y emprendiera más en lo que es las ventas de comercio de comida, cuadros, cosas así.	Sí, claro, por supuesto ya dependiendo de cada artista, plasma su idea su manera de expresar lo que siente lo que es por el callao y por eso vemos diferentes tipos de graffiti que impacte netamente de la persona que lo vea.	
¿Qué resultados le ha traído, el tener un grafiti o mural cerca de su negocio?			
Más que todo que gente venga a conocer el Callao, porque el callao es un lugar muy bonito fuera de todo lo que se comenta en exteriores.	Los resultados que visto es mucha seguridad, seguridad porque anteriormente no había seguridad pues, anteriormente como no era un sitio turístico pues obviamente no había seguridad, pero como ahora es un sitio turístico a visto persona que lo que es que protege toda esta toda esta calle pues no todo este pasaje.	En el caso ha impactado de manera positiva por qué lo que es el mural atrae mucha gente quien sea quiere tomarse fotos o saber la historia del mural, también los llama directamente lo que es a consumir, el producto que nosotros ofrecemos. Es un resultado bastante positivo.	Uy no como te digo que entran los turistas, lo de la gente que le gusta el grafiti que es bueno tener resultados positivos.
¿Los grafitis o murales ayudan como herramienta publicitaria a sus negocios?			
Por supuesto ósea imagínate no, tú tienes un mural grande y al costado tienes una tienda no, la gente, los turistas vienen a ver el mural no, haber este cómo se llama a ver las pinturas y se les antojó por ejemplo comprar algo no, ósea como que jala todo, todas las pinturas todo eso jala, a que si tienes un negocio o sea te ayuda a vender bastante.	Sí, sí ayuda bastante los grafitis como publicidad la verdad.	Por supuesto, tanto lo que es, tanto como las redes, como el boca a boca la gente seguía más que todo por los grafitis o murales, a veces no se recuerdan del nombre de un restaurante en específico, pero se acuerdan de que Imagen tiene la parte de afuera.	

Nota. Elaboración propia de autores en base a la entrevista realizada. Continua siguiente página.

Entrevista a residentes con negocio en base a primer objetivo específico.

¿Cada grafiti o mural realizado podría considerarse como un elemento representativo de su negocio?		
S5	S6	S7
Bueno sí porque acá en pasaje monumental donde está picantería miguelito que es acá Grau una zona turística, en los cantantes es la primera faceta que siempre buscan los chalacos entonces esto ojalá impulsa mucho un comercio.	Sí, por supuesto cada lugar tiene su arte, tanto como los restaurantes que lo han hecho como el monumental o como cada persona que ha ido tatuando las paredes.	Bueno, en cuanto a los grafitis como te dije hay algunos que no les entiendo como que otros sí son bonitos no, pero es deberían de ser más culturales más llamativos, más informativos no pero sí en cuanto los grafitis son bonitos no yo lo que deseo es tener unos grafitis bonitos informativos, con más culturalidad.
¿Qué resultados le ha traído, el tener un grafiti o mural cerca de su negocio?		
Bueno a mí me ha traído 2 factores, uno conservando mucho la antigüedad y la historia a partir de la historia del Callao y la otra por eso tenemos 2 locales, la otra le hemos impulsado más no tanto a la creatividad salsera a la parte de diversión sino a la parte internacional los cuales hemos puesto bandera de todos los países.	Qué bueno nosotros nos adaptamos a lo que a lo que había en el Monumental Callao, pero no había lo que es caras salseras dentro del monumental Callao vas a ver figuras de todo tipo menos lo que es este Callao o sea menos lo que es salsa entonces nosotros tratamos de acomodarnos a la situación y le pusimos salsa ya que es lo único que faltaba.	Bueno en cuanto los grafitis lo que es Casacor, eso sí ha tenido una buena acogida, ha tenido un bonito entrega y todo lo demás.
¿Los grafitis o murales ayudan como herramienta publicitaria a sus negocios?		
Ayuda no, más bien es un ingreso económico porque esté llama mucha gente, mucho turismo porque se quieren tomar fotos con los artistas o cualquier columbra que tú puedas poner.	Sí por supuesto claro.	En cuanto al sistema de comunicación comercial bueno eso es lo que debería de ser más que todo el que haya o no de tener una publicación del sistema de comunicación comercial para que así podamos nosotros también respetar sus espacios de ellos.

Nota. Elaboración propia de autores en base a la entrevista realizada.

Tabla 13.

Entrevista a residentes con negocio en base a segundo objetivo específico.

¿Ha tenido algún beneficio el que se vinculen actividades culturales (danza/canto/teatro) con las actividades de grafitis o murales?			
S1	S2	S3	S4
Por supuesto, muchas personas han logrado este cómo se llama poder emprender de mejor manera, en un lugar que se conoce como un sitio peligroso a volverse como te digo un lugar turístico.	Sí ayudado porque como le repito, gracias a todo esto han puestos sus propios locales, han puesto su propio comercio. Sí y ayuda eso pues viendo su ingreso aparte.	Sí, por supuesto este lo que es la zona Monumental callao por la gerencia de fugas han hecho bastantes eventos que hagan que toda la zona sea bastante visitada por muchísimos turistas.	Bueno, yo siempre he tenido mi negocio pequeño y siempre he tenido, no ha habido en redes por los diarios por periódicos que siempre eran noticias y siempre como bueno ahora municipalidad nos ha dado el tiempo para poder vender algunas cosas, antes no se podía vender periódicos, no se vendía pero y ahora puedes vender tu golosinas ya yo tengo mi licencia, pero que he visto negocios sí, porque los restaurantes han abierto, acá han abiertos bastantes restaurantes y en fines de semana hay ingresos, los días sábados y domingos que entran bastante turístico.
¿Las actividades culturales (danza/canto/teatro) vinculadas a los murales y grafitis le ayuda a crecer a su negocio?			
Por supuesto ósea la gente viene, viene y viene por montones, más que todo y ni siquiera es necesario que haya una festividad para que la gente venga a conocer el callao actualmente.	Sí bastante.	Por supuesto, en el caso hay un evento en específico que se llama lo que es el pasaje de la salsa que reúne muchísima gente y trae muchísima gente a lo que es el pasaje.	Sí, claro que generan mayores ingresos con la cultura.
¿Las intervenciones artísticas/culturales que se realizan en el lugar, ayudan a tener un aumento de puestos laborales?			
Por supuesto como te digo yo trabajo aquí gracias a que acá es un lugar prácticamente turístico, prácticamente los murales es lo que jala a la gente y eso es lo que trae más personas este cómo se llama para poder laborar.	Sí ayuda bastante porque por acá como lo repito Era muy poco los puestos ahora cómo puedes ver todo esto es puro comercio.	Por supuesto, mientras mayor cantidad de gente haya, mayor cantidad de comensales se necesitan más manos para atenderlas, entonces mientras más gente venga al Callao Monumental más personas se van a necesitar para poder atenderlas.	Por supuesto.

Nota. Elaboración propia de autores en base a la entrevista realizada. Continua siguiente página.

Entrevista a residentes con negocio en base a segundo objetivo específico

¿Ha tenido algún beneficio el que se vinculen actividades culturales (danza/canto/teatro) con las actividades de grafitis o murales?		
S5	S6	S7
Bueno te diré que no, porque como te repito en el Callao vale todo o sea lo que quiere decir vale todo es de que o diversión o parte comercial o tener la creatividad de en cada local manejar su negocio de acuerdo como quiere, eso ha fomentado mucho el turismo.	Claro que sí o sea todas las actividades como orquestas que se trae o algo no sólo hace que vea o sea no hace que solo sea un ingreso económico sino también un ingreso personal y orgulloso de cada uno porque la gente viene y dice al Callao ya no voy y siento la idea que me van a robar si no voy y tengo la idea de compartir un intercambio cultural.	
¿Las actividades culturales (danza/canto/teatro) vinculadas a los murales y grafitis le ayuda a crecer a su negocio?		
Obviamente que sí, cuando uno trae espectáculo, cuando hay espectáculo en un centro o en un en una zona turística obvio que te fomenta bastante.	sí por supuesto que sí	
¿Las intervenciones artísticas/culturales que se realizan en el lugar, ayudan a tener un aumento de puestos laborales?		
Bueno sí porque hasta excepto acá que parte de Castilla que es una zona muy conocida por intermedio del Callao que es una zona como le dice una zona roja se ha vuelto de una manera más apacible porque también hemos generado trabajo lo mismo ricos o sea que como que se dice se ganaron su puesto, nos cuidan.	Bueno claro que sí, les permite a todos los vecinos o los que se quieran sumar con el tema de la iniciativa del monumental a que puedan aportar algo que sume que crezca en conjunto por ejemplo en algún momento sólo existían las cintas no había los grafitis de este lado, se aumentó, no había los paraguas que están al fondo, se aumentó, pero cada restaurante hizo lo suyo, ósea el arte hace que haya un cambio tanto económico como visible dentro del Callao.	

Nota. Elaboración propia de autores en base a la entrevista realizada.

Tabla 14.

Entrevista a residentes con negocio en base a tercer objetivo específico.

¿Las intervenciones de grafiti realizadas en el espacio urbano representan la identidad del barrio?			
S1	S2	S3	S4
Sí o sea como te digo cada cosa que se pinta aquí tiene una manera de representar lo que nos gusta a nosotros no, lo que somos nosotros y cuáles son nuestros gustos.	Si lo representan porque son lo que son los cantantes de acá del mismo barrio son los que han sido personas que han crecido de acá del barrio o son personas que han venido desde son otras O sea como te explico con personas de otros sitios que han llegado acá y han sido grandes estando acá.	Por supuesto la gente del callao se define por dos cosas, por la salsa y por el ceviche y hay muchos grafiti que son en base a lo que es la salsa por lo que la gente se llega bastante identificado con eso.	Sí, personajes que han trabajado en las municipalidades en las regiones, personas que bueno también periodistas he visto que han venido después del tiempo a un puesto a ingresar, llegan vienen gente, extranjeros y le están dando noticias como si el Callao.
¿En el tour artístico, los excursionistas informan sobre los valores culturales del Callao?			
Sí, o sea cómo te explico y te lo repito, ósea el callao no solo es delincuencia y creo que con todo esto que se está haciendo de los murales todos estos como dices esos eventos que se hacen de vez en cuando, hacen ver al Callao no solo como un sitio malo sino como lugar turístico, lugar bonito, lugar con cultura consentimiento más que todo.	Sí, sí ayuda bastante.	Por supuesto lo que es los recorridos que se hacen diarios te cuentan tanto la historia del callao Antiguo y a cómo se fue transformando por iniciativa tanto de los grafiti lo que son de las zonas de arte como tal bien.	Sí, claro
¿Cree que la composición de los grafitis repercute en la imagen urbana de su negocio?			
Sí, porque es una combinación del arte que tiene los pintores con las casonas antiguas no que prácticamente son como época de la colonia no, entonces eso le da como una combinación única que no se ve en ningún lado prácticamente más que en el Callao.	Sí, sí se ve bien	Sí por supuesto como le digo, son todos los colores la gente del Callao es muy colorida, le gusta mucho el ser amigo, desea estar en cómo dicen en juergas y son gente muy alegre qué es lo que representa al Callao Monumental y están todos los grafitis si se dan cuenta que a los que tienen muchísimos colores literalmente es como la personalidad de las personas que viven por acá.	

Nota. Elaboración propia de autores en base a la entrevista realizada. Continua siguiente página.

Entrevista a residentes con negocio en base a tercer objetivo específico.

¿Las intervenciones de grafiti realizadas en el espacio urbano representan la identidad del barrio?		
S5	S6	S7
Bueno te diré que sí porque el chalaco es híper salsero y híper divertido y es obvio de que eso jala mucha publicidad y mucho público.	Sí claro como el Sport Boys los rosados los rosados es lo que resalta el chalaco pues no el del vamos Boys.	
¿En el tour artístico, los excursionistas informan sobre los valores culturales del Callao?		
Bueno sí, en parte sí sabes por qué porque nosotros somos como se dice la zona constitucional del Callao es el puerto y el puerto chalaco es bien conocido a nivel internacional, han venido muchos artistas, muchos cantantes, han venido hasta personas del espectáculo reciente y les encanta venir a esta zona porque se toman la foto hasta es más hacen sus comerciales futbolistas cantantes, etcétera.	Sí claro porque trabajamos junto con la municipalidad del Callao donde hay una ruta tanto gastronómica como grafiti y urbana esto hace que la coyuntura o el alcance sea mucho más grande.	En cuanto a los recorridos artísticos eso se realiza los valores claro los valores de los socios culturales del Callao y que es muy importante porque al menos nos hace sentir que también nos valora lo que es la culturalidad ya y es bueno porque en partes también nos informa muchas cosas que a veces nosotros carecemos de información.
¿Cree que la composición de los grafitis repercute en la imagen urbana de su negocio?		
Sí porque estamos cerca un puerto y un puerto es algo muy importante, aparte que está bien decorado me han puesto mucha publicidad mucho entorno, mucho dibujo, mucho diseño y eso obviamente que es algo que, a las personas por curiosidad, sí viene y se presenta.	bueno sí o sea mayormente nos hace que nos engloba en el sentido de impulsarnos a seguir creciendo porque no sólo nos da el espacio de poder abrir acá en el sentido de dibujo de grafitis sino nos permite poder hacer más por la sociedad porque nosotros no sólo nos pintamos y se acabó, sino que juntamos dinero para pintar las casas de los vecinos ya que un barrio mientras más limpio se vea mucho mejor	Es muy buena está en un buen espacio y sólo necesitamos el tiempo suficiente para poder nosotros también ayudar a lo que es la cultura la educación.

