



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA DE PERIODISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIATURA EN PERIODISMO**

**TEMA**

**EL DESARROLLO DEL ARTE DURANTE  
Y LUEGO DE LA ÚLTIMA MITAD DE LA PANDEMIA DEL COVID-19**

**TÍTULO**

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES DE ARTISTAS  
PICTÓRICOS COMO MEDIO DE DIVULGACIÓN CULTURAL EN EL  
CONTEXTO DE LA PANDEMIA**

**TUTOR**

**CAMACHO DOMÍNGUEZ ADRIAM**

**AUTORES**

**MITE LAURIDO FRANCISCO ALFREDO**

**GUAYAQUIL**

**2023**



| <b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>  |  |
|--|--|
| <b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>  |  |
| <b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b><br>El desarrollo del arte durante y luego de la última mitad de la pandemia del covid-19  |  |
| <b>AUTOR:</b><br>Mite Laurido Francisco Alfredo  | <b>REVISORES O TUTORES:</b><br>PhD. Camacho Domínguez Adriam |
| <b>INSTITUCIÓN:</b><br>Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil   | <b>GRADO OBTENIDO:</b><br>Licenciado en Periodismo           |
| <b>FACULTAD:</b><br>Facultad De Ciencias Sociales y Derecho  | <b>CARRERA:</b><br>Periodismo                                |
| <b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b><br>2023   | <b>N. DE PÁGS:</b><br>166                                    |
| <b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Periodismo e Información   |  |
| <b>PALABRAS CLAVE:</b> Periodismo, cultura, redes sociales, arte, pintura, crisis cultural, pandemia.<br><b>KEYWORDS ABSTRACT:</b> Journalism, culture, social networks, art, painting, cultural crises, pandemics |  |

## Resumen

La difusión cultural es de gran importancia dentro de un contexto de crisis, ya que el arte es un garante histórico de una sociedad, y un medio educacional a través de su divulgación en amplios medios comunicacionales como las redes sociales, donde los usuarios pueden consumirlo en todo momento, y cualquier lugar. Este trabajo académico despliega el transcurso del proceso del arte y su divulgación en diferentes ciclos, lugares, junto a poblaciones, otorgando relevancia a problemáticas semejantes a la pandemia de la COVID-19 que detuvo el paso cultural por el confinamiento masivo como medida de protección reglamentaria. Se expone el impulso difusivo del artista pictórico durante la pandemia, tratando sus dificultades como la falta de aforo en la urbe, donde se denota que es el público en vivo el mayor consumidor de sus obras; así se postulan varias alternativas en la mente del artista para culturizar a las masas, sin ser el contacto humano un problema determinante. El sector escogido fue el barrio de Las Peñas, ubicado en la parroquia Tarqui (Guayaquil – Ecuador), de tres pintores artísticos se sustenta cómo fue el resultado difusivo al proyectar sus cuadros en Facebook e Instagram, redes sociales que prioriza a las imágenes para la interacción digital; se evalúa las estrategias de las publicaciones, junto al impacto en la audiencia.

**N. DE REGISTRO (en base de datos):**

**N. DE CLASIFICACIÓN:**

**DIRECCIÓN URL (tesis en la web):**

**ADJUNTO PDF:**

**SI**

**NO**

**CONTACTO CON  
AUTOR/ES:**

Mite Laurido, Francisco  
Alfredo

**Teléfono:**

0969360179

**E-mail:**

fmitel@ulvr.edu.ec

mitefrancisco1597@gmail.com

**CONTACTO EN LA  
INSTITUCIÓN:**

Ph. D. Lcdo. Adriam Camacho D.

**Teléfono:** (04) 259 6500 Ext. Ext. 250

**E-mail:** acamachod@ulvr.edu.ec

|  |  |
|--|--|
|  | <p>MsC Evelin Lisseth Cadena Chila</p> <p><b>Teléfono:</b> (04) 259 6500 Ext. 300</p> <p><b>E-mail:</b> <a href="mailto:ecadenach@ulvr.edu.ec">ecadenach@ulvr.edu.ec</a></p> |
|--|--|

## CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD ACADÉMICA

### EL DESARROLLO DEL ARTE DURANTE Y LUEGO DE LA ÚLTIMA MITAD DE LA PANDEMIA DEL COVID-19

#### INFORME DE ORIGINALIDAD

|                     |                     |               |                         |
|---------------------|---------------------|---------------|-------------------------|
| 3%                  | 4%                  | 3%            | 3%                      |
| INDICE DE SIMILITUD | FUENTES DE INTERNET | PUBLICACIONES | TRABAJOS DEL ESTUDIANTE |

#### FUENTES PRIMARIAS

|   |  |    |
|---|--|----|
| 1 | <a href="http://www.pastaza.gob.ec">www.pastaza.gob.ec</a><br>Fuente de Internet   | 2% |
| 2 | <a href="http://www.observatoriopoliticasculturales.cl">www.observatoriopoliticasculturales.cl</a><br>Fuente de Internet | 1% |
| 3 | <a href="http://manthra.name">manthra.name</a><br>Fuente de Internet   | 1% |



Firmado electrónicamente por:

**ADRIAM  
CAMACHO  
DOMINGUEZ**

Firma:

PhD. Camacho Domínguez Adriam

C.C. 0960294064

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El estudiante egresado, Francisco Alfredo Mite Laurido, declara bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, “Estrategia de comunicación en redes sociales de artistas pictóricos como medio de divulgación cultural en el contexto de la pandemia”, corresponde totalmente a el suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

**Autor**



**Firma:**

Francisco Alfredo Mite Laurido

**C.I.** 0930970736

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación EL DESARROLLO DEL ARTE DURANTE Y LUEGO DE LA ÚLTIMA MITAD DE LA PANDEMIA DEL COVID-19, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: EL DESARROLLO DEL ARTE DURANTE Y LUEGO DE LA ÚLTIMA MITAD DE LA PANDEMIA DEL COVID-19 presentado por el estudiante Francisco Alfredo Mite Laurido como requisito previo, para optar al Título Licenciado en Periodismo, encontrándose apto para su sustentación.

**Firma:**



Firmado electrónicamente por:  
**ADRIAM  
CAMACHO  
DOMINGUEZ**

PhD. Camacho Domínguez Adriam

**C.C.** 0960294064

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser quien incondicionalmente ha estado conmigo hasta en los momentos más difíciles, donde no hallé ayuda de nadie más que no fuese Él. Doy gracias por tener de madre a Shirley Anabell Laurido Loja, mujer que me acompaña desde hace ya un cuarto de siglo sin tirar la toalla, no estaría aquí sino fuese por su incansable insistencia de combatir contra mi recia forma de ser. Reconozco el apoyo de mi hermana, Shirley Annabell Mite Laurido, en mi carrera, y saberme dar la mano por sobre nuestro eterno distanciamiento. Las palabras nunca podrán cubrir cuán agradecido me siento con mi abuelo Walter Ismael Laurido Baquerizo, mi abuela María Cruz Loja Pérez, y mi tía la Lcda. Fátima del Carmen Laurido Loja por transmitir sus conocimientos cuando estuvieron en vida y cuidarme desde donde sea que el omnipresente estado de los tres les permita. Correspondo mis agradecimientos también al resto de mi familia, ya que me han enseñado qué camino debo tomar o esquivar por medio de sus ejemplos de vida.

Retribuyo con este trabajo final todo el aprendizaje obtenido de cada uno de mis docentes que me instruyeron en todos los campos comunicacionales en sus respectivos medios, como la radio, televisión, periodismo escrito, y transmedia digital que me permiten mejorar constantemente de forma autodidacta el curso de sus enseñanzas. Me han hecho mejor persona otorgándome la ética, junto al proceso deontológico necesario para así ser un profesional que antepone la importancia del trabajo, por sobre la necesidad humana de resaltar. Le estaré siempre agradecido a mi ejemplo a seguir el Ph. D. Adriam Camacho Domínguez, quien fue el primer profesor del cual recibí clases en la carrera, y es el último que me guió en este viaje; la suerte me permitió contar con la ayuda de alguien que con los años he admirado; no tendré más que gratas palabras por su dedicación profesional hacia la cultura. Mis primerizas dudas fueron despejadas por su sobrecogedora forma de impartir cátedra.

Gracias, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por permitir que personas con discapacidad, excelencia académica, escasos recursos, y destacados deportistas puedan ser parte de sus aulas con beca, generando así el esmero de sus estudiantes por querer seguir perteneciendo a este sobresaliente círculo que tanto bien ha generado a la sociedad. ¡Muchas gracias a todos!

## DEDICATORIA

Doy un agradecimiento especial en mi dedicatoria a los artistas del barrio Las peñas que me brindaron su tiempo e información sin ningún valor para este trabajo académico, e invitarme a volver siempre que haya alguna interrogante que ellos puedan despejar. Ante esto, dedico mi tesis a aquellos creadores de arte que recién incursionan en las redes sociales, pues, nunca es tarde para iniciar en el mundo virtual y demostrar por sus habilidades qué es capaz de realizar el ser humano.

Asigno lo investigado a los adultos mayores que son integrantes intrínsecos en la sociedad y que con la suficiente guía pueden continuar creando interacción con su entorno, además de emprender a partir de sus conocimientos, en este caso, el arte que deslumbra la sapiencia de todos sus años alcanzados, junto a culturizar a jóvenes que aguardan por información que solo sus años son capaces de reflejar con impoluta veracidad por el constante ensayo y error que sus vidas les hicieron garantes.

Destino mi análisis periodístico del impacto de las RRSS de los pintores artísticos en pandemia de la COVID - 19 a todo aquel que necesite de una herramienta comunicacional durante una situación de crisis hacia la dependencia del aforo de un público físico. Los escenarios planteados a partir de cuatro artistas pictóricos refieren a las diferentes posibilidades de destacar en las redes y generar provecho de estas, aún con la acostumbrada primacía de lo presencial.

Es nuestro deber conocer del pasado para que el presente sea la base de un mejor futuro.

## RESUMEN

La difusión cultural es de gran importancia dentro de un contexto de crisis, ya que el arte es un garante histórico de una sociedad, y un medio educacional a través de su divulgación en amplios medios comunicacionales como las redes sociales, donde los usuarios pueden consumirlo en todo momento, y cualquier lugar. Este trabajo académico despliega el transcurso del proceso del arte y su divulgación en diferentes ciclos, lugares, junto a poblaciones, otorgando relevancia a problemáticas semejantes a la pandemia de la COVID-19 que detuvo el paso cultural por el confinamiento masivo como medida de protección reglamentaria. Se expone el impulso difusivo del artista pictórico durante la pandemia, tratando sus dificultades como la falta de aforo en la urbe, donde se denota que es el público en vivo el mayor consumidor de sus obras; así se postulan varias alternativas en la mente del artista para culturizar a las masas, sin ser el contacto humano un problema determinante. El sector escogido fue el barrio de Las Peñas, ubicado en la parroquia Tarqui (Guayaquil – Ecuador), de tres pintores artísticos se sustenta cómo fue el resultado difusivo al proyectar sus cuadros en Facebook e Instagram, redes sociales que prioriza a las imágenes para la interacción digital; se evalúa las estrategias de las publicaciones, junto al impacto en la audiencia.

## **ABSTRACT**

Cultural diffusion is of great importance within a context of crisis, since art is a historical guarantor of a society, and an educational medium through its dissemination in broad communication media such as social networks, where users can consume it in anytime, anywhere. This academic work unfolds the course of the art process and its dissemination in different cycles, places, together with populations, giving relevance to problems similar to the COVID-19 pandemic that stopped the cultural passage due to mass confinement as a regulatory protection measure. The diffusive impulse of the pictorial artist during the pandemic is exposed, treating his difficulties such as the lack of capacity in the city, where it is denoted that the live public is the largest consumer of his works; Thus, several alternatives are postulated in the artist's mind to educate the masses, without human contact being a determining problem. The chosen sector was the neighborhood of Las Peñas, located in the Tarqui parish (Guayaquil - Ecuador), of three artistic painters, it is sustained how the diffusive result was when projecting their paintings on Facebook and Instagram, social networks that prioritize images for the digital interaction; the strategies of the publications are evaluated, together with the impact on the audience.

## ÍNDICE GENERAL

|  |           |
|--|-----------|
| <b>CAPÍTULO I</b> .....  | <b>2</b>  |
| <b>1.1</b> Tema.....   | <b>2</b>  |
| <b>1.2</b> Planteamiento del Problema:.....  | <b>2</b>  |
| <b>1.3</b> Formulación del Problema .....  | <b>4</b>  |
| <b>1.4</b> Objetivo General.....   | <b>4</b>  |
| <b>1.5</b> Objetivos Específicos.....  | <b>4</b>  |
| <b>1.6</b> Idea a Defender .....   | <b>4</b>  |
| <b>1.7</b> Línea de Investigación Institucional/Facultad. ....                                   | <b>4</b>  |
| <b>CAPÍTULO II</b> .....   | <b>5</b>  |
| <b>2.1</b> Marco Teórico.....  | <b>5</b>  |
| <b>2.1.1</b> Principios del arte.....  | <b>5</b>  |
| <b>2.1.2</b> La comunicación y la cultura .....  | <b>8</b>  |
| <b>2.1.2.1</b> ..... Incursión de técnicas difusoras del arte pictórico en<br>modernidad .....   | <b>8</b>  |
| <b>2.1.2.2</b> ..... Modelos difusores del arte pictórico en la historia a la<br>actualidad..... | <b>10</b> |
| <b>2.1.2.3</b> ..... El turismo, medio de culturización generalizado en la<br>comunidad .....    | <b>11</b> |
| <b>2.1.3</b> Estrategias comunicativas para la divulgación cultural .                            | <b>12</b> |
| <b>2.1.3.1</b> .....Los Vitrales, pintura artística de culturización -<br>adoctrinamiento.....   | <b>12</b> |
| <b>2.1.3.2</b> .....El arte pictórico en el medio de comunicación de la<br>prensa .....          | <b>13</b> |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>2.1.3.3</b> ..... La pintura artística en el medio de comunicación de la televisión ..... | <b>14</b> |
| <b>2.1.3.4</b> El Cine, como medio difusivo de arte visual - culturización masiva.....       | <b>16</b> |
| <b>2.1.3.5</b> ..... La era digital y su relevancia comunicacional en el arte pictórico..... | <b>20</b> |
| <b>2.1.3.5.1</b> Transición de museos tradicionales a digitalización en crisis.....          | <b>20</b> |
| <b>2.1.3.5.2</b> Galerías de arte virtual como medio difusor artístico en crisis.....        | <b>22</b> |
| <b>2.1.3.5.3</b> Las redes sociales, uno de los mayores promotores artísticos.....           | <b>26</b> |
| <b>2.1.3.5.4</b> Podcast, herramienta promovedora de la cultura vía auditiva. ....           | <b>27</b> |
| <b>2.2</b> Marco Legal .....   | <b>29</b> |
| <b>2.2.1</b> Constitución de la República del Ecuador .....                                  | <b>29</b> |
| <b>2.2.2</b> Ley Orgánica de Comunicación .....  | <b>33</b> |
| <b>2.2.3</b> Ley Orgánica de Cultura.....  | <b>34</b> |
| <b>CAPÍTULO III</b> .....  | <b>39</b> |
| <b>3.1</b> Enfoque de la investigación.....  | <b>39</b> |
| <b>3.2</b> Alcance de la investigación.....  | <b>39</b> |
| <b>3.3</b> Técnica e instrumentos para obtener los datos .....                               | <b>40</b> |
| <b>3.4</b> Población y muestra .....   | <b>40</b> |
| <b>3.5</b> Presentación y análisis de resultados.....  | <b>41</b> |

|                     |   |           |
|---------------------|---|-----------|
| <b>3.5.1.....</b>   | <b>...Perfiles de los artistas pictóricos del barrio de las Peñas – Tarqui.....</b> | <b>41</b> |
| <b>3.5.1.1.....</b> | <b>Olmedo Quimbita – Artista pictórico de la galería Quimbita.....</b>              | <b>42</b> |
| <b>3.5.1.2.....</b> | <b>Rogelio Antonio Mafaldo Rodríguez – Galería Antonio Mafaldo .....</b>            | <b>43</b> |
| <b>3.5.1.3.....</b> | <b>Jacqueline Leonor Navarrete – Kiosko de @InspiracionesJN.....</b>                | <b>46</b> |
| <b>3.5.1.4.....</b> | <b>José Tabarez Torres – parte del taller Quimbita .....</b>                        | <b>48</b> |
| <b>3.5.2.....</b>   | <b>Entrevistas a pintores sobre su desempeño digital en redes .....</b>             | <b>51</b> |
| <b>3.5.2.1.....</b> | <b>Entrevista a Olmedo Quimbita – Propietaria de galería Quimbita.....</b>          | <b>52</b> |
| <b>3.5.2.2.....</b> | <b>Entrevista a Antonio Mafaldo – Propietario de galería Mafaldo. ....</b>          | <b>54</b> |
| <b>3.5.2.3.....</b> | <b>Entrevista a Jacqueline Navarrete – Inspiraciones JN. ....</b>                   | <b>57</b> |
| <b>3.5.2.4.....</b> | <b>Entrevista a José Tabarez – Integrante de la Galería Quimbita.....</b>           | <b>59</b> |
| <b>3.5.3.....</b>   | <b>Análisis de manejo comunicacional de la Galerías en RRSS .....</b>               | <b>64</b> |
| <b>3.5.3.1.....</b> | <b>Análisis general de redes sociales de Galería Quimbita .....</b>                 | <b>64</b> |

|   |     |
|---|-----|
| 3.5.3.2. Publicaciones del Facebook de Olmedo Quimbita Panchi   | 68  |
| 3.5.3.3. Publicaciones del Instagram del artista Olmedo Quimbita  | 74  |
| 3.5.3.4. Análisis general de las redes sociales de Galería Mafaldo  | 79  |
| 3.5.3.5. Publicaciones en Instagram de la galería de Mafaldo Rodríguez  | 82  |
| 3.5.3.6. Publicaciones de Facebook de la galería de Mafaldo Rodríguez   | 89  |
| 3.5.3.8. Publicaciones de Instagram de Navarrete @InspiracionesJN   | 95  |
| 3.5.4 Encuesta al público para el análisis retrospectivo  | 97  |
| 3.5.4.1. ¿Usted de qué ciudad es habitante?   | 97  |
| 3.5.4.2. ¿Usted considera que el arte pictórico puede ir de la mano con los avances tecnológicos y digitales?   | 99  |
| 3.5.4.3. ¿Usted por cuál medio piensa que un artista pictórico puede tener un mayor impacto?  | 100 |
| 3.5.4.4. ¿Usted en qué plataformas digitales consumió arte pictórico entre julio del 2021 a julio del 2022 (época de reducción de aforo)? (Multirrespuesta) | 101 |
| 3.5.4.5. ¿Usted cree que las redes sociales son un medio necesario para la difusión del arte pictórico?   | 102 |

|  |            |
|--|------------|
| 3.5.4.6. . ¿Usted consideraría que, en épocas de crisis, donde se prioriza la reducción de aforo poblacional (como ocurrió durante la Pandemia de la COVID-19) las redes sociales son una gran herramienta comunicacional para la difusión del arte pictórico?, ¿por qué?..... | 103        |
| 3.5.4.7. .... ¿Usted en qué red social comenzó a seguir a artistas pictóricos entre julio - 2021 a julio - 2022 (reducción de aforo)? (multirespuesta) .....   | 110        |
| 3.5.4.8. .... ¿Usted ha visitado las galerías de arte pictórico en el barrio Las Peñas? .....  | 111        |
| 3.5.4.9. .... ¿Usted sigue en alguna red social a artistas pictóricos del barrio Las Peñas? .....  | 112        |
| 3.5.4.10. .... ¿Qué recomendación le daría a los artistas pictóricos para obtener un mayor impacto a través de las Redes Sociales? .....   | 113        |
| <b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>  | <b>121</b> |
| <b>ANEXOS .....</b>  | <b>132</b> |

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Tabla 1.</b> Banco de preguntas para el perfil del entrevistado ..... | <b>41</b> |
| <b>Tabla 2.</b> Cuestionario para artistas pictóricos .....              | <b>51</b> |
| <b>Tabla 3.</b> Análisis de preguntas a artistas pictóricos .....        | <b>61</b> |
| <b>Tabla 4.</b> Canales de difusión de Olmedo Quimbita .....             | <b>64</b> |
| <b>Tabla 5.</b> Análisis del Facebook de Olmedo Quimbita 1.....          | <b>69</b> |
| <b>Tabla 6.</b> Análisis del Facebook de Olmedo Quimbita 2.....          | <b>70</b> |
| <b>Tabla 7.</b> Análisis del Facebook de Olmedo Quimbita 3.....          | <b>71</b> |
| <b>Tabla 8.</b> Análisis del Facebook de Olmedo Quimbita 4.....          | <b>72</b> |
| <b>Tabla 9.</b> Análisis del Facebook de Olmedo Quimbita 5.....          | <b>73</b> |
| <b>Tabla 10.</b> Análisis del Instagram de Olmedo Quimbita 1 .....       | <b>74</b> |
| <b>Tabla 11.</b> Análisis del Facebook de Olmedo Quimbita 2.....         | <b>75</b> |
| <b>Tabla 12.</b> Análisis del Facebook de Olmedo Quimbita 3.....         | <b>76</b> |
| <b>Tabla 13.</b> Análisis del Facebook de Olmedo Quimbita 4.....         | <b>77</b> |
| <b>Tabla 14.</b> Análisis del Facebook de Olmedo Quimbita 5.....         | <b>78</b> |
| <b>Tabla 15.</b> Canales de difusión de Galería Mafaldo .....            | <b>79</b> |
| <b>Tabla 16.</b> Análisis del Instagram de Galería Mafaldo 1 .....       | <b>82</b> |
| <b>Tabla 17.</b> Análisis del Instagram de Galería Mafaldo 2.....        | <b>83</b> |
| <b>Tabla 18.</b> Análisis del Instagram de Galería Mafaldo 3.....        | <b>84</b> |
| <b>Tabla 19.</b> Análisis del Instagram de Galería Mafaldo 4.....        | <b>85</b> |
| <b>Tabla 20.</b> Análisis del Instagram de Galería Mafaldo 5.....        | <b>86</b> |
| <b>Tabla 21.</b> Análisis del Instagram de Galería Mafaldo 6.....        | <b>87</b> |
| <b>Tabla 22.</b> Análisis del Instagram de Galería Mafaldo 7.....        | <b>88</b> |
| <b>Tabla 23.</b> Análisis del Facebook de Antonio Mafaldo 1.....         | <b>89</b> |
| <b>Tabla 24.</b> Análisis del Facebook de Antonio Mafaldo 2.....         | <b>90</b> |

|  |            |
|--|------------|
| <b>Tabla 25.</b> Análisis del Facebook de Antonio Mafaldo 3.....                             | <b>91</b>  |
| <b>Tabla 26.</b> Análisis del Facebook de Antonio Mafaldo 4.....                             | <b>92</b>  |
| <b>Tabla 27.</b> Análisis del Facebook de Antonio Mafaldo 5.....                             | <b>93</b>  |
| <b>Tabla 28.</b> Canales de difusión de InspiracionesJN – Jaqueline Navarrete .....          | <b>94</b>  |
| <b>Tabla 29.</b> Análisis del Instagram de Jaqueline Navarrete 1 .....                       | <b>95</b>  |
| <b>Tabla 30.</b> Análisis del Instagram de Jaqueline Navarrete 2 .....                       | <b>96</b>  |
| <b>Tabla 31.</b> Ubicaciones de los encuestados.....   | <b>97</b>  |
| <b>Tabla 32.</b> Consideración de audiencia - Unión del arte pictórico y avance digital...99 | <b>99</b>  |
| <b>Tabla 33.</b> Consideración del público – Medio con más impacto en arte pictórico .100    | <b>100</b> |
| <b>Tabla 34.</b> Medio de consumo de arte pictórico durante y después de pandemia .101       | <b>101</b> |
| <b>Tabla 35.</b> RRSS, contundentes medios necesarios para difundir arte pictórico....102    | <b>102</b> |
| <b>Tabla 36.</b> RRSS, como herramienta difusora del arte, durante una crisis.....103        | <b>103</b> |
| <b>Tabla 37.</b> Las RRSS, como contacto entre la audiencia y sus obras .....                | <b>110</b> |
| <b>Tabla 39.</b> Visita de galerías de arte en el Barrio Las Peñas .....                     | <b>111</b> |
| <b>Tabla 40.</b> Seguidores de RRSS de artistas pictóricos del Barrio Las Peñas .....        | <b>112</b> |
| <b>Tabla 41.</b> Seguidores de RRSS de artistas pictóricos del Barrio Las Peñas .....        | <b>113</b> |
| <b>Tabla 42.</b> Formato de encuesta y sus partes .....                                      | <b>134</b> |
| <b>Tabla 43.</b> Seguidores de RRSS de artistas pictóricos del Barrio Las Peñas .....        | <b>141</b> |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Figura 1.</b> <i>Comparación Nolan – Caspar David</i> .....                     | <b>17</b> |
| <b>Figura 2.</b> <i>Comparación Van Gogh – Minelli</i> .....                       | <b>18</b> |
| <b>Figura 3.</b> <i>Comparación Lucas - Cabanel</i> .....                          | <b>18</b> |
| <b>Figura 4.</b> <i>Comparación Bigas - Goya</i> .....                             | <b>19</b> |
| <b>Figura 5.</b> <i>Comparación Deutch - Hopper</i> .....                          | <b>19</b> |
| <b>Figura 6.</b> <i>Comparación Jenkins - Magritte</i> .....                       | <b>20</b> |
| <b>Figura 7.</b> <i>Página de Google Arts and Culture</i> .....                    | <b>23</b> |
| <b>Figura 8.</b> <i>Página de Google Arts and Culture 2</i> .....                  | <b>24</b> |
| <b>Figura 9.</b> <i>Página de Google Arts and Culture 3</i> .....                  | <b>24</b> |
| <b>Figura 10.</b> <i>Página de Google Arts and Culture 4</i> .....                 | <b>25</b> |
| <b>Figura 11.</b> <i>Ejemplos de obras de Quimbita, Navarrete, y Mafaldo</i> ..... | <b>41</b> |
| <b>Figura 12.</b> <i>Olmedo Quimbita</i> .....                                     | <b>42</b> |
| <b>Figura 13.</b> <i>Antonio Mafaldo</i> .....                                     | <b>43</b> |
| <b>Figura 14.</b> <i>Redes sociales de Mafaldo</i> .....                           | <b>45</b> |
| <b>Figura 15.</b> <i>Jacqueline Navarrete</i> .....                                | <b>46</b> |
| <b>Figura 16.</b> <i>Jaqueline Navarrete – perfil de Instagram</i> .....           | <b>47</b> |
| <b>Figura 17.</b> <i>José Tabarez en Galería Quimbita</i> .....                    | <b>48</b> |
| <b>Figura 18.</b> <i>Olmedo Quimbita</i> .....                                     | <b>52</b> |
| <b>Figura 19.</b> <i>Antonio Mafaldo</i> .....                                     | <b>54</b> |
| <b>Figura 20.</b> <i>Obra de Jacqueline Navarrete</i> .....                        | <b>57</b> |
| <b>Figura 21.</b> <i>José Tabarez</i> .....  | <b>59</b> |
| <b>Figura 22.</b> <i>Facebook – Mezcla difusora de Quimbita</i> .....              | <b>68</b> |
| <b>Figura 23.</b> <i>Promoción de Galerías - Quimbita</i> .....                    | <b>69</b> |
| <b>Figura 24.</b> <i>Diario El Universo – Trayectoria de Quimbita</i> .....        | <b>70</b> |

|   |            |
|---|------------|
| <b>Figura 25.</b> <i>Reel de Quimbita – Museo Las Américas</i> .....                    | <b>71</b>  |
| <b>Figura 26.</b> <i>Diario El Nuevo Día - ¡Que vivan los museos!</i> .....             | <b>72</b>  |
| <b>Figura 27.</b> <i>Video promotor – Galería Quimbita</i> .....                        | <b>73</b>  |
| <b>Figura 28.</b> <i>Video promotor de fiestas Julianas</i> .....                       | <b>74</b>  |
| <b>Figura 29.</b> <i>Promoción de Galerías Quimbita</i> .....                           | <b>75</b>  |
| <b>Figura 30.</b> <i>Quimbita pintando “Comedia” en la playa</i> .....                  | <b>76</b>  |
| <b>Figura 31.</b> <i>Convocatoria a la exposición “Transiciones en el tiempo”</i> ..... | <b>77</b>  |
| <b>Figura 32.</b> <i>Convocatoria a Las Peñas</i> .....                                 | <b>78</b>  |
| <b>Figura 33.</b> <i>Cuadro de Mafaldo – Vista de Las Peñas</i> .....                   | <b>82</b>  |
| <b>Figura 34.</b> <i>Agradecimiento por seguridad policial en Galería Mafaldo</i> ..... | <b>83</b>  |
| <b>Figura 35.</b> <i>Cuadro “Portón Andino” – Biografía de Mafaldo</i> .....            | <b>84</b>  |
| <b>Figura 36.</b> <i>Comunicado navideño desde noviembre</i> .....                      | <b>85</b>  |
| <b>Figura 37.</b> <i>Promoción de “Arco de Darwin”</i> .....                            | <b>86</b>  |
| <b>Figura 38.</b> <i>Publicidad de obra al óleo</i> .....                               | <b>87</b>  |
| <b>Figura 39.</b> <i>Video interactivo del desarrollo de una obra</i> .....             | <b>88</b>  |
| <b>Figura 40.</b> <i>Facebook de Antonio Mafaldo</i> .....                              | <b>89</b>  |
| <b>Figura 41.</b> <i>Explicación en body painting sobre obras de Mafaldo</i> .....      | <b>90</b>  |
| <b>Figura 42.</b> <i>Mafaldo junto a artesanas cuzqueñas</i> .....                      | <b>91</b>  |
| <b>Figura 43.</b> <i>Entrevista radial con Mafaldo</i> .....                            | <b>92</b>  |
| <b>Figura 44.</b> <i>Comunicado sobre exposición de Arte y vino</i> .....               | <b>93</b>  |
| <b>Figura 45.</b> <i>Cuadro de caballito de mar - Inspiracionesjn</i> .....             | <b>95</b>  |
| <b>Figura 46.</b> <i>Galería ambulante de Jaqueline Navarrete</i> .....                 | <b>96</b>  |
| <b>Figura 47.</b> <i>Cantidad de encuestados por ciudad</i> .....                       | <b>98</b>  |
| <b>Figura 48.</b> <i>Unión del arte a lo virtual</i> .....                              | <b>99</b>  |
| <b>Figura 49.</b> <i>Mayor impacto del arte en físico o digital</i> .....               | <b>100</b> |

|  |            |
|--|------------|
| <b>Figura 50.</b> <i>Plataformas digitales del consumo de arte</i> .....                 | <b>101</b> |
| <b>Figura 51.</b> <i>Difusión de arte en las RRSS</i> .....                              | <b>102</b> |
| <b>Figura 52.</b> <i>Redes sociales de mayor seguimiento a artistas pictóricos</i> ..... | <b>110</b> |
| <b>Figura 53.</b> <i>El usuario, como visitante físico también</i> .....                 | <b>111</b> |
| <b>Figura 54.</b> <i>Seguidores de artistas de Las Peñas</i> .....                       | <b>112</b> |
| <b>Figura 55.</b> <i>Formato de encuesta desarrollada en imagen</i> .....                | <b>133</b> |
| <b>Figura 56.</b> <i>Foto de cuadros realizados por Mafaldo 1</i> .....                  | <b>136</b> |
| <b>Figura 57.</b> <i>Foto de cuadros realizados por Mafaldo 2</i> .....                  | <b>137</b> |
| <b>Figura 58.</b> <i>Foto del taller de Quimbita - Tabarez</i> .....                     | <b>138</b> |
| <b>Figura 59.</b> <i>Foto del taller de Quimbita – Tabarez 2</i> .....                   | <b>139</b> |
| <b>Figura 60.</b> <i>Foto del taller de Mafaldo</i> .....                                | <b>140</b> |

## ÍNDICE DE ANEXOS

|  |            |
|--|------------|
| <b>Anexo 1.</b> Carpeta en Drive que sustenta esta tesis .....             | <b>132</b> |
| <b>Anexo 2.</b> Formato de encuesta en imagen y texto.....                 | <b>133</b> |
| <b>Anexo 3.</b> Foto del taller de Mafaldo 1 .....                         | <b>135</b> |
| <b>Anexo 4.</b> Foto del taller de Mafaldo 2 .....                         | <b>137</b> |
| <b>Anexo 5.</b> Foto del taller de Quimbita – Tabarez 1.....               | <b>138</b> |
| <b>Anexo 6.</b> Foto del taller de Quimbita – Tabarez 2.....               | <b>139</b> |
| <b>Anexo 7.</b> Foto del taller de Mafaldo 3 .....                         | <b>140</b> |
| <b>Anexo 8.</b> Prueba de autenticidad de los 68 correos encuestados ..... | <b>141</b> |

## INTRODUCCIÓN

Las crisis son una invitación intrínseca a la búsqueda de soluciones. Esto se evidenció durante la ausencia de un público consumidor de arte en la pandemia, cuando culturizar se convirtió en un arduo trabajo que hacía del artista el único individuo que podía determinar medios para llegar a la sociedad, debido a que la mayor parte de capitales estaban destinados únicamente hacia la supervivencia de las masas con alineamientos que el humano actual necesita para llevar una vida normal en la cotidianidad, aparte de que por el contexto de entonces el precio de estos se habían acrecentado, como los recursos básicos, junto a productos alimenticios, de limpieza, e higiene, trasladando incluso a un segundo plano telemático aquellas obligaciones que la civilización adhiere a la existencia del individuo para su superación, como los estudios, el trabajo, o gustos de entretenimiento.