Nota. Elaboración propia de autores en base a la entrevista realizada.

Tabla 15.

Entrevista a residentes sin negocio en base a objetivo general.

¿Cómo es que las intervenciones artísticas urbanas (grafiti o mural) hicieron mejorar la imagen urbana de las zonas más inseguras de su barrio?			
S8	S9	S10	S11
Ah claro la cambiado la cara a toda esta zona, de la zona monumental del callao ha reducido la inseguridad bastante.	Si, ha cambiado bastante, lo más bueno para la población de este callao monumental ha sido el incremento de la seguridad, en base a las mayores visitas de turistas	La inseguridad ha bajado si, estas intervenciones artísticas han logrado atraer más turistas y debido a ellos ha aumentado las unidades de serenazgo, y ahora todo es más seguro ahora a comparación de antes.	Actualmente hay más seguridad, como hay más personas que vienen, y esto anteriormente era que te digo bien movidito, ahora han traído un poco más de serenos y policías, antes que ibas a poder estar con tu celular como ahora, esto ahora es más seguro hasta uno mismo sale hacer sus cosas sin temor.
¿Cómo es que las intervenciones artísticas urbanas (grafiti o mural) ha logrado ser un motor de impulso económico en su hogar?			
En la realidad sí, este está bien hay mucha gente que ya invierte acá, pues invierte su dinero en comprarse este por ejemplo los cuadros que hay no, pero todo bien.	No, en nada, yo me dedico a otra cosa.	Debido a que hay una intervención cerca de mi casa habido más personas que caminan por acá y mi hija tiene un emprendimiento el cual se beneficia y vende algunas cositas aquí desde casa, y nos ayuda con algunos gastos.	En mi hogar no mucho, acá todos tienen un trabajo diferente y no trabajan por aquí, un tiempo si trabaje de mozo cuando paso esto del COVID y todo se volvió abrir en ese momento y ahí ayudo un poco, pero actualmente aquí todos trabajan en otras cosas.
¿Como cree que las intervenciones artísticas urbanas (grafiti o mural) generan un cambio en la imagen de su ciudad?			
Bastante le ha cambiado la imagen es otra cosa, antes no podías pasar por acá era peligroso, pero ahora con este cambio, los arreglos de todo, es esto, como este como te digo este cambio de imagen, las pinturas, todo eso lo ha cambiado hay más seguridad.	Mucho, mucho, hay mayores visitantes y algunas personas han cambiado su condición de vida, ya que han abierto algunos negocios a raíz de este cambio de imagen del callao	Porque ya las calles se ven diferentes antes todo esto estaba abandonado y las casas tenían sus fachadas con las pinturas viejas y no pensaban en renovar ni cambiar nada como ahora que el que menos les da mantenimiento a sus casas y lo pintan cada cierto tiempo.	Todo se ve más bonito, los mismos vecinos cuidan lo que han los chicos han pintado, todo ahora es diferente ahora, bueno desde que empezaron a pintar, todas las calles se ven diferente más bonitas.

Nota. Elaboración propia de autores en base a la entrevista realizada. Continua siguiente página.

Entrevista a residentes sin negocio en base a objetivo general.

¿Cómo es que las intervenciones artísticas urbanas (grafiti o mural) hicieron mejorar la imagen urbana de las zonas más inseguras de su barrio?			
S12	S13	S14	S15
Si claro, pero años atrás también todo era bonito y seguro solo que con el pasar de los años ya sabes todo cambio de un momento a otro y esto era peligroso, actualmente ya no lo es, pero inicialmente tampoco fue inseguro.	Ahora hay más personas que vienen a ver estas intervenciones y hay más seguridad también.	Se a convirtiendo esta zona en una turística y eso ha reducido la delincuencia.	Como ya todo se ve más bonito y ordenado, muchos de los forajidos que había se han ido o solo ya no paran mucho por estas calles como antes, se podría decir que es más seguro, porque hasta más seguridad hay.
¿Cómo es que las intervenciones artísticas urbanas (grafiti o mural) ha logrado ser un motor de impulso económico en su hogar?			
Como hay más negocios debido a este cambio de las calles actualmente mi hijo trabaja en un restaurante y ya aporta a la casa.	No, yo trabajo en San Miguel, no trabajo por acá.	La verdad que en mi casa no, pero de algunos vecinos si, han abierto negocio o también ahora alquilan cuartos.	No necesariamente, cuando todo esto de las intervenciones empezó si ayudo bastante pero ahora después del COVID ha bajado un poco, ya aquí nadie se dedica a trabajar por acá, tienen otros trabajos.
¿Como cree que las intervenciones artísticas urbanas (grafiti o mural) generan un cambio en la imagen de su ciudad?			
Ya todo se ve más colorido, y eso está bien, repito esta zona desde un inicio fue bonita solo que se descuidó un tiempo, pero ahora todo es colorido y este cambio empezó con estas intervenciones, y ya todo se ve mejor para todos.	Lo ha mejorado, antes todo estaba un poco abandonado ahora gracias a esas intervenciones hay hasta más negocios.	Le da otra visión, antes todo estaba medio feo, algunos vecinos no retocaban la pintura de su casa, ahora todo se ve diferente ha mejorado.	Eso sí, antes todo era viejo, las casas estaban en su mayoría se podría decir abandonadas, ahora el que menos que está cerca de la plaza ha abierto un negocio y acá a la vuelta en esa calle está lleno de restaurantes, y negocios que venden ropa o cositas de arte. Todo se ve mejor ha cambiado bastante.

Nota. Elaboración propia de autores en base a la entrevista realizada.

Tabla 16.

Entrevista a residentes sin negocio en base a primer objetivo específico.

¿Qué opina sobre las pintas (grafiti o mural) que se han realizado en los negocios aledaños?			
S8	S9	S10	S11
Muy bueno muy buenos, atrae más a la gente inclusive muchos turistas llegan por acá	Si están bonitos a comparación de antes, que todo estaba abandonado,	Los hace más llamativos quien no quiere ir a comer o visitar un lugar que se ve mejor que los demás y más aún cuando se han pintado artistas famosos que han pasado por acá, atrae bastante turistas como también gente de otros distritos.	Están bonitos coloridos, da ganas de ir comprar o visitar el negocio, ir a curiosear, ya uno lleva años viviendo acá y conoce que van los puestos, pero la gente nueva no y eso les llama la atención, más que todo a los turistas, vieras como pasan y se toman sus fotos.
¿Qué resultados le ha traído el tener este lenguaje callejero en su vivienda o cerca de su vivienda?			
Es normal acá en el callao y la gente se expresa, tiene como, es decir su forma de pensar es chalaca	En mi vivienda no tengo, pero alrededor sí, es una mejor vista panorámica, y mejor que los chicos se dediquen a eso y no estén en otra.	En mi casa no tengo, porque el espacio es muy pequeño, pero si hay otras casas de mis vecinos que si tienen esas intervenciones artísticas y esto ayudado a que ahora la calle este más limpia porque hay más gente de la municipalidad trabajando para que las calles se vean mejores, como también seguras.	Ahora mi casa se ve más bonita, vienen personas se toman fotos y a mí me da gusto, me gusta ver que me conozcan por tener este mural, ya algunos que vienen seguido me conocen los chicos a veces traen a sus amigos y me causa alegría ver que mi casa les gusta a todos.
¿Cree que los grafitis o murales ayudan como publicidad para los negocios locales? ¿Por qué?			
Claro que, si llama, por lo que llama la atención, claro llama la atención es más llamativo y visualmente quien no quiere ir a comer o comprar en un lugar donde se ve bonito o hay imágenes donde puedes tomarte foto.	Sí, veo que sí, he visto y tengo amigos que han emprendido gracias a ese tema,	La verdad que sí, utilizan esto para tener mayor atractivo en su negocio o para promocionar muchas veces los productos que venden o servicios que ofrecen, lo cual los identifica y uno como vecino sabe prácticamente a que se dedica el local.	Claro, así como viene a mi casa a tomarse foto, también van a los negocios que tienen estas pinturas en sus como se dice, fachada, y ahí nomas compran, o consumen sus almuerzos, es muy llamativo tener estas intervenciones por aquí, y eso es publicidad pues.

Nota. Elaboración propia de autores en base a la entrevista realizada. Continua siguiente página.

Entrevista a residentes sin negocio en base a primer objetivo específico.

¿Qué opina sobre las pintas (grafiti o mural) que se han realizado en los negocios aledaños?			
S12	S13	S14	S15
Están bonitos, me gustan, se ve lo salsero del chalaco.	Se ven bien, atrae más turistas también.	Están bonitos, a mí me gustan, han pintado en su mayoría a salseros y eso es de chalacos, eso siempre es llamativo para todos.	Bastante chéveres, se ve de todo en los negocios, cuando lo hicieron por primera vez era sorpresa, eso les atrajo más clientes y se llenaban, se tomaban fotos, muy bonito.
¿Qué resultados le ha traído el tener este lenguaje callejero en su vivienda o cerca de su vivienda?			
Mayor seguridad, más limpieza, claro todo vecino siempre limpia, pero ahora la municipalidad manda más personal a comparación de antes, los mismos vecinos se preocupan más por cómo se ve su casa.	No muchos, pero se ve más ordenado y seguro en esta calle.	Acá a la vuelta está pintado y se podría decir que de resultado me ha traído, seguridad, mejor vista de mi callao, todo se ve más ordenado, diferente.	Diría que cambios positivos, todo se ve más chévere y ordenado.
¿Cree que los grafitis o murales ayudan como publicidad para los negocios locales? ¿Por qué?			
Si, el que menos sabe o reconoce el negocio por lo que este pintado.	Si claro que sí, es como un afiche, pero en la pared de su negocio eso llama la atención de quien pasa por ahí.	Claro, el que menos reconoce el local por lo que tiene pintado, hasta yo cuando vienen familiares de visita y me preguntan dónde vamos a comer, les digo ahí donde están los cantantes y ya les gusta.	Claro, como te decía hace que los locales se llenen, es su manera de hacerse notar entre los demás locales.

Nota. Elaboración propia de autores en base a la entrevista realizada.

Tabla 17.

Entrevista a residentes sin negocio en base a segundo objetivo específico.

¿Las intervenciones artísticas urbanas (grafiti o mural) culturales que se realizan en los alrededores ha tenido repercusiones laborales favorables en su hogar?			
S8	S9	S10	S11
Bueno para mí no ya que yo no tengo algún tipo de trabajo relacionado al monumental callao	Para nada, lo mío es muy aparte	Si, al menos un poco mi hija es la que más se ha beneficiado y así ella nos ayuda en casa, pero esto les ha sucedido a muchos vecinos también.	No, yo no tengo negocio y tampoco cobro por que se tomen fotos, y nadie en mi casa trabaja por acá cerca tampoco.
¿Las celebraciones culturales populares acompañadas de intervenciones artísticas urbanas (grafiti o mural) lea han ayudado a generar mayores ingresos económicos?			
Claro que sí claro, más gente viene, correcto por la fluidez de gente que atrae tanto las actividades culturales la gente se asoma y participa muchas veces.	No para nada.	Sí claro, vienen varias personas y estas consumen o compran, lo cual ayuda económicamente a todo negocio que hay por aquí y he visto como varios negocios han crecido por que venden o realizan cositas de aquí del barrio cosas culturales chalacas.	Claro, he visto como se han ido mejorando económicamente algunos vecinos que trabajan cerca, o que tienen su negocio.
¿Las intervenciones artísticas urbanas (grafiti o mural) culturales realizadas en el lugar, han ayudado combatir el desempleo de sus familiares o vecinos?			
Si, ha aumentado el empleo aquí, más bien el desempleo ha disminuido.	No, pero si he visto que a muchos amigos si, como a vecinos cercanos, lo cual para ellos es bueno	Definitivamente, como se han abierto nuevos negocios estos han contratado personal de aquí mismo, varios vecinos trabajan en esos negocios, esa calle que vez ahí, trabajan 2 vecinos de aquí al lado, yo los vi desde chiquitos ahora ya grandes han conseguido trabajo en esos locales y les va bien a los muchachos.	Claro, como decía anteriormente hay vecinos que trabajan en estos negocios, mozos, bodegas, en las galerías, a varios conozco, así también otros han abierto sus restaurantes, venden menús y sus cositas.

Nota. Elaboración propia de autores en base a la entrevista realizada. Continua siguiente página.

Entrevista a residentes sin negocio en base a segundo objetivo específico.

¿Las intervenciones artísticas urbanas (grafiti o mural) culturales que se realizan en los alrededores ha tenido repercusiones laborales favorables en su hogar?			
S12	S13	S14	S15
También si, como te dije pues mi hijo tiene trabajo y eso nos ayuda y así también se sostiene.	No, como te dije no trabajo por aquí.	No, aunque antes si un poco, los fines de semana iba a vender algunas cositas, así como ambulante y como había gente compraban.	No, actualmente no, me gusta como se ve y los turistas que atrae, pero no afecta económicamente mi casa actualmente.
¿Las celebraciones culturales populares acompañadas de intervenciones artísticas urbanas (grafiti o mural) lea han ayudado a generar mayores ingresos económicos?			
Siempre todo eso llama más gente y eso ayuda económicamente a todos, así que sí.	Si de los vecinos he logrado ver cambios muchos han mejorado económicamente.	Aquí a todo el barrio claro, es que eso trae más personas de otros lados, turistas, y ya los negocios se llenan, los fines de semana hay más gente vieras como llena, hasta cola tienen que hacer	En mi casa no como te digo, pero si se logra ver que muchos vecinos han logrado tener un cambio de su calidad de vida gracias a eso mismo, han empezado negocios, o ven la manera de como recurrirse debido a que hay más movimiento.
¿Las intervenciones artísticas urbanas (grafiti o mural) culturales realizadas en el lugar, han ayudado combatir el desempleo de sus familiares o vecinos?			
Claro, así como mi hijo otros vecinos también trabajan con él, ya no están de vagos o pateando latas como se diría, es mejor que estén trabajando a que estén en otras cosas tú sabes como son los muchachos cuando no hacen nada por la vida	Si eso sí, el que menos busca un trabajo cerca a su casa y he visto a algunos vecinos trabajando en esos locales.	Creo que sí, la verdad no estoy muy al tanto, pero creo que he visto algunos muchachos del barrio trabajando por ahí, y eso está bien, más seguro para ellos trabajar cerca.	Si claro, es que hay más negocios y ellos necesitan quien trabaje entonces ahí la gente que vive cerca les favorece.

Nota. Elaboración propia de autores en base a la entrevista realizada.

Tabla 18.

Entrevista a residentes sin negocio en base a tercer objetivo específico.

¿Cómo cree que las intervenciones artísticas urbanas (grafiti o mural) realizadas en el espacio urbano representan la cultura del barrio?			
S8	S9	S10	S11
Claro que sí, claro, claro que sí, ahí este depende pues no, hay murales qué significan las cosas del callao no, hay murales representativos de la cultura chalaca o en sus colores llamativos representa la alegría del chalaco mismo.	En un 80%, de manera que cambia la vista y la vivencia que somos de acá, y en lo popular que es la salsa, la música, el afro, hay estas expresiones culturales, lo veo más cultural no es muy escandaloso	Claro que sí, el chalaco se identifica como una persona muy alegre y eso se ve en los murales y graffitis que son bien coloridos, también por aquí han pasado diversos artistas orquestas que después fueron pintadas en algunas paredes, la salsa está bien representada en esas pinturas.	Si, el que es chalaco sabe que somos alegres, trabajadores y veo que en estas intervenciones la mayoría reflejan eso, hay otras que no entiendo, pero la mayoría refleja lo típico del chalaco, alegre, trabajador y salsero.
¿Qué opina sobre el recorrido artístico que se realiza a diario, cree que ayuda a informar sobre los valores socio culturales del Callao?			
Claro que sí, a la gente la concientiza más la culturiza, les enseña, hay mucha gente que vive aquí en el callao mismo pero que no conoce en la realidad, no conoce nuestros antepasados, muchas cosas sobre la cultura, pero con estos murales uno va aprendiendo mucho más,	Mientras que no distorsionen la verdad si es bueno, porque se logra ver cómo es que la gente vive, de cierta manera nos exponen.	No sé muy bien sobre ese recorrido, pero si he visto que los guían y les explican un poco sobre la historia de algunas casas que fueron emblemáticas hace años, y les hablan un poco de cómo es el chalaco me imagino.	Si, ha ayudado a que las personas cambien su forma de pensar de esta zona, anteriormente por aquí no podía pasar nadie, yo como vecina pasaba con miedo algunas veces, pero ahora los informan y les dicen como es actualmente esta zona y eso ayuda bastante.
¿Qué opina sobre el orden visual de estas intervenciones artísticas urbanas (grafiti o mural)? ¿Cree que se ve influenciada por el entorno en el que está situado?			
Claro que sí, bueno es llamativo, llama a la gente, ha aumentado el turismo.	De cierta manera, porque veo que ha cambiado bastante, por ejemplo, después de almorzar sales a tomar un poco de aire y vez un panorama distinto al que había antes.	Donde hay más negocios hay más de estas intervenciones, pero más atrás de aquí doblando la esquina también hay solo que son menos, así que creo que sí, donde hay mayor afluencia de gente hay más de estas intervenciones.	Si a veces, es que hay calles principales, como donde está la plaza principal, ahí se comenzó con un mural grande, y en las otras calles como había menos gente eran murales y graffitis más pequeños más sencillos bonitos, pero más sencillos.

Nota. Elaboración propia de autores en base a la entrevista realizada. Continua siguiente página.

Entrevista a residentes sin negocio en base a tercer objetivo específico.

¿Cómo cree que las intervenciones artísticas urbanas (grafiti o mural) realizadas en el espacio urbano representan la cultura del barrio?			
S12	S13	S14	S15
Por como han hecho sus intervenciones, han pintado cosas muy chalacas muy cosas del callao, sabes aquí el que menos es salsero y vieras la cantidad de salseros pintados, es propio ya de un chalaco la salsa y eso es lo que han pintado.	Claro, hay de todo en esos murales y gran parte de esos murales son de lo habitual que hay por aquí, salsa, pesca, colores	La verdad hay ciertas cosas que no entiendo, pintan algunas cosas que se ven bonitos, pero no entiendo, de ahí también he visto cosas que, si entiendo, cantantes, personas del barrio que han muerto, diría que sí, si representan la cultura del barrio.	Claro que sí, sí, las intervenciones muchas tienen que ver con lo que representa ser chalaco, como vez pintan a cantantes, cuando vienen grupos de salsa a tocar se paran atrás de uno de esos muros y como llama la atención, es que el chalaco es salsero y alegre y si eso se ve representado.
¿Qué opina sobre el recorrido artístico que se realiza a diario, cree que ayuda a informar sobre los valores socio culturales del Callao?			
Si, también ayuda a que ahora les cambian la visión de lo que es esta zona del callao, sobre como los vecinos mismos hacemos que ahora esto cambie.	No lo he hecho, pero si me han contado que explican sobre la historia y cambios que ha tenido esta zona.	Que esta bonito, los llevan alrededor de los murales y les explican cómo ha cambiado el callao y eso está bien, ha ayudado que todos tengan otra noción de lo que es el callao.	Me da gusto que les informen a los turistas y demás personas que vienen no, porque les informan les hablan de la historia de muchas de estas casonas y del cambio actual y ellos se llevan esa información y la comentan por otros lados y eso llama a más personas, y así y así, y esto sigue creciendo.
¿Qué opina sobre el orden visual de estas intervenciones artísticas urbanas (grafiti o mural)? ¿Cree que se ve influenciada por el entorno en el que está situado?			
Si, donde hay más espacio pintan cosas más grandes y llamativas y eso hace ver mejor la calle, y normalmente hay más espacio en calles principales.	Si también, las calles principales son las que tienen mayores negocios como mejores murales también, así que si hay esa influencia en el espacio y se podría decir que así se ordenan.	Si, es que tiene que ver mucho el tema del espacio que hay en las casas para que puedan pintar, como también las calles donde pasan más gente, obviamente en esas calles encontraras más cosas, entonces cuando pintan también lo hacen diferente.	Si eso sí, es que la influencia depende de donde se sitúe y si es calle principal o calle donde pasa más gente.

Nota. Elaboración propia de autores en base a la entrevista realizada.

Tabla 19.*Entrevista al Dr. Arq. Elio Miguel Martuccelli Casanova.*

Categoría	Subcategoría
Intervenciones Artísticas Urbanas	Lenguaje Callejero
Tipo	
Entrevista No estructurada	
Entrevistado	
Dr. Arq. Elio Miguel Martuccelli Casanova	
Preguntas	
¿Cuál es su opinión al respecto, si ve de manera positiva las intervenciones artísticas para generar un cambio en la imagen urbana y como este trasciende para una ciudad creativa?	
<p>En realizado algunas acciones en el espacio público me enteré de esa presencia del arte en la ciudad de las distintas manifestaciones artísticas que son posibles en el espacio urbano y también he desarrollado paralelamente a mi trabajo de Arquitecto, docente, investigador y de escenografía. Hay algunas artes efímeras otras con el ánimo de durar más tiempo algunas oficiales y otras clandestinas, imagínate podemos hablar de las culturas de bronce hasta pintas y graffitis, quieres hablar del arte plasmado en las paredes. Eh pertenecido en un grupo llamado la brigada muralista que se disolvió, pero pudimos trabajar en muchísimos distritos de esta gigantesca que es Lima. Diría que el graffiti implica en términos generales cualquier gráfica sobre la pared, eso hace que dentro del espectro de graffiti allá también unas manifestaciones muy pequeñas y rápidas. Sería distinto al mural que implica cierto grado de planificación y cierto tiempo para su ejecución. Las serían pintas sería de manera particular aquellas frases que uno ve escrita en distintos lugares de la ciudad frases que podrían tener muchas veces contenido político, el graffiti no necesariamente son frases es distinto. Lo que hacíamos con la brigada muralista eran murales participativos, entonces nos invitaban grupos de vecinos organizados para pintar con ellos algún tema que el barrio la comunidad proponía.</p>	
Hay diversos métodos de este arte plasmado, el rápido y el que toma su tiempo tenemos en cuenta que el graffiti a lo largo de los años evolucionado desde sus inicios como vandalismo con estos artes rápidos que son tajes firmas nombres donde se implemente se ve el pensamiento un poco egocéntrico de los que realizan este tipo de arte que el ser popular es el ser conocidos y el que quiera pintar, donde quiera pintar, como quiera pintar, a lo que actualmente es, de graffiti evolucionado, como arte muralismo, ya no solamente piensan en sí mismo, y el mensaje que deja, no es simplemente un mensaje visual para los que están dentro de este medio sino para los viandantes, para el público en general, que este impacto visual sea un mensaje para estos mismos y de esta manera tratar de cambiar su manera de pensar, cómo tratar de mejorar su identidad cultural ante este lugar que está situado está muralización, que normalmente son situadas en barrios, calles, callejones y muchas veces fachadas abandonadas. ¿Cómo arquitecto puede decir que tan importante, para la imagen urbana son estas intervenciones y sí genera un cambio positivo o negativo? De estos dos puntos de vista ¿Cómo cree usted que afecta a la imagen urbana?	
<p>Tú dices que hay cierto ingrediente egocéntrico en el graffiti, sí es probable sobre todo cuando el graffiti se vuelve la firma del autor que se repite infinitas veces en el lugar que puede y eso tiene que ver como incursiones que el artista hace en la ciudad y ¡sí! no hay mayor vínculo con la comunidad en esos casos, no quiere tenerlo, no puede porque tenerlo. El graffiti tiene dos ingredientes que lo hace tan polémico, es obsceno, que está fuera de escena y está siempre donde nadie lo quiere y es gratuito, en esta sociedad, en la que todo se vende, el arte es un producto, es una mercancía, los objetos artísticos se venden finalmente, el graffiti no entonces durante mucho tiempo no se supo que hacer con el graffitero sí llevarlo a la comisaría o a la galería de arte, entonces primero lo llevaron a la comisaría y con el tiempo, con los años lo llevaron a la galería de arte entonces ahí ya los graffiteros deberían responder por ellos mismos y ver qué pasó con su trabajo desde el momento en el que entran a la galería de arte, al circuito artístico y son aceptados por la sociedad. Y es verdad que muchos han hecho ese pasó y los graffitis simples, se volvieron graffitis cada vez más complejos que ocupan mayor extensión en las paredes y ya necesitaban otro tipo de elaboración, en fin, así como las cosas no es tan así de separadas yo prefiero hablar de mi experiencia y lo mío corresponde más a lo que entendemos como murales. En nuestro caso los murales que pintaba casi nunca han sido obras individuales y estoy tratando</p>	

de transmitir mi experiencia con la brigada muralista, trabajábamos por invitación y trabajamos con los vecinos nunca nos invitaron vecinos de distrito de clase media mucho menos de clase media alta, alta, hemos trabajado siempre en lo que se reconoce como el distrito en proceso de consolidación y en esos lugares hemos sentido que nuestro trabajo servía también como elemento de integración entre vecinos y para el barrio, en la medida que ellos con nosotros y nosotros con ellos, podíamos plasmar en una pared las reflexiones sobre determinado tema y al barrio le parecía importante.