El ciudadano no estaba dispuesto a gastar o conocer del arte, como antes lo hacía, ya que el interés general estaba en informarse sobre nuevos métodos de supervivencia, noticias de las variantes del coronavirus, o cifras oficiales que se originaban del contexto social ocasionado desde la pandemia. Así fue como el artista se encaminó por la misma vía que otros integrantes de la población ecuatoriana al tratar de contar con mecanismos que sirvan para llegar a su audiencia; optar por una labor redituable, pero lejana al arte; o depender de sus escasos ahorros.

Dentro de la investigación se evidencia la perspectiva de los artistas pictóricos del barrio Las Peñas como grupo que ejemplificó a los demás aspectos culturales entre julio del 2021 a julio del 2022; se expone cómo fue el desarrollo de estos durante y después de la pandemia a partir del uso de sus redes sociales de Facebook e Instagram para difundir sus pinturas, y los resultados que conllevaron a sus publicaciones por medio del análisis de página web; sus opiniones en entrevistas como evidencia histórica, donde se argumenta el estilo de vida durante ese año, además de encuestas a visitantes en la zona y usuarios digitales que demuestran la idealización social. Después de todo, la web facilita el contacto del ente hacia la cultura por manipulación, accesibilidad o su frecuente uso, siendo así la actividad del espectador aún más activa. (de la Peña, A., 2021, pág. 43)

# CAPÍTULO I

## 1.1 Tema

El desarrollo del arte durante, y luego de la última mitad de la pandemia de la COVID-19

### Título

Estrategia de comunicación en redes sociales de artistas pictóricos como medio de divulgación cultural en el contexto de la pandemia

## 1.2 Planteamiento del Problema:

Durante la pandemia, el interés de la especie humana estaba limitado a su propia sobrevivencia, reduciéndose el contacto físico, además de mejorar las ya establecidas plataformas digitales para que la comunicación sea una vía laboral, de entretenimiento, y salvaguardia durante el proceso de aislamiento. Sin embargo, a pesar del deseo de normalidad generalizado, se trasladaban escenarios ya existentes a la virtualidad; es decir, páginas que permitieron la entrega de una tarea a un estudiante, la presencia digital de un trabajador frente a su jefe estando a kilómetros de distancia, o el artesano digital y su clientela a partir de la breve popularidad de los NFT (Token No Fungible), aunque para otros su contacto externo continuaría.

Entre varias problemáticas que se formularon en la mente de un ser cautivo estuvo la necesidad de que su entorno progrese como el sujeto ya estaba acostumbrado, siendo muy pocas las personas que presenciaron otra plaga semejante en el pasado. Los avances de diferentes naciones se produjeron con cautela, exponiéndose sus pobladores lo suficiente para continuar con el empirismo que las caracterizaba. Sujeto a este paradigma, como universo a estudiar se presenta al barrio Las peñas ubicado en la parroquia Tarqui del cantón Guayaquil, en la provincia de Guayas – República del Ecuador; este es uno de los puntos generadores de arte con paulatino progreso en la urbe, asociados al desarrollo artístico virtual y físico, junto a su apego a las necesarias normativas de salubridad que se convirtieron también en barreras para que las personas transiten con cierta normalidad.

Este trabajo tiene como objetivo exponer al artista, junto a su inevitable relación con el barrio de Las Peñas en el periodo de julio del 2021 a julio del 2022. Uno de los sectores protagonistas fue el de emprendedores artesanos, retratistas, comediantes, caricaturistas, actores, músicos, cantantes, entre otros del extenso nicho laboral, de los cuales se escogió en representación para el estudio de esta tesis a los pintores artísticos o también conocidos como artistas pictóricos, inmersos en el alineamiento de artistas visuales. No ejercieron sus actividades como diariamente solían, ya que la principal causa del estancamiento fue el confinamiento que perjudicó al público consumidor de presentaciones al aire libre en galerías, talleres o espacios callejeros.

Tuvieron que cerrar de inmediato ante disposiciones gubernamentales por constantes variantes de COVID- 19 que se presentaron desde el primer brote (Delta, Ómicron, Deltacron...); esto representó un retroceso económico de la culturización y su desenvolvimiento durante la segunda mitad de la pandemia, comparándose así este escenario con la posterior temporada de reclusión masiva. La investigación se fundamenta en el estudio periodístico de recabación de datos, entrevistas, contraste de fuentes, observación del entorno, examinación de escenarios temporales, análisis de páginas web, junto a encuestas realizadas a visitantes de la zona.

La comunicación es una tácita protagonista durante el confinamiento, pues, permitió que la sociedad continúe su curso evolutivo en aristas que la constitúan como un todo, como la Economía, la Política, la Seguridad, además de la Tecnología, y es de precisa importancia esta última rama al haber ayudado a las demás para su desarrollo. El Periodismo es representado en este trabajo investigativo como una herramienta fundamental para responder sobre la incertidumbre pandémica, y cómo una zona de basto aforo se apegó a reglamentos que desvinculaban sus típicas visitas multitudinarias, regular traspaso monetario, y fundamentalismo artístico.

Esta investigación es multidisciplinaria, para su elaboración se desplegaron varias ciencias. Se advierte sobre las falencias que demostró el escenario pandémico en una ciudad distante a la virtualidad, donde su cultura, netamente presencial, se desplazó a la digitalización; más su adaptación a campos digitales. Se señalan métodos digitales de difusión artística, junto a la perspectiva de los sobrentendidos involucrados en un bastión cultural del cantón con mayor población del país, alrededor de tres millones de habitantes; convirtiéndose así, en una implícita prueba estatal.

### **1.3 Formulación del Problema**

¿Cómo se desarrollaron las estrategias comunicacionales en las redes sociales del artista pictórico en el barrio Las Peñas entre 2021 al 2022?

### **1.4 Objetivo General**

Explicar cómo el artista pictórico expuso su arte durante la pandemia, ante la falta de aforo, a través de Facebook e Instagram en Las Peñas - Guayaquil, entre 2021 y 2022.

### **1.5 Objetivos Específicos**

Enunciar la perspectiva del artista pictórico del barrio Las Peñas sobre el impacto cultural en redes sociales entre 2021 y 2022.

Advertir sobre la importancia de la difusión cultural en la virtualidad durante crisis que separen al artista pictórico de su público.

Demostrar los métodos virtuales de culturalización en redes sociales del artista pictórico del barrio la Peñas, entre 2021 y 2022.

### **1.6 Idea a Defender**

La vivencia del artista pictórico, junto a las falencias difusoras de la virtualidad durante y después de la pandemia de la COVID - 19 son de importante análisis para conseguir que la cultura funcione en algún futuro escenario adverso, donde depender de la presencialidad no sea un problema.

### **1.7 Línea de Investigación Institucional/Facultad.**

Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación.

Gestión de la comunicación, nuevas tecnologías y análisis del discurso

## CAPÍTULO II

### 2.1 Marco Teórico

El arte es una forma de maravillar a otro individuo con la creación de un hecho sonoro, visual, o táctico que propiamente no siempre va a tener la misma reacción en todos los que interactúen con esta creación. Las bases artísticas de diferentes partes del mundo son indeterminadas, pues, se han propiciado en distintos contextos con fines adversos al que estas bien pueden estar inmersas o no. El arte es el resultado de muchas ciencias que partieron desde la necesidad de los primeros habitantes.

#### 2.1.1 Principios del arte

De los primeros indicios del arte en la historia de la humanidad se tiene registro de las pinturas rupestres; los instrumentos de barro, cerámica, piel animal, o cuerdas improvisadas; sonidos corporales o artefactos desarrollados; las vestimentas a partir del cuero o pelaje de bestias; entre otros modelos que pueden ser actualmente considerados como una base en los inicios del ser humano inmersos en un prototipo de civilización que hoy rinde resultados de sus variantes. Los gráficos en cuevas, o los vagos sonidos que dieron paso a la voz y a miles de idiomas refieren a una comunicación temprana entre diversas personas; los instrumentos y la vestimenta de distintos materiales también permitieron el emplazamiento del querer alimentarse o protegerse de criaturas salvajes, o el clima, así aprovechar los desechos de comida que constantemente eran cazados para la supervivencia de agrupaciones nómadas.

Aunque esto lleva a un fin adverso del arte en sí, fue la creatividad de la mente que propició una interpretación distintiva, lo cual dio paso a la variación cultural alrededor del mundo. No solo se pintaban las paredes de un lugar utilizado como posible hogar arcaico, sino que se ejecutaban formas narrativas, utilizaban pinturas idóneas y se les otorgaban a los dibujos una finalidad mayor a la comunicación o recabación de datos. Se podría considerar como una mezcla multicientífica. Se conoce que en la región cantábrica hay una de las más grandes reservas del arte paleolítico en mejor conservación, a pesar del análisis de la temporalidad de estas que las datan entre 65 mil a 9 mil años a. C. Esta zona de la actual España se conoce que posee un clima caluroso y extremadamente frío, dependiendo la estación, lo que sugiere que el arte del informar cómo sobrevivir perpetuó su estilo de vida.

Esta forma de comunicación de los primeros pobladores es uno de los máximos indicios arqueológicos que asume la ciencia para esclarecer la forma del arte y su iniciación en la culturalización de las masas. Sin embargo, no todas las etapas de la historia de la humanidad son estudiadas, debido a que sociedades desconocidas por completo fueron colapsadas por otras en ciclos de búsqueda de poder; por ejemplo, el asedio de los hunos en oriente y Europa; la llegada de los ingleses a Norteamérica; o el ataque de los Incas hacia grupos indígenas subversivos.

Esto permite al actual investigador sesgarse a una línea de información mayor para algunas culturas que otras. En la actualidad la ciencia no está alejada a esta clase de problemáticas, aunque algunas sociedades poseen conciencia sobre el arte y su protección por encima de conquistas territoriales y recursos naturales; hay casos donde las ideologías o creencias religiosas provocan la pérdida cultural de la misma historia de sus habitantes extremistas, pero que las desconocen al llevar por ley pensamientos políticos o teológicos celosos de posible pluriculturalidad.

En este devastador capítulo de ruina cultural está incluido el Estado Islámico o Isis, una agrupación terrorista de fundamentalismo musulmán. Estos declararon objetivo militar a varios puntos históricos por ir en contra del islam, a pesar de ser estas zonas más antiguas que la propia incursión que la religión arábica; así se resaltó el interés generalizado por que los adeptos no invadan zonas de importancia cultural como sí ocurrió con el ataque al templo de Baalshamin que representaba al dios de la lluvia en Palmira, y tenía 1900 años de antigüedad, medio milenio más que el propio natalicio de Mahoma; otras ubicaciones igual afectadas fueron: el monasterio Mar Elian, Apamea, Dura- Europos, Mari, Hatra, Nineveh, Nimrud, Khorsabad, entre otros.

Es necesario fomentar la protección del arte, junto a su incursión a través de, con, y para la sociedad. Durante la pandemia, el amparo de los centros culturales de todos los países estuvo muy por debajo de la balanza, por la amplia precaución por la vida de sus ciudadanos. De igual forma, bibliotecas, cines, teatros y galerías quedaron a la deriva al evitarse el aforo; lo que desplegó que paulatinamente en naciones con el ímpetu por difusión artística cambien los campos de entretenimientos culturales de la presencialidad por la digitalización, como:

- El National Gallery of Art en Washington presenta la historia de la moda de EUA (1740 a 1895), y la colección de Johannes Vermeer.

- En el Museo Louvre Abu Dhabi se destaca 'La Belle Ferroniere' de Da Vinci', el autorretrato de Van Gogh, y la escultura de Ramsés II.
- El Museo Nacional de Arte Moderno y Contemporáneo en Seúl contempla el origen del propio establecimiento, y la visita de sus jardines.
- El Museo Guggenheim en Bilbao ofrece canciones de Chillida, Basquiat o Saura; clásicos como los 'Tulipanes' de Jeff Koons.
- El Pergamon Museum en Berlín retrata vía online, en material audiovisual, la historia completa de Pérgamo y el pasado de Irán.
- El Louvre de París ofrece obras de tendencia islámica o egipcias, junto a otras occidentales como la Gioconda de Da Vinci.

El American Museum of Natural History de Nueva York fue uno de los principales referentes de proyección cultural durante la pandemia ya que gracias al acuerdo que realizaron con Google se pudo digitalizar la información del lugar y se la expuso en la aplicación de realidad virtual Expeditions, donde el visitante encontrará parte de la colección de casi 32 millones de especímenes, entre plantas, animales, minerales, fósiles, entre otros. Esto otorga un ejemplo de cómo un buen manejo de socialización artística es garante de protección popular en escenarios adversos.

Otras instalaciones también lanzaron en plataformas sus contenidos, como el Neon Museum (Las Vegas), Rijksmuseum (Amsterdam), Smithsonian National Museum of Natural History (Washington), Museo Van Gogh, Natural History Museum (Londres). Museo D'Orsay, The Oriental Institute (Chicago), United States Holocaust Memorial Museum (Washington), MoMa (Nueva York), Museo de la Historia Natural (Oxford), British Museum (Londres), y el Museo Nacional de Irak.

Algunas entidades latinas también entraron en este plan, como la Pinacoteca di Brera (Milán), Museos con visitas virtuales de Bellas Artes (Bilbao), Museo del Prado (Madrid), Galleria degli Uffizi (Florencia), Museo Thyssen-Bornemisza (Madrid), Museo Frida Kahlo (México), Museo Arqueológico Nacional (Madrid), Museo de Ciencias Naturales (Madrid), Museo Picasso (Málaga), Teatro-Museo Dalí (Figueras), e incluso la Santa Sede y Museos con visitas virtuales Vaticanos.

## **2.1.2 La Comunicación y la Cultura**

La cultura tiene una característica básica: la comunicación, ya que se transmite de generación en generación a través de expresiones orales, escritas, verbales, y va más allá con vestimentas, comidas, tradiciones, y pinturas. Al verse la cultura como un proceso comunicativo, se puede inferir que dicha comunicación en esta es permanente. Sin embargo, en específico el arte pictórico, no fue siempre un proceso difusor donde el locutor e interlocutor hablan y son escuchados. Más bien se trataba de un entorno unilateral cuando se tenía acceso a aquello.

Cuando se piensa en cultura se evocan grandes obras maestras de Monet, Da Vinci, Van Gogh, Miguel Ángel, entre otros. Hoy, aquellos pintores son reconocidos como grandes referentes del arte pictórico, pero en un principio no eran tan populares, en el transcurso de sus vidas, teniendo cierta fama por la difusión del talento de cada uno, bajo un patrocinio de la élite para el mero deleite del círculo más cercano de los propietarios; más que un lujo era un símbolo de estatus.

Los nobles del siglo XVIII prestaban sus pinturas a grandes casas para exponerlas al reducido público de la época, es decir a otros nobles, no al pueblo. El acceso era limitado entre ellos, denominando así lo que podía o no ser bello en las personas y su entorno, qué ejemplificaba lo políticamente correcto, el alineamiento a reinados y clero, ilustrándose la representación de deidades, supuestos encargados en la tierra, junto a su más allegados (reyes, duques, príncipes, y demás) para mostrar el abolengo a los que estaban sujetos.

### ***2.1.2.1 Incursión de técnicas difusoras del arte pictórico en modernidad***

Hay distintas formas de representar al arte y poder llegar a las masas de forma efectiva, como los cuadros vivientes o tableaux vivants que son una práctica originada durante la Edad Media, asociada principalmente a la representación de escenas religiosas de festividades importantes católicas. No obstante, evolucionaron para ser performance de personas que llevaban a la vida escenas literarias, historias, u obras de artes. Este fue un procedimiento que extendió la forma de difusión del arte; de hecho, un arte dentro de otro, mostrando una oportunidad de expandir el conocimiento a través una representación de escenarios famosos con cierto renombre por la élite.

Los cuadros vivientes eran una actividad recreativa para clases acomodadas que tenían accesos culturales de alto baluarte, como los libros que en aquellas fechas eran símbolos de prestigio por la inversión del costo del papel, el amanuense, más la tinta. Sin embargo, Accatino, S., & de-la-Maza, J. (2021) afirman que estos tenían una influencia en el pensamiento filosófico de los individuos para hacer de la pasión pedagógica un participante de la comunicación del conocimiento. La reflexión va sobre los objetos empleados, las imágenes y los modos de producción.

A nivel latinoamericano existe documentación de los cuadros vivos, Chile en el siglo XIX sobresalió al formalizarse en 1880, especialmente para la pintura de paisaje e historia, como para el coleccionismo. Esto se debe a la fundación del Museo de Bellas Artes y a distintas instituciones posteriores. Esta investigación resalta que la documentación es escasa, los dibujos, bocetos o grabados no proliferan, lo que es una barrera para conocer la cantidad exacta de partícipes de cuadros vivos, así como la duración de escenas, fondos, elementos, vestuarios, piezas musicales...

Accatino, S., & de-la-Maza, J. (2021) destacan lo multidisciplinar que resultaba esta práctica. Se podía analizar la historia del arte, teatro, cine, literatura, música y estudios culturales. Esta observación es relevante en hábito general. Para Chile, una condición efímera produjo una falta de atención de difusión del arte. El anuncio de los programas de cuadros vivos en la ciudad se daba en cartelones colgados en diferentes edificios. Registros de llegada de la Compañía Keller a Santiago de Chile, fueron analizados como un gran evento internacional de cuadros vivos en el año 1865.

Un afiche que anunciaba un evento de la Compañía Keller para las 8 de la noche del 30 de noviembre de 1865 fue encontrado por los investigadores entre los archivos de la Biblioteca Nacional de Chile. En este, la programación comprendía también La Resurrección, El Pasma de Sicilia, cuadros de Rafael, y La Enclavación de Bartolomé Esteban Murillo. El escenario de la función de la afamada compañía italiana fue el teatro Municipal chileno, además de ciudades estadounidenses, españolas, y otras latinoamericanas como Bogotá y Copiapó.

Luid Cicconi, afamado actor, literato y poeta italiano, escribió en publicaciones de la revista Mondo Illustrato que los tableaux vivants suplían la falta de acceso a galerías porque eran reproducidos en localidades alejadas donde no existían tantas imágenes artísticas. “Cultivar el sentimiento de lo bello” fue la idea principal en los

escritos de Cicconi, todo para que el público adquiriera el gusto estético y promoviera conductas cívicas, junto al impulso del desarrollo de las bellas artes. En este apartado se destacan dos formas de comunicación el arte, los cuadros vivientes, más los afiches impresos que atraían el público al espectáculo, como afiches que constaban también de ilustraciones de las obras a presentar. El arte no es cerrado.

### **2.1.2.2 Modelos difusores del arte pictórico en la historia a la actualidad**

La creación de bibliotecas tuvo un fuerte impacto en la conservación de las artes. Representaban un libre acceso a lo que se encontraba en ellas. Era un acceso al conocimiento. Ray Bradbury, escritor estadounidense, manifestó que prácticamente no lo habían criado colegios ni universidades, sino las bibliotecas y su gran cantidad de información gratuita, ya que los estudiantes, por lo general, no suelen tener dinero.

Hernández, D. (2020). Señala que la biblioteca de Alejandría fue la más grande en la antigüedad, pero tuvo una gran decadencia. En sus principios, la biblioteca fue fundada como un lugar de enseñanza, investigación y resguardo. Luego de la muerte de Alejandro Magno, Ptolomeo I Sóter quedó a cargo, impulsando obras como la construcción de un templo dedicado a las musas, el palacio de Museion; allí nace el padre de la bibliotecología, Calímaco de Cirene, pues, existían tantos ejemplares de diferentes formatos, épocas y regiones que necesitaban un sistema de organización.

Nava, M. (2011) habla sobre 500 000 volúmenes de papiros y pergaminos que llegó a poseer la Biblioteca. Sin embargo, por sí sola no era tan grande, se fusionó con el Museo y juntos formaban un centro de estudios importante. Los incendios provocados o accidentales dañaron parte de esta gran colección. La expansión del cristianismo llevó a que se dieran persecuciones y ataques, uno de los edificios que conformaba la biblioteca, el Serapeum fue destruido por fanáticos en el 391 d.C.

De allí, solo se fue deteriorando la situación. La caída y desaparición de la Biblioteca de Alejandría constituye un histórico desastre cultural, uno de los más simbólicos de la historia de la humanidad. Constantes guerras y enfrentamientos de poder como la disputa del trono de Bizancio que dejó destrucción en Alejandría. Para el año 618 inició la conquista de Egipto sobre los persas; para el 640, cuando el Imperio Bizantino fue irrumpido por árabes, este evento fue el que marcó el fin. Amr ibn al-As comandó el ejército de irrupción capturó Alejandría, y destruyó la Biblioteca.

### **2.1.2.3 El turismo, medio de culturización generalizado en la comunidad**

Las políticas culturales para popularizar el arte se enfocan en que es un derecho universal. Acceso no es lo mismo que entendimiento, según manifiesta Mora, P. (2022). Pone como ejemplo a artistas vanguardistas y sus obras incomprendidas por el público general debido a preconcepciones de qué es el arte y cómo se ve. Acota que el pueblo no posee herramientas correspondientes para superar estas barreras.

Por otra parte, el turismo ha tenido gran influencia en la cultura, especialmente con la visita de museos mundialmente reconocidos. Con más audiencias, mayor es el reto de nuevas formas de consumo cultural, el acceso a los estilos artísticos ya no depende tanto del estrato económico y social. La combinación de estos dos factores: sociedad y tecnología ha resultado en un surtido de gustos de estilos, junto a formas artísticas variadas. Entonces, ya no se habla de una sola audiencia, sino de diferentes audiencias a las que hay que dirigir una estrategia de comunicación.

El centro no solo está en museos en su forma física, sino también fuera de estos. Las reproducciones de obras artísticas e inclusive su mercantilización atrae a más consumidores para satisfacer las necesidades de consumo y especulación. Las cifras cuentan por ello, si tantas visualizaciones y reacciones tiene un post es porque la gente lo considera bello, en tendencia. No solo es la calidad de una obra, sino de igual manera la cantidad de visualizaciones.

La canalización del arte a través de medios impresos y digitales abre las puertas a la democratización, aunque puede poner en peligro la autenticidad. La difusión masiva y un consumo disperso son dos elementos que intervienen en cómo se perciben las obras de arte en el marco de la intimidad, singularidad y originalidad de creaciones. La investigación destaca que entre el artista y el consumidor existe una escasa o nula comunicación. En ocasiones, se deslinda de críticos, medios de comunicación, otros artistas y coleccionistas, eso separa al público del creador.

En Latinoamérica, los salones que exponían arte pictórico cobraron relevancia para los artistas de ambos sexos a finales de la década de 1920. Se tiene registro de los trabajos pictóricos de mujeres que llegaron a salones o galerías de arte a ser expuestos como las obras más destacadas. En Lima – Perú, Elena Izcue, Julia Codesio y Laura Zegarra eran las más notables públicamente por su estilo propio.

Esta investigación se centra en turismo y comunicación de patrimonio cultural que lo define como más que monumentos o colecciones de objetos varios, comprende espectáculos sociales, rituales, festividades y conocimientos cosmológicos. Acoge como contexto el confinamiento del COVID-19, específicamente en la comunidad de Uquía – Argentina, un representativo cultural sudamericano.

Civila Orellana, V., & Villarrubia Gómez, Á (2022) atañe al arte pictórico de los ángeles arcabuceros que se identifican por su aspecto aristócrata y armado. Ropaje de lino, medias de seda y zapatillas con moño. Esto junto a una capa de fino brocado y sombrero de ala ancha de plumas. El arcabuz, arma de fuego que precedió al mosquete, era parte del cuadro y de la idea del ángel católico, fusionado con las creencias de nativos americanos, que destacan los fenómenos naturales.

Este arte pictórico tuvo lugar en el antiguo Virreinato del Perú, desde Uquía y Casabindo en el actual norte de Argentina. Las obras fueron resultado de los grabados que llegaban desde Europa y que eran utilizados como modelos para la realización de pinturas cusqueñas. Fueron parte de una política expansiva de religión a través del arte para así adoctrinar a los feligreses por medio de la difusión cultural.

Las propuestas turísticas recreativas son parte de una estrategia de transmisión y preservación de un lugar simbólico como Uquía que posee memoria histórica. Destaca la reproducción de ángeles arcabuceros en el contexto pandémico, representándolos con cubrebocas, para unirse, no solo a la tendencia, sino a una nueva normalidad en la que los espacios culturales fueron puestos de lado por la aglomeración de las personas y el posible contagio del virus SARS-CoV-2.

### **2.1.3 Estrategias comunicativas para la divulgación cultural**

#### **2.1.3.1 *Los Vitrales, pintura artística de culturalización - adoctrinamiento***

Los vitrales fueron conceptualizados como estrategias comunicativas. Estuvieron presentes en los templos del Imperio Romano y generalmente desde el siglo XIII con la expansión de la arquitectura gótica. El vidrio que refleja la luz era ordenado en forma de mosaico con diferentes compartimentos o serie de figuras que representaban asuntos religiosos, históricos o simbólicos.

En los siglos subsecuentes el tamaño de los vitrales y de las figuras que eran protagonistas en esto aumentaron su tamaño. En el siglo XVI, los vitrales tomaron menos brillo ya que pertenecían al recentismo, lo que también caracterizó a las figuras fue la combinación de escudos heráldicos y el estar desligadas de los templetos, la elaboración de estos vitrales desapareció con los siglos venideros. El arte moderno implementó la creación de un vitral en el que los artesanos pintan el cristal con pinturas especiales, los más destacados están en la Casa Maso (Gerona – España).

### **2.1.3.2 *El arte pictórico en el medio de comunicación de la prensa***

Con la aparición de los medios de comunicación, durante mucho tiempo la prensa, los artistas e intelectuales exponían sus ideas para ir más allá de sus propias obras, contribuyendo de forma frecuente con el desarrollo social. Los periódicos y revistas en su principio contribuían solo con opiniones ideológicas de los afines; vieron una gran oportunidad en las publicaciones de temáticas literarias y culturales.

La página Cervantes Virtual (s.f.) se centra en la llegada de la imprenta a Cuba, la influencia de este en el lanzamiento de revistas literarias y culturales que no aparecieron de inmediato. De hecho, la imprenta no constituyó un negocio sólido antes de la primera mitad del siglo XVIII. Luego de este periodo surgieron familias de impresores que se mantuvieron hasta el siglo XX, algunos de ellos llegaron a imprimir bajo la rúbrica del Gobierno o de la Capitanía general en época colonial.

Los periódicos y revistas importantes aparecerían en el siglo XX. La Fraternidad, Hero y Horizontes son algunas de las revistas literarias y culturales más populares de principio del siglo y antes de la revolución, la revista Mirador Literario. Luego de la revolución en 1959 surgió Péndulo, en 1987 Vitrales. La investigación se centra en esta última revista que, de acuerdo con los autores, fortalece la promoción del talento literario y el artístico, discutiéndose temas inherentes a la cultura cubana.

Blanco Montesino, G.L.; & Tardío Durán, L.L. (2017) narran que Vitrales surgió como una revista en sus inicios, pero pasó a ser un suplemento del periódico Escambray a inicios del nuevo milenio. Destacan que la participación de Luisa María Serrano, artista espiritana, colaboró como ilustradora de portada en el año 1992. Además de que denotan una importante relevancia entre el medio de comunicación por excelencia (el periódico y sus derivados), junto a la cultural en general.

El arte pictórico que entra en la cultura es una de las tantas aristas que se topan en este tipo de publicaciones y que ayudan al conocimiento y visualización de los artistas locales e internacionales, en este caso Cuba impulsó a la cultura a través del medio comunicacional más importante de la isla, la prensa escrita.

### **2.1.3.3 *La pintura artística en el medio de comunicación de la televisión***

La televisión fue un boom. En esta directriz se habla de una masificación de la cultura. Antes de la televisión fue el cine que de igual forma influyó en la percepción del arte popular. Sin embargo, no fue hasta mediados del siglo XX que se masifica. Para la década de 1950, en Estados Unidos el 20% de los hogares tenía un televisor y diez años después era el 90%, es decir hubo una demanda exponencial.

La página Historialib (2023) expone cómo la televisión expandió los programas que variaban por la solicitud tácita de la demanda, siendo los de mayor tendencia los de variedades, drama serio que exponían una colorización más clara para que resalte en el blanco y negro, pasaron a un segundo plano con la introducción de comedias y programas de juegos. Entre ellos, *The HoneyMooners* y *La pregunta de \$64 000*.

América Latina tuvo programas culturales desde 1950. Un estudio llevado a cabo por Guerena, J. (2007) contextualizó la llegada de programas culturales a la televisión chilena y su producción a lo largo de 50 años. En el caso de Chile se destaca que las estaciones televisivas que tienen financiamiento estatal se rigen por la legislación y que de hecho este fue el caso de las televisoras por un largo tiempo.

El Canal 13 inició con un gobierno conservador y luego la democracia cristiana de 1964 tuvo poco movimiento social. Para 1970 hubo un gran movimiento de las universidades que impulsó una reforma estudiantil. Bajo este contexto de reformas se propuso la idea de que la televisión podría llegar a ser fuente de educación para diversos sectores de la sociedad de este país del cono sur.

Así surgió *Teleclases*, un espacio de este canal que era de apoyo para la enseñanza de los estudiantes de entre 10 a 12 años (dos últimos años de enseñanza básica). La transmisión fue incluida dentro del horario de clases y el profesor seguía con la explicación de lo que se había proyectado. La primera materia en que se basaba era Ciencias Naturales, en colaboración con 25 unidades educativas.

Estos programas seguían incrementando al crearse más canales de televisión, junto a la demanda de rating y por el ascenso de las pautas existía la necesidad de hacerlo, tomándose importancia la culturalidad. Otro de ellos fue “Esta mujer eres tú” que topaban temas relacionados a la educación familiar y comunitaria, espacio en el que 20 a 25 mujeres eran partícipes de un debate sobre contenidos presentados.

Andrade, M. (2019) sustenta que en Ecuador con este sentido cultural educativo también se impulsaron producciones nacionales. Con la creación del Ministerio de Cultura en el 2007 y su titular Antonio Preciado, reconocido poeta afrodescendiente, el plan de cultura se puso en marcha. Los fondos asignados eran repartidos a artistas que empezaron a conseguir plasmar el arte en las masas.

A la par, en el 2007 fue lanzado Ecuador Tv, canal de televisión abierta que tuvo una inversión de \$5 millones del Banco de Desarrollo Social y Económico de Venezuela. Reconocido como el primer canal público, tuvo su estreno oficial en el 2008 donde comenzarían una serie de programas culturales, educativos y propagandísticos del Gobierno del expresidente, Rafael Vicente Correa Delgado.

García, A. (2015) sustenta que la Ley de Comunicación publicada en el registro oficial de 2013 exigía el fomento de estas producciones de carácter nacional, cultural, y educativo en los medios de comunicación. Entonces ya no era una opción, era una obligatoriedad. En el 2015 sale al aire un programa denominado “Ecuador Multicolor” cuya producción era transmitida de lunes a viernes en un espacio de treinta minutos.

Suing, A., Ortiz, C., González, V., & Marín, C. (2020) mencionan que EcuadorTv, Telerama, Canal Uno Oromar tv Telesmeralda, y Megavisión estuvieron involucrados en estas transmisiones de reportajes sobre etnias que abarcaban el turismo, las manifestaciones artísticas, gastronomía y vestimenta. Cada medio producía un programa semanal, siendo la iniciativa que respondía a cuotas de inclusión de interculturalidad del 5%.

“Educa Tv” fue otro espacio de 30 minutos diario transmitido de lunes a viernes. El proyecto nació como política pública impulsada por el Correísmo. El objetivo principal, así como la Chile de los 70’s, era fortalecer aprendizajes del estudiantado, e impulsar el descubrimiento de lugares, gastronomía, y pluriculturalidad.

#### **2.1.3.4 El Cine, como medio difusivo de arte visual - culturización masiva**

El cine es considerado como el séptimo arte que narra las historias a partir de proyecciones de rápidos y sucesivos fotogramas para tener la ilusión del movimiento. El cine, que inició en 1895 con los hermanos Lumière, ha evolucionado con el tiempo y la sociedad junto a este. El arte es la forma en la que las sociedades cuentan las coyunturas que experimentan a través de un discurso audiovisual. El público es consciente de interpretar lo que ve en un cuadro, una galería, carpas de artesanos, o zonas callejeras que sirven de cobijo cultural para los que poseen un taller fijo. Es una percepción diferente de cada persona, ya que el arte juega un rol importante en el comunicar. Uniéndose los principios culturales al proceso periodístico diario con:

- La literatura en guiones noticiosos;
- La música empleada para contextualizar la información;
- El cine en documentales que develan casos importantes de investigación;
- La danza empleada en secciones culturales como notas comunicativas;
- El teatro para ejemplificar una escena de crónica roja, por ejemplo;
- La pintura trasciende a la unión del marketing y el diseño gráfico para servir la maquetación de prensa o graficación televisiva o transmedia.
- Además de principios deontológicos en ambos lados que generan un direccionamiento a la verdad objetiva, pero con rasgos artísticos.

El camino de la Semiología también direcciona a la comunicación artística a través de símbolos silenciosos entre el creador y espectador. En el cine se denota que por medio de sonidos, formas, colores y movimientos se comunican imágenes, figuras arquitectónicas, casi asemejándose cada toma en un cuadro pictórico que junto a la unión de otros crean una escena. La cinematografía se basa en iguales directrices comunicativas que el arte pictórico, correspondientes a: paletas de colores, composición de figuras, entre otras aristas que demuestran que el arte y la comunicación son inseparables, ya que juntos engrandecen la importancia del otro más que por separados. El arte es un intermediario de expresión, donde el individuo demuestra sus sentimientos, conectados con el mundo desde lo interno del ser.

El Cine es un reflejo de esperanzas, preocupaciones, anhelos, circunstancias, e ideologías, tanto personales como colectivas. La sociedad influye en la concepción de las cintas cinematográficas y viceversa. Este desempeña un papel importante en la Comunicación; transfiere ideas de lo que es, de lo que debería ser y lo que el sujeto quiere que sea. Este arte se usó incluso con efectos propagandísticos como en las dos guerras mundiales, cuando se proyectaba heroísmo, patriotismo y desprecio por los enemigos. Mullor, M. (2022) demuestra que las artes confluyen entre sí. Existen referentes del arte pictórico en escenas de afamadas películas. A continuación, una lista de algunas proyecciones que se exponen en la página de Fotogramas:

**Figura 1.** *Comparación Nolan – Caspar David*



*Nota. Más allá del lienzo: 40 películas influenciadas por la pintura – Comparación de “El caminante sobre el mar de nubes” – “Dunderque” [Fotografía]*

**Fuente:** Caspar, D., 1818, Fotogramas, 2022, y Nolan, Ch., 2017

**Figura 2.** *Comparación Van Gogh – Minelli*



*Nota. Más allá del lienzo: 40 películas influenciadas por la pintura – Comparación de “El loco de pelo rojo” – “El café de noche” [Fotografía]*

**Fuente:** Fotogramas, 2022, Minnelli, V., 1956, y Van Gogh, V., 1888

**Figura 3.** *Comparación Lucas - Cabanel*



*Nota. Más allá del lienzo: 40 películas influenciadas por la pintura – Comparación de “Star Wars: Episodio III” – “El ángel caído” [Fotografía]*

**Fuente:** Fotogramas, 2022, Lucas, G., 2005, y Cabanel, A., 1847

**Figura 4.** *Comparación Bigas - Goya*



*Nota. Más allá del lienzo: 40 películas influenciadas por la pintura – Comparación de “Duelo a garrotazos” – “Jamón, Jamón” [Fotografía]*

**Fuente:** Bigas, L., 1992, Fotogramas, 2022, y Goya, F., 1819

**Figura 5.** *Comparación Deutch - Hopper*



*Nota. Más allá del lienzo: 40 películas influenciadas por la pintura – Comparación de “Shirley: Visiones de una realidad” – “Morning sun” [Fotografía]*

**Fuente:** Deutch, G., 2013, Fotogramas, 2022, y Hopper, E., 1952

**Figura 6.** *Comparación Jenkins - Magritte*



*Nota. Más allá del lienzo: 40 películas influenciadas por la pintura – Comparación de “Moonlight” – “La robe du soir” [Fotografía]*

**Fuente:** Fotogramas, 2022, Jenkins, B., 2016, y Magritte, R., 1955

### **2.1.3.5 La era digital y su relevancia comunicacional en el arte pictórico**

AutodeskJournal (2020) sustenta que, con la llegada de lo digital, las artes visuales tomaron protagonismo. El arte pictórico encontró formas de expandir su relato en plataformas digitales; ya que, aunque es físico, y no se puede simplemente arrastrar con un clic para subirlo a redes, hasta en museos o galerías de arte idearon nuevas formas de que sea más conocido en una era donde la inmediatez reina.

Nace una necesidad de exponer pinturas artísticas no solo a través de galerías para captar atención del público, sino por internet. Las estrategias comunicacionales en un mundo digital son urgentes para artistas. Se registran cambios progresivos a la nueva era en instituciones como el Museo Picasso de Barcelona con recorrido virtual, donde se va por sus cuatro patios, más fotografías complementarias y explicaciones.

#### **2.1.3.5.1 Transición de museos tradicionales a digitalización en crisis.**

Los museos digitales responden a la constante problemática de la gente que no va presencialmente al lugar en que se encuentran las obras más importantes del mundo y de la historia; paulatinamente entendieron que el uso de la tecnología era una herramienta necesaria. Aunque ya existían museos con desarrollo digital como los del Vaticano, el Louvre, Hermitage, Sorolla, entre otros desde el 2015.

Estas entidades ya contaban con un recorrido virtual para conocer las colecciones que yacen dentro, sin moverse de casa y gratuitos. Estos recorridos virtuales implementan tanto escaneos tridimensionales como realidad aumentada. Los museos digitales ofrecen servicios que ofertan lo presencial sin convertirse en una copia directa de uno con el otro, sino mantener la esencia de cada uno.

Se suman foros de discusión para formar perspectivas, o materiales didácticos que solventan sus conceptos integradores y didácticos. Transcenden las limitaciones físicas del espacio y tiempo, además de comunicar las colecciones. Esto sirve como un medio para estar en las instalaciones de museos sin siquiera ingresar en ellos, lo que sirve para planificar una futura visita. (Bellido Gant, 2001; Sabbatani, 2004)

Elisondo, R., & Melgar, M. F. (2015) fundamentan que con la pandemia del COVID-19 y el confinamiento que implicó esta, la socialización en espacios cerrados se vio afectada. Dependiendo de cada país, región o ciudad, el tiempo del confinamiento fue diferente, el post confinamiento y sus implicaciones también. Lo digital se intensificó en todos los ámbitos para poder compensar la falta de contacto físico que era una obligación de supervivencia.

Si se ve la definición de comunicación, se podría llegar a la conclusión de que es traspasar información desde el emisor, por medio de una correcta conducción hacia un receptor con la finalidad de traspasar cualquier mensaje. En el arte, eso no cambia, el emisor trasmite su obra al público que interactúa como el receptor directo, proponiéndose así una comunicación lineal, donde casi la única respuesta de la audiencia es una aceptación o negación del gusto por lo proyectado.

Rey, M. (s.f.). comunica sobre los avances tecnológicos en la red, un universo cultural a través de los medios de comunicación que son canales de transmisión y difusión del arte. Es así fue como la era digital impactó en la forma en la que los individuos actúan en una sociedad, especialmente su interacción y vida social.

El término de metacultura se refiere más a la capacidad de transmisión, de la circulación y recreación transcultural. La metacultura habla tanto de la capacidad cognitiva del ser humano para percibir el arte, junto a la neurociencia y la socialización de la tecnología. Describe como las actitudes y los estilos de vida interactúan en los cánones culturales. Asimismo, detalla que la digitalización que crea datos en exceso y exige inmediatez, enfocándose en superficialidades aleatorias y sin remitentes

Simón, A. (2020) propone que los museos y galerías físicas cerraron, pero los digitales estaban disponibles para todos. Museos que no tenían espacio en internet se integraron a la web. La transformación virtual no basta por el contexto de la tendencia de escasez multitudinaria en balance de opciones personalizadas. Se considera de esta reinvención de comunicación de espacios físicos: conocer el perfil de usuarios, junto a su adaptación; naturalidad y autenticidad que provoca la cercanía; influencers o microinfluencers; creación de contenido e implementación de emojis, memes, hashtags, reels informativos con un breve lapso...

El Consejo Internacional de Museos en su portal oficial publicó un artículo en el que se destaca cómo cambió la comunicación de estos establecimientos culturales con el público ante las restricciones para precautelar la salud de los ciudadanos del mundo por la COVID-19. Expone ejemplos de museos que acogían un nuevo modelo de comunicación con sus audiencias, entre ellos el Museo Británico con su canal de YouTube, donde transmitían habitualmente para generar contacto con su audiencia.

En una nueva estrategia de comunicación, aquel establecimiento eligió relajar su canal desde el 2015 con videos vloggers, donde los conservadores expusieran sus trabajos de manera directa e informal. Esto puso al video como el principal recurso comunicativo que difundía el contenido especializado, personalizado y ameno, transformándose así en una invitación implícita a través de una sola audiencia.

Simón, A. (2020) habla de audiencias y de prosumidores. Audiencias por las diversas maneras de comunicación que tiene cada segmento poblacional, social y cultural al que se dirige. Prosumidores, porque el receptor dejó el papel pasivo de consumidor para desarrollar características de productor en donde se transforma en uno con el Museo, así una vez completo su disfrute sea patrocinador también.

#### **2.1.3.5.2 Galerías de arte virtual como medio difusor artístico en crisis.**

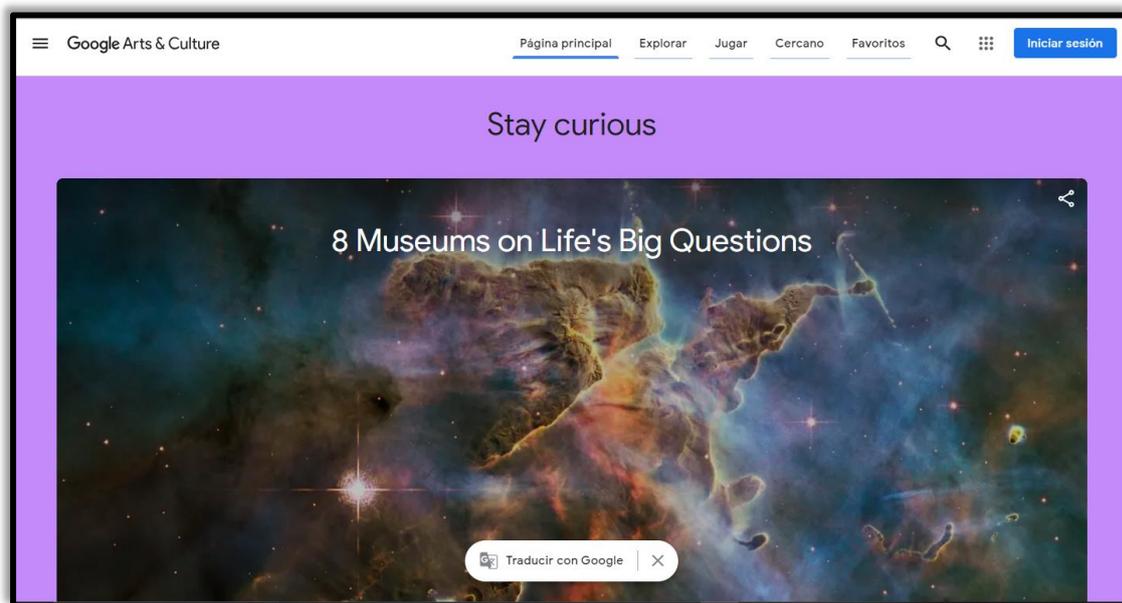
Las galerías de arte han sido una parte fundamental para los artistas que exponen con el fin de vender, más allá del reconocimiento. Representó la unión de los trabajos de una temporada, o bajo una sola idea de producción y exposición. Con la llega del internet, artistas y personas dedicadas a las galerías entendieron que las estrategias tanto de exposición como de comunicación evolucionaron.

Tirado Caicedo, H. A., & Villamarín Vera, D. J. (2021) subrayan que existen estudios que concluyen en la importancia virtual para el mercado artístico. Con subastas y galerías online aparecieron nuevos coleccionistas que entran al comercio virtual; un ejemplo es el alto incremento en ventas de medios digitales para coleccionistas, así exponen de una forma asequible, entre creador y comprador.

Las galerías virtuales de arte, al igual que los museos digitales, ofrecen al usuario la experiencia de ver arte sin salir de sus hogares, esta derriba fronteras y abre las puertas a nuevos panoramas culturales. El trabajo de diseñadores web es esencial y sirve para diferentes propósitos: galerías de exposición, plataformas de compra - venta, muestra de portafolio, y zonas 3D.

Entre las galerías de exposición se encuentran las de grandes empresas como la de Google Arts & Culture que lleva en línea desde diciembre del 2013. A través de una página web el usuario descubre colecciones de museos, tesoros culturales, archivos y exposiciones virtuales de todo el mundo, algo imposible hace apenas unas cuantas décadas, y ahora viable sin siquiera salir del dormitorio.

**Figura 7.** *Página de Google Arts and Culture*

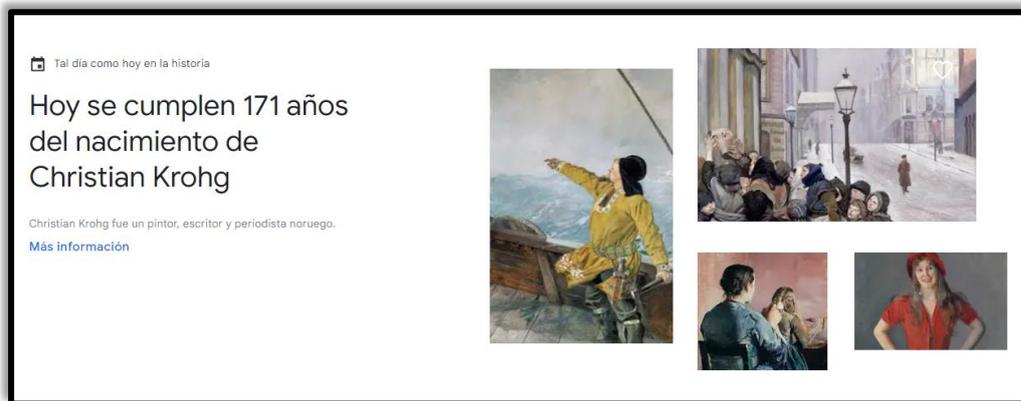


*Nota. Página principal de Google Arts and Culture [Screenshot]*

**Fuente:** Google Arts and Culture, 2023

La página mantiene la interacción con historias diversas de pinturas, de personajes y artistas a nivel mundial, o juegos como The Return of the Cat Mummy, historias de los pintores más relevantes, junto a sus obras, como Le Discret de Josep Ducrex, o historias que conmemoran el nacimiento de estos artistas, un ejemplo es el natalicio de Christian Krohg y la recopilación de sus trabajos por el buscador Google, además de apartados monográficos, experimentales, técnicos, entre otros...

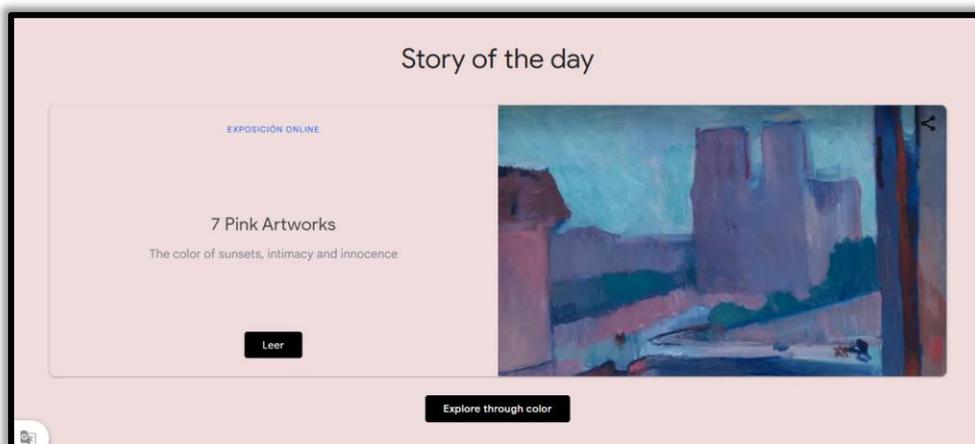
**Figura 8.** *Página de Google Arts and Culture 2*



*Nota. Apartado histórico de artistas destacados de Google Arts and Culture [Screenshot]*

**Fuente:** Google Arts and Culture, 2023

**Figura 9.** *Página de Google Arts and Culture 3*

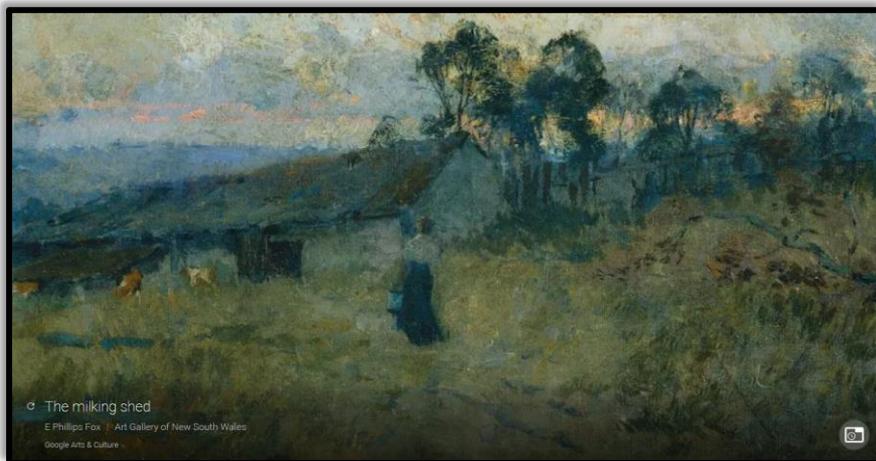


*Nota. Historia artística diaria en Google Arts and Culture - Culturalización de las masas con colores de pinturas artísticas [Screenshot]*

**Fuente:** Google Arts and Culture, 2023

Por otra parte, se puede acceder a la extensión que ofrece Google. Una vez instalada, cada día que se abra el buscador aparecerá una obra pictórica distinta en la que se destaca el nombre del cuadro y el autor, en qué espacio físico se encuentra, dando los datos necesarios para priorizar la culturalización en los usuarios de Google diariamente, y un llamado intrínseco de propagar este implemento para otro sujeto, convirtiéndose en un proceso similar al celular, donde de uno se multiplican a miles.

**Figura 10.** *Página de Google Arts and Culture 4*



*Nota. Extensión artística en el buscador de Google - Herramienta digital que difunde el arte pictórico y sus datos [Screenshot]*

**Fuente:** Google Arts and Culture, 2023

Subirats, R. (2020) propone a Saatchi Art como una plataforma internacional Marketplace de arte a la que los artistas suben su portafolio, exponen su arte y lo venden en diferentes formatos. Los artistas ganan hasta el 60% del beneficio por obra vendida, donde se pueden adquirir originales o réplicas. Esta empresa también organiza concursos que cuentan con curadores, cuyo trabajo repercute en visibilizar una o varias creaciones del mismo autor, convirtiéndose así en garantes económicos.

En las galerías virtuales de entorno 3D se acentúa la arquitectura virtual en la que se reproducen las obras, además de haber posibilidad de interacción. La plataforma People Art Factory es un buen uso de esta tecnología en España y que hace exposiciones de arte en varias expresiones, como la Fotografía en las que el artista imparte un discurso expositivo (parte de la experiencia única y personalizada). Por esta razón, se permite la reproducción virtual de una galería física, ya existente.

En Ecuador, estudiantes de la Universidad San Francisco de Quito (USFQ) de la carrera de Artes Visuales pusieron en escena la exposición “Conveniencias” en Q Virtual, una sala en línea que recrea el espacio físico, incluyendo obras pictóricas, esculturas y fotografías, más la visita guiada virtual con los creadores. Q Virtual surge desde la pandemia como iniciativa multidisciplinar de sumar las críticas discursivas y medios interactivos modernos, en julio del 2020 por Mark Bueno, docente de la USFQ.

Este es un proyecto que continúa vigente con diferentes exposiciones locales e internacionales. Entre las más recientes están PS4-MX que relata la historia mexicana protagonizada por Carlos Edelmiro y Rolando Hernández; Flores para el trueque de Jennifer Vanderpool con la historia de Quito, sus floricultores rurales y Cayambe; On (virtual) photography, primera muestra fotográfica de estudiantes de la USFQ, con temática de fusionar la fotografía con imágenes virtuales y presenciales.

Casas de las culturas (2020) lanzó la Galería Nacional Virtual con exposiciones de artistas plásticos de las 24 provincias. Asimismo, esta galería virtual difundió la cultura en el 2020 que estuvo marcada por restricciones de bioseguridad, donde se da espacio al entretenimiento cultural, reducidos luego del encierro. Las exposiciones se dieron desde junio del 2020, con un texto introductorio de la biografía de los artistas. Aunque menos inmersivo, se convirtió en una alternativa pandémica.

#### **2.1.3.5.3 Las redes sociales, uno de los mayores promotores artísticos.**

González, J. (2021) expresa que la iniciativa viene especialmente desde artistas jóvenes, quienes aspiran al constante reconocimiento por su arte, impulsándoles incursionar de lleno a las redes sociales. Al revisar las cuentas de aquellos artistas, algunos están apenas empezando sus estudios, otros ya tienen cierta experiencia que el constante trabajo les ha podido ser poseedores.

Flores, G. (2020) publicó una nota periodística de El Comercio sobre la iniciativa ciudadana de “Tiempos violentos”. Davis Orbea y Juan Vargas lanzaron un espacio en el 2017, al sur de Guayaquil; en el 2020 incursionaron en el mundo virtual, enfocándose su propuesta digital en la compra de creaciones de jóvenes emergentes. Otro ejemplo fue la transformación en galería virtual de Instagram y Facebook de Violenta (nombre de la galería física).

Las redes permitieron que los artistas se acercaran al público, por medio de historias sobre sus vivencias como artistas y el proceso de producción durante el aislamiento. En el reportaje lanzado por El Comercio, Vargas y Orbea comentan que vendieron obras en RRSS al tener gran acogida y seguirían con el proyecto para activar la comunidad formada, incluso con la reinserción masiva.

Tirado, H., & Villamarín, D. (2021) sostienen que las galerías cuidan la identidad artística, per se, para admitir obras y artistas que se cuidan en sus estilos, tendencias y expresiones. La presencia de un curador para exposiciones es esencial para garantizar un buen servicio. Es así, que el sujeto como el establecimiento utiliza las redes sociales para exponer y vender su arte. Instagram es la más popular para promocionarse, y la valoración del artista es necesaria para la decisión del comprador.

La dirección que toman las cuentas de artistas o galerías en redes se ve marcada por perfiles de nuevas generaciones. De allí que algunas redes funcionen más al interactuar con el público y que se cree nuevo contenido. Tik Tok e Instagram convirtieron al usuario en protagonista a través de los challenges, por ejemplo.

Los artistas deben abrirse a nuevas formas de estrategias y canales, como la aplicación de challenges y hashtags en el Instagram @tussenkunstenquarantaine y el Twitter @GettyMuseum. Los internautas escogían una obra y se ponían creativos para reproducirla durante el aislamiento, compartiendo sus fotos con los hashtags #tussenkunstenquarantaine, #betweenartandquarantine y #GettyMuseumChallenge.

#### **2.1.3.5.4 Podcast, herramienta promovedora de la cultura vía auditiva.**

Los podcasts son una herramienta enmarcada en el desarrollo virtual y las nuevas formas de transmisión de contenidos. Se diferencia de su contraparte sonora, la radio, por su post producción, la escucha íntima y contenido de nicho, on-demand y la unión en internet. La etapa a finales del siglo XX a 2005 es la experimental, del 2006 a 2009 la consolidación, y la multimedia del 2010 a 2013, con su eclosión en el 2014.

Un cambio importante impulsado por el podcast es estar sobre la demanda, el usuario decide qué, cómo y cuándo escuchar el contenido, mientras lava los platos, se baña, cocina, o toma el sueño al dormir. Ahora existen numerosos softwares que almacenan podcast y permiten al usuario escucharlo gratuitamente o por suscripción. Hoy se conoce a Apple Podcast, iVoox, Spotify, SoundCloud y YouTube.

En medio de un mundo de negocios que busca propiciar el dialogo para la reputación de empresas, el podcast no es desapercibido accediendo a nuevas audiencias por una marca. El podcast tiene valor autónomo y oscila a durar entre 15 a 20 minutos, salvo excepciones. La investigación realizada por Parra, D. & Onieva, Ch. (2020) se identificó plataformas de podcasting bajo temáticas culturales, como:

- Arquisabios, el Podcast, Caminando la Ciudad (2019). Habla de la relevancia del patrimonio arquitectónico por medio de la intervención de dos personajes ficticios: la viajera en el tiempo Arquiza y el abuelo Cano.
- PodcastONG Coprous (2020). Es un análisis de la gestión del patrimonio y de las artes desde una entidad no gubernamental en Colombia.

Los ejemplos anteriores demuestran una riqueza del podcast que debe ser explotada para la comunicación de la pintura artística. Todas las estrategias revisadas en este apartado pueden ser adaptadas para la creación de una estrategia comunicacional digital del arte pictórico de artistas guayaquileños del barrio Las Peñas, sector sujeto a esta investigación y que son generalizados a cualquier variante cultural para difundir a las masas lo visual a través del oído.

## 2.2 Marco Legal

### 2.2.1 Constitución de la República del Ecuador

**Título I “Elementos constitutivos del estado”, Capítulo I - “Principios fundamentales”, Art. 22.** Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría. (CRE, 2008)

**Análisis.** Dicta el derecho desarrollo y protección de artistas.

**Título I “Elementos constitutivos del estado”, Capítulo I - “Principios fundamentales”, Art. 23.** Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales. (CRE, 2008)

**Análisis.** Detalla el derecho a la exposición del arte en la vía pública.

**Título I “Elementos constitutivos del estado”, Capítulo I - “Principios fundamentales”, Art. 27.** La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar. La educación es indispensable para el conocimiento, el ejercicio de los derechos y la construcción de un país soberano, y constituye un eje estratégico para el desarrollo nacional. (CRE, 2008)

**Análisis.** Posiciona al arte como mecanismo educacional.

**Título I “Elementos constitutivos del estado”, Capítulo I - “Principios fundamentales”, Art. 54.** Las entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore. Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas. (CRE, 2008)

**Análisis.** Refiere al artista como comerciante de sus creaciones.

**Título V “Organización territorial del estado”, Capítulo I - “Principios generales”, Art. 277.6.** Para la consecución del buen vivir, serán deberes generales del Estado:

6. Promover e impulsar la ciencia, la tecnología, personas o las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada. (CRE, 2008)

**Análisis.** Vincula al arte con los deberes del Estado.

**Título VII “Régimen del Buen Vivir”, Capítulo I - “Inclusión y equidad”, Art. 343.** El sistema nacional de educación tendrá como finalidad el desarrollo de capacidades y potencialidades individuales y colectivas de la población, que posibiliten el aprendizaje, y la generación y utilización de conocimientos, técnicas, saberes, artes y cultura. El sistema tendrá como centro al sujeto que aprende, y funcionará de manera flexible y dinámica, incluyente, eficaz y eficiente. El sistema nacional de educación integrará una visión intercultural acorde con la diversidad geográfica, cultural y lingüística del país, y el respeto a los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades. (CRE, 2008)

**Análisis.** Sostiene al arte como un ingrediente importante en la educación y el desarrollo.

**Título VII “Régimen del Buen Vivir”, Capítulo I - “Inclusión y equidad”, Art. 348.** La educación pública será gratuita y el Estado la financiará de manera oportuna, regular y suficiente. La distribución de recursos destinados a la educación se regirá por criterios de equidad social, poblacional y territorial, entre otros. El Estado financiará la educación especial y podrá apoyar financieramente a la educación fiscomisional, artesanal y comunitaria, siempre que cumplan con los principios de gratuidad, obligatoriedad e igualdad de oportunidades, rindan cuentas de sus resultados educativos y del manejo de los recursos públicos, y estén debidamente calificadas, de acuerdo con la ley. Las instituciones educativas que reciban financiamiento público no tendrán fines de lucro. La falta de transferencia de recursos en las condiciones señaladas será sancionada con la destitución de la autoridad y de las servidoras y servidores públicos remisos de su obligación. (CRE, 2008)

**Análisis.** Fundamenta al Estado como participe inversionista en la educación y el desarrollo del aprendizaje artesanal.

**Título VII “Régimen del Buen Vivir”, Capítulo V “Cultura”, Art. 352.** El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales. (CRE, 2008)

**Análisis.** Fundamenta la creación y difusión del arte como un derecho cultural.

**Título VII “Régimen del Buen Vivir”, Capítulo V “Cultura”, Art. 380.** Serán responsabilidades del Estado:

1. Velar, mediante políticas permanentes, por la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión y acrecentamiento del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza histórica, artística, lingüística y arqueológica, de la memoria colectiva y del conjunto de valores y manifestaciones que configuran la identidad plurinacional, pluricultural y multiétnica del Ecuador.

2. Promover la restitución y recuperación de los bienes patrimoniales expoliados, perdidos o degradados, y asegurar el depósito legal de impresos, audiovisuales y contenidos electrónicos de difusión masiva.

3. Asegurar que los circuitos de distribución, exhibición pública y difusión masiva no condicionen ni restrinjan la independencia de los creadores, ni el acceso del público a la creación cultural y artística nacional independiente.

4. Establecer políticas e implementar formas de enseñanza para el desarrollo de la vocación artística y creativa de las personas de todas las edades, con prioridad para niñas, niños y adolescentes.

5. Apoyar el ejercicio de las profesiones artísticas.

6. Establecer incentivos y estímulos para que las personas, instituciones, empresas y medios de comunicación promuevan, apoyen, desarrollen y financien actividades culturales.

7. Garantizar la diversidad en la oferta cultural y promover la producción nacional de bienes culturales, así como su difusión masiva.

8. Garantizar fondos suficientes para ejecución de política cultural. (CRE, 2008)

**Análisis.** Llama a la vía privada y pública al sostenimiento artístico.

**Título VII “Régimen del Buen Vivir”, Capítulo V “Ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales”, Art. 385.** El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad:

1. Generar, adaptar y difundir conocimientos científicos y tecnológicos.

2. Recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales.

3. Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida (...). (CRE, 2008)

**Análisis.** Impulsa a que el arte se exponga en plataformas tecnológicas, y los conocimientos de artistas perduren, en base del buen vivir.

## 2.2.2 Ley Orgánica de Comunicación

**Título I “Disposiciones preliminares y definiciones”. Art. 8.-** Prevalencia en la difusión de contenidos. Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos contenidos en los instrumentos internacionales ratificados por el Ecuador y en la Constitución de la República del Ecuador. (LOC, 2019)

**Análisis.** Compromete a los medios de comunicación a comunicar la cultura de la nación; si bien, no integra dentro de este círculo a las redes sociales, fomenta a que el arte se expanda como una obligación difusiva en la sociedad.

**Título V “Medios de comunicación social”. Art. 71.** Responsabilidades comunes. La información y la comunicación son derechos que deberán ser ejercidos con responsabilidad, respetando lo establecido en los instrumentos internacionales de derechos humanos, la Constitución y la Ley.

Todos los medios de comunicación tienen las siguientes responsabilidades comunes en el desarrollo de su gestión:

**j)** Promover la integración política, económica y cultural de los ciudadanos, pueblos y colectivos humanos;

**k)** Propender a la educomunicación; y,

**l)** Respetar la propiedad intelectual, derechos morales y patrimoniales de autor y derechos conexos, previstos en normativa nacional e internacional. (LOC, 2019)

**Análisis.** Otorga el valor legal de comunicar y educar culturalmente a las masas, además de primar el compromiso de autoría en creaciones artísticas.

### 2.2.3 Ley Orgánica de Cultura

**Título I “Del objeto, ámbito, fines y principios”. Art. 3. De los fines.** Son fines de la presente Ley.

**b)** Fomentar e impulsar la libre creación, la producción, valoración y circulación de productos, servicios culturales y de los conocimientos y saberes ancestrales que forman parte de las identidades diversas, y promover el acceso al espacio público de las diversas expresiones de dichos procesos;

**c)** Reconocer el trabajo de quienes participan en los procesos de creación artística y de producción y gestión cultural y patrimonial, como una actividad profesional generadora de valor agregado y que contribuye a la construcción de la identidad nacional en la diversidad de las identidades que la constituyen. (LOC, 2016)

**Análisis.** Protege la creación cultural, además de promoverla en su acceso en vía pública con su proceso y exposición conclusiva a través del inciso b y c para así facilitar el reconocimiento y sustento del artista con sus obras.