Se logra entender lo que es estas muralizaciones participativas, dónde trata de participar con la ciudadanía y con su equipo de trabajo para que sea un trabajo completo y didáctico para concientizar a la misma población en este cambio, para que ellos mismos puedan ser partícipes y puedan generar un poco más de esa identidad propia del lugar en donde se está realizando, decir yo participe en esto y me siento identificado con lo que estoy haciendo y lo voy a cuidar para así seguir mejorando.

Eso es importante, nosotros nunca hemos hecho obras de arte que duren por siempre, nunca nos hemos planteado ese objetivo, nuestros murales viven lo que les toca vivir, muchos han desaparecido, algunos sobreviven y ahí tiene que ver el sentimiento del barrio, cuánto se identifican con ese mural, cómo lo mantienen y durante cuánto tiempo lo mantienen. Si el mural deja de ser importante, desaparece, no hay problema y se pintará algo nuevo algún día, es parte de la dinámica urbana, nosotros siempre lo tomamos deportivamente.

Justamente este tipo de intervenciones que duran lo que tienen que durar, lo que particularmente es solo un par de meses se podría decir dependiendo a cómo se cuida durante el proceso del barrio, lo que muchas veces ha sido causante de estas intervenciones artísticas se han denominadas un arte efímero, que justamente tienen una cierta duración, pero ¿usted lo considera como un arte efímero como tal?

Haber, más efímero son las intervenciones artísticas vinculadas a happiness y performances, es decir intervenciones en las que el artista utiliza su cuerpo para tal o cual acción o introducen un elemento extraño en el espacio público durante algunos minutos o horas, eso es más efímero y también válido porque, aunque sea breve puede ser muy potente.

En el caso de los murales duran días, meses o años, hay murales pintados por las municipalidades de distintos distritos y evidentemente en la medida que son cuidados, en la medida que hay trabajadores encargados de cuidarlos y repintarlos podrán durar más tiempo. Yo por experiencia se trataba de murales de instituciones barriales, no de municipalidades, cabe en la palabra efímero en todos estos casos, uno más efímero que otro.

En esta época digital, tecnológica de este tipo de arte, tiene un impacto más profundo ya no solamente en la actualidad de pinto aquí o se interviene aquí y no solo los ciudadanos de su entorno lo ven si no estamos hablando en la actualidad de esta memoria digital que ha perdurado para toda la vida y esto impacto que este mural tiene, entonces ya nos mencionó que se puede considerar arte efímero al tiempo de duración pero actualmente con esta época digital ¿Se le podría seguir llamando arte efímero teniendo la trascendencia que tiene esta nueva época?

El acto, la acción, la intervención, la obra tratándose de murales es efímera, pero es verdad que el registro de la obra dura mucho más tiempo, queda el registro y eso deja huella. Antes había libros y revistas y esas murales desaparecidos han podido dejar registrados ahora tenemos toda la información en internet que va muy rápido y se queda. Si es verdad, qué la divulgación, la difusión de estas obras por medios digitales son muy fuerte y eso lo sabe el artista, así que el artista se puede permitir acciones breves, incursiones y tratar de evadir la vigilancia, la represión, hacer algo muy rápido, el desaparecer y colgarlo en internet. Es una nueva posibilidad que te dan ahora en los medios digitales y si quieres verlo de esa manera lo que es efímero, en la realidad se vuelve permanente en la ficción de lo que es el internet.

Estaríamos hablando de todo caso de dos realidades, la realidad en el cual se realiza y perdura y la realidad digital dónde pueden dejar de ser efímero este tipo de arte que genera un cambio visual que perduran por esta memoria digital. El Perú apuesta todo en promover la gastronomía como un como un impulsador de turismo llamativo a la ciudad

Sí primero como un ingrediente, orgullo e identidad cultural, y luego, sí claro cómo un recurso turístico y económico y eso por rato nos ha hecho olvidar todas las otras manifestaciones culturales artísticas de nuestro país que por supuesto debe y puede agregarse, entre ellas, el arte en espacio público y ciudades de América Latina y del mundo ya tiene recorrido turístico para poder apreciar el arte que hay en sus calles, el arte que ya es patrimonio de la ciudad, otra vez pienso en las esculturas de bronce del siglo 19 y manifestaciones de arte contemporáneo como

murales, lima y el Perú todavía no explota este atractivo turístico que podría ser beneficioso y económico, si, se puede hacer, no olvidar el otro ingrediente hablamos del turismo y su vínculo con la economía, no olvidar el otro ingrediente, el arte como manifestación cultural que tiene la posibilidad de generar identidad en determinado grupo de personas, eso me parece mucho más potente, mucho más importante. Es decir, las reflexiones pueden plantear desde el arte a partir del arte sobre la sociedad y sobre el país, eso no tiene un valor económico tiene valor simbólico y social es mucho más grande.

Entonces no se explota de manera en el cómo se realiza tengo otros países de Sudamérica, justamente en lo que es nuestro trabajo de investigación, tenemos 3 casos claros en Sudamérica para ser precisos lo que es Valparaíso Chile Cartagena de Indias Colombia y Quito Ecuador.

Si, conozco las 3 ciudades y dónde más murales recuerdo de las 3 que han mencionado es Valparaíso y ahí hay circuitos de arte callejero, y hay algo así que se llama el museo al aire abierto, que es como una escalinata larga, Valparaíso es una ciudad construida en pendiente con muchos desniveles y hay un lugar especialmente rico en murales y después hay más murales en toda la ciudad y eso le da un carácter que puede ser explotado turísticamente por la municipalidad

Nuestro tema de estudio se centra más que todo, lo que es el Monumental Callao actualmente, lo que fue la zona de Jirón Castilla, el área patrimonial del Callao que era sumamente peligroso con alto índice de criminalidad, el cual hoy por hoy, en base a la iniciativa fugaz que se basa en el cambio de imagen urbana, esa imagen que tenía un alto nivel de criminalidad. En base al arte en todos aspectos, artes escénicas, musicales como el arte plasmado en pintura, se logra realizar un cambio a lo que hoy es el circuito turístico Monumental Callao pero con el gran relevante que son las muralizaciones que básicamente a esto se basa, esto es el pilar fundamental del gran cambio de lo que es el recorrido artístico del Monumental Callao, prácticamente el recorrido artístico actual son justamente la muralización y en base a eso es que se crean las otras intervenciones artísticas como escénicas, musicales que se generan dentro de esta misma zona de estudio, entonces podemos decir que hay un cambio positivo con estas intervenciones artísticas, se puede implementar en otros lugares marginados del Perú.

Seguramente con la medida que lo has estudiado conoces mejor todos los ingredientes que componen el proyecto Monumental Callao todos los ingredientes económico, político, social y artístico, nunca fuimos a pintar a Monumental Callao, la brigada muralista no participó, las veces que he ido como visitante me sentí bien, me ha parecido chévere he terminado almorzando por allí muy rico. Monumental Callao empieza promovido por un inversionista que luego fue cuestionado, pero el mural ayudado alegrar un pedacito de lo histórico que es muy valioso del Callao, que como murales se ve bastante bien luego viene otras manifestaciones artísticas como la danza y el teatro, a sumarse en el espacio público y todo eso bien acompañado ya de una operación comercial, se han recuperado espacios y hay tiendas de arte que venden objetos de arte, y nada de eso es malo, para Lima es novedoso, más allá de esos circuitos turísticos culturales que pueden haber en Miraflores y Barranco, no tanto en el centro histórico que es donde realmente deberían estar, ahora se da esto en el Callao y listo, hay que ver qué pasa, hay que ver cómo sigue, hay que ver si realmente los vecinos están siendo involucrados, si terminan siendo beneficiados por esas cosas que se están haciendo.

Justamente lo que nos menciona va acorde a lo que nos mencionó el Doctor Roberto Reyes justamente la sociedad como la población tiene qué interferir para que trascienda, se tiene que concientizar a la sociedad, porque de nada sirve tener estas intervenciones artísticas si la sociedad no se ve involucrada, si la población misma no genera un cambio en sí mismo para seguir mejorando, Y qué vaya de un lado a otro pero con la intención de seguir subiendo, seguir queriendo estar en un lugar mejor y cambiando su mentalidad como su estilo de vida. Teniendo también en cuenta ello, como arquitecto que tan importante son estos cambios en la imagen urbana sean positivos o negativos, pero ¿qué tan importante cree usted que son para la población?

A partir de mi experiencia yo he conocido barrios y distritos de Lima como muralista antes que como arquitecto, he podido actuar e intervenir en esos barrios como muralista y no he podido intervenir como arquitecto, eso siempre me ha parecido interesante, en la medida que la pintura puede ser más rápida en su ejecución y puedes levantar también el entusiasmo de la comunidad, también de manera más rápida, la arquitectura necesita otros tiempos de planificación y de ejecución y eso no me quejo me gustaría poder diseñar y construir más cosas en muchísimos lugares de nuestra ciudad, ojalá algún día. Los murales que hemos hecho, yo quiero creer que

no han resuelto problemas de alimentación y salud. Qué son dramáticos en muchos lugares de nuestra ciudad y de nuestro país, ¡No! no Era ese el objetivo, pero su presencia puede contribuir por supuesto a dar ese color esperanza en cada uno de los lugares que se ha hecho y ese color esperanza si no te alimenta el estómago, si te alimenta el espíritu y por supuesto que el arte, sí, aunque sea sobre paredes, aunque sea superficialmente puede penetrar y puede llegar más a fondo y puede contribuir a cada barrio y a cada comunidad.

¿Se puede generar una ciudad creativa a raíz de las muralizaciones?

Sí, hemos apoyado iniciativas ciudadanas cada vez que hemos podido, es decir, organizaciones vecinales, organizaciones barriales, al margen de instituciones públicas, al margen de municipalidades y de Ministerio del poder municipal, del poder regional o del poder central y hemos sido testigos de las cosas maravillosas que los vecinos logran organizándose, en contextos muy precarios se hace presente la solidaridad, la alegría y la esperanza y en algunos casos las autoridades se suman a esas iniciativas, en buena hora en la medida que quieran participar en algo realmente les toca y es su responsabilidad en el ornato del espacio público y si aún no aparezcan las instituciones públicas, los vecinos son más rápidos organizando y promoviendo cosas. Luego si esto se vuelve parte de circuitos turísticos y generan dinero y pueden crear otro tipo de recursos y posibilidades, pero el nacimiento de la idea me parece fantástico cuando nace de abajo para arriba y no de arriba para abajo, y en esos casos son los que hemos tratado siempre de estar, apoyar e intervenir. Y si las instituciones públicas tienen iniciativas interesantes respecto al arte en el espacio público, también hay aprovecharlas y también hay que participar.

Nota. Entrevista realizada al Dr. Arq. Elio Miguel Martuccelli Casanova, 2022.

Tabla 20.

Entrevista al Arq. Gema Margarita Morales Cuadra.

Categoría	Subcategoría
Intervenciones Artísticas Urbanas	Lenguaje Cultural
Tipo	
Entrevista No estructurada	
Entrevistado	
Arq. Gema Margarita Morales Cuadra	
Preguntas	
Dentro de lo que es su artículo me parece muy interesante como usted propone lo que es el graffiti para este cambio urbano, la creación de políticas normativas para lo que es esas intervenciones	
<p>Sí, es el sentarse a platicar todos, es asesorar porque si no lo conocen y tienen esa mala concepción del graffiti entonces empezar por ahí y después que se puede hacer con él. Yo lo que hice en mi investigación es proponer una metodología y eso es lo que le llamo la atención a esos doctorantes aparte de la estructura de trabajo que es muy distinta pero la metodología guía de una manera que tiene que intervenir desde lo que es el medio ambiente, pero como lo que es medio ambiente que también es otro mal concepto que tenemos, que también los arquitectos debes saber que hay lo medio social, cultural, económico, estético, entonces vos intervenir un espacio y cambias todo, no solo economía, estas cambiando la imagen la manera de sentir de la persona, la cultura porque de ahí a mucho tiempo va cambiar todo, entonces ese es el ambiente y a partir de eso genero los demás puntos metodológicos y lo fui aplicar a un puerto acá a la capital, el muelle y gracias a Dios al premio pude financiar el proyecto y yo di el material y lo hicimos, cambiamos la imagen ahí y bueno eran para ellos mismos, para el mismo gobierno.</p>	
Este cambio que usted logró hacer a la imagen urbana ¿Qué efectos ha repercutido hasta el día de hoy?	
<p>Bueno a ellos le gustó mucho porque ya se dieron cuenta que la dirección del lugar es diferente a lo que están acostumbrados porque tienen murales a los próceres y todos los personajes políticos pero claro fue revisada la propuesta, ellos querían y apostaron de imágenes de personas como un cocodrilo que habita en el lago, la isla del amor que está allí, son elementos que son parte del entorno que no lo podemos quitar, pero ya la manera de disponerlo fue del artista, entonces ese congeniar y ese platicar con las personas y que él, a última hora de hecho hasta hizo otros cambios por materiales también que son instrumentos que diseñé tuve que ponerlos porque hay imprevistos, entonces depende de muchas cosas, es una práctica lo que hice y puede ser mejorada porque por ahí me mencionaron que, que pasaba con el público que me estas preguntando, ya no solo es la dirección, el artista, llevé a tres expertos para que lo vieran porque es el ojo como neutro, no es el que me ha dado el dinero ni el artista sino que tiene que ser uno aparte pero también la sociedad y esa partecita no convoque a nadie pero el público y con solo ver lo que estábamos trabajando, no pasaba desapercibido, la gente se toma una foto, la voltea ver, preguntaban quiénes pueden y donde pueden hacer un trabajo parecido en otro lugar, si hay interacción con la gente, hay atracción total en ese tema.</p>	
Podemos decir entonces referente a este caso ya ha podido efectuarlo que hay un cambio positivo para la sociedad como para su manera de vivir.	
<p>Claro, me están llamando de nuevo para darle mantenimiento, pero aquí viene el otro juego que ya como empresa ya funciono, obviamente con factura y todo el rollo, yo gestiono proyecto de este tipo y le cuesta tanto, pero me están pidiendo licencia con la alcaldía que con esa parte no estoy, tengo marca registrada entonces ya es tener legalidad, ya meterse a la parte económica y más que estás hablando de ciudades creativas también necesita ese tipo de ente, como que serios y no solo el artista por el artista, sino el artista tiene que ser acreditado de otra manera incluso inscrito dentro del instituto de cultura que hay inscripciones, yo deje de hacerlo porque se entiende que tienes también deducciones cuando estás haciendo este tipo de negociaciones o consultorías de este tipo, entonces eso es otra parte, ya hablando de ciudad creativa, ya no es que bonito, que vamos a cambiar pero también no sé si es de importancia para ustedes o que lo tomen en cuenta.</p>	