**Título I “Del objeto, ámbito, fines y principios”. Art. 4. De los principios.**

- Integralidad y complementariedad del sector cultural. Implica la interrelación con educación, comunicación, ambiente, salud, inclusión social, ciencia, tecnología, turismo, agricultura, economía y producción, entre otros ámbitos y sistemas;

- Innovación. Se entiende la innovación como el proceso creativo desarrollado por actores u organizaciones de sectores de producción cultural y creativa, mediante un nuevo o modificado bien, servicio o proceso con valor agregado. (LOC, 2016)

**Análisis.** Se vincula a tecnología, comunicación, y progreso del artista, por el IV y VIII principio. Idóneos reglamentos que priman en importancia para esta tesis y que se denota que deben ser garantía para el artista en sí.

**Título II “De los derechos, deberes y políticas culturales”. Art. 5.** Derechos culturales.

**h)** Uso, acceso y disfrute de espacio público. Todas las personas tienen derecho de acceder a bienes y servicios culturales diversos en el espacio público.

**i)** Entorno digital. Como un bien público global y abierto, la red digital es un entorno para la innovación sostenible y la creatividad, y un recurso estratégico para el desarrollo de prácticas, usos, interpretaciones, relaciones y desarrollo de medios de producción, así como de herramientas educativas y formativas, vinculadas a los procesos de creación artística y producción cultural y creativa. Se reconoce el principio de neutralidad de la red como base para el acceso universal, asequible, irrestricto e igualitario a internet y a los contenidos que por ella circulan.

**l)** Derecho a disponer de servicios culturales públicos. Las personas, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades tienen derecho al uso y disfrute de servicios públicos culturales eficientes y de calidad. (LOC, 2016)

**Análisis.** Se considera como derecho utilizar, acceder, disfrutar y disponer de los espacios públicos y sus servicios culturales; además de plantearse el entorno digital como un medio neutral de difusión cultural en los siguientes tres incisos.

**Título III. “Del sistema integral de información cultural”. Art. 12.** De sus principios rectores. El Sistema Integral de Información Cultural, tendrá como principios rectores la transparencia y accesibilidad, difusión, obligatoriedad de proporcionar información a la ciudadanía y a entidades nacionales que la requieran, responsabilidad de la información, rectificación, eficiencia, intercambio de información, seguridad, conservación, custodia de la información, interrelación por medios digitales, y publicidad de acuerdo a la normativa legal vigente. (LOC, 2016)

**Análisis.** Avala al derecho de la difusión de información cultural en los medios comunicacionales tradicionales y digitales como un derecho para la comunicación artística, reglamento relevante ante el actual progreso digital.

**Título III. “Del sistema integral de información cultural”. Art. 13.-** De la entrega de la información. Las instituciones que integran el Sistema Nacional de Cultura entregarán al ente rector de la Cultura y el Patrimonio la información que les sea solicitada.

El ente rector de la Cultura y el Patrimonio podrá utilizar las herramientas e infraestructura informática disponibles de las entidades del sector público para generar, fortalecer y actualizar el Sistema Integral de Información Cultural.

El ente rector de la cultura creará un sistema de incentivos a la entrega de información por parte de gestores culturales, artistas, agrupaciones y demás actores de las artes y la cultura, con el fin de mantener actualizadas las bases de datos del Sistema Integral de Información Cultural.

Dichos incentivos consistirán en inclusión de los perfiles, contactos, muestras del trabajo, catálogos e información que visibilice las obras, trabajos o proyectos de los actores culturales a través de una plataforma digital de información cultural en línea, que será una herramienta de promoción, difusión y ayuda a la comercialización de la cultura y las artes y de activación de la economía de la cultura. (LOC, 2016)

**Análisis.** Fomenta el reconocimiento del artista a través de la legalidad para auspiciar, difundir, y facilitar la comercialización de sus obras.

**Título VIII. “Del subsistema de artes e innovación”. Art. 103.** De las atribuciones.

El Subsistema de Artes e Innovación tiene entre atribuciones, las siguientes:

- a) Proteger y promover la libre creación, la diversidad y la innovación en el desarrollo de las prácticas artísticas, culturales y creativas;
- b) Promover el acceso democrático a bienes y servicios artísticos y culturales;
- c) Dinamizar e incentivar la libre creación artística, producción, distribución y disfrute de bienes y servicios artísticos, culturales y artesanales;
- d) Impulsar y fortalecer los emprendimientos e industrias culturales y creativas;

e) Fomentar la investigación, reflexión, formación y generación de conocimientos sobre artes e innovación; y,

f) Promover las relaciones interinstitucionales e intersectoriales en el ámbito de las artes y la innovación en cultura. (LOC, 2016)

**Análisis.** Sustenta de una manera más amplia los artículos 4 y 5, donde se integra a la innovación y la tecnología como factores de importancia cultural.

**Título VIII. “Del subsistema de artes e innovación”. Art. 104.-** De las obligaciones del Estado.

Son obligaciones del Estado con las artes, la creación, las industrias culturales y creativas, y la innovación:

a) Proteger y promover la diversidad cultural y respetar la autonomía de sus espacios de reproducción e intercambio;

d) Reconocer como actores sociales productivos a todas las personas que trabajan en la creación artística y la producción cultural;

e) Asegurar que los circuitos de distribución, exhibición pública y difusión masiva no condicionen ni restrinjan la independencia de los creadores, ni el acceso del público a la creación artística y producción cultural nacional en su diversidad;

f) Procurar la diversidad en la oferta cultural y promover la producción nacional de bienes y servicios culturales, así como su circulación;

g) Garantizar expresiones culturales en el espacio público y el entorno digital;

h) Establecer incentivos y estímulos para personas, instituciones, empresas y medios de comunicación inviertan, apoyen, y financien actividad cultural. (LOC, 2016)

**Análisis.** Se protege al artista, a su espacio y trabajo, además de incentivar a que la vía privada invierta en este. El arte pende en muchas ocasiones en un hilo de incertidumbre económica, hay artistas que tienen grandes capitales, mientras otros optan por dejar sus sueños por el bien de sus familias al no generar ingresos.

**Título VIII. “Del subsistema de artes e innovación”. Art. 106.-** De los ámbitos de Fomento de las Artes, la Cultura y la Innovación.

Se considerarán como ámbitos de fomento los siguientes:

- b)** Creación y producción en artes plásticas y visuales;
- g)** Espacios de circulación e interpretación artística y cultural;
- h)** Espacio público, artes y comunidades urbanas y hábitat cultural;
- i)** Producción y gestión cultural independiente;
- j)** Investigación, promoción, difusión memoria social y patrimonio. (LOC, 2016)

**Análisis.** Trata sobre el artista visual y su habitud, independencia productora, y la investigación, junto a la difusión de estos como parte de la memoria del patrimonio cultural ecuatoriano.

**Título VIII. “Del subsistema de artes e innovación”. Art. 109.-** Del emprendimiento e industrias culturales o creativas.

Se entenderá por emprendimiento cultural o creativo toda actividad desarrollada por actores emergentes en un ámbito cultural o creativo hacia la producción de un nuevo o significativamente mejorado bien, servicio o proceso.

Se entenderá por industrias culturales y creativas a los sectores productivos nacionales que tienen como objetivo la producción, distribución, circulación, intercambio, acceso y consumo de bienes y servicios culturales y creativos encaminados a la generación de valor simbólico y económico. (LOC, 2016)

**Análisis.** Sustenta el aval comunicativo de servicio proveedor de obras pictóricas como un emprendimiento del artista con la comunidad por el valor nacional que significa fomentar la economía y la cultura.

## **CAPÍTULO III**

### **3. Metodología de la Investigación**

#### **3.1 Enfoque de la investigación**

El desarrollo de la investigación se plantea en un proceso mixto, donde se valoran las entrevistas realizadas a los artistas del barrio Las Peñas, siendo creativos emprendedores que aportaron con sus conocimientos culturales en redes sociales, fortaleciendo así el contenido cualitativo. Sin embargo, también se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia a través de la encuesta de 68 personas que conllevaron el rol del público consumidor del arte, teniendo en cuenta que estos integran el aforo en vías públicas y de la misma forma son usuarios de redes, desenvolviéndose su intrínseca relación en la vía receptora de la difusión pictórica; asimismo, el análisis del contenido web es de significativa trascendencia dentro de la búsqueda de información, pues, es donde el artista visual expone su arte y permite además que este estudio investigativo disponga de un enfoque cuantitativo. Convirtiéndose así, en un enfoque mixto.

#### **3.2 Alcance de la investigación**

La investigación es exploratoria debido a que aborda un campo donde se examinan varios escenarios, cada uno con su correspondiente perspectiva en un entorno y tiempo similar para determinar de forma general el valor de las RRSS para culturizar con el arte visual durante una etapa de crisis como fue la pandemia de la COVID-19. Del mismo modo, contiene un análisis descriptivo por valorar la explicación de cada artista pictórico sin generar la incertidumbre de un solo caso, sino adentrarse en la coyuntura de distintos aspectos que afectaron positiva o negativamente a cada pintor entre 2021 a 2022. Se considera a este trabajo correlacional por la postura de observación que se plantea hacia las redes de cada artista, junto al descubrimiento de la visión del público encuestado que propicia al hallazgo, no solo del emisor que trata de divulgar su labor artística, sino también del receptor que consume lo transmitido en la web.

### **3.3 Técnica e instrumentos para obtener los datos**

El análisis de contenido web que se empleó en este trabajo permitió conocer el origen temporal de las redes sociales de Instagram y Facebook de los cuatro pintores artísticos que son los sujetos de estudios, junto a el alcance mensual a partir de las interacciones de los usuarios seguidores de las páginas, de igual forma saber el tipo de información que difunden para compararla entre sí con los otros casos. Se empleó en esta investigación la entrevista a los cuatro artistas pictóricos por la consideración de primera mano del panorama de estos durante la crisis mundial de la pandemia de la COVID – 19, cómo fue el medio comunicativo que utilizaron, juntos a sus herramientas y forma en que estos impulsaron su arte para culturalizar a su audiencia que, como el resto de la población, se encontraba refugiada dentro de sus hogares. Se empleó igualmente el modelo de encuesta que expone el comentario del público y su posicionamiento entre 2021 a 2022 con el arte pictórico, y así conocerse si tuvieron contacto con galerías del Barrio de las peñas, solo fue en redes sociales, u otras vías comunicativas como páginas webs; percibir consejos de estos a aquellos que manufacturan el arte; asimismo en las entrevistas los pintores propusieron a otros la incursión en las RRSS por ser una vía favorable en escenarios de escaso aforo.

### **3.4 Población y muestra**

Se considera dentro de la tesis a cuatro artistas pictóricos que representan la vivencia del artesano durante la pandemia de la COVID-19, en el periodo de julio del 2021 a julio del 2022, quienes a través de entrevistas y observación de análisis de contenido web en sus redes se evidencia la importancia de la difusión del arte. Sin embargo, también se aprecian a 68 individuos que interactúan como el público que consume el arte a través de plataformas digitales como opción ante la falta de aforo; ello, bajo la ejecución de una encuesta, según el muestreo no probabilístico por conveniencia, el cual está sujeto a las constantes visitas de guayaquileños, junto a foráneos que varían de procedencia y cantidad diariamente en el barrio de La Peñas, uno de los más amplios bastiones artísticos de la urbe porteña, la ciudad con el mayor número de habitantes en el Ecuador, casi 3 millones de personas.

### 3.5 Presentación y análisis de resultados

#### 3.5.1 Perfiles de los artistas pictóricos del barrio de las Peñas – Tarqui

Este apartado presenta la vida de los entrevistados en sus propias palabras para que el análisis digital del desarrollo artístico posterior refleje el vínculo difusor que realizaron durante la crisis, limitando el aforo en su multitudinario campo laboral.

**Tabla 1.** Banco de preguntas para el perfil del entrevistado

| CUESTIONARIO PARA ARTISTAS PICTÓRICOS |   |
|---------------------------------------|---|
| 1                                     | Podría contarnos sobre el arte y usted, ¿cómo comenzó todo?... ¿Quién es (nombre de artista)?             |
| 2                                     | Según su experiencia, ¿alguna vez, la difusión del arte se ha detenido, como ocurrió durante la pandemia? |
| 3                                     | En una frase, ¿qué significa el arte para usted?  |

Elaborado por: Mite, F. (2023)

**Figura 11.** Ejemplos de obras de Quimbita, Navarrete, y Mafaldo

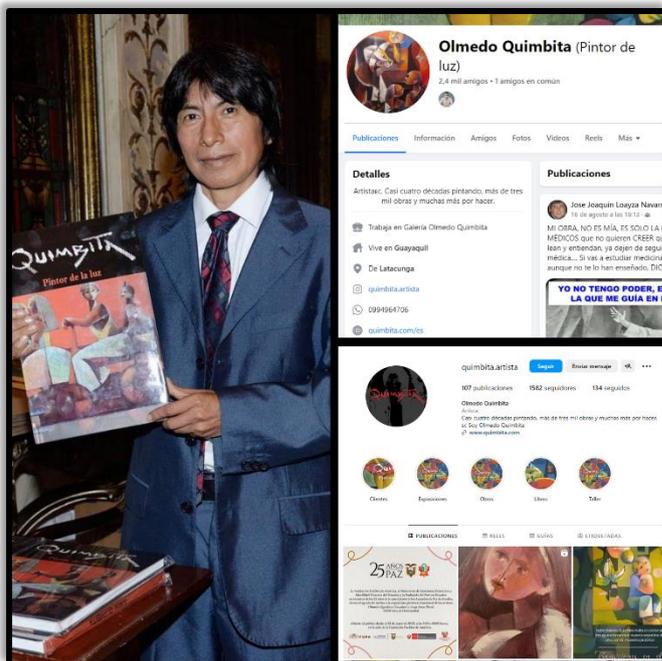


*Nota.* Ejemplos de la forma difusora de los artistas por sus RRSS [Fotografías]

**Fuente:** Quimbita, O., 2021, Navarrete, J., 2021, y Mafaldo, A., 2022, Facebook & Instagram

### 3.5.1.1 Olmedo Quimbita – Artista pictórico de la galería Quimbita

Figura 12. Olmedo Quimbita



*Nota. Olmedo Quimbita Panchi y sus redes sociales [Fotografía y Screenshot de perfil de Instagram y Facebook]*

**Fuente:** Quimbita, O., 2023, Facebook & Instagram

1. Olmedo Quimbita es un personaje que viene pintando 30 años, dedicado al arte, todos los días. Olmedo Quimbita es una persona que ha pasado por diferentes etapas investigativas, dentro del arte pictórico: el abstraccionismo, la naturaleza y una serie de elementos que, gracias a eso de estar creando, pintando todos los días se logró crear un estilo, no; entonces ya cuando la gente mira un cuadro, ni siquiera lo ven, y dicen “ah, ese es Quimbita”, entonces eso es una parte importantísima.

2. El arte ha tenido diferentes problemas en distintos ciclos de la historia a nivel mundial, pero siempre prevalece por sobre las barreras que se le presenten.

3. El arte para mí es comunicación.

### 3.5.1.2 Rogelio Antonio Mafaldo Rodríguez – Galería Antonio Mafaldo

Figura 13. Antonio Mafaldo



*Nota. Fotografía de Mafaldo, junto a su cuadro [Fotografía]*

**Fuente:** Mafaldo, A., 2021, Facebook

1. Bueno, básicamente mi origen es de la Amazonia peruana. Viví mucho tiempo también en Lima, y esta es una ciudad bastante fría... Como no podía yo tener un desarrollo en mi trabajo porque mi salud no me permitía, he creado un asma allá en Lima y tuve que salir inmediatamente.

No es porque en la economía me iba mal, simplemente porque se me estaba aumentando el problema del asma y acá en Guayaquil porque es cálido, es un trópico; entonces, encontré este medio (de calmar la enfermedad); además lo más importante de Guayaquil es que la gente de acá le encanta el arte, eso comparado con otras ciudades, aparte de Cuenca lógicamente.

O sea, les gusta el arte y consumen arte que eso es lo mejor todavía, porque acá a Guayaquil vienen de la Sierra de todos lados vienen a vender acá, porque en la Sierra no hay movimiento. Los mismos paisanos se quejan. Entonces, mi llegada acá ha sido formidable, aquí me abrieron las puertas los grandes; o sea, más que todo la asociación cultural de las Peñas, en ese momento era una institución grande y tenía bastante movimiento hacia exposiciones, y todo eso.

De esa manera me fui abriendo espacio. Los dueños de galerías me compraban, y no ha sido nada difícil para mí. Me familiaricé mucho aquí en Guayaquil, me sentí como en casa realmente porque mi tierra donde yo vengo es cálida, es amazónico, es tropical, y con la única diferencia que acá estoy en la Costa y hace calor, igualito que allá, pero la diferencia es que allá es selva y aquí es Costa. Qué mejor, no. Tienen mejor contacto internacional.

Yo agradezco realmente la apertura que me han dado acá. Muchas personas me han dado la mano, y no ha habido inconveniente realmente. He creado mi familia acá, llegué a los 24 años - 23 años. Ya tengo 40 años viviendo por acá. El arte, pues, para mí ha sido lo más emocionante de mi vida porque tengo libertad absoluta para vivir, para ejercer mi trabajo.

No pido favor a nadie. No debo a nadie; nadie me debe, bueno... sí me deben, sí, ja, ja, ja... pero no debo en el sentido de que no ando endeudado, vivo una vida tranquila realmente. Me manejo muy bien en ese sentido, me permite realizar; o sea, inspirarme de una manera tranquila, sin problemas, sin ningún inconveniente.

Eso es lo mejor, un artista tiene que vivir un momento relajado, porque si no, no puede transmitir qué siente. El artista tiene que plasmar su momento porque si está con problema y tanta cosa no puede ni siquiera discernir un color, no ves que te mareas, no sabes ni qué idea has escogido para combinar o sacar cierto color.

Todo por ese momento de procesar relajado estás completamente en paz, bien emocionalmente, en todo sentido también, y sin ningún inconveniente... Estás con todas tus emociones tranquilas, y puedes desarrollar una excelente obra.

Yo estudié bellas artes. Entré desde los 12 años, cuando era libre estudiar arte, después se complicó. Yo no era un estudiante regular, yo era irregular, porque estuve, como quien dice, opcional... pero no estaba reglamentado.

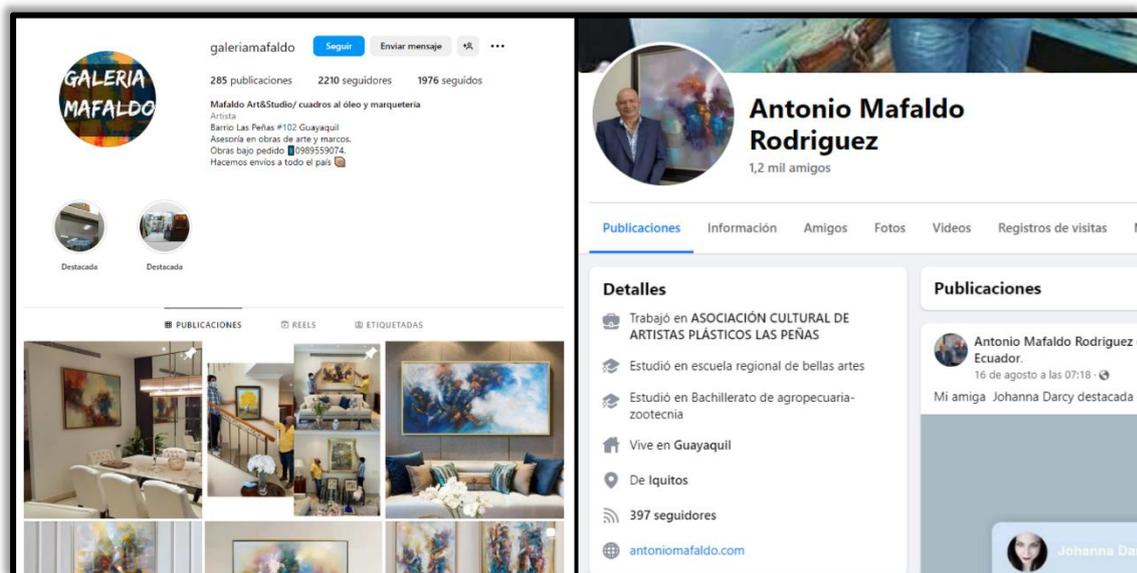
Yo no podía estudiar hasta que tuve ya mis 18 años, ahí ya entré, ya terminé como un alumno regular; o sea, prácticamente ya tuve un título y fui profesor de arte por dos años, ha sido una experiencia bonita ser profesor, tener un horario y todo, pero finalmente no me gustaron los horarios, y aquí estoy ejerciendo mi vida en el arte de una manera libre sin que nadie me esté presionando, o tener un jefe que me esté llamando a cada rato.

2. La verdad es que yo he viajado a algunos países también, el arte es un lenguaje Universal, entonces, este no tiene espacios cerrados, yo puedo viajar con mis obras hasta los Estados Unidos, Europa, lo que sea, pero el asunto es cómo te ubicas, de esa manera ya no es nada difícil... Siempre hay lugares donde hay instituciones, grupos de personas que gustan del arte y qué mejor, no. Yo he tenido una buena técnica en el trabajo, eso siempre ha gustado mucho; de esa manera no he tenido inconveniente, ha habido apertura en mi trabajo.

Lógicamente que no todo lo que brilla es oro, pero no he tenido situaciones críticas, o sea no he tenido... cómo te puedo decir, que mi sueldito ya se gastó, tengo que esperar hasta el fin de mes, que me paguen, no. Yo solamente vendo mis cuadros, mi trabajo, y yo sé cómo elegir, los nuevo; y bueno, yo gano más que cualquiera, yo sé lo que gano y no tengo problemas económicos.

3. El arte ha sido lo más emocionante de mi vida porque tengo libertad absoluta para vivir, para ejercer mi trabajo.

**Figura 14.** *Redes sociales de Mafaldo*



*Nota.* *Redes sociales de Mafaldo* [Screenshot de perfil de Instagram y Facebook]

**Fuente:** Mafaldo, A., 2023, Facebook & Instagram

### 3.5.1.3 Jacqueline Leonor Navarrete – Kiosko de @InspiracionesJN

Figura 15. Jacqueline Navarrete



*Nota. Foto de Jaqueline Navarrete, pintora artística del barrio de Las Peñas*  
[Fotografía]

**Fuente:** Navarrete, J., 2022, Instagram

1. El arte fue parte de mi vida desde muy niña, pues, como yo vengo de las escuelitas dónde antes nos daban Economía Doméstica, nos daban Arte, nos enseñaban a coser, nos enseñaban a cocinar. Sí me gustaba mucho el dibujo desde la niñez, pero no fui apoyada nunca por mis padres.

En todo caso, pues, ahora que soy una persona mayor, adulta... sí me gusta el arte. Me gusta la pintura, y como me vine a trabajar acá en Las Peñas, me di cuenta de que estaba rodeada de artistas plásticos, me empezó a gustar más, decidí dedicarme de lleno a la pintura, porque es bien pagado; sí, tengo mayor ganancia en pintar. En el arte, mi mejor ingreso me va con la pintura, claro que sí.

Ahora yo estoy más metida de lleno porque me vine a la calle a poner mi local en el barrio de las Peñas, solo me vi rodeada de pintores, y me gustó mucho más... Mucho más porque ellos son muy profesionales, y ahí me dediqué de lleno a la pintura; así es, aunque también tengo pinturas de diferentes autores porque a mí me gusta comprarles y apoyarles a ellos porque no todos tenemos la facilidad de estar en este barrio exponiendo arte porque no le dan permiso a todo el mundo.

Entonces, pinto yo, pero también le compro a otros pintores que no son conocidos aquí dentro del barrio las Peñas, y eso los vincula con esta zona, aún más con la pandemia que no había casi gente por aquí. No fue seguro para nadie, no hubo nadie quien se interesase en el arte porque la gente estaba totalmente deprimida, no era para menos con tanta cosa que nos pasó.

2. Empezando desde octubre del 2019 con el paro de indígenas que nos dañaron las fiestas de Guayaquil, después vino la pandemia, y esto se puso terrible, el arte se fue al piso. Ahí se detuvo todo, ahora ya seguimos sufriendo, aunque no es la pandemia, estamos con la corriente del niño, y más la delincuencia. Está la gente espantada, el turista se ha espantado, ya no vienen por aquí, se vende muy poco...

3. Bueno, plasmar lo que uno tiene en su mente, en su corazón, porque eso es lo que uno va a formar en un lienzo lo que es la personalidad del pintor. Sí, eso es el arte para mí, es eso que tú tienes en tu mente y lo puedes plasmar. Es algo muy hermoso, porque la creación de Dios está hecha llena de arte, empezando por ese gran Maestro que es Dios, que tiene un mundo perfecto.

**Figura 16.** *Jaqueline Navarrete – perfil de Instagram*



*Nota. Perfil de Jaqueline Navarrete [Screenshot de perfil de Instagram]*

**Fuente:** Navarrete, J., 2023, Instagram

### 3.5.1.4 José Tabarez Torres – parte del taller Quimbíta

Figura 17. José Tabarez en Galería Quimbíta



*Nota. Foto tomada a Tabarez en Galería Quimbíta [Fotografía]*

**Elaborado por:** Mite, F. (2022)

1. Yo nací con el arte. Yo ya a los 7 años me fascinaba por la naturaleza. Desde los 7 años me fascinaba por la Arquitectura, por qué, porque yo a esa edad ya hacía maquetas, hacía casitas muy bien hechas; hacía barcos, le sacaba el motor de un carro, y se lo ponía al barco y me funcionaba... cuando estuve en el colegio.

Ayer me encontré con un compañero, Jonás López, justamente en la época cuando hicimos la máquina. Yo hice una máquina de escribir, fíjese. A los... 13 años, y yo hice una máquina, la construí. No imprimía la letra porque no tenía obvio la fuerza porque todo era de balsa, con aluminio, resortes de pluma, pero una máquina que estuvo en una exposición y de allí yo toda la vida estuve con el arte, nací en el arte.

Ya dentro de mi experiencia, como persona de arte, no hablemos todavía de cuadros; yo estudié Publicidad Comercial. Dibujo Publicitario, yo estudié en una academia... era de los Estados Unidos, Continental School se llamaba la escuela. De allí aprendí a hacer la publicidad. Yo no sé si ahora usted ve los carros con publicidad, pero es a base de sublimación, eso se pega; antes había que pintarlo, dibujarlo ahí en el carro, y no le pedía favor a la actualidad que se lo hace en una computadora, en cambio. Yo pintaba los carros, hacía muchas publicidades, vallas en las carreteras.

Eso hacia yo. De ahí, hasta que llegué a ser profesor de Dibujo, y después entré ya a las artes gráficas. De ahí comencé a pintar, y a pintar, pero ya me enamoré de verdad de las artes gráficas y dejé un poco la pintura, no lo tomé ya como seriedad para negocio, hacerme famoso, nada, pero lo que sí me entré fue a las artes gráficas, sí, y es lo que todavía lo he hecho.

Le voy a conversar una anécdota, mi mamá quería que yo sea contador, me dice: “tú tienes que ser un buen contador porque yo tengo la influencia para que te den trabajo en un banco”, porque en esa época nosotros ya salíamos contadores, peritos contadores, no Bachilleres en Ciencias, con 18 años sabíamos firmar un libro. Yo estudié la Contabilidad, pero eso no era, yo quería el arte, quería ser arquitecto.

Oiga, sin estudiar eso aprendí a hacer los planos para hacer una casa. Yo construí mi casa, yo dirigí la construcción y todos me decían el ‘Ingeniero’, cuando yo he estado en la construcción me dicen ingeniero porque creen que yo soy un profesional en la Ingeniería, pero me gustó leer, nada más. Tampoco me fui más allá.

Lo que si ya me metí a fondo son a las Artes Gráficas, editar libros, periódicos, revistas que ese es mi fuerte, fuerte, fuerte, y de ahí ya me jubilé, pues. Ahora estoy en esto, y siempre me ha gustado el arte, estoy de pintor, aquí paso mi tiempo, pues, estando en la casa uno se vuelve loco, ja, ja, ja...

Yo tengo bastantes anécdotas de Artes Gráficas. Yo fui profesor del colegio Semillero, era mixto, y yo era profesor de Dibujo, pero mi bisabuela, a mí también me enseñó a tejer, y yo lo hacía muy bien; yo me salí del programa de estudio, tenía que enseñar solo Dibujo, e introducciones de esculturas y eso les enseñé a los niños.

Un día se me ocurre y dije ahora a las niñas les voy a enseñar a tejer. Las niñas emocionadas les hice comprar todo el material, las madres lo vieron mal, los padres de familia vieron mal que a una niña le enseñen a tejer; como yo le expuse a la directora en esa época: “oiga, si antes en los hogares de los ricos a las hijas las ponían a tejer, ese era el pasatiempo de ellas y aprendían a hacerlo muy bien”.

Así que fueron a quejarse: “¿¡cómo va a creer que a mi niña tan pequeña (tenían 8, 9, 10 años) le enseñen a tejer?!”, yo les hice ver la situación y la directora aceptó, “hágalo”, ya a la final hice una exposición, la primera exposición estudiantil, y nos apoyó el Telégrafo en esa época.

Después, hice una exposición en el Centro Cultural Ecuatoriano Alemán (CCEA), con todo ese tipo de trabajos con los niños, inclusive en el CCEA me dijo el cónsul “oye, haberte conocido recién, cómo no te hubiese becado a Alemania para que aprendas las artes”.

A mí me encantaba enseñar más de lo normal, y hasta ahora, usted viera aquí cómo viene la gente que van agradecidos de lo que yo les enseñé aquí, les hago conocer todo porque a mí me encanta enseñar. Me fascina, me fascina. Ya después las niñas ya hacían tapetes, hacían tantas cosas, y hacíamos exposiciones; ya después los padres de familia se disculparon, y me decían “está bien que le enseñe a mi hija” ja, ja, ja... aunque al comienzo no lo querían hacer. Ese es parte de mi recorrido en la vida dentro del arte, y el culturizar a través de las enseñanzas de este.

**2.** Nunca, no, no... Bueno, en la pandemia se paró porque todo el mundo cuidaba su vida. No, no, no... Yo toda la vida he estado activo, toda la vida, yo siempre he dicho: “yo he sido un hombre de suerte, yo nunca he estado paralizado por falta de trabajo”, porque más vale, estoy aquí... unos quieren que yo les haga este trabajo, el otro me quiere llevar para que haga otro.

Yo siempre he tenido suerte para el trabajo nunca he estado vago, yo jamás, más vale hasta tengo que decir “no”, porque ya tengo mucho qué hacer. Mire, hoy me comprometí a hacer esa revista de la Armada, y yo me dije “yo a veces ya no quiero hacer, ya no”, pero de tanta insistencia... “bueno, ya lo voy a hacer”, hoy la entregué.

Yo nunca he estado desocupado, nunca he hecho un alto en mis actividades de las artes gráficas, del arte en sí. Siempre he estado en actividad y sigo...

**3.** Yo siempre he dicho que el arte es el amor de mi vida porque me ha dado demasiada felicidad, más que la plata, el amor espiritual. El amor de las artes, ese es el que me ha dado la verdadera felicidad.

### 3.5.2 Entrevistas a pintores sobre su desempeño digital en redes

Los artistas pictóricos del barrio de Las Peñas tuvieron un proceso de difusión digital durante la pandemia por la falta de visitas físicas en la zona, donde estos exponían sus obras. Por Ello, es meritorio conocer desde sus propias perspectivas cómo fue el desarrollo que desempeñaron, si fue escaso, nulo, medio, o lograron una diferencia a tal punto de afirmar que la falta de audiencia presencial desde cierto aspecto les convino por sapiencia adquirida o ingresos redituables.

**Tabla 2.** *Cuestionario para artistas pictóricos*

| <b>CUESTIONARIO PARA ARTISTAS PICTÓRICOS</b> |  |
|--|--|
| <b>1</b>                                     | ¿Como artista visual, cómo evalúa el impacto que tuvo la pandemia en la comunicación y divulgación de las obras del taller en un contexto de poca interacción física con el público?                                     |
| <b>2</b>                                     | ¿Podría explicar si las RRSS fueron una estrategia comunicacional adecuada durante la pandemia para difundir su arte pictórico?  |
| <b>3</b>                                     | ¿Durante y posterior a la pandemia qué herramientas utilizó en las redes para generar un impacto en su público? (hashtags o palabras claves, publicidad, canciones virales, actos en tendencia, exposiciones en vivo...) |
| <b>4</b>                                     | ¿En su experiencia el arte se difunde con facilidad en RRSS, o se topa con trabas para dar a conocer sus obras con estas estrategias digitales?  |
| <b>5</b>                                     | Según su experiencia, ¿el arte tiene un vínculo igual, menor o mayor con los usuarios a través de canales digitales o visitas presenciales en el taller?   |
| <b>6</b>                                     | ¿Qué recomendaciones daría a otros artistas para posicionar en canales digitales sus obras?  |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

### 3.5.2.1 Entrevista a Olmedo Quimbíta – Propietario de galería Quimbíta

Figura 18. Olmedo Quimbíta



Nota. Foto Olmedo Quimbíta, pintor de Las Peñas [Fotografía]

Fuente: Quimbíta, O., 2022, Facebook

1. A los que nos dedicamos a la creatividad no, porque el arte, se crea en silencio, son expresiones que nacen del alma, entonces desde ese punto de vista yo creo que puede ser beneficioso. Viendo desde otro punto, ya comercial, galerías y negocio sí fue un poquito restringido todo. Yo no tuve problemas porque tenía justamente dos galerías abiertas, en Cuenca y Guayaquil. De tal manera que, con mascarilla y restricción, iba un 50% menos que antes, pero asistían.

2. Las RRSS juegan un papel importante. No solamente en pandemia, sino en la actualidad, es un medio de fácil comunicación que estábamos acostumbrados anteriormente con medios tradicionales. Aún se maneja muy bien, creo que es una herramienta comunicacional excelente. Durante la pandemia me benefició bastante.

3. La gente ya quedó, después de la pandemia, muy familiarizada con el tema de las redes; entonces, lo que se hizo en esos meses fue continuar hasta ahora. Creo que eso fue punto importante de las redes, a partir de ese momento, pues, era la herramienta adecuada, y sigue siendo todavía, después de la pandemia pasó igual.

Las obras que se produjeron en épocas de pandemia sirvieron muchísimo para este evento también del Museo de las Américas en San Juan de Puerto Rico, justamente en esa etapa cuando toda la sociedad estaba en conmoción, sin horizonte, pensábamos que todos íbamos a morir... eso me permitió plasmarme en lo que se llamó "Peregrinaje hacia la conciencia". Porque había un despertar de la conciencia, maravilloso por los padres que ya estaban más tiempo con los hijos. O sea, era un contexto diferente de lo que estamos acostumbrados, en ese ritmo de vida no.

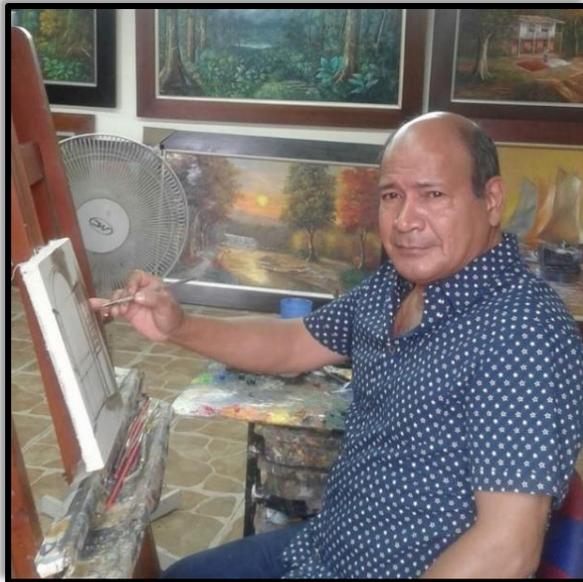
4. No, no, de ninguna manera, trabas no hemos tenido. Esa es la ventaja de las redes, es una publicación libre. Así es, todo ha marchado bien.

5. Para el arte, mire, yo creo que van de la mano de todo; o sea, lo presencial hace mucho porque es el público directo frente a la obra. Con las redes se aprecia, pero a manera virtual, no es lo mismo; o sea, puedo ingresar en este momento al museo de Vangot, de Picasso... y apreciar, pero no es el mismo mensaje que está recibiendo directamente cuando se para frente a la obra. La sensación es diferente, porque para eso está hecha la obra de arte para transmitir emociones. Las redes visualizan, pero no transmiten esa emoción que uno siente al estar frente a la obra,

6. Bueno, yo siempre creo que he mencionado este tema de que el arte no es un producto de primera necesidad ni de venta. El arte yo lo pinto porque yo lo siento, la expresión de las emociones, entonces... cómo poder cuantificar o decir "bueno, mi obra está aquí, quiero o no quiero venderla". Lo primero que hay que hacer es crear una obra, pero con intensidad. Al hablar con intensidad quiero decir que por lo menos hay que pintar unos cientos de cuadros para así ganar una síntesis.

### 3.5.2.2 *Entrevista a Antonio Mafaldo – Propietario de galería Mafaldo.*

**Figura 19.** *Antonio Mafaldo*



*Nota. Foto de Mafaldo Rodríguez pintando en su galería [Fotografía]*

**Fuente:** Mafaldo, A., 2016, Facebook

1. Durante los encierros estuvimos afectados, así como todo campo artístico profesional, todo estaba paralizado. Por más que uno quería intentar encubrirse de contactos buenos, no se podía uno movilizar, ni salir porque estaba prohibido.

Ya una vez que se empezó a dar un poquito más de movimiento, pero igual la pandemia no pasaba, la única herramienta de difusión es este medio fue las RRSS, del Instagram, del Facebook; bueno, definitivamente ha ayudado mucho. El Instagram para nosotros ha sido una cosa ideal porque, incluso, pagábamos publicidad... y eso, pues, llega a todo el mundo, teníamos pedidos hasta del exterior, de Polonia pedían.

Había cierto despertar. La gente estaba más metida en los celulares, revisaban lo que existe en el mundo, lo que se promociona, lo que la noticias presentan... Aprovecharon en comprar. No hubo recesión, más bien fue excelente porque terminó la pandemia, empezó nuevamente el movimiento, y la gente volvió, ya había más competencia. Fue de esa manera, a través de las redes que tuvimos más éxito... No me afectó mucho, aunque sí hubo meses de paralización que vivimos de ahorros.

**2.** No se abrieron las galerías, estaba prohibido en establecimientos. Se manejó de esa manera. Las RRSS han sido fundamentales para mi trabajo. Hemos contactado mucha gente. Ha habido éxito, por un lado; incluso, de hecho, VHR venía acá a la galería, pero de repente.... Venía a abrir un ratito solamente a entregar y regresaba a casa porque estaba prohibido. Yo agradezco mucho al manejo de ese sistema, a este medio de comunicación porque... qué mejor que eso. Todo el mundo es asequible a este medio, no hay limitaciones... No como en la Televisión, donde uno debe pagar cable, y un montón de cosas para llegar a hacer un programa; aquí no, definitivamente es abierto al mundo entero, cualquiera, hasta el más pobre lo ve.

**3.** Claro, se hacían las exposiciones virtuales, todo, no.... Por ciertos grupos, también... manejábamos en ese sentido, grupos artísticos, más que todo; pintores que nos manejábamos por sesiones virtuales, y básicamente los que nos ha funcionado a nosotros es pagando publicidad, ir directamente al público... un público abierto, que cuando tú pagas una publicidad no tienes limitaciones es para todo un público, para todo el mundo, y eso ha facilitado bastante; incluso hasta ahora, pues.

Le hemos hecho siempre a la publicidad para poder difundir más las obras, y sí ha habido bastante acogida porque acepté las invitaciones del exterior para enviar obras y participar en exposiciones. Es fundamental esta herramienta, las RRSS, porque es un medio de comunicación excelente, para mí y para todos los que lo usan.

No necesariamente se tiene que estar en una galería para comprar una obra de arte, porque la gente está demasiado preocupada por su seguridad; entonces, compran y uno va a instalarlo, no es como antes que salían en familia a comprar arte, venían, te llenaban la galería de opiniones, había distintas interpretaciones.... Hasta el más niño hacía su comentario, familiarmente salían a ver obras; pero, ya pues, estamos cruzando una situación que nadie lo pensaba, aparte de la pandemia.

**4.** Bueno, mis obras no tienen problemas que incumban con algo más. La temática es bastante artística, no tenemos inconvenientes en ese sentido porque no nos sumergimos en el sentido de Política, Religión, ni nada, no. Entonces, de otras publicidades en este caso, nuestros trabajos no han tenido ningún tipo de limitaciones.

5. El deseo tradicional que siempre uno se alegra acá en el taller, acá en la galería, es la visita en físico. Personalmente, uno se alegra porque sientes que hay acogida, se preocupa la gente por ver obras de arte; pero como te repito, la situación está medio complicada, con esto de la violencia, la seguridad, entonces; qué más queda, la herramienta es esta... el medio digital, y para qué, es una herramienta excelente, bastante formidable porque nadie quiere salir ahora, hay demasiado temor.

En el caso mío. Yo tengo aquí la galería en Las Peñas. Entonces, en este barrio en un lado del cerro ha habido algunos muertos, turistas, sobre todo, extranjeros... Todo eso se difunde, y entonces la gente qué va a venir al barrio Las Peñas. Como te puedes dar cuenta está botado... Está botado todo esto. Esperemos para las fiestas julianas que son del 22 hasta el 25 a ver qué tal la acogida, qué tal asistencia tenemos; qué tal es el interés de público entorno a obras, ojalá tengamos éxitos.

6. Yo pienso que todos los artistas tenemos que utilizar esta herramienta porque no hay otra cosa más para poder difundir al público amante del arte, porque ya van a poder visitar sus galerías en el lugar de trabajo. Qué mejor es esto, y hasta más cómodo. Sin salir de sus casas, su lugar de trabajo, sus oficinas... Ya de pronto, en algún tiempo toca revisar algo, les encantó ciertas obras y te contactan. Eso es lo más bello de este sistema, y muchas herramientas más en cuanto a tecnología.

Yo que ya soy mayor, recién me estoy familiarizando con este sistema, sin embargo, con la ayuda de mi hijo hemos tenido una facilidad para idearnos formas para llegar al público, como virtualmente acomodar los cuadros en las salas que los ambientan. Él les pide a los clientes: "Envíeme una foto de su sala, de su comedor, de dónde quiere exponer su cuadro", y directamente utiliza las obras nuestras ubicándolas muy bien en ambiente, y transforma a digital. Es excelente, así nos manejamos, ni siquiera tiene que salir el cliente. Eso es lo maravilloso de este sistema.

### 3.5.2.3 Entrevista a Jacqueline Navarrete – Inspiraciones JN.

Figura 20. Obra de Jacqueline Navarrete



*Nota. Diferentes cuadros disponibles, escríbenos por interno por tu favorito - Obra de Jaqueline Leonor Navarrete Ortuño [Fotografía]*

**Fuente:** Navarrete, J., 2021, Instagram

1. En ese tiempo hubo un stop. Dije hasta ahí no más, no continué con el arte porque me bajoneé con todo lo que pasó. Tuve que entregar el departamento, donde yo alquilaba. Me fui a un espacio más pequeño, ya no pude trabajar con el arte, porque hay que tener un espacio para el arte, y ahí donde me fui a cambiar ya no fue posible.

A Dios gracias, igual no me quedé sin trabajo porque llegó una vecina que a lado de mi casa se cambió, y la señora era de tercera edad y discapacitada, no había quien la atiende; entonces, yo hablé con una de sus hijas que vive en los EUA, y ellas me pidieron que le atiende a la mamá, tuve trabajo por tres meses, gracias a Dios.

Porque del arte no se podía. Yo, al menos, no podía, estábamos todos cerrados. Nadie podía salir, no había ni una mosca afuera en las calles; entonces, a eso me dediqué, no tuve chance de ponerme a pintar. Esos meses no vi para nada pintura, no tuve chance de nada. Me dediqué a cuidar a la señora de la tercera edad.

2. Me separé por unos meses de pandemia, de encierro... Me separé también del arte, de las redes sociales, de todo. Me desconecté de todo porque a Dios gracia igual tuve trabajitos que fue cuidar a la señora de tercera edad, entonces, ahí tuve ese ingreso por tres meses porque del arte no se podía vivir.

Hasta el día de hoy desde la pandemia a la fecha se fue al piso el arte porque la gente está escasa de dinero; entonces, solo ha quedado recuperarse otra vez el pueblo en sus trabajos, no puede la gente.

3. Solamente haciendo mis publicaciones en mi página de Instagram. Por Instagram no más publico mis obras, e invito a mis clientes a que vengan acá, en donde yo estoy ubicada que es el barrio de Las Peñas.

4. No, para nada, no he tenido ningún tipo de dificultad en mis RRSS, ni en especial mi Instagram que es donde principalmente yo publico. Eso es a mi hija más bien que le sucede porque es ella quien elabora jabones artesanales con hierbas y aceites vegetales, y cuando ha publicado sí ha tenido problemas. Ha pagado para sus páginas y no le publican totalmente. Yo no he pagado a páginas, solamente he publicado por mi Instagram, y no he tenido problemas.

5. Acá es más sociable. Sí, es mucho mejor en exposición, en vivo que las redes. De muchas personas, he escuchado decir que “a mí no me ha pasado”, pero de mis otros compañeros que pintan que inclusive le copian su arte; sí, sí se lo saben copiar, e incluso a ellos no les interesa publicar sus pinturas porque después se la copian. Entonces, yo prefiero acá en vivo y directo, más bien invitar a las personas vengan, porque así es mejor. Así es.

6. Todo se actualizó. Todo es gracias a lo que es la nueva tecnología, nos podemos conocer a nivel mundial, entonces, me parece bien que los artistas se publiquen también con toda esta facilidad que da la comunicación. Es muy bueno, es muy bueno porque así uno también se hace conocer de esa manera.

### 3.5.2.4 Entrevista a José Tabarez – Integrante de la Galería Quimbita.

Figura 21. José Tabarez



*Nota. Foto de José Tabarez Torres tomada en Galería Quimbita [Fotografía]*

**Elaborado por:** Mite, F. (2022)

1. Eso, a través de las redes funciona un 20%. No es como lo presencial que viene el cliente, presencialmente viene y le vendo. Esto funciona por celular cuando viene un extranjero y lo compra, me dice: “deme su teléfono, su correo”, me comunico, y hacemos el negocio, como ahora que hice dos negocios, entonces, ahí funciona.

Pasamos por redes, pero no... le pongo 20%. Pienso que no lo hacemos porque no tenemos necesidad de estar así, buscando. Ya cuando el artista es conocido, lo buscan. Claro, cuando uno quiere darse a conocer invade con todas las redes, aunque no solo ellos... Tengo una hija, todos sus trabajos son por internet en 90%. Le funciona perfectamente, a nosotros no. Es que también, si yo le vendo a un cliente en Europa un cuadro no es lo mismo que él lo vea a que yo le mande fotito, porque así me ha sucedido, dicen “mándenme fotos”, pero no les convence.

2. Se paralizó completamente. Cero, cero, cero, cero. Eso no funcionó por nada, ni por curiosidad, ni porque quería preguntar. Eso se cerró. El problema de la pandemia es que todos estaban preocupados por el virus. Nadie se preocupó del arte.

Porque invertir en el arte es para quien tiene el billete desocupado, y en esa época, la gente cualquier dinero que tenía lo guardó para cualquier circunstancia que se presente porque a todo mundo se nos presentó problemas familiares, a mí se me murieron familiares. La gente se olvidó de los cuadros. Hicimos un alto por completo.

Por curiosidad preguntaban, se comunicaban de cualquier forma, pero por curiosidad. A lo mejor estaba en un momento ahí tranquilos y dijeron “voy a ver qué pasa”, no más. Sí me resultó una forma de difundir mi arte, pero de su parte fue más por curiosidad, para ver, nada más; pero de ahí... por intereses de negocios, nada.

**3.** Cuando había algún evento se hacía algún tipo de publicación, sea porque saldríamos en una revista, el periódico, igual nosotros hacíamos la publicidad. De todas maneras, para que la gente lo lea, se entere para tiempos posteriores. Aquí han venido, “yo leí una revista hace tiempo donde salían”, entonces, sí produce un efecto.

**4.** A mí me dicen “oye, ya trata de modernizarte, hazlo por todos los canales del internet”, porque todos sí trabajan por ese medio, sí veo que medio les funciona, pero yo no en la modernidad... A lo mejor va a llegar que yo también comience a hacerlo todo por medio del internet, por otras vías de comunicación, eso es indudable. Sí publicamos, hacemos llamado para la gente, pero no soy tan apegado a eso.

**5.** Para mí, todo siempre es más 90% visita presencial. Es la relación que uno tiene, en vez de estarlos llamando, ellos son lo que vienen personalmente, me buscan. A mí me gusta más presencial, porque hay veces que uno se limita en decir, a desarrollar algo más. Yo lo hago más aquí, a mí presencial me funciona muy bien. No solamente en el ámbito del arte, sino también en el Periodismo, las ediciones de revistas, todo yo lo hago presencial. Ahora mismo hice una revista para la Marina, yo no lo hice por medio de redes, lo hice por contacto personal, hoy mismo lo entregué.

**6.** Sí, yo estoy de acuerdo que lo hagan, no, porque estamos en la modernidad, y yo estoy... como se dice “quedado”, pero es porque todavía me funciona, pero cuando llegue el momento en donde ya no me funcione tengo que buscar. Entonces, estoy de acuerdo con usar los canales para poder difundir. Usted sabe, no solo del arte, sino de tantas cosas que difunden por medio de las RRSS.

**Tabla 3.** *Análisis de preguntas a artistas pictóricos*

| <b>ANÁLISIS DE CUESTIONARIO A ARTISTAS PICTÓRICOS</b> |   |  |
|---|---|--|
| <b>1</b>  | <p>¿Como artista visual, cómo evalúa el impacto que tuvo la pandemia en la comunicación y divulgación de las obras del taller en un contexto de poca interacción física con el público?</p> | <p>Los artistas pictóricos coinciden en que la difusión de sus obras durante la pandemia fue un reto, de los cuales solo dos pudieron sobrepasar con cierto éxito; ya que, si bien contaban con redes sociales para publicar sus obras, la gran mayoría de las personas estaba concentrada en informarse sobre cómo sobrellevar la pandemia dentro de sus casas, desplazando a la cultura a un segundo plano que no solventaba los gastos del artista que invertía de su bolsillo para los cuadros en cada publicación.</p>  |
| <b>2</b>  | <p>¿Podría explicar si las redes sociales fueron una estrategia comunicacional adecuada durante la pandemia para difundir su arte pictórico?</p>  | <p>Navarrete no vio resultados alentadores que le hubiesen permitido suplir económicamente sus gastos, tomó trabajos ocasionales separados del arte, concentrándose más en estos que en publicar en sus RRSS para difundir sus obras.</p> <p>Quimbita y Mafaldo sí publicaban con mayor ahínco en sus RRSS; sin embargo, ambos tenían publicaciones esporádicas en periodos de meses hasta el punto de no publicar nada.</p> <p>A pesar de ello, Mafaldo optó por capitalizar sus redes y así conseguir que una crisis se transformase en una oportunidad que hasta la fecha aún es redituable, mientras que Quimbita combinó los medios tradicionales y digitales teniendo un buen impacto en su audiencia.</p> |

|   |  |   |
|---|--|---|
|   |  | <p>Tabarez al no tener una red propia, sino compartir sus obras en menor medida en las RRSS de Quimbita prefirió la presencialidad antes que estar sujeto a estrategias virtuales ajenas, su resultado digital fue nulo, confiando en lo tradicional.</p>   |
| 3 | <p>¿Durante y posterior a la pandemia qué herramientas utilizó en las RRSS para generar un impacto en su público? (hashtags o palabras claves, publicidad, canciones virales, actos en tendencia, exposiciones en vivo, entre otros)</p> | <p>Debido a las pocas publicaciones que hizo Navarrete no consiguió interacción ni ejecutó herramientas comunicacionales; Quimbita logró unir lo físico con lo digital publicando novedades del taller que le permitieron exponer sus obras en Puerto Rico; igual que Mafaldo, este invirtió en publicidad, siendo visto internacionalmente, y así vendiendo al exterior obras que para su consideración y contexto pandémico no habría vendido con facilidad como ocurrió con Tabarez.</p> <p>Esto otorga un evidente valor al objetivo difusivo de las obras pictóricas en las masas, ya que, si hubiese publicitado su arte en una red propia con regularidad, este último habría tenido un impacto similar al resto en su audiencia. El arte tiene que ser solventado con publicaciones en constancia para adquirir reacciones positivas.</p> |
|   | <p>¿En su experiencia el arte se difunde</p>   | <p>Ninguno de los entrevistados tuvo alguna clase de obstáculo que les haya impedido publicar digitalmente. A pesar de ser personas mayores, de a poco se acostumbraron al proceso virtual, dependiendo del leve asesoramiento de familiares o amigos.</p>  |

|          |   |  |
|----------|---|--|
| <p>4</p> | <p>con facilidad en las redes sociales, o se ha topado con trabas para dar a conocer sus obras a través de estas estrategias digitales?</p>                         | <p>Algunos sustentan que el único impedimento podría ser el idealismo del artista y los intereses del Gobierno de turno, por ejemplo, pero que al ellos no competirles no se ven afectados.</p> <p>También Mafaldo opina que, aunque sus publicaciones tuvieron un efecto próspero por la propaganda, ve a esta como una redituable inversión de la cual se siente orgulloso.</p> <p>Es evidente que no todos tuvieron el mismo desarrollo artístico durante pandemia, y el contacto con el público en dos de los casos fue irrisorio; sin embargo, no se dejaron vencer y demuestran que la difusión es una responsabilidad económica.</p>  |
| <p>5</p> | <p>Según su experiencia, ¿el arte tiene un vínculo igual, menor o mayor con los usuarios a través de canales digitales o con visitas presenciales en el taller?</p> | <p>Todos están de acuerdo con que la incursión del artista en las RRSS es de extrema necesidad para el mismo; sin embargo, Navarrete no apostó a la constancia, deslindándose del arte, o Tabarez que se sintió obstinado a quedarse en la presencialidad y depender de otros digitalmente, aunque este sí reconoce que siente que prefiere lo físico, sustenta de igual forma que es su error mantenerse así.</p> <p>Aun cuando a la mitad de los artistas pictóricos no les benefició por desconocimiento o porfía, a la otra parte sí por innovar modelos publicitarios, y enganchar lo tradicional al internet, así como apostar a la propaganda en crisis, permitiéndoles concluir que la pandemia en tema de difusión cultural sí les benefició.</p> |

|          |   |   |
|----------|---|---|
| <b>6</b> | ¿Qué recomendaciones daría a otros artistas para posicionar en canales digitales sus obras? | <p>Se puede apreciar la contundente recomendación de Quimbita y Mafaldo sobre seguir sus estrategias para alcanzar igual el impacto, a través de la propaganda y la combinación de herramientas comunicacionales tradicionales y digitales que usaron como comunicados, publicidad, constancia en publicaciones, entre otras.</p> <p>Mas, también es de suma importancia el sencillo mensaje de Navarrete y Tabarez de no estancarse para así obtener buenos resultados, permitirse una oportunidad para difundir su arte, y aparte de obtener un beneficio económico, culturalizar a la población local, a la par de la foránea.</p> |
|----------|---|---|

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

### **3.5.3 Análisis de manejo comunicacional de la Galerías en RRSS**

#### **3.5.3.1 Análisis general de redes sociales de Galería Quimbita**

**Tabla 4.** Canales de difusión de Olmedo Quimbita

|                          | <b>Facebook</b>   | <b>Instagram</b>   |
|--------------------------|---|--|
| <b>Fecha de creación</b> | Su perfil de Facebook se abrió el miércoles 22 de septiembre - 2010, haciendo también sus primeras publicaciones, fotos de un evento como perfil y post de su muro. | Su Instagram se creó en agosto del 2017. Su primer post se dio el viernes 27 de julio del 2018, una foto de él junto a un cuadro, promoviendo la visita a las Peñas. |

|  |  |  |
|--|--|--|
| <p><b>Tipo de información que se difunde</b></p> | <p>Quimbita compartió constantemente sus obras, en donde resalta su forma artística de pintar, como expresiones cubistas e indigenistas; además tiene un buen manejo comunicacional hacia su público dando referencia al progreso de sus obras, mostrando en qué medios lo entrevistaron, como la publicación del domingo 12 de junio - 2022 que se muestra cómo la agencia de noticias EFE lo cataloga como representante del arte.</p> | <p>El Instagram de Quimbita no cambia de su Facebook. Publica en menor medida, pero es algo común allí para causar impacto.</p> <p>Se diferencia de Mafaldo, el cual solo publicaba aquí más sus obras, Quimbita procede a un manejo comunicacional mixto, donde sus obras destacan, pero este también figura en medios. Además de dar comunicados, datos de su biografía, y establecimientos.</p> |
|  | <p>Su cuenta de Facebook tiene 2 459 amigos. Se aprecian sus obras con sobresaliente difusión, mezclada con su vida profesional y personal, como la publicación del 31 de julio - 2021, donde comparten conocer a Tania Tinoco, quien fallecería casi 10 meses después (21 de mayo - 2022) en este post obtuvo 121 reacciones (103 me gusta, 14 me encanta, 3 me divierte, y 1 me</p>  | <p>El Instagram @quimbita.artista tiene en total 108 post, 1580 followers, y 132 usuarios a los que Quimbita sigue.</p> <p>Destacan post por su mezcla entre sus obras y entorno social, como el video</p>   |

|  |   |  |
|--|---|--|
| <p style="text-align: center;"><b>Alcance promedio mensual</b></p> | <p>importa), más 9 comentarios y 3 share. Logró el resultado mensual en reacciones de:</p> <p><b>2021 – julio:</b> 525 me gusta, 98 me encanta, 5 me divierte, 3 me importa, 1 enoja, 64 comentarios, 55 compartidas y 19243 vistas</p> <p><b>2021 – agosto:</b> 50 me gusta, 17 me encanta, 3 comentarios, 17 compartidas, 7 814 reproducciones.</p> <p><b>2021 – septiembre:</b> 204 me gusta, 33 me encanta, 3 me importa, 1 me asombra, 15 comentarios, 4 share.</p> <p><b>2021 – octubre:</b> 803 me gusta, 118 me encanta, 8 me importa, 1 me divierte, 139 comentarios, 106 compartidas, 30 699 vistas.</p> <p><b>2021 – noviembre:</b> 13 me gusta, 3 me encanta, 2 comentarios, 4 share.</p> <p><b>2021 – diciembre:</b> 67 me gusta, 12 me encanta, 1 me importa, 16 comentarios, 4 veces compartidas.</p> <p><b>2022 – enero:</b> 0.</p> <p><b>2022 – febrero:</b> 134 me gusta, 16 me encanta, 9 me importa, 12 comentarios, 7 share, 464 vistas.</p> | <p>donde pinta al aire libre en la playa, publicado el 18 de abril - 2022, con 417 vistas / 71 me gustas. Obteniéndose así el resultado por mes en reacciones de:</p> <p><b>2021 – julio:</b> 220 me gusta y 646 vistas.</p> <p><b>2021 – agosto:</b> 96 me gusta, 163 vistas.</p> <p><b>2021 – septiembre:</b> 0.</p> <p><b>2021 – octubre:</b> 58 me gustas y 253 vistas.</p> <p><b>2021 – noviembre:</b> 0.</p> <p><b>2021 – diciembre:</b> 37 me gusta y 266 vistas.</p> <p><b>2022– enero:</b> 0.</p> <p><b>2022– febrero:</b> 0.</p> |
|--|---|--|

|  |  |   |
|--|--|---|
|  | <p><b>2022- marzo: 0</b></p> <p><b>2022 – abril:</b> 1173 me gusta, 159 me encantas, 15 share, 100 comentarios, 59 compartidas, 8475 vistas.</p> <p><b>2022 – mayo:</b> 677 me gusta, 158 me encanta, 11 me importa, 1 me asombra, 78 comentarios, 47 compartidas, 1709 vistas.</p> <p><b>2022 – Junio:</b> 320 me gusta, 52 me encanta, 12 me importa, 62 share, 14 compartidas, 1695 vistas.</p> <p><b>2022 – julio:</b> 486 me gusta. 92 me encanta, 7 me importa, 61 comentarios, 77 share, 5380 vistas.</p> <p>De los 4452 me gusta, 758 me encanta, 6 me divierte, 59 me importa, 1 me enoja, 2 me asombra, 552 comentarios, 394 compartidas, y 56479 vistas recolectadas de julio del 2021 a julio del 2022 dan un promedio mensual de 371 me gustas, 63 me encanta, 5 me importa, 46 comentarios, 33 compartidas, 4706 vistas, 1 me divierte intermitente, 1 me enoja anual, y 1 me asombra semestral.</p> | <p><b>2022- marzo:</b> 54 me gusta.</p> <p><b>2022 – abril:</b> 141 me gusta y 417 vistas.</p> <p><b>2022 – mayo:</b> 157 me gusta.</p> <p><b>2022 – Junio:</b> 0.</p> <p><b>2022 – julio:</b> 482 me gusta y 2674 vistas.</p> <p>Los 1245 me gusta y 4419 vistas de julio del 2021 a julio del 2022 promedian 104 me gusta, y 368 vistas mensuales.</p> <p>Sobresalen <b>julio</b> y <b>agosto</b> del <b>2021</b>, temporadas de auge turístico debido a fiestas regionales y nacionales, como la Independencia de Gquil., y Primer Grito de Independencia.</p> |
|--|--|---|

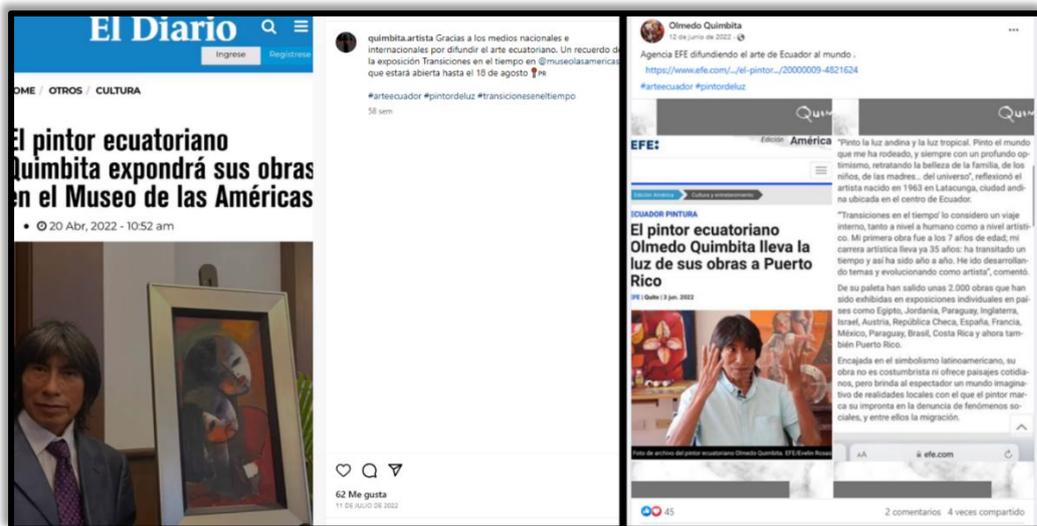
|  |  |   |
|--|--|---|
|  | <p>Los meses con mayor reacción del <b>2021</b> fueron <b>julio</b> y <b>octubre</b>, por fundación e independencia de Gquil.</p> <p>En 2022 son <b>abril, mayo, y julio</b>, al ser épocas de evocación cultural.</p> | <p>Tuvo <b>abril, mayo, y julio</b> del <b>2022</b> mayor reacción por Gquil., día mundial del Arte, y la semana Santa y Educación Artística.</p> |
|--|--|---|

Elaborado: Mite, F. (2023)

### 3.5.3.2 Publicaciones del Facebook de Olmedo Quimbita Panchi

Olmedo Quimbita es un pintor que tiene un gran contacto comunicativo con su público, combina apropiadamente su vida artística, y sus éxitos profesionales para generar expectativa en sus seguidores, como demostrar que su pintura realizada en una playa puede crearle un valor de referencia internacional al ser expuesta en un museo caribeño, y crear de ello otro post por la publicación de un diario boricua, para originar un proceso difusor de casi un mes, y mantener a su audiencia pendiente.