Del arte urbano más que todo, se sabe que empezó del vandalismo, pero mi pregunta sería ¿Cómo es que el arte de la calle se convierte en uno de los principales movimientos artísticos del siglo XXI?

Pues, simplemente la expresión, creo que como es el pulmón de la ciudad, por donde respira y por donde se expresa todos los sentimientos malos o buenos y las incomodidades, siempre ha sido así, es contestatario, es un arte de rebeldía y creo que es no se lo van a quitar ósea deformar una imagen, burlarse con un comic porque hay tantos tipos de graffitis, los tipos de letras, los mensajes, ósea eso ya es muy propio, que ya delimitemos donde se pueda hacer, con quien, el manejo, platicar con el graffiti pero tiene sus cosas que ya no las pueden quitar pero que en este tiempo se ha vuelto el boom es por la misma sociedad, es parte de la evolución, no se va quedar con el muralismo y lo clásico, lo conservador, todo es cambio diría yo, el mismo graffiti ha venido haciendo cambio, el neo graffiti no se lo han escuchado y también la combinación con otras expresiones como el performs, el mismo body paint tiene parte de eso, no sé si te respondí pero yo creo que es eso, no va dejar de expresar que el arte es de este ciclo y lo más rimbombante, para mi es la evolución y no sabemos hasta donde va llegar o cómo van a reaccionar en otros tiempos también los graffiteros, es que eso va depender del contexto, no es lo mismo como lo que estoy viendo en mi país como en lo que ocurre en el mismo El Salvador, ya ves cómo es todo lo contrario o como lo que sucede en Portugal que pasa lo que les pasa a ustedes, que hay un circuito turístico o lo que pasa en el mismo Israel porque hay un muro donde no hay ninguna orientación y hay escritos y también genera turismo pero de una manera más inconsciente, menos intencional, es como que el mundo se cansado también de otras cosas, es parte de la misma evolución.

¿En qué se diferencia el graffiti, el post graffiti, la intervención específica y el activismo?

A pesar de la similitud es la expresión plástica de la pintura porque si te vas con la protesta es las pintas, las plantillas el estencil es la variante del graffiti, es lo que ha venido evolucionando, unos los consideran, otros no y eso va a depender del estilo y la manera. Por ejemplo, la manera de protesta del 2018, yo me fui a fotografiar toditos los estenciles porque es la manera para más rápida y práctica de hacer graffiti y era ahí la respuesta, era muy creativo. Inclusive es un poco más económico e impactante, cada quien lo vive de una manera y va a hacer boom en dependencia o lo aceptan o no o se conectan y ahí es donde va a estar, así es lo de nosotros en estos momentos, pero ahorita lo que vivimos tuvo su expresión de esa manera, si vos te vas a pintar ahorita te detienen y ya no lo puedes hacer, tiene que ser de una manera negociada.

Nosotros entendemos porque es considerado un arte efímero, pero también lo que queremos es resaltar el hecho que estas intervenciones artísticas si logra lo que es un cambio importante en lo que es imagen urbana y ciudadanía creando así lo que es la economía creativa, que es en base a cultura

Una pregunta por lo que se ha hecho aquí lo que se ha hecho en otros lugares, que sí existe un diagnóstico, si es en Lima no sé dónde está tu caso, si se ha hecho un diagnóstico esas ciudades potenciales creativas, por qué aquí se ha hecho para una función, por ejemplo, la costa de gastronomía, la ciudad folklórica, Masaya, León, Granada tenemos, pero creo que me hicieron caso en mi proyecto que querían institucionalizar el graffiti y que estaban siendo asesorados por colombianos. Bueno, pero por eso te pregunto para eso previamente hay que hacer un diagnóstico y si existe te agarras de ahí lo tenéis que poner en tu trabajo, porque si lo de ustedes es muy general y no aterriza un caso, no lo sé el rango de alcance de que tiene tu trabajo, pero si es inevitable o que lo plantees no el diagnostico que se ha hecho sino la pauta, el inicio de todo

Nota. Entrevista realizada al Arq. Gema Margarita Morales Cuadra, 2022.

Tabla 21.

Entrevista al Arq. Lucila Urda Peña

Categoría	Subcategoría
Intervenciones Artísticas Urbanas	Lenguaje Cultural
Tipo	
Entrevista No estructurada	
Entrevistado	
Arq. Lucila Urda Peña	
Preguntas	
Su tesis nos pareció muy interesante porque justamente habla de esta transformación en base en las intervenciones artísticas. Entonces nosotros pensamos que es posible generar una ciudad creativa como un pilar con estas intervenciones urbanas	
Bueno Ahí hay muchas dudas porque también ha sido una manera de hacer con fines políticos muy claros y que muchos de los vecinos se quejan, si hay un cambio de imagen como lo has dicho, pero no se traduce mucho más, no se traduce mejoras urbanas o mejoras socioeconómicas, sino que depende de la profundidad de la interpretación. Entonces el peligro es que el cambio de imagen sea solamente un cambio de imagen y que el barrio no mejore a raíz de esas intervenciones más que por un tema de seguridad sino que lo suyo por eso está controvertido y también las intervenciones en Barrio de este tipo porque también los propios vecinos no se sienten identificados con las intervenciones entonces es algo polémico, otra manera de plantearlo es como un trabajo en conjunto con los vecinos en el que ya puede tener más sentido, para que los vecinos puedan aportar sus propios conocimientos, destrezas, incluso su economía local para mejorar el barrio, en relación con esa intervención que se pudiera ser que no tiene que ser puramente gráfica sino estética	
Nosotros constatamos que está transformación para que realmente funcione tiene que ir de la mano con la población, con el alrededor, con la sociedad, que es algo correlacional, que para que una funcione tiene que ir de la mano de la otra, de lo contrario, se puede realizar cualquier tipo de muralizaciones o intervención artística y si la población no se siente identificada con ello, entonces eso no va a funcionar, así como también, la población puede estar muy de acuerdo y quizás las entidades públicas puedan poner algún tipo de inconveniente y eso hace que la misma población ya no quiera continuar con estos proyecto.	
¿Qué tan importante son estas intervenciones para el cambio de la imagen urbana?	
Yo creo que muchas veces son el inicio de algo como tú dices han sido de las primeras medidas que se han tomado en el callao para regenerar el barrio, pero no puede ser más nada más que eso, es verdad que muchas veces son una mejora de imagen, ya se produce los tours turísticos, locales comerciales, locales de restauración, probablemente se reactivarán con estás visitas y entonces hay una reactivación económica y social qué parte de esa transformación estética y de imagen. Así que yo creo que es un proceso lento, pero eso también hay que mantenerlo en el tiempo para que realmente funcione porque tenemos muchas experiencias de intervenciones en espacios y en ciudades efímeros que al final por falta de mantenimiento o a lo mejor las instituciones permiten que sean, pero no tienen la voluntad de mantenerla o simplemente no están en sus prioridades y entonces vuelven a hacer de nuevo esos espacios deteriorados del origen.	
¿A qué se podría referir el arte efímero como herramienta?	
Bueno precisamente eso que te acabo de explicar, como una herramienta de regeneración urbana muy básica que no pueden ser independiente de otras muchas, no pensar que se puede decorar unas calles o unos muros o unas fachadas y estamos regenerando un barrio, eso no es así porque tiene que ir acompañado de muchas medidas, pero si es una herramienta posible que con otras más puede ayudar a mejorar las condiciones de un vecindario o del lugar del que se está interviniendo.	
Nosotros hemos tenido una conversación con una arquitecta de Nicaragua y ella propone una metodología para normalizar estás intervenciones artísticas para que se rija a estas normas y que las entidades públicas las tomen más como expresiones culturales y se pueden desarrollar un poco más frecuente, que no sea solo participación de entidades privadas sino que las entidades públicas también participen un poco más ¿Usted opinaría que sea necesario normalizar las intervenciones artísticas y a los artistas?	

En la clasificación que hizo habla del arte institucional y el arte espontáneo y algunos artistas no les gustaban el arte espontáneo porque las lleva mucho trabajo pero la idea era, por un lado ver aquellas obras que se hacen de manera viral o voluntaria de parte de artistas sin recibir un encargo previo y las que si están encargadas por instituciones sean públicas o privadas, entonces qué pasa que muchas veces estas intervenciones públicas están más impuestas entonces si hay apoyo institucional. Pero es una estrategia completamente distinta a distintos artistas urbanos les gusta llamarlo muralismo o sea no tanto como arte urbano porque el arte urbano que es la condición espontánea o la voluntad de los propios artistas es fundamental para que se desarrollen, por lo cual creo que está bien que exista una preocupación por la mejora del paisaje y la integración de artista en los barrios, pero también me parece muy interesante como se puede sufrirse de una manera más involuntaria y muchas veces las intervenciones artísticas interviene un artista y eso atrae otros artistas, que intervienen cerca porque les interesa que la gente que va a ir a ver una obra conocida, vea la suya, cuándo es un artista menor, todo eso tiene un mundo interesante y un lenguaje que no es tan evidente y creo que ambas situaciones están bien pero yo sí soy más partidario del espontaneo que lo del institucional. Aunque es verdad que como herramienta de regeneración no lo puedes controlar entonces creo que también hay que tener un poco de cuidado con hacer la metodología muy cerrada. Yo creo que estaría bien marcar las pautas, pero siempre dejando que cada contexto tenga su caracterización que se diferencie de otras y no hacer la metodología demasiado rígido.

¿ha podido presenciar esta regeneración urbana en base a las muralizaciones?

Conozco ejemplos muy distintos, ejemplos impulsados por instituciones, por asociaciones vecinales, por empresas privadas en la realidad es que en todos los casos que conozco su condición de efímero lo es por completo, son iniciativas que si no se mantienen en el tiempo para que eso quede realmente hay muy poca influencia de lo que es intervención artística como regeneradora de barrio a no ser que se acompaña de otras medidas entonces ahora mismo no soy capaz de afirmar que las intervenciones que yo conozco de paisaje de mejorar el barrio realmente hayan sido la causa de todo eso.

¿En base a las intervenciones artísticas se puede llegar a una ciudad creativa? Una ciudad creativa según la UNESCO es aquellas que tienen el objetivo común de posicionar las Industrias culturales y la creatividad como centro pilar de su plan de desarrollo local y así generar activamente a nivel internacional en la materia para posicionar las a nivel internacional promueve la cooperación de ciudades identifican la cultura y la creatividad como un eje fundamental para el desarrollo sostenible e inclusivo.

Desde esa perspectiva, yo creo que la intervención artística sola no es suficiente y a veces solo es un impulso. Muchas veces lo que ocurre es que en este tipo de barrio existen iniciativas que tienen más de espontáneas creativo, que también tiene el peligro de convertir barrios temáticos y tienen toda la variedad de uso sino que ya empieza a ser como parques temáticos y luego está el tema de la gentrificación que es la transformación de barrio a través de la mejora de ciertas condiciones o de la inversión en vivienda o también puede ir acompañado de intervenciones artísticas que producen muchas veces un incremento de precios que hace que los vecinos originarios se vayan del barrio. Por lo cual yo creo que una ciudad creativa es también una ciudad que lo que alberga o que acoge gran variedad de gente gran variedad de propuestas e iniciativas desde abajo entonces por eso te decía es que hay que tener mucho cuidado con el tema institucional empresarial en empresas privadas que sean las que promueven todas estas transformaciones, porque eso lo que hace, es alejar a los propios vecinos de sus espacios. Las Smart Cities, ciudadanos inteligentes que tienen la capacidad de transformar una ciudad creativa solo puede funcionar si su ciudad forma parte de esa transformación si no será una ciudad con desarrollo cultural pero no puede estar alejado de la participación de sus propios vecinos porque eso se transforma en espacio sin vida.