Figura 22. Facebook – Mezcla difusora de Quimbita



Nota. Mezcla difusora de Instagram y Facebook sobre un hecho durante un mes [Screenshot de publicaciones de Instagram y Facebook]

Fuente: Quimbita, O., 2022, Facebook & Instagram

**Figura 23.** Promoción de Galerías - Quimbita



*Nota.* *Visitas en galería Quimbita* - Promoción de la galería Quimbita por la periodista María Sol Galarza [Screenshot de video]

**Fuente:** Quimbita, O., 2021, Facebook

**Tabla 5.** Análisis del Facebook de Olmedo Quimbita 1

| Tema  | Fecha   | Interacciones  |
|---|---|--|
| Video que promociona visitar la galería por parte de una misma visitante, la reconocida periodista María Sol Galarza. | Jueves, 29 de julio del 2021, a las 21:10 pm. | 86 reacciones: 76 me gusta, y 6 me encanta.<br><br>09 comentarios.<br><br>353 visualizaciones. |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Figura 24. Diario El Universo – Trayectoria de Quimbita**



*Nota. Un agradecimiento al diario el Universo por la publicación de 35 años de trayectoria artística - Nota del diario El Universo - 35 años de trayectoria de Quimbita [Screenshot de imagen en biografía]*

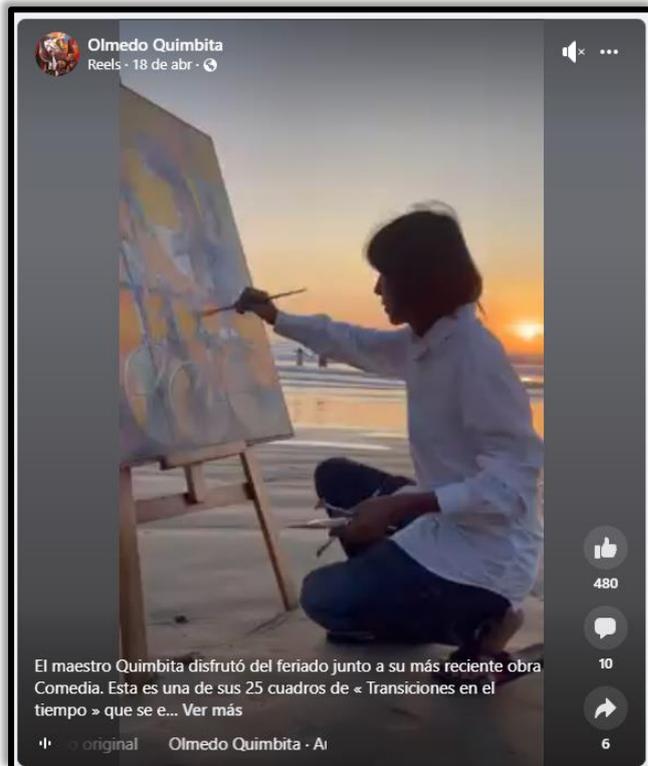
**Fuente:** Quimbita, O., 2021, Facebook

**Tabla 6. Análisis del Facebook de Olmedo Quimbita 2**

| Tema  | Fecha   | Interacciones  |
|---|---|--|
| Quimbita agradece por la nota de sus 35 años de trayectoria en el diario El Universo. | Martes, 19 de octubre - 2021, a las 12:27 am. | 126 reacciones: 104 me gusta, y 22 me encanta.<br><br>36 comentarios.<br><br>12 veces compartidos. |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Figura 25.** Reel de Quimbita – Museo Las Américas



Nota. *El maestro Quimbita disfrutó del feriado junto a su más reciente obra Comedia. Esta es uno de sus 25 cuadros - Reel de Quimbita pintando un cuadro que se expondría en el Museo de Las Américas Puerto Rico [Screenshot de reel]*

**Fuente:** Quimbita, O., 2022, Instagram

**Tabla 7.** Análisis del Facebook de Olmedo Quimbita 3

| Tema   | Fecha                        | Interacciones  |
|--|------------------------------|--|
| Quimbita pintando uno de los 25 cuadros que se expusieron en el Museo de Las Américas de Puerto Rico (territorio de ultramar de Estados Unidos). | Lunes, 18 de abril del 2022. | 480 reacciones: 480 me gusta.<br><br>10 comentarios.<br><br>06 veces compartidos.<br><br>7 207 reproducciones. |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Figura 26. Diario El Nuevo Día - ¡Que vivan los museos!**



*Nota. Exposición #Transicioneseneltiempo en San Juan, Puerto Rico PR - Publicación del diario puertorriqueño El Nuevo Día [Screenshot de publicación de biografía]*

**Fuente:** Quimbita, O., 2022, Facebook

**Tabla 8. Análisis del Facebook de Olmedo Quimbita 4**

| Tema   | Fecha  | Interacciones  |
|--|--|--|
| Publicación del diario El Nuevo Día de Puerto Rico, sobre la exposición de La Transición en el Tiempo que ya Quimbita había difundido desde hace un mes. | Miércoles, 18 de mayo del 2022, a las 15:06. | 99 reacciones: 80 me gusta, 18 me encanta, 1 me importa.<br><br>10 comentarios.<br><br>02 veces compartidos. |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Figura 27.** Video promotor – Galería Quimbita



*Nota.* Siempre es bueno volver a Las Peñas, el corazón de Guayaquil. Y aquí, justamente, por las fiestas de Julio - Video promotor del Barrio Las peñas en las fiestas julianas [Screenshot de video]

**Fuente:** Quimbita, O., 2022, Facebook

**Tabla 9.** Análisis del Facebook de Olmedo Quimbita 5

| Tema   | Fecha                                     | Interacciones   |
|--|---|---|
| Video promoviendo las visitas en las galerías artísticas del barrio de Las Peñas a través de una breve narración de la vida de Quimbita, en las fiestas julianas de Gquil. | Lunes, 11 de julio del 2022, a las 11:22. | 177 reacciones: 141 me gusta, 33 me encanta, 3 me importa.<br>21 comentarios.<br>38 veces compartidos.<br>1510 visualizaciones. |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

### 3.5.3.3 Publicaciones del Instagram del artista Olmedo Quimbita

Las publicaciones de Instagram de Quimbita no son muy diferente a las de su Facebook, más que la obvia regla de esta red social que es no abarrotar de publicaciones como en otras, sino mermar la información expuesta.

**Figura 28.** Video promotor de fiestas Julianas



*Nota.* Espacio Cultural Plaza de la Fuente tiene el agrado de invitarlos a la exposición Caballos en la luz - Video promotor del Barrio Las peñas en las fiestas julianas [Screenshot de video]

**Fuente:** Quimbita, O., 2021, Instagram

**Tabla 10.** Análisis del Instagram de Olmedo Quimbita 1

| Tema  | Fecha                         | Interacciones  | Hashtags   |
|---|-------------------------------|--|--|
| Exposición de "Caballos en la luz", Plaza Lagos Town Center de Guayaquil. | Jueves, 01 de julio del 2021. | 21 me gusta.<br>01 comentarios.<br>207 reproducciones. | #plazalagos<br>#Quimbita<br>#samborondon<br>#plazadela fuente<br>#olmedoquimbita |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Figura 29.** Promoción de Galerías Quimbita



*Nota. Visite nuestras "galerías de arte Quimbita", le esperamos. - Olón, (Hostal) Frente a la iglesia de Olón, prov. de Santa Elena - Promoción de visitas a galerías de Quimbita, entre ellas en Las Peñas [Screenshot de flyer]*

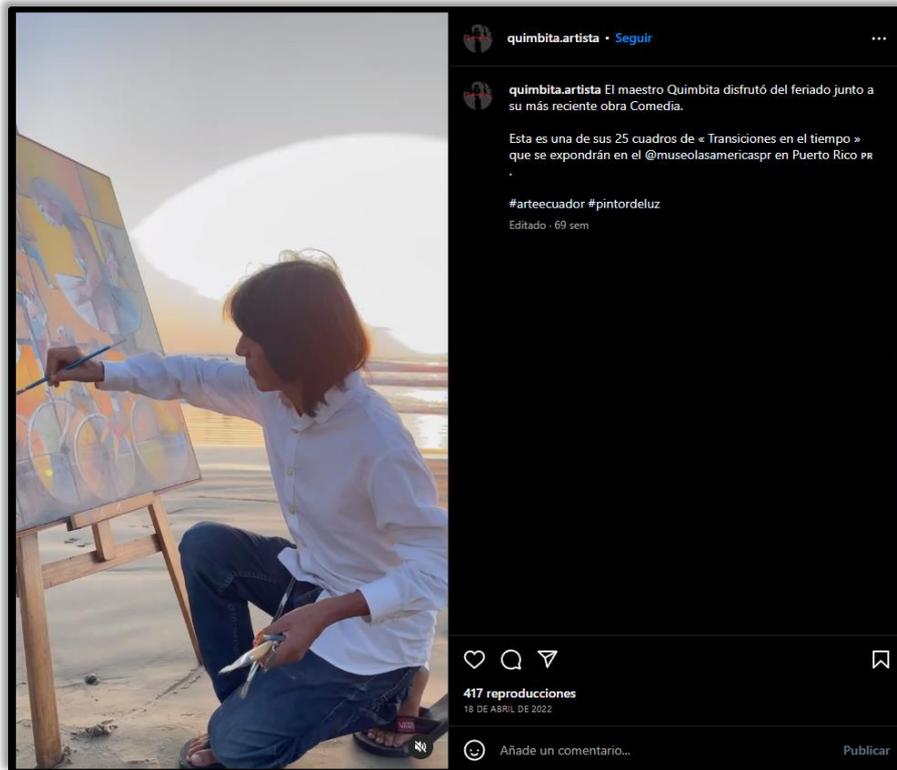
**Fuente:** Quimbita, O., 2021, Instagram

**Tabla 11.** Análisis del Facebook de Olmedo Quimbita 2

| Tema  | Fecha                          | Interacciones  |
|---|--------------------------------|--|
| Promoción de las galerías de Quimbita con imagen de un reportaje de Gamavisión, combinación de lo tradicional con lo digital que tanto lo caracteriza. Atrayendo visitas a varias galerías, entre ellas la del barrio de Las Peñas. | Sábado, 07 de agosto del 2021. | 39 me gustas<br>02 comentarios.<br>00 respuestas del creador.<br>163 reproducciones. |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Figura 30.** *Quimbita pintando “Comedia” en la playa*



*Nota.* El maestro Quimbita disfrutó del feriado junto a su más reciente obra *Comedia*. - Quimbita pintando “Comedia”, de la exposición “Transiciones en el tiempo” [Screenshot de video]

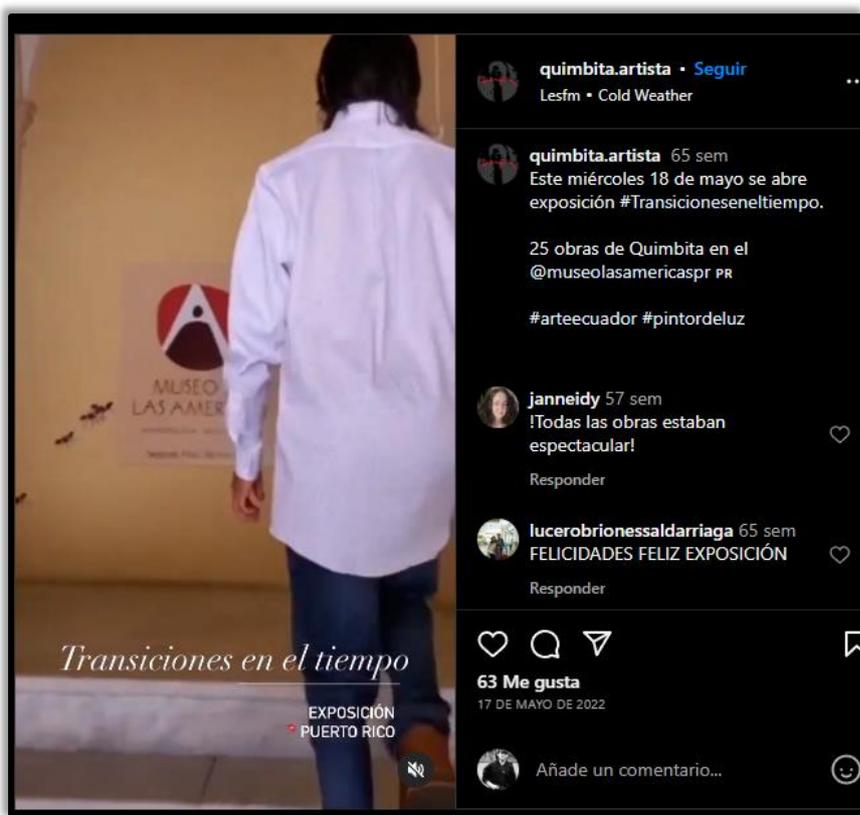
**Fuente:** Quimbita, O., 2022, Instagram

**Tabla 12.** Análisis del Facebook de Olmedo Quimbita 3

| Tema  | Fecha                        | Interacciones   | Hashtags                     |
|---|------------------------------|---|------------------------------|
| Promueve el contacto con el público, al pintar la obra <i>Comedia</i> , uno de 25 cuadros de “Transiciones en el tiempo”. | Lunes, 18 de abril del 2022. | 71 me gusta.<br>00 comentarios.<br>00 respuestas del creador.<br>417 visitas. | #arteecuador<br>#pintordeluz |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Figura 31.** Convocatoria a la exposición “Transiciones en el tiempo”



*Nota.* Este miércoles 18 de mayo se abre exposición #Transicioneseneltiempo. 25 obras de Quimbita en el @museolasamericaspr PR #arteecuador #pintordeluz - Convocatoria de visitas a la exposición “Transiciones en el tiempo” [Screenshot de video]

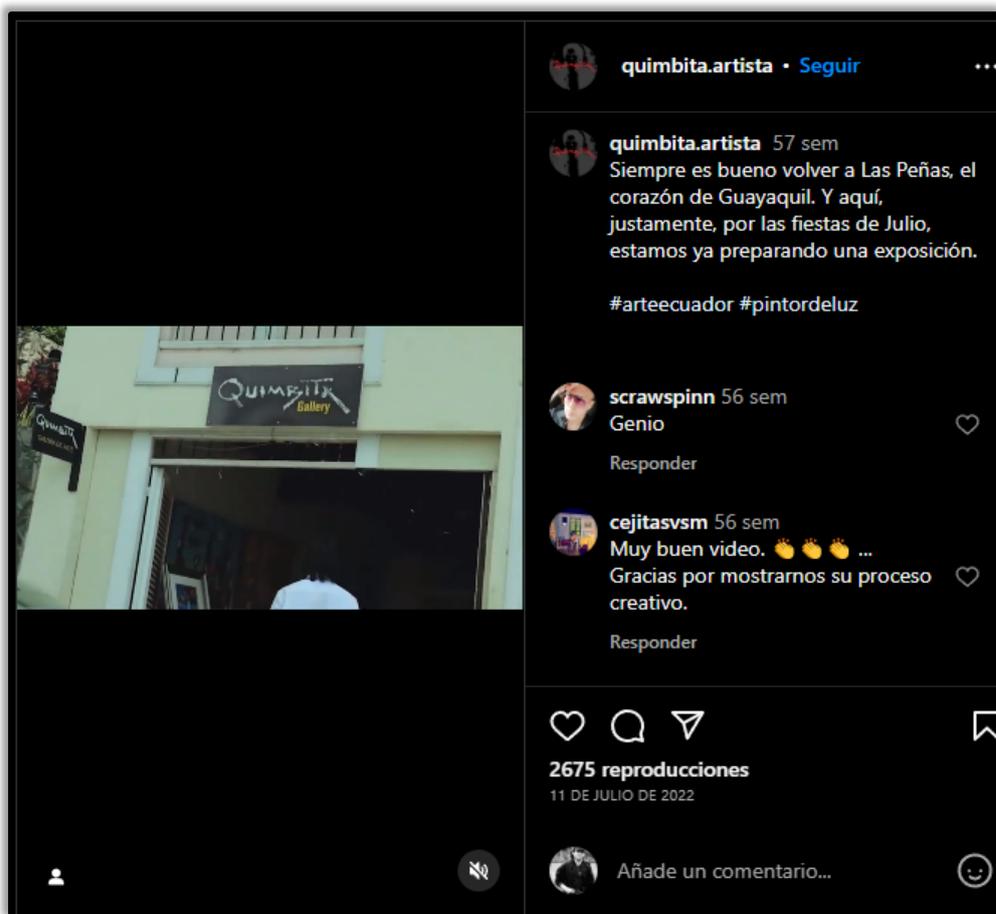
**Fuente:** Quimbita, O., 2022, Instagram

**Tabla 13.** Análisis del Facebook de Olmedo Quimbita 4

| Tema   | Fecha                        | Interacciones   | Hashtags  |
|--|------------------------------|---|---|
| Video que atrae a las masas a asistir antes de exponerse de “Transiciones en el tiempo”. | Martes, 17 de mayo del 2022. | 63 me gusta.<br>06 comentarios.<br>00 respuestas del creador. | #Transicioneseneltiempo<br><br>#arteecuador<br>#pintordeluz |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Figura 32.** Convocatoria a Las Peñas



*Nota. Siempre es bueno volver a Las Peñas, el corazón de Guayaquil. Y aquí, justamente, por las fiestas de Julio - Video que convoca a la audiencia a la Galería Quimbita – Las Peñas [Screenshot de video]*

**Fuente:** Quimbita, O., 2022, Instagram

**Tabla 14.** Análisis del Facebook de Olmedo Quimbita 5

| Tema   | Fecha                       | Interacciones  | Hashtags                     |
|--|-----------------------------|--|------------------------------|
| Video convoca a la audiencia para visitar Las Peñas en fiestas julianas. | Lunes, 11 de julio del 2022 | 200 me gustas<br>06 comentarios.<br>2 675 reproducciones | #arteecuador<br>#pintordeluz |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

### 3.5.3.4 Análisis general de las redes sociales de Galería Mafaldo

Tabla 15. Canales de difusión de Galería Mafaldo

|   | Facebook  | Instagram   |
|---|---|---|
| <b>Fecha de creación</b>                  | El perfil se creó el jueves, 11 de noviembre del 2010.  | Se unió el lunes, 05 de febrero del 2018.   |
| <b>Tipo de información que se difunde</b> | El pintor vincula sus creaciones artísticas en óleo o pintura convencional; parte de su vida personal para crear un contacto humano con la audiencia; información cultural diversa como post de canciones de antaño; y publicaciones de curiosidad de Guayaquil (como el video del 4 de marzo que habla de Las Peñas de @Hakunamatataxelmundo).       | Post de los cuadros terminados y en proceso. También se difunde la presentación de sus obras como muestra en un ambiente cerrado. Agradece el patrullaje policial durante pandemia (28 de agosto - 2021). Recuerda a la audiencia fechas de importancia como “Mes de las Artes”.                  |
| <b>Alcance promedio mensual</b>           | Tiene 1236 amigos, y 383 followers, obteniendo la reacción de casi 150 personas, como el post de arte semiabstracto titulado “Pescadores en sinfonía de colores” del 15 de noviembre - 2022 con 151 reacciones. Consiguió el resultado mensual en reacciones de:<br><br><b>2021 – julio:</b> 47 me gusta, 9 me encanta, 1 me importa, 44 comentarios. | Su Instagram tiene 2188 seguidores. Reaccionan usualmente 189 usuarios, como el abstracto a óleo del 5 de febrero - 2022. Aquí se da a conocer su forma de trabajo y cobro, que demuestra la correcta vía artística. El resultado mensual en reacciones:<br><br><b>2021 - julio:</b> 75 me gusta. |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | <p><b>2021 – agosto:</b> 0.</p> <p><b>2021 – septiembre:</b> 44 me gusta, 8 me encanta, 1 me importa, 17 comentarios.</p> <p><b>2021 – octubre:</b> 228 me gusta, 42 me encanta, 4 me importa, 186 comentarios, 8 share.</p> <p><b>2021 – noviembre:</b> 37 me gusta, 11 me encanta, 1 me importa, 11 comentario, 2 share.</p> <p><b>2021 – diciembre:</b> 41 me gusta, 6 me encanta, 1 me importa, 11 comentarios.</p> <p><b>2022 – enero:</b> 0.</p> <p><b>2022 – febrero:</b> 362 me gusta, 68 me encanta, 7 me importa, 121 comentarios, 11 share.</p> <p><b>2022 – marzo:</b> 0.</p> <p><b>2022 – abril:</b> 120 me gusta, 17 me encanta, 1 me importa, 37 comentarios, 5 share.</p> <p><b>2022 – mayo:</b> 58 mg, 10 mnc., 1 me asombra, 33 comentarios, 4 share.</p> | <p><b>2021 – agosto:</b> 78 me gusta.</p> <p><b>2021 – septiembre:</b> 108 me gusta.</p> <p><b>2021 – octubre:</b> 16 me gustas.</p> <p><b>2021 – noviembre:</b> 28 me gustas.</p> <p><b>2021 – diciembre:</b> 0.</p> <p><b>2022 – enero:</b> 227 me gusta.</p> <p><b>2022 – febrero:</b> 237 me gusta.</p> <p><b>2022 – marzo:</b> 57 me gusta.</p> <p><b>2022 – abril:</b> 33 me gusta.</p> <p><b>2022 – mayo:</b> 230 me gusta, y 441 vistas.</p> <p><b>2022 – junio:</b> 97 me gusta.</p> |
|--|---|---|

|  |  |   |
|--|--|---|
|  | <p><b>2022 – junio:</b> 12 me gusta, 2 me encanta, 5 share.</p> <p><b>2022 – julio:</b> 126 me gusta, 28 me encanta, 3 me importa, 45 comentarios, 14 share.</p> <p>Las 1075 me gusta, 201 me encanta, 19 me importa, 494 comentarios, 49 compartidas que dan el promedio de 90 me gusta, 17 me encanta, 2 me importa, 41 comentarios, 4 share por mes.</p> <p>Destacan <b>julio</b> y <b>octubre</b> del <b>2021</b>, épocas turísticas por fundación e independencia guayaquileña. Del <b>2022</b> sobresalen <b>febrero</b>, <b>abril</b>, y <b>julio</b>, importantes por San Valentín, Semana Santa, Día Mundial del Arte, y la fundación nuevamente.</p> | <p><b>2022 - julio:</b> 13 me gusta.</p> <p>Los 1199 me gusta y 442 vistas de julio - 2021 a julio - 2022 promedian 100 reacciones y 37 vistas mensuales.</p> <p>Sobresalen <b>julio</b>, <b>agosto</b>, y <b>septiembre</b> en <b>2021</b> por su significado patrio, y su relación con el arte, como el Día Internacional del Artista Plástico en septiembre. En el <b>2022</b> resaltan <b>enero</b>, <b>febrero</b>, y <b>mayo</b>, este último integra la semana de Educación Artística.</p> |
|--|--|---|

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

### 3.5.3.5 Publicaciones en Instagram de la galería de Mafaldo Rodríguez

Las publicaciones de Instagram se destacan por combinar la profesionalidad del artista con sus pinturas, pues, son netamente los cuadros que resaltan, bajo las siguientes temáticas: cómo se los puede ubicar en el interior del hogar u oficina; cuánto miden; su significado; la composición en técnicas y materiales; valores más ofertas; lo que acompaña la variedad del clasismo, modernismo y abstraccionismo.

**Figura 33.** Cuadro de Mafaldo – Vista de Las Peñas



*Nota.* Barrio las Peñas vista desde el Río Guayas. [Screenshot de publicación]

**Fuente:** Mafaldo, A., 2021, Instagram

**Tabla 16.** Análisis del Instagram de Galería Mafaldo 1

| Tema  | Fecha                         | Interacciones   | Hashtags   |
|---|-------------------------------|---|--|
| Óleo en lona "Las peñas vistas desde el Río Guayas" | Domingo 25 de julio del 2021. | 54 me gustas.<br>4 comentarios.<br>1 respuesta del creador. | #Guayaquil #laspeñas<br>#puertosantaana<br>#vivaguayaquil<br>#fiestasjulianas<br>#GaleriaMafaldo #oleooriginal<br>#oleosobrelienzo #artist<br>#artdesign #artdeco #art |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Figura 34.** Agradecimiento por seguridad policial en Galería Mafaldo



*Nota.* Estamos agradecidos con el @municipiogy que al fin contamos con vigilancia privada y policial lo cual redundará en beneficio - Agradecimiento y muestra de seguridad en la zona de la galería [Screenshot de publicación]

**Fuente:** Mafaldo, A., 2021, Instagram

**Tabla 17.** Análisis del Instagram de Galería Mafaldo 2

| Tema  | Fecha                           | Interacciones   | Hashtags  |
|---|---------------------------------|---|---|
| Agradece por el cuidado policial y privado del barrio de Las Peñas, lo que proporciona seguridad a la audiencia para visitar la zona. | Viernes, 27 de agosto del 2021. | 27 me gustas.<br>0 comentarios.<br>0 respuesta del creador. | #municipiodeguayaquil<br>#laspeñas #puertosantaana<br>#edificiothepoint #santanalofts<br>#Samborondón #laaurora<br>#lapuntilla #ciudadceleste<br>#manta #machala #cumbaya<br>#galeriaMafaldo #fineart<br>#artefigurativo #arteycultura<br>#tallerdearte #deco #artist<br>#interiorismo #retratoaloleo<br>#cuadrosmodernos #art<br>#paisajesaloleo #floresaloleo |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Figura 35. Cuadro “Portón Andino” – Biografía de Mafaldo**



*Nota. Portón Andino - Formato: 55cmx46cm - Si mi obra despierta la memoria de quien la observa, he logrado mi objetivo. [Screenshot de publicación]*

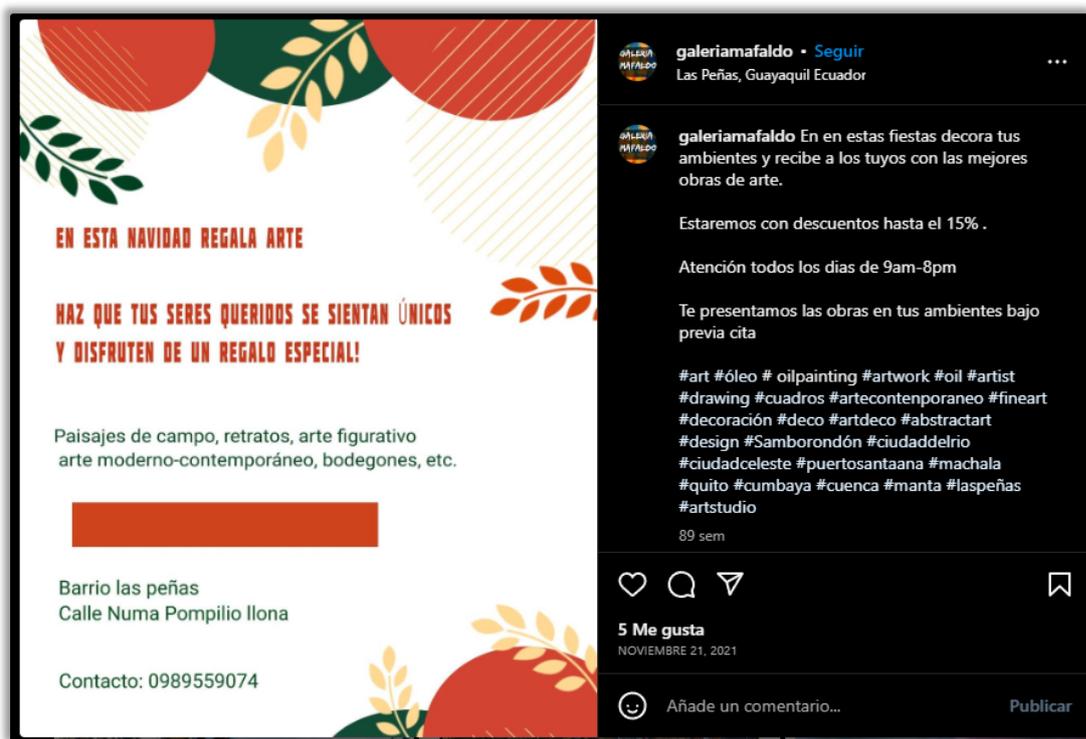
**Fuente:** Mafaldo, A., 2021, Instagram

**Tabla 18. Análisis del Instagram de Galería Mafaldo 3**

| Tema  | Fecha                              | Interacciones   | Hashtags   |
|---|------------------------------------|---|--|
| Óleo “Portón Andino” destaca brevemente en la descripción la biografía de Mafaldo para que su público conozca más sobre él. | Jueves, 02 de septiembre del 2021. | 40 me gustas.<br>01 comentario.<br>0 respuesta del creador. | #pasiajeburbano #cuenca #laspeñas #óleooriginal #cumbaya #laRonda #óleosobrelienzo #salas #design #galeriaMafaldo #Quitoantiguo #Quito #valledeloschillos #oiloncanvas #artdeco #impresionismo #manta #paisajealóleo #laspeñas #centrohistórico #atelier |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Figura 36.** Comunicado navideño desde noviembre



*Nota.* En estas fiestas decora tus ambientes y recibe a los tuyos con las mejores obras de arte. Estaremos con descuentos. - Comunicado para atraer a la audiencia en Navidad desde noviembre [Screenshot de flyer]

**Fuente:** Mafaldo, A., 2021, Instagram

**Tabla 19.** Análisis del Instagram de Galería Mafaldo 4

| Tema  | Fecha                              | Interacciones  | Hashtags   |
|---|------------------------------------|--|--|
| Comunicado para atraer a las masas y adquirir óleos para Navidad desde noviembre. | Domingo, 21 de noviembre del 2021. | 05 me gustas.<br>01 comentario.<br>0 respuestas del creador. | #art #óleo # oilpainting #artwork #oil #artist #drawing #cuadros #artecontemporaneo #fineart #decoración #deco #artdeco #abstractart #design #Samborondón #ciudaddelrio #ciudadcelestee #puertosantaana #machala #quito #cumbaya #cuenca #manta #laspeñas #artstudio |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Figura 37.** Promoción de “Arco de Darwin”



*Nota. Disponible Cuadro al Óleo / Lona. Marco flotador dorado Arco de Darwin Formato: 165 cm x 125 cm Obra Original [Screenshot de publicación]*

**Fuente:** Mafaldo, A., 2022, Instagram

**Tabla 20.** Análisis del Instagram de Galería Mafaldo 5

| Tema  | Fecha                         | Interacciones   | Hashtags   |
|---|-------------------------------|---|--|
| La promoción de cuadro con marco flotador, titulado “Arco de Darwin”, se promocionó con publicidad cibernética. | Sábado, 20 de enero del 2022. | 135 me gustas.<br>09 comentarios.<br>02 respuestas del creador. | #artistsoninstagram<br>#artstudio #artstudio_post<br>#artdesign #artoftheday<br>#laspeñas #quito #cuenca<br>#abstractosfigurativo<br>#abstractart #oilpainting<br>#oil #originalpainting<br>#originalartwork #artdeco<br>#designinterior #design<br>#artwork #modernart<br>#cumbayá #artemoderno |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Figura 38.** Publicidad de obra al óleo



*Nota. Obra al Óleo Disponible 180 cm x 100 cm 2022 Te presentamos la obra en tus ambientes bajo previa cita. - Obra al óleo que destaca como un gancho publicitario [Screenshot de publicación]*

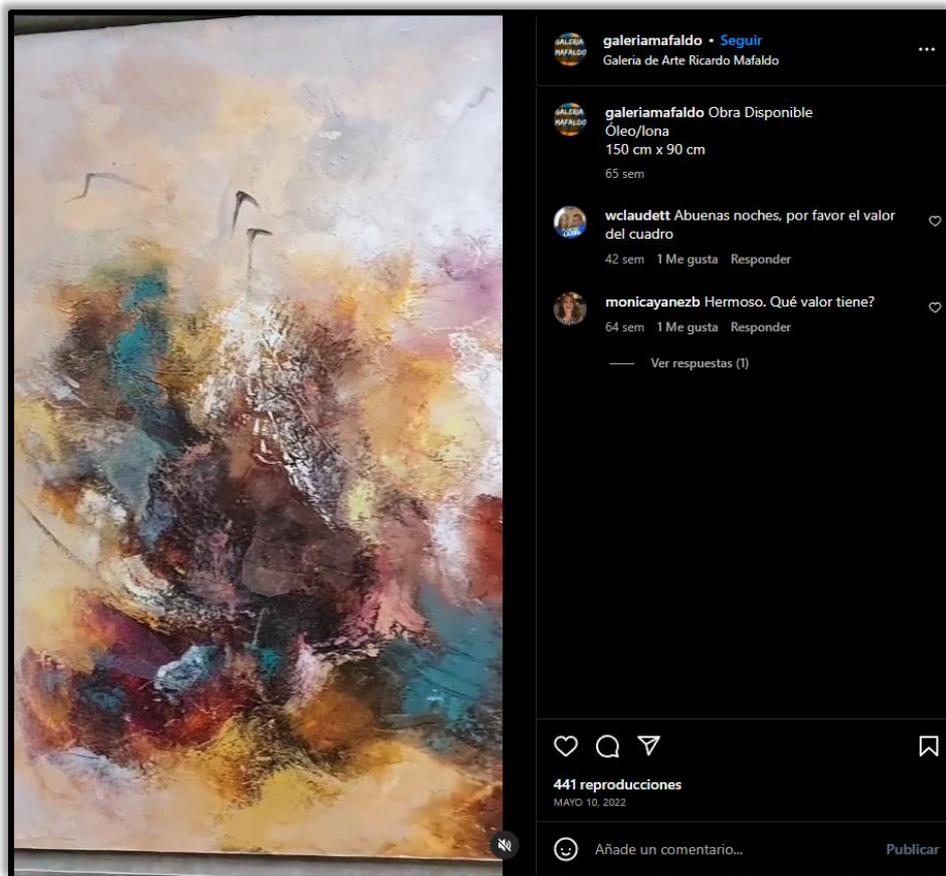
**Fuente:** Mafaldo, A., 2022, Instagram

**Tabla 21.** Análisis del Instagram de Galería Mafaldo 6

| Tema  | Fecha                           | Interacciones  | Hashtags  |
|---|---------------------------------|--|---|
| Óleo que se enfatiza con publicidad que atrae a un público como gancho. | Sábado, 05 de febrero del 2022. | 189 me gusta.<br>08 comentarios<br>0 respuestas del creador. | #óleosobrelienzo #oilpainting<br>#artdeco #abstractart<br>#figurativoabstracto<br>#paisajesaloleo<br>#retratosaloleo #artwork<br>#artinstagram #cuenca<br>#designinterior #design<br>#decoracióndeinteriores<br>#machala #loja #cumbayá<br>#puembo #tumbaco |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Figura 39.** Video interactivo del desarrollo de una obra



*Nota.* Obra Disponible Óleo/lona 150 cm x 90 cm - Muestra de un cuadro en video interactivo [Screenshot de video]

**Fuente:** Mafaldo, A., 2022, Instagram

**Tabla 22.** Análisis del Instagram de Galería Mafaldo 7

| Tema   | Fecha                       | Interacciones  | Hashtags      |
|--|-----------------------------|--|---------------|
| Video de unos cuantos segundos que muestra el desarrollo de un cuadro para llamar la atención por el vínculo de una muestra. | Martes, 10 de mayo del 2022 | 441 reproducciones.<br>15 me gustas.<br>2 comentarios.<br>1 respuesta del creador. | Sin hashtags. |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

### 3.5.3.6 Publicaciones de Facebook de la galería de Mafaldo Rodríguez

Como es característico de Facebook, este perfil expone el lado humano del artista, a través del sentimentalismo por escenarios que apelan la preocupación de los usuarios, así el pintor no solo se vuelve un moderador de la cultura en el mundo digital o un comerciante de sus obras, sino también un individuo más de la sociedad que vincula su trabajo y vida personal con su pasión. No hace uso de hashtags.