Nota. Entrevista realizada al Arq. Lucila Urda Peña, 2022.

Tabla 22.

Entrevista al Arq. Luis Cumpa González

Categoría	Subcategoría
Intervenciones Artísticas Urbanas	Economía Cultural
Tipo	
Entrevista No estructurada	
Entrevistado	
Arq. Luis Cumpa González	
Preguntas	
<p>Teniendo ya está intervención en dónde lo separa cómo nos menciona en su Artículo. Tenemos estos dos tipos de intervenciones en lo que es el graffiti, como el graffiti como tal, como en sus inicios que son los tageteos y firmas y también tenemos el paralelo de su evolución que actualmente se le denomina graffiti mural, entonces por un lado tenemos el tageteo firma, que es realizado para un medio cerrado y es un medio de comunicarse entre otros artistas sin pensar en el viandante, en la población ni generar algún cambio visual más que reconozcan su firma en varios lugares y por el otro lado la evolución del graffiti mural, en dónde esté ya piensa más en la ciudadanía dejando un mensaje de impacto visual, muchas veces a base cultural o a base de la coyuntura que a veces está pasando como los murales que se realizaron en estas marchas contra merino, estos personajes fueron simbólicos en ese momento, que se pintaban los rostros de estos muchachos que lamentablemente fallecieron, más o menos depende de qué tipo de arte se realiza está intervención si es solamente como tageteo o si es graffiti mural. Podemos decir, yéndonos más de la mano de la graffiti mural pensando en la ciudadanía ¿este genera un cambio positivo en la imagen urbana?</p>	
<p>De hecho, sí genera cambio positivo, quizás si se tiene que ir a una profundización de ¿Por qué es que se genera eso?, habría que preguntar de dónde viene la iniciativa, porque las iniciativas que nacen de las mismas organizaciones son más precederán que las creadas formalmente, claro digamos que en el corto plazo tiene mucho más de posibilidad de permanecer, pero es la propia organización social la que permite que eso pueda permanecer en el tiempo con mayor garantía digamos desde la oficialidad.</p>	
<p>Con lo que nos menciona tendría que ver en todo caso, como la ciudadanía interactúa con estas muralizaciones para que genere un cambio positivo, es reciproco se podría decir, que van en paralelo los artistas con la población.</p>	
<p>Tiene que ver con la pregunta anterior, porque esa respuesta del paralelo que mencionas tiene que ver con el consentimiento de la ciudadanía para la realización del proyecto, es decir no es que de por sí la ciudadanía acepte fácilmente que eso se realice sino que tiene que haber un acuerdo pero no es un acuerdo de tipo formal de ahí que reunimos y firmar un documento, sino que es un proceso que se desarrolla en el tiempo de la manifestaciones que se van construyendo con signos que tiene que ver que la gente y el barrio se identifique y esas expresiones artísticas estén significando algo positivo para sus vidas. Entonces ya se está empezando a construir un acuerdo. Cuando se observa que hay un consentimiento entonces ya se podría hablar de que me lo permiten entonces puedo actuar de esa manera artísticamente, formalmente, se podría ser también, pero me parece a mí que en el campo del arte puede mucho más este tipo de encuentro que hay entre artistas y su comunidad, mediante esa interacción, mediante muestras, mediante signos que expresen que hay una aceptación de eso. Si yo dejo que en el barrio pongan firmas en las puertas, en las paredes o que pinten figuras de repente interesantes estéticamente, pero que no están consentidas socialmente, entonces no puede crecer digamos, no solamente queda y, sino que son desaparecidas. Bueno eso es un primer nivel de compromiso que puede haber socialmente.</p>	
<p>Perfecto, ahora llegando un poco más al fin, tenemos el ejemplo de nuestra zona de estudio que es el Monumental callao y como este ha generado totalmente un cambio a lo que fue antes conocido el jirón castilla, qué era sumamente peligroso, las casonas estaban abandonadas, prácticamente la población que estaba ahí era una población abandonada. Entonces nos estamos guiando un poco de lo que es este cambio para poder concientizar a lo que es una ciudad creativa, vemos que se genera turismo, comercio y un cambio de zonificación, claro un cambio de zonificación informal porque aún no está normado el cambio de zonificación en esta zona del callao, vemos cómo se genera un cambio positivo como le mencionaba hay un cambio de zonificación informal para comercio y la misma</p>	

población abierto comercios alrededor de estos murales Galerías de arte lo que son las intervenciones artísticas ya no solo como murales si no como artistas musicales de ambulantes puestas escénicas que hay los fines de semana Entonces vemos con respecto a la UNESCO con los lineamientos de lo que genera para que una ciudad sea considerada creativa y vemos diferentes aspectos, pero todo nace del pilar fundamental de la iniciativa de estos murales, al tener ese claro ejemplo podemos decir que son estas intervenciones artísticas un gran pilar fundamental para poder generar con el pasar del tiempo una ciudad creativa?

A ver, aquí creo que hay un, no sé si es enfoque que hay que tener bien en claro, que es primero, la planificación urbana en se considera este tipo de participación del arte de los artistas urbanos o es que, son por decir de alguna manera el trabajo de los artistas urbanos los que motivan que esto mejore, ¿Qué es primero? Yo creo que en todo caso no es una buena pregunta la que yo estoy haciendo, porque son cosas me parece a mí que van separadas, es decir digamos no tiene que ver una con la otra, aunque si podría buscar una complejencia si se quiere no artificial pero si obligada de alguna manera y es que acá lo que se tiene que entender es que la misma definición de arte nos llega a poner una disyuntiva además que es algo polémico, si el arte debería servir para transformar socialmente, esa es una pregunta que no llevaría aquí horas, semanas y años y seguramente sería infinita la conversación. pero la sola pregunta ya produce la reflexión y eso es lo que importa, los procesos más que la respuesta misma a la pregunta ósea que estoy haciendo hacia ese interrogante y bueno los artistas si hubieran tomado la decisión de querer hacer cosas interesantes digamos desde el punto de vista artístico y ornamental que nos da luz, está bien además con sentido pero si digamos directamente si la empresa quiere mejorar las condiciones visuales del entorno para poner un negocio, bueno eso está solamente en el derecho que tienen ellos pero los otros no están obligados a socializar con eso pero si se trata de una actividad tipo comercial ya tendría que haber una negociación para el beneficio de la comunidad con respecto a eso pero eso ya es una discusión que creo que nos llevaría también a otra conversación larga, pero los efectos de esta actividad, yo pienso que siempre van a ser positivas, siempre van a ser positivas, yo creo que ahí no va a estar el problema, el problema es o en todo caso la pregunta es de dónde viene la iniciativa para hacer estas acciones y creo que eso es fundamental porque expresarían no solamente la capacidad de la sociedad para poder (me refiero a los grafiteros), para poder realizar sus proyectos sino que tipo de manifestaciones son las que van a expresar en esas paredes, en esos murales y eso es importante porque tiene que ver con una palabra que también nos llevaría al infinito que es el concepto de la libertad.

Actualmente en esta época digital dónde se puede trascender un poco más en el tiempo, y perdurar aún más, estás intervenciones artísticas urbanas que se pueden realizar en algún punto de la ciudad pueden llegar fácilmente a la vista de otro espectador a otra parte del mundo con muy fácil acceso, ¿ahí se genera un cambio cultural, lo cual este cambio cultural afectaría de alguna manera en algún futuro la imagen urbana también?

Si claro, claro que sí, digamos que la respuesta es lógica y es clara pero en todo caso la pregunta habría que mirarla de dónde vienen, es decir, la plasmación de lo que se hace en la ciudad como decía hace un momento de dónde viene la iniciativa y eso es fundamental, porque el arte no puede ser impuesto, no puede ser buscado sino que deben nacer de la propia naturaleza del habitante, del artista y otorgarle lo que también dije en otro momento la libertad para hacerlo entonces cuando tú mencionabas hace un momento la manifestación artística relacionado con un hecho político reciente la pregunta es quién garantiza que esa manifestación artística va ser permanente en el tiempo? la autoridad no la va a garantizar, no porque se oponga o porque suscriba lo que se está haciendo sino porque no le corresponde al que le corresponde es a la sociedad nada más y la sociedad quiénes son, Somos todos y seguramente organizados a través de sus autoridades es que se pueden garantizar eso pero antes no, entonces creo que por ahí va un poco la comprensión de no solamente de dónde nacen las iniciativas sino también quienes garantizan su permanencia en el tiempo, si estamos hablando de este grafiti permanente no de los otros.

¿Podemos decir en todo caso que se podría llegar a realizar lo que es un procedimiento no tratar de implementar de manera normativa lo que son estas intervenciones artísticas como un motor cultural también dentro de la ciudad al momento de la planeación del desarrollo urbano?

Si, digamos que son las estancias formales lo que mencionaba hace un momento, los gobiernos locales de donde nació o cualquier forma de autoridad, de dónde nacen? nacen de las decisiones de la comunidad, la comunidad le otorga a esas autoridades los poderes para que ejerzan en función de las necesidades de esa comunidad y dentro de eso aparecen este tipos de, no quiero

decir funcionarios porque se escucha muy formal pero ya que estás mencionando una especialidad, ya estos gestores sí son autorizados por la comunidad y responden a la comunidad, no responden a otro tipo de intereses comerciales que son valederos y tampoco se pueden digamos demonizar porque bueno la empresa también es buena para el desarrollo de un país. ante lo que tiene sus propias necesidades, sus propios intereses que se respetan y tienen que desarrollar lo dentro de ese ámbito. el gestor natural qué está vinculado digamos a la organización social sí es aceptable y además es necesario, debería haber para que sea también transverso de las necesidades de esa comunidad, sí, yo pienso que sí.

Perfecto, teniendo ya una normativa o unos acuerdos previos o unas pautas para los artistas, esto generaría quizás un poco de lo que llamamos el término del cambio de población y aumentar el precio por metro cuadrado se podría decir al tener más visitas, se generaría la denominada gentrificación, al tener ya este cambio de imagen, al tener más visitas, más turistas, más población reunida, un cambio de zonificación podemos decir que podría ser una ciudad sostenible en base a la economía nueva que se está generando, a sus precios como van aumentando?

Sí, es natural pongamos alguno de nosotros que quisiera conseguir o comprar uno de estos lugares, primero tengo que ver como es el entorno, cuáles son las condiciones, si veo que son apropiadas, sí me interesa no es cierto, pero si hay más de uno que tiene ese deseo entonces los costos van a subir, crear las condiciones para que eso ocurra es natural, todos quieren que sea así para que tenga un mayor valor a su propiedad, la pregunta es cómo intervienen? porque estamos hablando acá de los grafiteros, de los artistas urbanos, cómo intervienen ellos para qué eso contribuya a ese mejoramiento? eso tiene que ver con la cultura también de la comunidad, podría ser que algunas personas no les guste mucho que hayan murales por todas partes de la calle entonces lo pongo ahí y se van pero digamos que en términos generales sí, si contribuyen que mejore el costo de su valor de niveles, su valoración de las áreas urbanas, definitivamente sí, qué tanto puede subir yo creo que tiene que ver con otros factores que no solamente es eso. mire acá en Pueblo libre en plena plaza en lo que está en el Museo de arqueología, al costado de la municipalidad hay un edificio de viviendas ósea es una propiedad privada pero han hecho un mural muy bonito con San Martín y Bolívar, digamos representándolos cuando eran adolescentes, ahí habido un consentimiento, un acuerdo en ese edificio, que es un edificio moderno en el sentido pues de que debe haber sido hecho dentro de los 15 años pero yo me preguntaba y conversaba como un amigo, todo el mundo consciente iría que haga ese tipo de murales no lo sabemos habría que preguntarles y estamos en una zona Qué es distinta a la que has mencionado, uno diría no ahí sí es un lugar donde todo el mundo quiere que pinte, no, no lo sabemos, habría que preguntarle también a los vecinos, porque no se puede asegurar la opinión de estas personas. Y si el costo asalarario de todas maneras mejora no solamente por el tema del mural, sino que el mural en sí mismo como expresión, implica una expresión de ordenamiento social y eso es un indicio de que hay cierto cuidado entonces ya si de todas maneras eso es un factor positivo de todos modos.

Podemos decir que le añade ya un valor cultural a esa parte de la ciudad, tanto para la imagen urbana como para la población, los mismos pobladores tiene un cambio en su manera de pensar en el que bueno se identifican un poco más culturalmente con el lugar dónde están situados, quizás por el punto de referencia que pueden ser ese mural.