**Figura 40.** Facebook de Antonio Mafaldo



*Nota.* Foto de perfil que demuestra el lado humano del artista [Screenshot de foto de perfil]

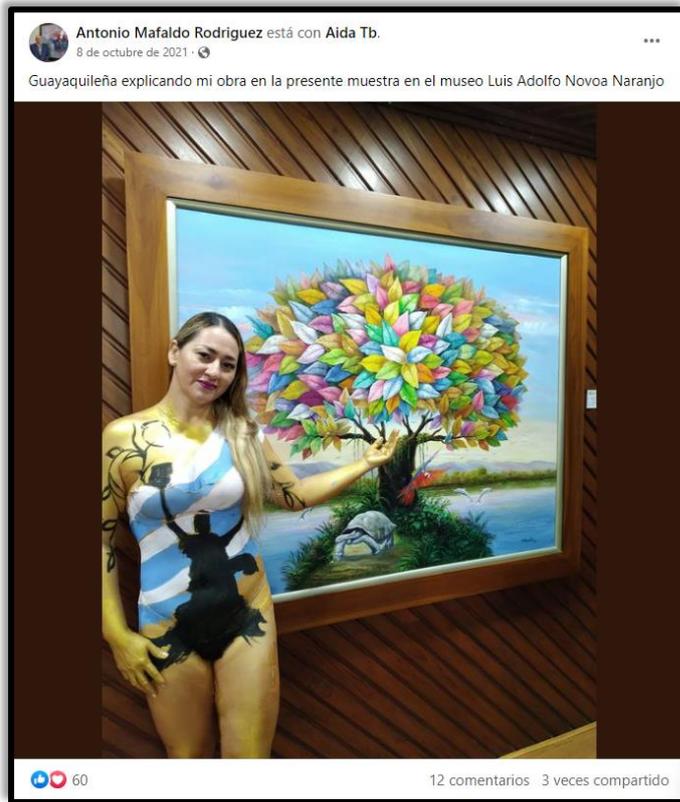
**Fuente:** Mafaldo, A., 2021, Facebook

**Tabla 23.** Análisis del Facebook de Antonio Mafaldo 1

| Tema  | Fecha  | Interacciones  |
|---|--|--|
| Humanizar la red demostró que el pintor es un hombre de familia. Mejora la imagen del artista que apela por los sentimientos. | Viernes, 23 de julio del 2021, a las 10:01 am. | 57 reacciones: 47 me gusta / 9 me encanta / 1 me importa.<br>30 comentarios.<br>14 respuestas del creador. |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Figura 41.** Explicación en body painting sobre obras de Mafaldo



*Nota. Guayaquileña explicando mi obra en la presente muestra en el museo Luis Adolfo Novoa Naranjo - Explicación en “body painting” de la obra de Mafaldo en Museo [Screenshot de publicación]*

**Fuente:** Mafaldo, A., 2021, Facebook

**Tabla 24.** Análisis del Facebook de Antonio Mafaldo 2

| Tema  | Fecha  | Interacciones   |
|---|--|---|
| Exposición de la obra de Mafaldo, junto a su explicación por modelo en “body painting” en el Museo Luis Adolfo Novoa Naranjo. | Viernes, 08 de octubre del 2021, a las 18:36 pm. | 60 reacciones: 42 me gustas, 16 me encanta, y 2 me importa.<br><br>12 comentarios.<br><br>3 veces compartido. |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Figura 42.** *Mafaldo junto a artesanas cuzqueñas*



*Nota. Hermosas artesanas muy creativas del pueblo d Chinchero Cuzco*  
 [Screenshot de publicación]

**Fuente:** Mafaldo, A., 2022, Facebook

**Tabla 25.** *Análisis del Facebook de Antonio Mafaldo 3*

| Tema   | Fecha   | Interacciones  |
|--|---|--|
| Mafaldo al ser peruano vincula sus orígenes con su público para hacer de su vida privada también un efecto de marketing. | martes, 08 de febrero del 2021, a las 10:54 am. | 48 reacciones: 41 me gusta, 6 me encanta, y 1 me importa.<br>12 comentarios.<br>0 respuestas del creador.<br>3 veces compartido. |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Figura 43.** *Entrevista radial con Mafaldo*



*Nota.* Foto de perfil de Mafaldo en entrevista radial difundiendo su cultura artística a través de la pintura [Screenshot de foto de perfil]

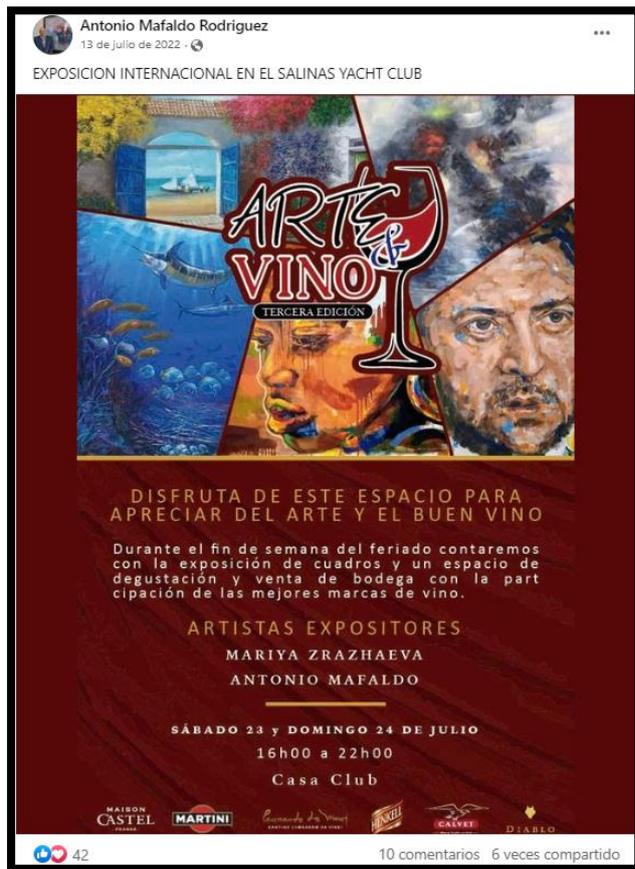
**Fuente:** Mafaldo, A., 2022, Facebook

**Tabla 26.** *Análisis del Facebook de Antonio Mafaldo 4*

| Tema   | Fecha  | Interacciones  |
|--|--|--|
| Mafaldo compartió una fotografía durante entrevista radial de información cultural, como creador de obras pictóricas en una zona de importancia artística. | Miércoles, 20 de abril del 2022, a las 21:35 pm. | 45 reacciones: 41 me gustas, 6 me encanta.<br><br>13 comentarios<br><br>0 respuestas del creador |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Figura 44.** Comunicado sobre exposición de Arte y vino



*Nota.* Exposición internacional en el Salinas Yacht Club [Screenshot de flyer]

**Fuente:** Mafaldo, A., 2022, Facebook

**Tabla 27.** Análisis del Facebook de Antonio Mafaldo 5

| Tema   | Fecha  | Interacciones  |
|--|--|--|
| Invitación digital para que su público asista a su exposición pictórica de “Arte y Vino” con Mariya Zrazhaeva en Yacht Club (Salinas – Santa Elena). | Miércoles, 13 de julio del 2022, a las 15:04 pm. | 42 reacciones: 35 me gustas, 6 me encanta, y 1 me importa.<br><br>07 comentarios.<br><br>03 respuestas del creador.<br><br>06 veces compartidos. |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

### 3.5.3.7 Análisis general de RRSS de Navarrete – InspiracionesJN

Cabe aclarar que a diferencia de Mafaldo o Quimbita, Jaqueline Navarrete no posee una cuenta de Facebook para publicitar sus cuadros o contactar con sus seguidores, y aunque el desarrollo en Instagram ha sido anodino, hasta cierto punto, se debe mencionar que el golpe de la pandemia la afectó, como al resto del mundo.

La cuenta de Instagram de Inspiraciones JN tiene pocas reacciones por su falta de impulso propagandístico que la misma creadora resalta, y aunque posee una interacción insuficiente; aun así, es evaluable para entender cuán importante es la combinación del arte, la comunicación y de esta incorporar un impulso publicitario.

**Tabla 28.** *Canales de difusión de InspiracionesJN – Jaqueline Navarrete*

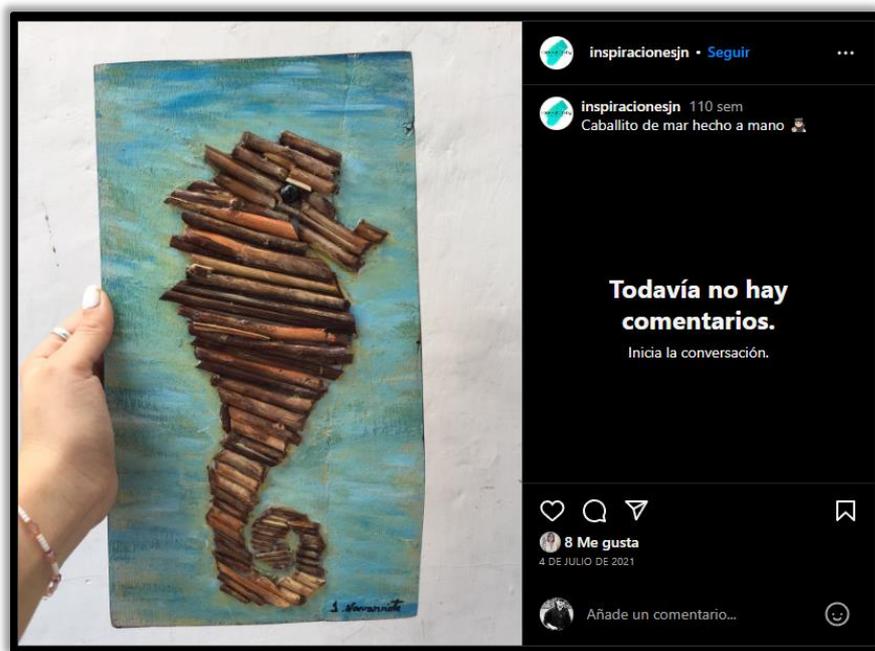
| <b>Instagram</b>                          |  |
|---|--|
| <b>Fecha de creación</b>                  | Este perfil se unió a la red el sábado 24 de abril del 2021.   |
| <b>Tipo de información que se difunde</b> | Se difunde su arte en distintos modelos y técnicas que crean una variedad suficiente para que su público adquiera sus creaciones, como el paisajismo de lugares representativos del país, cuadros de barro pasados al horno para su total elaboración, cubismo en camisetas y una presentación de esta en su lugar de trabajo en el barrio de Las Peñas - Malecón 2000. La gran falla es no incorporar herramientas tecnológicas, y no tener constancia. |
| <b>Alcance promedio mensual</b>           | Posee apenas 11 publicaciones, de estas: 9 las realizó el 24 de abril del 2021; la penúltima fue el 4 de julio del 2021; y después de todo un año y casi un mes, el 24 de julio del 2022 fue su último post. Lo que resalta el poco interés difusor, y falencias de conocimientos de la red, como la técnica de mermaid post que sí desempeña Quimbita, por ejemplo.   |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

### 3.5.3.8 Publicaciones de Instagram de Navarrete @InspiracionesJN

Aun siendo de análisis solo dos fotos son suficientes para reflejar que la constancia es una técnica comúnmente tradicional que perdura con el tiempo y por encima de la evolución tecnológica presente y por venir.

**Figura 45.** Cuadro de caballito de mar - Inspiracionesjn



*Nota.* Caballito de mar hecho a mano - Cuadro de especie marina de la región costera e insular de Ecuador [Screenshot de publicación]

**Fuente:** Navarrete, J., 2021, Instagram

**Tabla 29.** Análisis del Instagram de Jaqueline Navarrete 1

| Tema  | Fecha                          | Interacciones                   |
|---|--------------------------------|---------------------------------|
| Un caballo de mar, hecho a mano, a partir de varias piezas de madera. Este animal es representativo de varias zonas de Ecuador, resaltando así la Costa y Región Insular para atraer al extranjero. | Domingo, 04 de julio del 2022. | 08 me gusta.<br>00 comentarios. |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Figura 46.** Galería ambulante de Jaqueline Navarrete



*Nota.* Que lindos trabajos que realizas amiga [Screenshot de publicación]

**Fuente:** Navarrete, J., 2022, Instagram

**Tabla 30.** Análisis del Instagram de Jaqueline Navarrete 2

| Tema   | Fecha                          | Interacciones  |
|--|--------------------------------|--|
| Imagen de Jaqueline Navarrete y su vínculo con su ambiente laboral en conjunto a su comunidad, transmite confianza en la zona y cómo su forma de trabajo diario puede ser atractivo para el público. | Domingo, 24 de julio del 2022. | 11 me gustas<br>04 comentarios.<br>02 respuesta del creador. |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

## 2022 Encuesta al público para el análisis retrospectivo

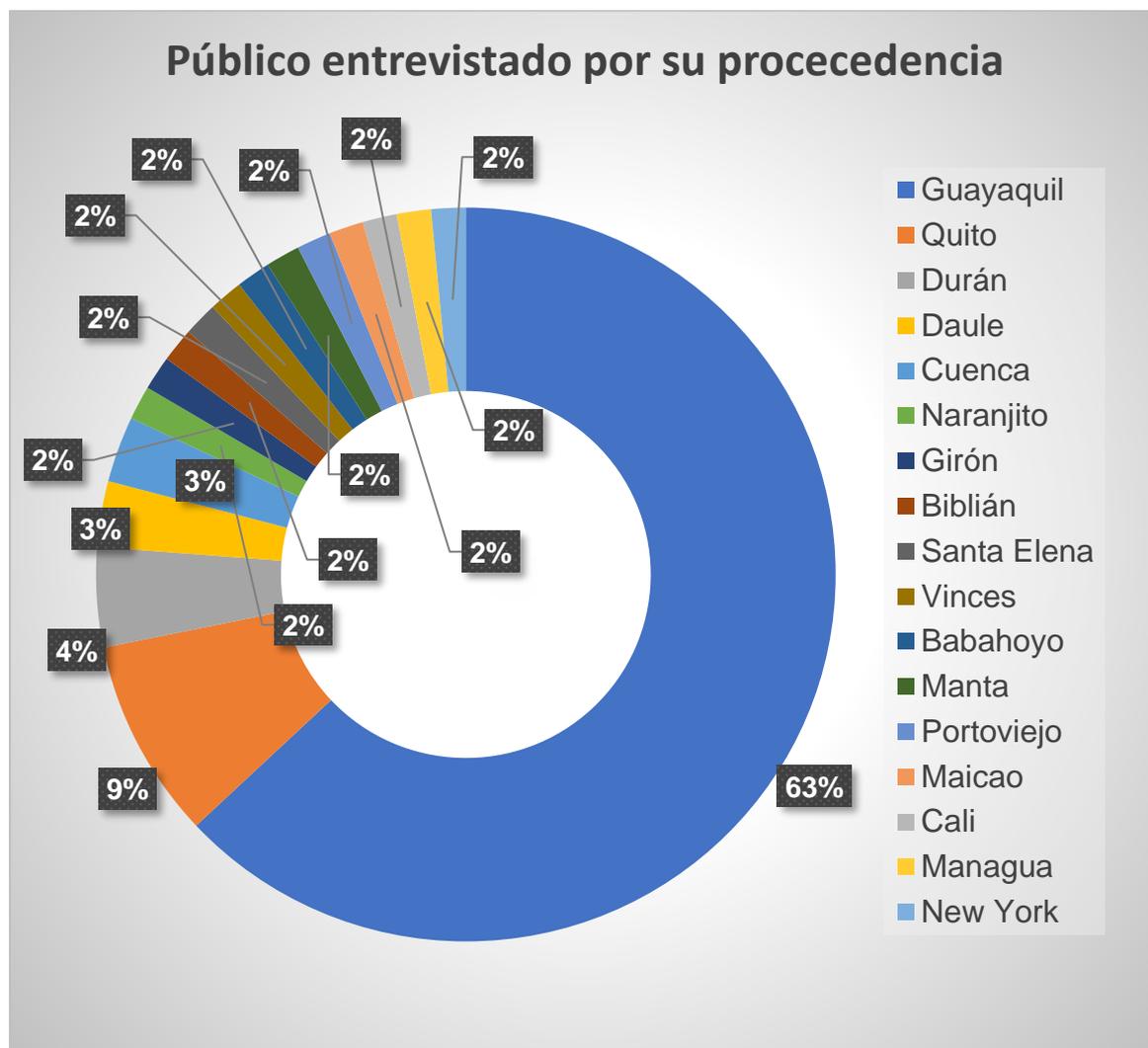
### 3.5.4.1. ¿Usted de qué ciudad es habitante?

Tabla 31. Ubicaciones de los encuestados

| País           | Ciudad      | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|-------------|------------|------------|
| Ecuador        | Guayaquil   | 43         | 63%        |
| Ecuador        | Quito       | 6          | 8,8%       |
| Ecuador        | Durán       | 3          | 4,4%       |
| Ecuador        | Daule       | 2          | 2,9%       |
| Ecuador        | Cuenca      | 2          | 2,9%       |
| Ecuador        | Naranjito   | 1          | 1,5%       |
| Ecuador        | Girón       | 1          | 1,5%       |
| Ecuador        | Biblián     | 1          | 1,5%       |
| Ecuador        | Santa Elena | 1          | 1,5%       |
| Ecuador        | Vinces      | 1          | 1,5%       |
| Ecuador        | Babahoyo    | 1          | 1,5%       |
| Ecuador        | Manta       | 1          | 1,5%       |
| Ecuador        | Portoviejo  | 1          | 1,5%       |
| Colombia       | Maicao      | 1          | 1,5%       |
| Colombia       | Cali        | 1          | 1,5%       |
| Nicaragua      | Managua     | 1          | 1,5%       |
| Estados Unidos | New York    | 1          | 1,5%       |
| <b>Total</b>   | 17          | 68         | 100%       |

Elaborado por: Mite, F. (2023)

**Figura 47. Cantidad de encuestados por ciudad**



*Nota. Gráfico de encuestados por su ciudad, la gran mayoría es ecuatoriana, pero también hay colombianos y nicaragüenses [Gráfico circular]*

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Análisis 1.** La mayor parte del público entrevistado recae en Guayaquil con un 63%, luego en menor medida Quito con 8,8%, Durán consiguió 4,4%, Daule y Cuenca 2,9%; procediendo el resto de los 12 entrevistados cada uno de ciudades diferentes con 1,5%, donde integran personas aledañas de la costa y sierra, pero también dos colombianos, un nicaragüense, y un estadounidense.

**3.5.4.2. ¿Usted considera que el arte pictórico puede ir de la mano con los avances tecnológicos y digitales?**

**Tabla 32.** Consideración de audiencia - Unión del arte pictórico y avance digital

| ¿Debe unirse el arte pictórico con los avances tecnológicos y digitales? | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| Sí   | 65         | 95,6%      |
| No   | 3          | 4,4%       |
| <b>Total%</b>  | 68         | 100%       |

Elaborado por: Mite, F. (2023)

**Figura 48.** Unión del arte a lo virtual



Nota. La perspectiva del público contemporáneo entre lo virtual y el arte [Gráfico circular]

Elaborado por: Mite, F. (2023)

**Análisis 2.** La mayoría de los encuestados considera que el arte pictórico debe unirse al progreso tecnológico y digital, tan solo creyendo un 4,4% que no, posición similar a la de José Tabarez que no ve como algo necesario integrar las RRSS.

**3.5.4.3. ¿Usted por cuál medio piensa que un artista pictórico puede tener un mayor impacto?**

**Tabla 33.** Consideración del público – Medio con más impacto en arte pictórico

| ¿Qué medio tiene mayor impacto en el arte pictórico? | Frecuencia | Porcentaje  |
|--|------------|-------------|
| Físico (galerías, exposiciones, ferias...)           | 22         | 32,4%       |
| Digital (páginas web, RRSS, blogs...)                | 46         | 67,6%       |
| <b>Total%</b>  | <b>68</b>  | <b>100%</b> |

Elaborado por: Mite, F. (2023)

**Figura 49.** Mayor impacto del arte en físico o digital



Nota. Perspectiva del público sobre el medio con más impacto artístico (físico o digital) [Gráfico circular]

Elaborado por: Mite, F. (2023)

**Análisis 3.** Por vestigios de la pandemia aún las personas prefieren más lo virtual, mientras que casi un tercio; es decir, 32% de las entrevistas consideran que el vínculo con lo presencial es mejor, no es una pequeña cantidad, lo que beneficiaría a artistas la combinación de lo tradicional con lo tecnológico, como Quimbita.

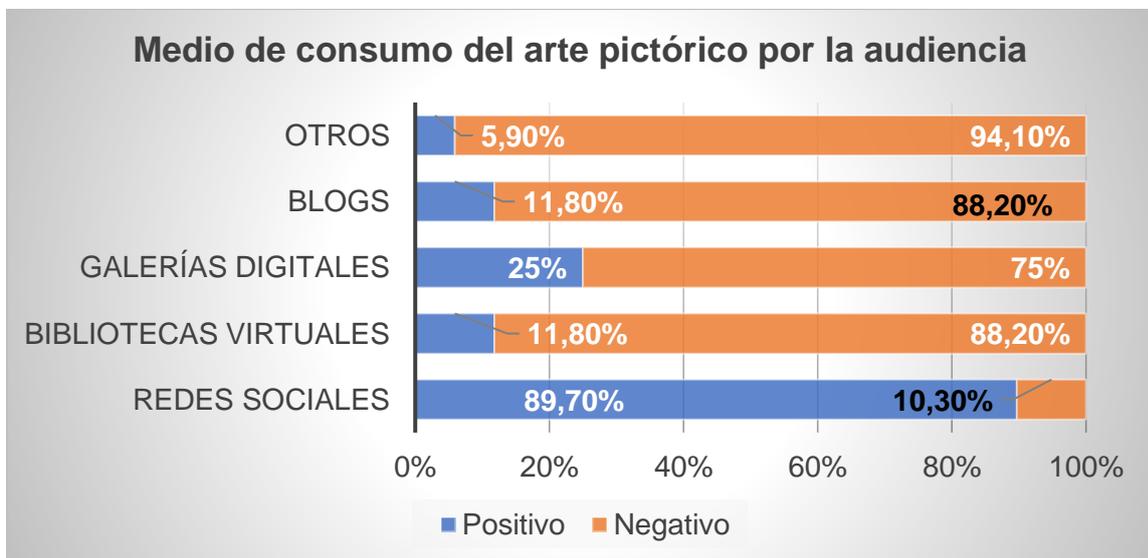
**3.5.4.4. ¿Usted en qué plataformas digitales consumió arte pictórico entre julio del 2021 a julio del 2022 (época de reducción de aforo)? (Multirrespuesta)**

**Tabla 34.** Medio de consumo de arte pictórico durante y después de pandemia

| ¿Qué medio de consumo tuvo el público durante después de la pandemia? | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| <b>Redes sociales</b>   | 61         | 89,7%      |
| <b>Bibliotecas virtuales</b>  | 8          | 11,8%      |
| <b>Galerías digitales</b>   | 17         | 25%        |
| <b>Blogs</b>  | 8          | 11,8%      |
| <b>Otros</b>  | 4          | 5,9%       |

Elaborado por: Mite, F. (2023)

**Figura 50.** Plataformas digitales del consumo de arte



Nota. Medio de consumo del arte pictórico por parte de la audiencia [Gráfico circular]

Elaborado por: Mite, F. (2023)

**Análisis 4.** Aunque el público tuvo varias opciones para admirar el arte pictórico, las RRSS destacan sobre el resto, siguiéndole las Galerías digitales.

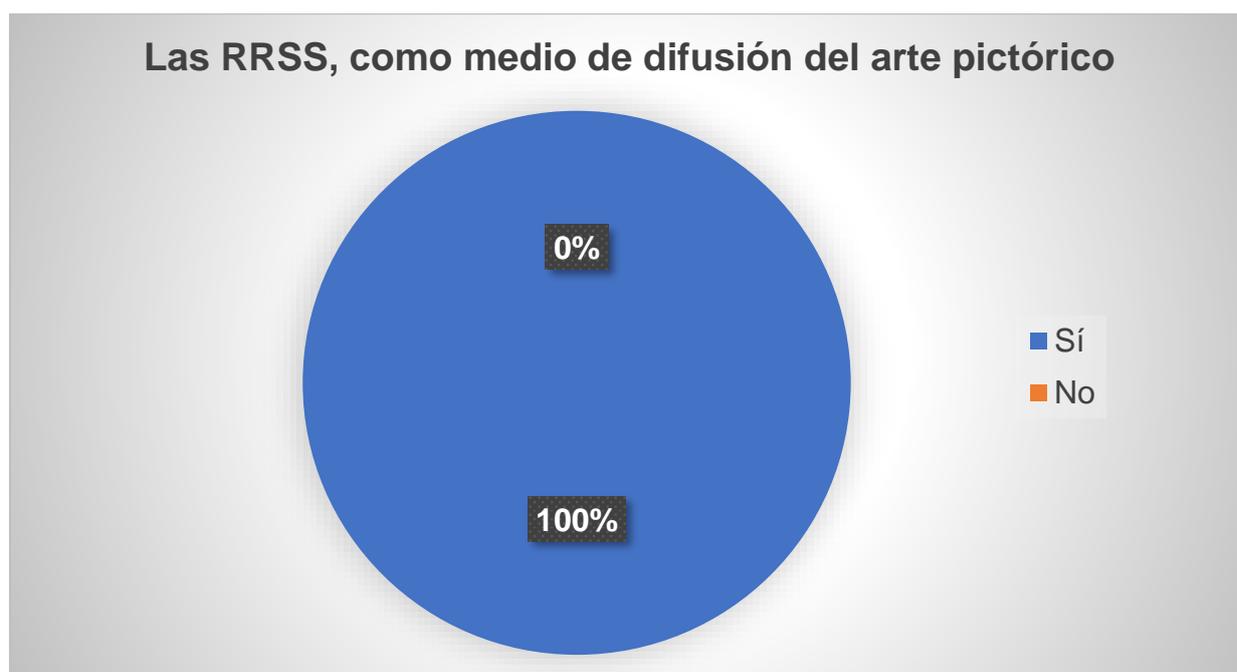
**3.5.4.5. ¿Usted cree que las redes sociales son un medio necesario para la difusión del arte pictórico?**

**Tabla 35.** RRSS, contundentes medios necesarios para difundir arte pictórico

| ¿El arte pictórico debe ser difundido en RRSS? | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| Sí   | 68         | 100%       |
| No   | 0          | 0%         |
| Total  | 68         | 100%       |

Elaborado por: Mite, F. (2023)

**Figura 51.** Difusión de arte en las RRSS



*Nota.* El público coincide en unísono que el arte debe ser difundido en las RRSS  
[Gráfico circular]

Elaborado por: Mite, F. (2023)

**Análisis 5.** Publicar los cuadros que el artista realiza es un deber difusor obligatorio para llegar a más personas, eso quedó demostrado definitivamente, pero se debe pensar cómo hacerlo con las estrategias idóneas.

**3.5.4.6. ¿Usted consideraría que, en épocas de crisis, donde se prioriza la reducción de aforo poblacional (como ocurrió durante la Pandemia de la COVID-19) las redes sociales son una gran herramienta comunicacional para la difusión del arte pictórico?, ¿por qué?**

A continuación, se muestran todas las contestaciones, señalándose cuán interesado estuvo el encuestado con dos variantes: cantidad, e interés acotativo, las cuales están resaltadas en verde, según la importancia (mucha, poca, o nula).