Claro, la ciudad como las personas tenemos una serie de sismos que nos dan una categoría de positivo o negativo o una secuencia de valoración, nos acercamos más a lo negativo o hacerlo positivo y entonces esas manifestaciones también son signos que expresan eso, no sabemos qué tan cerca de algunos de los extremos están pero es una valoración y entonces si yo no encuentro nada definitivamente no me acerco es el lugar, pero si ya empiezo a notar signos que se van acercando a lo positivo, va a cambiar y esto para hablar de los costos asalarario es progresivo, no es que se estanca sino es que empieza a crecer, y llega en un punto en el que adquirido una alta valoración, hay que tener cuidado nomás ahí como decía hace un momento que la iniciativa venga de la sociedad misma, de la comunidad misma, no tanto de otro tipo de intereses que pueden ser válidos en lo que si la sociedad no participan se va a generar un problema y eso creo que ustedes lo van a poder encontrar si buscan allí en internet, libros para definir Qué cosa es la gentrificación del cual no vamos a hablar acá pero si sería bueno que lo lean.

Nota. Entrevista realizada al Arq. Luis Cumpa González, 2022.

Tabla 23.*Entrevista al Dr. Roberto Reyes Tarazona*

Categoría	Subcategoría
Economía Creativa	Valores Socioculturales
Tipo	
Entrevista No estructurada	
Entrevistado	
Dr. Roberto Reyes Tarazona	
Preguntas	
Usted como doctor en sociología sabe perfectamente como los entornos la imagen urbana genera un cambio en la sociedad quizás no de inmediato no de manera impactante, pero si hay un cambio paulatino de crecimiento hacia ellos mismo dependiendo de la imagen que tenga su propio lugar de Confort de su propia ciudad o barrio.	
<p>Lo que ocurre es que es una relación que tiene que darse entre grado porque no es que haya una imagen y que a partir de la imagen digamos formas positivas que puedan ser la gente comienza a cambiar o a modificarse, si no tiene que haber un cambio en las personas de la mentalidad la actitud de tal manera que se pueda comenzar hacer conciencia social y de esa conciencia social permite, es un flujo de ida y vuelta, la conciencia social, lo beneficioso qué es rescatable y tiene beneficios hace que haya una predisposición para la gente y a su vez estos se proyectan en una mejor imagen de arquitectura Y entonces en ese flujo se producen estas cosas porque no es una cosa unilateral es lo que quiero decir tiene que haber está doble compatibilidad porque hay ejemplo muy buenos Y lamentablemente ahí ejemplos negativos por ejemplo Yo trabajé con un grupo de arquitectos urbanistas por allá en los años 70 en la ciudad de Moquegua en Bueno yo no conocía Moquegua como llegué con los arquitectos estaban maravillados porque en esa época se viajaba no tanto como ahora y Moquegua es una ciudad pequeña pero muy atractiva visto desde la arquitectura representaciones que no son lujosas pero son originales los techos en mojinetes y en fin varias cosas Todos los arquitectos estaban maravillados hablando magnífico y yo también iba aprendiendo el centro histórico de Moquegua era pequeño pero era muy Compacto estaba protegido y no se podía hacer modificaciones cambios en fin había una política bastante buena pero cuando comenzamos a preguntar, la gente estaba en contra, le daban la primera oportunidad y se tiraban abajo las viviendas esas que se consideraban que era algo que les estaba impidiendo crecer y desarrollarse, ellos querían hacer Pues su ladrillo cemento y hacer su vivienda cómo lo normal y era general entonces había un conflicto entre la autoridad de esa época y la gente, incluso había un muro que se habían tirado abajo por un terremoto y lo habían cercado para que hubiera equilibrio, la gente le decía el muro de la vergüenza porque no querían dejarle que hagan un edificio, Entonces no, ahí la cosa era muy crítica. Por eso digo cuando no hay esa conciencia no sé si con los años se puede cambiar no sé avanza por más que se pueda poner cosas hermosas muy buenas, etc. Porque no hay participación de la población si no están de acuerdo entonces las cosas van a quedar en esta formalidad entonces tiene que haber está doble entrada por ambos lados y decir técnicos, arquitectos propongan imágenes o regístrate en el valor de las edificaciones que tienen valor patrimonial pero también que la población sea activa, cuando sea eso se logra. Resultados Como tú los mencionas Valparaíso o Cartagena que creo que eso ha sido un proceso que ha costado un poco, entonces ese es la realidad.</p> <p>Digamos cuando se determinó que el centro histórico de Lima era patrimonio de la humanidad tuvo la suerte de que estaba el alcalde, él estaba siguiendo las orientaciones y recomendaciones de la UNESCO, ¿Cuáles son las orientaciones y cuáles son las recomendaciones? Qué las actividades se enteran, que vivan en el centro que ya hasta el cáncer se fue a vivir al centro de Lima a pesar de que vivía en Miraflores allá porque de otra manera los centros históricos se convierten en museos y los museos son muestras, son simplemente para ver entonces para que un centro histórico tenga dinamismo tiene que tener gente dispuesta a participar a vivir a desarrollar actividades en el lugar eso digamos que se avanzó un poco y se ha logrado un resultado pero todavía falta mucho porque hay muchos edificios abandonados en el centro histórico Pero eso es un proceso pero digo no es solamente que nosotros tengamos un centro histórico magnífico qué es la envidia de muchos países pero estaban muy descuidados muchas cosas porque todavía nosotros no tenemos conciencia generalizada. Hay un grupo importante de gente que asumido que eso es válido que tiene valor y los beneficia a todos, Pero eso todavía no se ha generalizado, repito no es cuestión de que exista un patrimonio en sí mismo, sino que la</p>	

gente tiene que asumir lo tiene que haber conciencia, tiene que sentirse identificado si no es eso, es bien difícil.

Cómo habitante y como artista de graffiti que he sido puedo decir que a veces estos cambios en la imagen urbana sí genera un impacto visual lo cual Cuando es promovido a base cultural hace que la misma población, los mismos integrantes de la vivienda o del barrio en donde se está interviniendo artísticamente se sientan más identificados y llena un poco más de Orgullo y de querer cuidarlo entonces ahí ya hay un pequeño cambio que ya depende de cómo lo reciba la población para que él cambió vaya hacia al otro modo y se incentive un poco más y así de idas y venidas, para que este cambio se generalice y se vuelva un cambio más grande y crear lo que es esta ciudad creativa en base a ello.

Eso mismo ocurre tú qué has mencionado al callao esos murales y esas imágenes por más que sean en zonas como Loreto y en ese lugar es realmente la gente se siente de otra manera Hay una identificación un orgullo de su calle de su espacio público Por más que uno pueda decir esta gente está pensando en otra cosa más que en asaltar, pero es cierto que esos murales incluso lo sienten suyos, lo sienten como que es algo propio qué los identifiquen y los diferencian en otros lugares, si es cierto eso

Estás intervenciones artísticas a lo que es el graffiti artístico al muralismo en ese entonces es ahí también en dónde se genera este cambio de opinión, por lo cual algunas autoridades no ven permisivo tener leyes un Movimiento Político o tomarlo como un recurso para generar el cambio de lo que son estas intervenciones ¿Usted que ha trabajado con urbanistas qué nos puede opinar con referente a esta visión social?

Bueno eso está cambiando en positivo ya hay muchos lugares no se siente una agresión de los graffitis porque a medida que eran las primeras manifestaciones que eran perseguidas incluso por la policía entonces había una reacción también a veces miserables y otros insultos era una situación de tensión.

Yo vivo en Pueblo libre a una cuadra de la municipalidad entonces en mi cuadra hay una vivienda que ha estado muchos años no muy bien consolidada y ahora qué eh pasado en la mañana eh visto que lo han blanqueado y están haciendo graffitis, una especie de murales de jóvenes y a nadie le parece mal, nadie está en contra al contrario, a mí me parece muy bien que se pueda mejorar la presentación de esa vivienda, ahora lo veo más integrado más aceptado en general el graffiti pero pienso que todavía hay gente que rechaza, qué tiene criterios pero yo por lo que puedo ver estos murales son cada vez más aceptados, a diferencia de los años 70 80 que incluso se asociaban con colchones políticas ya se pasó esa etapa

Justamente con lo que es de graffiti ha tenido un gran cambio a medida de lo que son estos años primordialmente comenzó con el vandalismo con el tema de manifestaciones políticas culturales y tenían esta reacción de repente lo borrarón y volvieron a pintar y la volvieron a pintar y era un tema muy problemático en esos años. A medida que han ido pasado los años las generaciones nuevas han implementado otros elementos dentro de lo que es este arte urbano y ya generan Este cambio visual ella No es simplemente una representación egocéntrica del artista sino un tema más cultura un tema más propio y visible para que no solo el artista que lo realice piense en sí mismo, sino que piensa en como su entorno lo va a tomar.

Yo pienso que todavía falta mucho para que entre en otra dimensión, pero sí hemos avanzado y hay una aceptación, hay una mirada más amable a estas manifestaciones y creo que por ese lado las cosas van bien, eso va a la par con elementos que son parte de la infraestructura como estás columnas que se hicieron en el Metropolitano estaba en ya integradas con el dibujo y a la gente les parecía muy bien.

¿Con qué importancia las personas aceptan este cambio en la imagen urbana de forma artística?

Todo este cambio lo ven de manera positiva, yo no conozco a algún arquitecto que vean las cosas mal cuando se introducen elementos que pueden ser con un contenido estético, diferente con originalidad, con la gente que yo he trabajado siempre ha sido siempre he ido una aceptación mayor, las cosas siempre han sido uniforme quizás ahora más abierta.

La cuestión está en el medio social, los grupos sociales son muy distintos y a veces son muy cerrados y a veces son todo lo contrario porque cuando uno piensa que tiene una mentalidad o una actitud muy indiferente es al revés, cómo lo que es el callao, sí me preguntó a mamá me hace 20 años que pensaba del callao, Yo decía nada que ver y en cambio en otras zonas que son más receptivos porque tienen una tradición cultural muy antigua, que han trabajado el color, los tejidos entonces uno dice bueno acá está mejor pero no necesariamente es así. Somos un país muy

complejo muy diversos llenos de contradicciones entonces la cuestión está en dónde tienen que ir saliendo, trayendo por su propio peso y cada vez más en la gente tiene que aceptar que hay nuevos patrones culturales y de vida, esos sobre todo la gente de mi generación que les cuesta muchas veces cambiar sus esquemas por más que puedan ser liberales centros o de izquierda. Entonces hay formaciones culturales, educación, tradicional, origen y por familia que les cuesta, pero creo que a los jóvenes de ahora están mucho más abiertos, más dispuestos a buscar cosas nuevas y eso está ayudando mucho.

Nota. Entrevista realizada al Dr. Roberto Reyes Tarazona, 2022.

Figura 26.

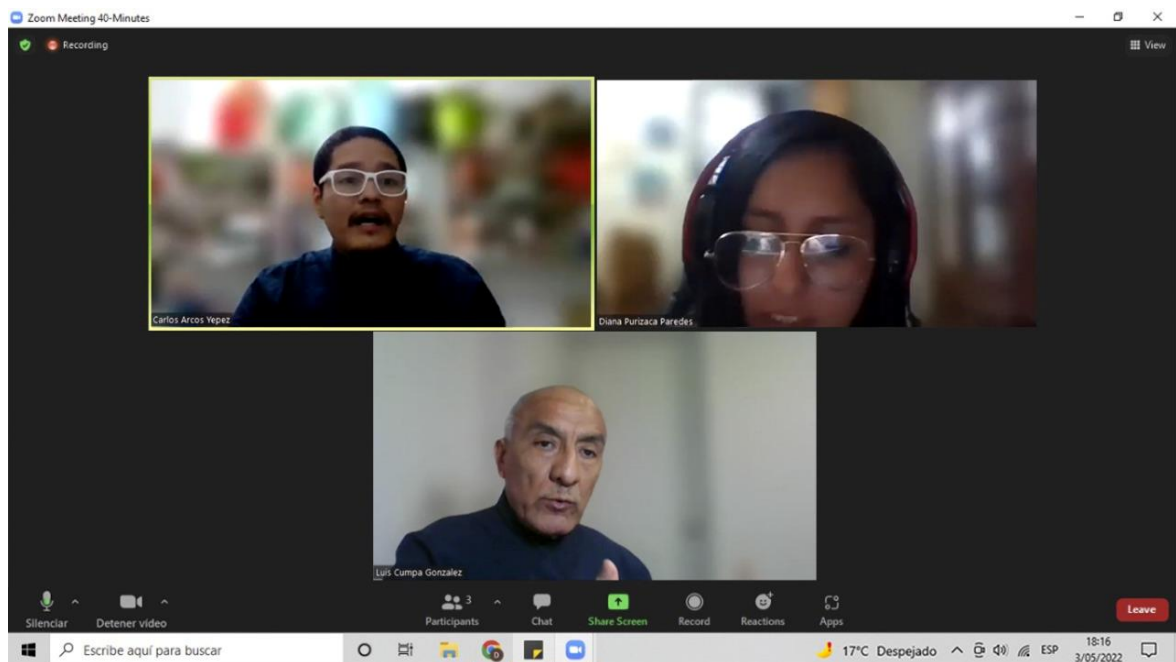
Entrevista realizada a Arq. Lucila Urda Peña.



Nota. Entrevista realizada mediante la plataforma Zoom, 2022.

Figura 27.

Entrevista realizada a Arq. Luis Cumpa González.



Nota. Entrevista realizada mediante la plataforma Zoom, 2022.

Figura 28.

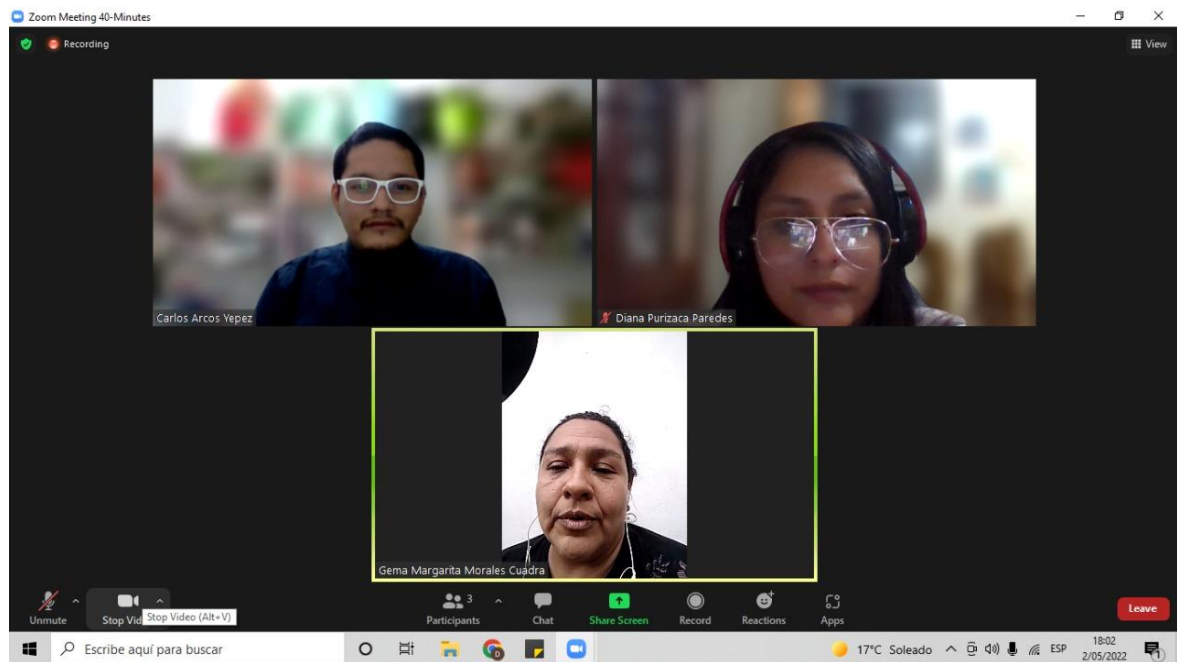
Entrevista realizada a Dr. Soc. Roberto Reyes Tarazona.



Nota. Entrevista realizada mediante la plataforma Zoom, 2022.

Figura 29.

Entrevista realizada a Mgtr. Arq. Gema Margarita Morales Cuadra.

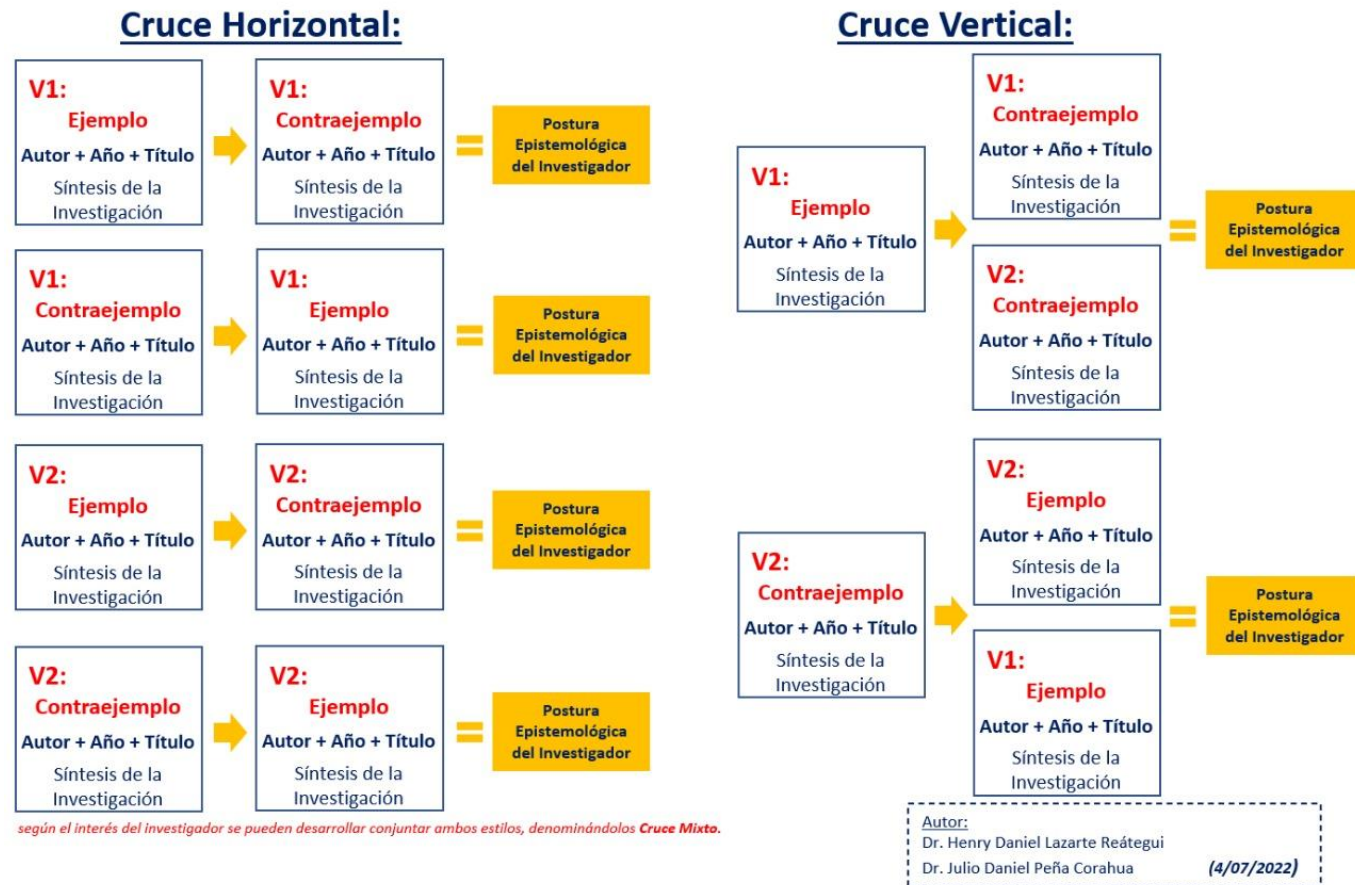


Nota. Entrevista realizada mediante la plataforma Zoom, 2022.

Figura 30

Esquema del método diálogo debate.

DIÁLOGO DEBATE



Fuente. Esquema realizado por el Dr. Henry Daniel Lazarte Reategui y el Dr. Julio. Nota. Modificado por investigadores.

Figura 31

Validación profesional de cuestionario a residentes por especialista Dr. Soc. Roberto Reyes Tarazona.

Ficha de validación de instrumento de recojo de información

I. DATOS INFORMATIVOS:

Apellidos y Nombres del Informante	Especialidad del evaluador (a)	Cargo o Institución donde Labora	Nombre del Instrumento de Evaluación	Autor (a) del Instrumento
Reyes Tarazona Roberto Ignacio	Doctor en Sociología	Asesor Técnico del Vicerrectorado de Investigación - URP	Cuestionario para entrevista	Carlos Arcos Yepez/Diana Purizaca Paredes


Título:
Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de La Provincia Constitucional del Callao, 2022.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Indicador	Criterio	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Buena 41 – 60%	Muy buena 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado				80%	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables					85%
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					85%
4. Organización	Existe una organización lógica en la presentación de los ítems					85%
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y claridad					85%
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					85%
7. Consistencia	Basado en aspectos teórico científicos					85%
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones				80%	
9. Metodología	La técnica de instrumento responde al pronóstico del diagnóstico					90%
10. Pertinencia	Es asertivo y funcional.					90%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN
 Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN $85 \times 0.20 = 17$ Es factible su aplicación.

Ciudad universitaria, _11_ de julio del 2022	07913516		4622281
Lugar y Fecha	DNI	Firma del Experto	Teléfono

Fuente: Ficha de instrumentos de validación de la Universidad Nacional De Educación "Enrique Guzmán y Valle", Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades, Departamento de comunicación y Lenguas Nativas, 2022.

Nota. Cuadro de validación de instrumentos de Universidad Nacional de Educación "Enrique Guzmán y Valle". Resuelto por especialista.

Figura 32.


Validación profesional de cuestionario a residentes por especialista Mg. Aurelia Sajamin Méndez.

Ficha de validación de instrumento de recojo de información

I. DATOS INFORMATIVOS:

Apellidos y Nombres del Informante	Especialidad del evaluador (a)	Cargo o Institución donde Labora	Nombre del Instrumento de Evaluación	Autor (a) del Instrumento
Aurelia Sajamin Méndez	Mg. Educación con mención en Docencia y Gestión Educativa	Directora	Cuestionario para entrevista	Carlos Arcos Yopez, Diana Purizaca Paredes
Título: Las intervenciones artísticas urbanas y la economía creativa de La Provincia Constitucional del Callao, 2022.				

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Indicador	Criterio	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Buena 41 – 60%	Muy buena 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado					90
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables					90
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					90
4. Organización	Existe una organización lógica en la presentación de los ítems					90
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y claridad					90
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					90
7. Consistencia	Basado en aspectos teórico científicos					90
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones					90
9. Metodología	La técnica de instrumento responde al pronóstico del diagnóstico					90
10. Pertinencia	Es asertivo y funcional.					90
III. OPINIÓN DE APLICACIÓN Aplicable [<input checked="" type="checkbox"/>] Aplicable después de corregir [<input type="checkbox"/>] No aplicable [<input type="checkbox"/>]						
IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN $900 \times 0.20 = 18.0$ Es factible su aplicación.						
Ciudad universitaria, _10_ de diciembre del 2021	10206759			+51 971511376		
Lugar y Fecha	DNI	Firma del Experto		Teléfono		

Fuente: Ficha de instrumentos de validación de la Universidad Nacional De Educación "Enrique Guzmán y Valle", Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades, Departamento de comunicación y Lenguas Nativas, 2022.

Nota. Cuadro de validación de instrumentos de Universidad Nacional de Educación "Enrique Guzmán y Valle". Resuelto por especialista.

Tabla 24

Tabla de rangos de valores de los niveles de validez.

Valores	Niveles de validez
91-100	Excelente
81-90	Muy buena
71-80	Buena
61-70	Regular
51-60	Malo

Fuente. Cabanillas Alvarado, Gualberto (2004:76).

Tabla 25.

Validez de las entrevistas según juicio de expertos.

Indicador	Criterio	Expertos		
		Mgtr. Arq. Gema Margarita Morales Cuadra	Dr. Soc. Roberto Reyes Tarazona.	Mg. Aurelia Sajamin Méndez.
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado	100%	80%	90%
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables	100%	85%	90%
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología	100%	85%	90%
4. Organización	Existe una organización lógica en la presentación de los ítems	100%	85%	90%
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y claridad	100%	85%	90%
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias	100%	85%	90%
7. Consistencia	Basado en aspectos teórico-científicos	100%	85%	90%
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones	100%	80%	90%
9. Metodología	La técnica de instrumento responde al pronóstico del diagnóstico	100%	90%	90%
10. Pertinencia	Es asertivo y funcional.	100%	90%	90%
Totales		100%	85%	90%
Promedio de validez			92%	

Fuente. Instrumentos de opinión de expertos.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, LAZARTE REATEGUI HENRY DANIEL, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de ARQUITECTURA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "CIUDADES CREATIVAS:

INTERVENCIONES ARTÍSTICAS URBANAS Y ECONOMÍA CREATIVA DE LA PROVINCIA CONSTITUCIONAL DEL CALLAO, LIMA, 2022.", cuyos autores son ARCOS YEPEZ CARLOS, PURIZACA PAREDES DIANA CAROLINA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 10.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 14 de Julio del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
LAZARTE REATEGUI HENRY DANIEL DNI: 16783808 ORCID: 0000-0002-9455-1094	Firmado electrónicamente por: HLAZARTE el 14-07- 2022 19:55:09

Código documento Trilce: TRI - 0344586