**Tabla 36.** RRSS, como herramienta difusora del arte, durante una crisis

| <b>Número</b> | <b>Respuesta</b>   | <b>Importancia</b> |
|---------------|--|--------------------|
| 1             | Sí.  | N. I.              |
| 2             | Sí. El arte brinda historias y estas conectan con las personas al igual que las RRSS. Las redes son un gran canal de difusión para conocer al artista, a sus obras, e historias detrás de estas. | M. I.              |
| 3             | Claro, porque las RRSS permiten comunicarse con gran cantidad de usuarios priorizándose un contexto de culturización masivo.   | M. I.              |
| 4             | Sí, porque es un método que traslada las interacciones sociales a entornos digitales.  | M. I.              |
| 5             | Si, la población está más pendiente de sus RRSS.   | P. I.              |
| 6             | Las redes sociales son muy necesarias para poder difundir cualquier tipo de información sobre cualquier tipo de arte y otras cosas.  | M. I.              |
| 7             | Ayudan mucho.  | P. I.              |
| 8             | Sí, porque ayudan a llegar la información.   | P. I.              |

|           |   |       |
|-----------|---|-------|
| <b>9</b>  | Sí, de esa forma los artistas pueden expandir sus creaciones a una mayor cantidad de público.   | M. I. |
| <b>10</b> | Sí, son una gran herramienta para llamar la atención de clientes, aumenta la publicidad.  | M. I. |
| <b>11</b> | Sí lo considero porque a través de las RRSS las personas se informan acerca del arte pictórico.   | M. I. |
| <b>12</b> | Sí, porque las personas que desean observar arte pictórico y que por circunstancias como la planteada en la pregunta pueden inclinarse por esa opción para ver las obras que más les gusta. | M. I. |
| <b>13</b> | Creo que es una buena idea en cuestión de crisis que el arte se difunda por medio de RRSS para no perder el hilo de la cultura y sus conocimientos.   | M. I. |
| <b>14</b> | Que nos mantuvo informados y actualizados.  | P. I. |
| <b>15</b> | Fueron una gran herramienta para su difusión.   | P. I. |
| <b>16</b> | Sí, tiene mayor afluencia de público ya que actualmente las RRSS son muy visitadas.   | M. I. |
| <b>17</b> | Sí, porque así no descuidamos nuestra cultura.  | M. I. |
| <b>18</b> | Sí, claro, una ayuda para nuestros pintores.  | P. I. |
| <b>19</b> | Sí, porque así se puede ver el arte.  | P. I. |

|           |   |       |
|-----------|---|-------|
| <b>20</b> | A través de redes se abrieron muchos portales.  | P. I. |
| <b>21</b> | Claro, allí nos informamos sobre esos temas.  | P. I. |
| <b>22</b> | Considero que sí, porque hoy con las redes sociales estas obras tendrían un mayor alcance que por si solo... se las promueve en un lugar físico donde la atención de las personas es reducida y limitada. | M. I. |
| <b>23</b> | Si, porque las RRSS son fundamentales para obtener visibilidad y proyección, en los últimos años miles de artistas crecen gracias a posibilidades de comunicación y difusión en redes.                    | M. I. |
| <b>24</b> | Definitivamente sí, es una ventana abierta, debemos ir innovando en nuevas herramientas.  | M. I. |
| <b>25</b> | Sí porque nos permite comunicarnos, informarnos y difundir imágenes, noticias, etc.   | M. I. |
| <b>26</b> | Porqué sí.  | N. I. |
| <b>27</b> | Si porque en esos momentos no podíamos salir y como estábamos encerrados la gente para distraerse pasaba metida en las RRSS, entonces si llega a ocurrir otra crisis deben empezar por ahí.               | M. I. |
| <b>28</b> | Sí porque así se pudo compartir mucho material, pictórico en este caso, a muchas personas sin tener el riesgo de contagiarse.   | M. I. |

|           |  |       |
|-----------|--|-------|
| <b>29</b> | Las RRSS son un papel fundamental para presentar cualquier tipo de trabajo que desarrolle alguien actualmente, puesto que estamos en la era digital donde todo lo que el público consume es vía web. | M. I. |
| <b>30</b> | Es la forma rápida de llegar a muchos en segundos.   | M. I. |
| <b>31</b> | Porque se ha demostrado que la implementación de las redes contribuye a maximizar la comunicación, donde también se pueden compartir intereses tales como poesía, ciencia y por supuesto arte.       | M. I. |
| <b>32</b> | Claro que sí, en la pandemia no se pudo salir ni relacionarse. las RRSS eran una gran herramienta.   | M. I. |
| <b>33</b> | Bueno, en la pandemia no salíamos de casa por lo cual las redes fueron de gran ayuda para difundir el arte, aunque claro se visualiza mejor en presencial  | M. I. |
| <b>34</b> | Si, porque es el medio por el que nos comunicamos.   | P. I. |
| <b>35</b> | Sí, al no poder estar presencialmente en galerías de arte, me gusta bastante el poder verlo en mi teléfono o PC, donde existen recorridos digitales como él.   | M. I. |
| <b>36</b> | Museo Juan León Mera en Ambato me resultó bastante interesante.  | P. I. |
| <b>37</b> | Si, porque promociona y dirige a un amplio público.  | M. I. |
| <b>38</b> | Porque uno puede acceder a cualquier red.  | P. I. |

|           |  |       |
|-----------|--|-------|
| <b>39</b> | Sería fuente importante para transmitir información.   | M. I. |
| <b>40</b> | Ayudó a mantenernos en contacto con el mundo.  | P. I. |
| <b>41</b> | Mmm...   | N. I. |
| <b>42</b> | Si, ya que ayuda a difundir  | P. I. |
| <b>43</b> | Si, porque observamos el arte desde la comodidad de nuestro hogar                                | M. I. |
| <b>44</b> | Porque ahora todo está en redes, así llegarán a más personas, todo se mueve en el mundo digital. | M. I. |
| <b>45</b> | Si.  | N. I. |
| <b>46</b> | Sí, porque generas mayor impacto social por lo tanto mayor vistas.                               | M. I. |
| <b>47</b> | Sí, porque es la forma que nos podemos comunicar.  | P. I. |
| <b>48</b> | NO SÉ.   | N. I. |
| <b>49</b> | Si, porque las personas consumen más las RRSS.   | M. I. |
| <b>50</b> | No sé.   | N. I. |
| <b>51</b> | Las RRSS fueron útiles para comunicarnos y no visitarnos para protegernos de la pandemia         | M. I. |

|           |   |       |
|-----------|---|-------|
| <b>52</b> | Sí, porque la tecnología sirve de mucho, incluso en pandemia, 80% de habitantes la usó para comunicarse con familiares que viven lejos.   | M. I. |
| <b>53</b> | Este medio con dinámicas impresiona al público.   | M. I. |
| <b>54</b> | Sí, une más fronteras   | P. I. |
| <b>55</b> | Sí, porque el internet nos sirve como herramienta para apreciar donde no podemos estar físicamente. Esto fue de gran ayuda, debido a la cuarentena obligatoria. Así que es un hecho decir que el internet fue un beneficio para el arte en tiempo de COVID. | M. I. |
| <b>56</b> | Sí, al menos las personas se enfocan en otra cosa, así mismo podrían desarrollar su análisis al arte.   | M. I. |
| <b>57</b> | Sí, porque de esta manera se difunden las obras a más personas y tiene mayor reputación.  | M. I. |
| <b>58</b> | Sí, me parece que son herramienta útil y directa para llegar a un público con potencial interés   | M. I. |
| <b>59</b> | Sí. Principalmente por evitar aglomeraciones, es muy efectivo difundir el arte pictórico en redes.  | M. I. |
| <b>60</b> | Claro que sí porque se actualizan por las redes   | P. I. |
| <b>61</b> | Sí, porque las RRSS son una vía de comunicación masiva que permite a cualquier individuo dar un impacto lo suficientemente grande.  | M. I. |

|    |  |       |
|----|--|-------|
| 62 | Si, fue un buen medio para comunicar y expresar arte pictórico, de esta manera tuvo más impacto para llegar a ser conocido el arte pictórico | M. I. |
| 63 | A.   | N. I. |
| 64 | Sí porque son las que tienen alcance a varias personas, incluso se puede obtener nuevo público.  | M. I. |
| 65 | Ayudan a mantener el interés de las personas, en situaciones donde no se permite el contacto físico.   | M. I. |
| 66 | Sí, porque es un medio de exposición y difusión masiva que permite interesarse por el arte pictórico.  | M. I. |
| 67 | Sí.  | N. I. |
| 68 | Si, ya que son una forma segura, fácil, y asequible.   | M. I. |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Análisis 6.** A partir de las 68 respuestas de los encuestados se concluyen que 8 personas estuvieron nada interesadas, 17 poco interesadas, y 43 muy interesadas; es decir, que solo el 63,2% realmente sustentó su punto de vista para aconsejar a los pintores artísticos, comentándoles técnicas, motivaciones, y proporcionar una correcta perspectiva de emprendimiento a partir de la empatía.

Mientras que otros contestan en muy cortas palabras, o dan a conocer su negativa posición en brevedad, siendo estos el 25%. Además, también hubo quienes contestaron “sí”, “no”, o cualquier palabra para que Google les permita continuar con la siguiente pregunta opcional; aunque la audiencia menos atenta fue una irrisoria cantidad de 11,76% no hay que darle menos importancia, al ser casi 2,1 millón de ecuatorianos que no les interesaría el arte y su difusión, estatalmente hablando.

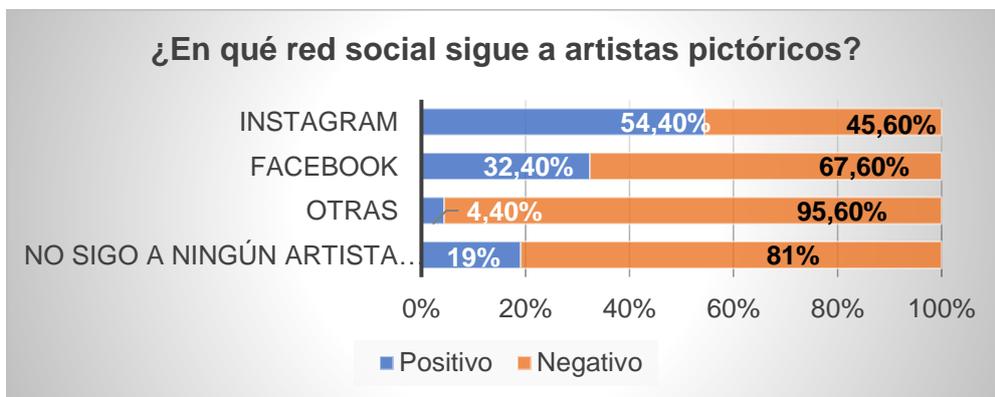
**3.5.4.7. ¿Usted en qué red social comenzó a seguir a artistas pictóricos entre julio - 2021 a julio - 2022 (reducción de aforo)? (multirespuesta)**

**Tabla 37.** Las RRSS, como contacto entre la audiencia y sus obras

| ¿En qué red social sigue a artistas pictóricos? | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| Facebook  | 22         | 32,4%      |
| Instagram                                       | 37         | 54,4%      |
| No sigo a ningún artista pictórico              | 13         | 19,1%      |
| Otros   | 3          | 4,4%       |

Elaborado por: Mite, F. (2023)

**Figura 52.** Redes sociales de mayor seguimiento a artistas pictóricos



Nota. Las RRSS, como medio de contacto entre el público y el artista [Gráfico circular]

Elaborado por: Mite, F. (2023)

**Análisis 7.** El público prefiere Facebook e Instagram para seguir a los artistas, sin embargo, estos deben implantar técnicas digitales para llegar al 20% que no sigue a ningún artesano pictórico, suficiente porcentaje para sumarle aún más ventaja a Instagram o solo casi superar con un roce a Facebook, aunque también podría aparecer una red social que supere a las dos de actual mayor preferencia, bien puede ser una ya existente como Tik Tok, Pinterest, o una nueva en base de las existentes.

### 3.5.4.8. ¿Usted ha visitado las galerías de arte pictórico en el barrio Las Peñas?

Tabla 39. Visita de galerías de arte en el Barrio Las Peñas

| ¿Ha visitado las galerías de Las Peñas? | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| Sí                                      | 38         | 55,9%      |
| No                                      | 30         | 44,1%      |
| Total                                   | 68         | 100%       |

Elaborado por: Mite, F. (2023)

Figura 53. El usuario, como visitante físico también



Nota. Visita del usuario digital al barrio de Las peñas [Gráfico circular]

Elaborado por: Mite, F. (2023)

**Análisis 8.** No es poca la gente que ha asistido al barrio de Las peñas para visitar sus galerías, aunque se puede aumentar esa cantidad con el simple hecho de que más artistas usen las estrategias comunicacionales que otros ya vienen implementando, como los comunicados de Quimbita, agregándole promociones, exposiciones narradas, o eventos que integren al público con algún premio. El público de Quimbita no solo es un puñado, y de considerarse así, son un grupo fiel.

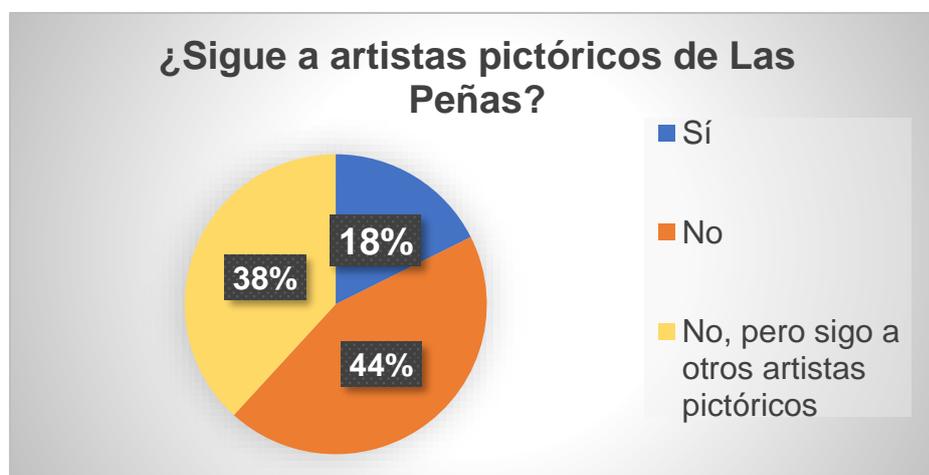
**3.5.4.9. ¿Usted sigue en alguna red social a artistas pictóricos del barrio Las Peñas?**

**Tabla 40.** Seguidores de RRSS de artistas pictóricos del Barrio Las Peñas

| ¿Sigue a artistas pictóricos de Las Peñas? | Frecuencia | Porcentaje  |
|--|------------|-------------|
| Sí   | 12         | 17,6%       |
| No   | 30         | 44,1%       |
| No, pero sigo a otros artistas pictóricos  | 26         | 38,2%       |
| <b>Total</b>                               | <b>68</b>  | <b>100%</b> |

Elaborado por: Mite, F. (2023)

**Figura 54.** Seguidores de artistas de Las Peñas



Nota. Seguidores de artistas pictóricos de Las Peñas [Gráfico circular]

Elaborado por: Mite, F. (2023)

**Análisis 9.** Los artistas pictóricos tienen un nivel bajo de seguidores en esta encuesta, pero hay que considerar que el público sí gusta del arte pictórico, el artista solo debe atraerlo, y más aun estando en un punto de auge turístico como en el barrio de Las Peñas, donde es representativa su forma de cultura.

**3.5.4.10. ¿Qué recomendación le daría a los artistas pictóricos para obtener un mayor impacto a través de las Redes Sociales?**

**Tabla 41.** Seguidores de RRSS de artistas pictóricos del Barrio Las Peñas

| Número | Respuesta  | Importancia |
|--------|--|-------------|
| 1      | Pueden contar procesos de técnicas empleadas en sus obras, experiencias con clientes, cómo ve un artista el mundo, dejar los estigmas, etc., todo esto desde la parte audiovisual. | M. I.       |
| 2      | Recomiendo unir sus obras a puntos actuales, donde la viralización de contenidos se ejecuta con canciones, hashtags, publicaciones constantes.                                     | M. I.       |
| 3      | Dar mayor visibilidad a su arte con videos y reels.  | M. I.       |
| 4      | Uso de redes sociales.   | P. I.       |
| 5      | Hacer más difusión de su arte para que más personas la vean y la sigan.  | P. I.       |
| 6      | Que hagan más publicidad.  | P. I.       |
| 7      | Crear y compartir contenido, aplicar estrategias comunicacionales para un mayor alcance.   | M. I.       |
| 8      | Mostrar videos de cómo se realiza su trabajo, aunque eso dependerá del artista.  | M. I.       |
| 9      | Sí.  | P. I.       |
| 10     | Realizar reels mostrando su creatividad.   | M. I.       |

|           |  |       |
|-----------|--|-------|
| <b>11</b> | Que se creen una página web para exponer sus obras, tendrán más alcance. Así, las personas que les gusta y/o saben de arte pictórico verán sus trabajos, y acudirán al sitio físico para conocer su calidad. | M. I. |
| <b>12</b> | Hacer vídeos de su trabajo.  | P. I. |
| <b>13</b> | Que hagan un buen marketing de sus perfiles para difundir el arte mediante galerías y encuestas.   | M. I. |
| <b>14</b> | Mostrar sus artes en todas las redes sociales.   | P. I. |
| <b>15</b> | Publicar fotos de sus obras, así como su proceso.  | M. I. |
| <b>16</b> | Que publiquen y hagan publicidad más seguido.  | M. I. |
| <b>17</b> | Mayor contenido.   | P. I. |
| <b>18</b> | Publiquen más, sobre la historia, hagan en vivos.  | P. I. |
| <b>19</b> | Que se enfoque en el público.  | P. I. |
| <b>20</b> | Que sigan difundiendo sus artes.   | P. I. |
| <b>21</b> | Que tengan mayor difusión en su trabajo artístico.   | P. I. |
| <b>22</b> | Crear una comunidad en redes para mostrar sus trabajos y las personas interesadas los sigan.   | M. I. |
| <b>23</b> | Crear contenido en RRSS más usadas actualmente, compartir sus proyectos.   | M. I. |

|           |  |       |
|-----------|--|-------|
| <b>24</b> | Muevan sus redes, es una herramienta útil 24/7.  | M. I. |
| <b>25</b> | Es de utilidad realizar lives para dirigir una mayor afluencia hacia su website.   | M. I. |
| <b>26</b> | Publicidad.  | P. I. |
| <b>27</b> | Pienso que para obtener mayor impacto deberían empezar a publicar sus trabajos en redes ya que por medio de ella se darán a conocer. ✨   | M. I. |
| <b>28</b> | Lo mejor es que sigan tendencias y hagan obras que llamen la atención para darse a conocer.  | M. I. |
| <b>29</b> | La constancia es importante dentro de las redes sociales para lograr un gran alcance.  | M. I. |
| <b>30</b> | Publicación masiva.  | P. I. |
| <b>31</b> | No teman difundir sus artes en RRSS, como la poesía son fuente inagotable de entretenimiento y expresión de vivir, siempre habrá un espacio para el buen arte, aunque parezca que sus intereses sean nimiedades. | M. I. |
| <b>32</b> | Que se arriesguen a promover su arte por RRSS.   | M. I. |
| <b>33</b> | El que no está en las RRSS no está en nada.  | P. I. |
| <b>34</b> | Que puedan tomar un curso sobre manejo de redes, o pedirle a un amigo que sepa más que ellos que les explique y así llegar a más personas.   | M. I. |

|           |   |       |
|-----------|---|-------|
| <b>35</b> | Seguir un plan de acción y un objetivo claro, diseñado en función de sus pretensiones o proyecto que desarrollen en determinado tiempo.           | M. I. |
| <b>36</b> | Sigan con proyectos e inviertan en nuevos.  | M. I. |
| <b>37</b> | Que sea muy llamativo y educativo.  | M. I. |
| <b>38</b> | Llenar las redes para conocerlos mejor.   | P. I. |
| <b>39</b> | Que es un buen método para vender sus pinturas.   | P. I. |
| <b>40</b> | Tener contactos.  | P. I. |
| <b>41</b> | Más amplitud nacional ya que son reconocidos de manera local (Guayaquil), y sería muy bueno que también realicen programas fuera de la ciudad.    | M. I. |
| <b>42</b> | No teman exponer sus obras utilizando los medios en tendencia, como canciones populares por medio de la viralización programada como herramienta. | M. I. |
| <b>43</b> | Divulgar su arte.   | P. I. |
| <b>44</b> | Más información.  | P. I. |
| <b>45</b> | Investiguen qué gran impacto tiene el arte en RRSS.   | P. I. |
| <b>46</b> | Publicar más fotos.   | P. I. |
| <b>47</b> | Otro.   | N. I. |

|           |   |       |
|-----------|---|-------|
| <b>48</b> | .   | N. I. |
| <b>49</b> | No sé.  | N. I. |
| <b>50</b> | Seguir contando, adelante con su propósito.   | N. I. |
| <b>51</b> | Que tengan en cuenta que las RRSS son muy útiles claramente en un buen uso de la red para que puedan tener impactos del arte pictórico.   | M. I. |
| <b>52</b> | Sean espontáneos y originales al realizar su arte.  | M. I. |
| <b>53</b> | Expansión.  | P. I. |
| <b>54</b> | Crear páginas de difusión cultural para sus trabajos.   | P. I. |
| <b>55</b> | Difusión, eventos.  | P. I. |
| <b>56</b> | Que las redes sociales pudieran ayudarlos a tener mayor reputación y reconocimiento por sus obras.  | P. I. |
| <b>57</b> | Ser constantes, tener presente que sus cuentas en redes funcionan como canales con información clara y actualizada de donde se consume este tipo de arte. Es importante que sean interactivos con su audiencia. | M. I. |
| <b>58</b> | Le recomiendo ser perseverante y constante en sus publicaciones, ésa es la clave del éxito en las RRSS.   | M. I. |
| <b>59</b> | Que sean unidos por q la unión hace la fuerza.  | P. I. |

|    |  |       |
|----|--|-------|
| 60 | Deben exponer sus obras con los avances tecnológicos y comunicacionales, por ejemplo, realizar actos de viralización como las canciones más sonadas o hashtags en tendencia. | M. I. |
| 61 | Que sigan difundiendo su arte en RRSS con más ganas, traten de hacer exposiciones al aire libre.   | M. I. |
| 62 | No rendirse y seguir publicando lo que les gusta.  | P. I. |
| 63 | Más arte.  | N. I. |
| 64 | Mayor difusión en redes de su trabajo y exposiciones.  | P. I. |
| 65 | Usar dinámicas entretenidas en sus exposiciones.   | M. I. |
| 66 | Videos cortos y entretenidos.  | P. I. |
| 67 | Sí.  | N. I. |
| 68 | Tratar de promocionarse más para que se den a conocer al principio de manera virtual por RRSS y luego de forma presencial exponiendo su trabajo.                             | M. I. |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Análisis 10.** De los 68 entrevistados hubo 33 muy interesados, 29 poco interesados, y 6 nada interesados. De los cuales, se puede llegar a la conclusión de que el 48,5 % de las respuestas aconsejó a los artistas correctamente, algunos llegando a la conclusión sobre técnicas ya practicadas por Quimbita o Mafaldo, mientras que otros tomaron en cuenta la evaluación de charlas para la incursión de los artistas en redes, pero siempre empezando con la falta de temor a lo digital.

## CONCLUSIONES

La perspectiva del artista es de suma importancia para tratar de centrar cómo resultó afectado por la falta de aforo durante una situación de crisis donde la población estuvo en confinamiento, teniendo en cuenta que su ingreso económico es distinto a la mayoría de las personas por la forma de la adquisición monetaria que recae en el mecanismo tradicional de compra y venta en lugares multitudinarios. Resultando en varias opiniones, pero concentrándose la problemática en el desconocimiento de redes sociales y no querer integrarlas.

Es también necesario conocer que la comunicación digital es una vía necesaria para una ciudad y el turismo que se desempeña en esta, donde no solo se debe depender del contexto netamente presencial, pues, garantizaría lamentablemente un nulo vínculo cultural durante un contexto de crisis, como ocurrió en la pandemia de la COVID-19, además de la escasez monetaria para el artesano al no vender sus obras, como estaba acostumbrado físicamente.

Es ineludible conocer sobre los métodos de los artistas, como la mezcla de lo tradicional y digital de Quimbita, la incursión propagandística de Mafaldo, la escasa difusión de Navarrete, o la nula apertura en redes de Tabarez, pues, solo analizando la escala de un óptimo desempeño hasta un proceso ligado totalmente a lo presencial, a pesar del gran llamado a la incursión digital, es que se concluye que el conocimiento de herramientas comunicacionales en la digitalización es vital para la culturalización.

## RECOMENDACIONES

Se aconseja tomar en cuenta este trabajo como impulso comunicacional en una crisis donde el aforo juegue un rol importante para el artista. Dar el primer paso no es sencillo, pero afianzarse al proceso difusor en redes sociales ayuda en mucho para que el artesano se dé a conocer, difunda la cultura con sus obras, y las venda.

Se recomienda analizar el marco legal que protege al artesano ecuatoriano en su vínculo físico y digital sujeto a normativas jurisprudenciales, debe ser examinado el Marco teórico para conocer sobre antecedentes comparativos del pasado y sus procesos comunicacionales, además del marco metodológico que proporciona ejemplificaciones claras del artista pictórico guayaquileño y su desempeño en RRSS, junto a la perspectiva popular de la importancia de la cultura y su difusión.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Accatino, S., & de-la-Maza, J. (2021). Un Tableau vivant de Caín y Abel: Estudio de un caso de difusión del arte europeo en Chile a mediados del siglo XIX. *Historia* (Santiago), 54(2), 417-440. Extraído de: [Scielo.cl/pdf/historia/v54n2/0717-7194-historia-54-02-0417.pdf](https://scielo.cl/pdf/historia/v54n2/0717-7194-historia-54-02-0417.pdf)
- Andrade, M. (2019). GK City. Cultura: La década de la deuda pendiente (y el desafío del nuevo gobierno de pagarla). Extraído de: [Gk.city/2017/05/24/cultura-en-el-gobierno/](https://gk.city/2017/05/24/cultura-en-el-gobierno/)
- AutodeskJournal (2020). Del físico al digital: La nueva era de los museos. Extraído de: [autodeskjournal.com/del-fisico-al-digital-la-nueva-era-de-los-museos/](https://autodeskjournal.com/del-fisico-al-digital-la-nueva-era-de-los-museos/)
- Bigas, L. (1992), Fotogramas (30 de diciembre del 2022), y Goya, F., (1819). Más allá del lienzo: 40 películas influenciadas por la pintura – Comparación de “Duelo a garrotazos” – “Jamón, Jamón” [Fotografía]. Fotogramas. [Fotogramas.es/noticias-cine/g19259887/dunkerque-y-otras-peliculas-influenciadas-por-la-pintura/](https://fotogramas.es/noticias-cine/g19259887/dunkerque-y-otras-peliculas-influenciadas-por-la-pintura/)
- Blanco Montesino, G.L.; & Tardío Durán, L.L. (2017). Vitrales, suplemento cultural del periódico Escambray: un análisis formal y bibliométrico, 1992-2012. *Bibliotecas. Anales de Investigación*; 13(1), 30-41. Extraído de: [Revistas.bnjm.sld.cu/index.php/BAI/article/view/136/136](https://revistas.bnjm.sld.cu/index.php/BAI/article/view/136/136)
- Borràs Castanyer, L. (2005). Textualidades electrónicas: nuevos escenarios para la literatura. *Textualidades electrónicas*, 0-0. Información encontrada en: [Digital.casalini.it/9788490293232](https://digital.casalini.it/9788490293232)
- Casas de las culturas (2020). CCE inaugura la Galería Nacional Virtual con la exposición “Travesías de un creador” del artista Rafael Gutiérrez. Extraído de: [Casadelacultura.gob.ec/postnoticias/cce-inaugura-la-galeria-nacional-virtual-con-la-exposicion-virtual-travesias-de-un-creador-del-artista-rafael-gutierrez/](https://casadelacultura.gob.ec/postnoticias/cce-inaugura-la-galeria-nacional-virtual-con-la-exposicion-virtual-travesias-de-un-creador-del-artista-rafael-gutierrez/)
- Caspar, D. (1818), Fotogramas (30 de diciembre del 2022), y Nolan, Ch. (2017). Más allá del lienzo: 40 películas influenciadas por la pintura – Comparación de “El caminante sobre el mar de nubes” – “Dunderque” [Fotografía]. Fotogramas.

Fotogramas.es/noticias-cine/g19259887/dunkerque-y-otras-peliculas-influenciadas-por-la-pintura/

Cervantes Virtual (s. f.). La edición cubana. Extraído de: [Cervantesvirtual.com/portales/editores\\_editoriales\\_iberamericanos/edicion\\_en\\_cuba/](http://Cervantesvirtual.com/portales/editores_editoriales_iberamericanos/edicion_en_cuba/)

Civila Orellana, V., & Villarrubia Gómez, Á. P. (2023). Turismo, patrimonio y arte pictórico en Uquia: el caso de los ángeles arcabuceros en pandemia. In I Jornada Turismo, Comunidades y Ruralidad (La Plata, 5 al 7 de mayo de 2021). Extraído de: [Sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/152015](http://Sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/152015)

Constitución de la República del Ecuador (2008). Obtenido de: [Oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](http://Oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)

De la Peña, A. Obras de arte y pandemia: el uso de las redes sociales. Información encontrada en: [D1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/69280432/Obras\\_de\\_arte\\_y\\_pandemia\\_el\\_uso\\_de\\_las\\_redes\\_sociales-libre.pdf?1631226820=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DObras\\_de\\_arte\\_y\\_pandemia\\_el\\_uso\\_de\\_las\\_r.pdf&Expires=1689994385&Signature=RXb4R1ka4XrnixR-tmUzfhikJ9Sjc1ytyZEvY1q4li6P3zWfbSkvAFM1-ccnnpuDNTlWd8qZGrAMVvdmRg2BieyVM6IRMX8PZ750xwJ9C6nPteKhKSNb-YL2ZzBphoz4MAczNnZE~2l7yk8qUhdor7hHy4bXhMDfefU0hbMWXAqEg6na-6BT~rLawa5usNIq9nxQ4lsHtlfJFgz4OtVJEBv8mS00yTCQMwulrh7XauhPYHp~rYx50EybSYPJhcL6PHu2TiGj5IAo3HxjEfMIVOH-gFi768BY3T13fm82T8sYDBGwXjrojZO~UJtvw6HtqZyXqsKOInTcMOX2TPUtXw\\_\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://D1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/69280432/Obras_de_arte_y_pandemia_el_uso_de_las_redes_sociales-libre.pdf?1631226820=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DObras_de_arte_y_pandemia_el_uso_de_las_r.pdf&Expires=1689994385&Signature=RXb4R1ka4XrnixR-tmUzfhikJ9Sjc1ytyZEvY1q4li6P3zWfbSkvAFM1-ccnnpuDNTlWd8qZGrAMVvdmRg2BieyVM6IRMX8PZ750xwJ9C6nPteKhKSNb-YL2ZzBphoz4MAczNnZE~2l7yk8qUhdor7hHy4bXhMDfefU0hbMWXAqEg6na-6BT~rLawa5usNIq9nxQ4lsHtlfJFgz4OtVJEBv8mS00yTCQMwulrh7XauhPYHp~rYx50EybSYPJhcL6PHu2TiGj5IAo3HxjEfMIVOH-gFi768BY3T13fm82T8sYDBGwXjrojZO~UJtvw6HtqZyXqsKOInTcMOX2TPUtXw__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)

Deutch, G. (2013), Fotogramas (30 de diciembre del 2022), y Hopper, E. (1952). Más allá del lienzo: 40 películas influenciadas por la pintura – Comparación de “Shirley: Visiones de una realidad” – “Morning sun” [Fotografía]. Fotogramas. [Fotogramas.es/noticias-cine/g19259887/dunkerque-y-otras-peliculas-influenciadas-por-la-pintura/](http://Fotogramas.es/noticias-cine/g19259887/dunkerque-y-otras-peliculas-influenciadas-por-la-pintura/)

Eisenberg, D. (1993). Cervantes y don Quijote (Vol. 61). Editorial Montesinos. Información encontrada en:

[Books.google.es/books?id=UOTzGZnmpj8C&lpg=PA11&ots=DQI\\_1wxWlq&dq=cervantes%20don%20quijote&lr&hl=es&pg=PA11#v=onepage&q=cervantes%20don%20quijote&f=false](https://books.google.es/books?id=UOTzGZnmpj8C&lpg=PA11&ots=DQI_1wxWlq&dq=cervantes%20don%20quijote&lr&hl=es&pg=PA11#v=onepage&q=cervantes%20don%20quijote&f=false)

Elisondo, R., & Melgar, M. F. (2015). Museos y la Internet: contextos para la innovación. Innovación educativa. Extraído de: [Scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1665-26732015000200003](https://scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-26732015000200003)

Flores, G. (2020). El comercio. Galerías virtuales, una alternativa para el arte durante la pandemia. Extraído de: [Elcomercio.com/tendencias/galerias-virtuales-alternativa-arte-pandemia.html](https://elcomercio.com/tendencias/galerias-virtuales-alternativa-arte-pandemia.html)

Fotogramas (30 de diciembre del 2022), Jenkins, B. (2016), y Magritte, R. (1955). Más allá del lienzo: 40 películas influenciadas por la pintura – Comparación de “Moonlight” – “La robe du soir” [Fotografía]. Fotogramas. [Fotogramas.es/noticias-cine/g19259887/dunkerque-y-otras-peliculas-influenciadas-por-la-pintura/](https://fotogramas.es/noticias-cine/g19259887/dunkerque-y-otras-peliculas-influenciadas-por-la-pintura/)

Fotogramas (30 de diciembre del 2022), Jenkins, B. (2016), y Magritte, R. (1955). Más allá del lienzo: 40 películas influenciadas por la pintura – Comparación de “Moonlight” – “La robe du soir” [Fotografía]. Fotogramas. [Fotogramas.es/noticias-cine/g19259887/dunkerque-y-otras-peliculas-influenciadas-por-la-pintura/](https://fotogramas.es/noticias-cine/g19259887/dunkerque-y-otras-peliculas-influenciadas-por-la-pintura/)

Fotogramas (30 de diciembre del 2022), Jenkins, B. (2016), y Magritte, R. (1955). Más allá del lienzo: 40 películas influenciadas por la pintura – Comparación de “Moonlight” – “La robe du soir” [Fotografía]. Fotogramas. [Fotogramas.es/noticias-cine/g19259887/dunkerque-y-otras-peliculas-influenciadas-por-la-pintura/](https://fotogramas.es/noticias-cine/g19259887/dunkerque-y-otras-peliculas-influenciadas-por-la-pintura/)

Fotogramas (30 de diciembre del 2022), Lucas, G. (2005), y Cabanel, A. (1847). Más allá del lienzo: 40 películas influenciadas por la pintura – Comparación de “Star Wars: Episodio III” – “El ángel caído” [Fotografía]. Fotogramas. [Fotogramas.es/noticias-cine/g19259887/dunkerque-y-otras-peliculas-influenciadas-por-la-pintura/](https://fotogramas.es/noticias-cine/g19259887/dunkerque-y-otras-peliculas-influenciadas-por-la-pintura/)

- Fotogramas (30 de diciembre del 2022), Minnelli, V. (1956), y Van Gogh (1888). Más allá del lienzo: 40 películas influenciadas por la pintura – Comparación de “El loco de pelo rojo” – “El café de noche” [Fotografía]. Fotogramas. [Fotogramas.es/noticias-cine/g19259887/dunkerque-y-otras-peliculas-influenciadas-por-la-pintura/](https://www.fotogramas.es/noticias-cine/g19259887/dunkerque-y-otras-peliculas-influenciadas-por-la-pintura/)
- García, A. (2015). El Comercio. Canales comparten contenido intercultural con Ecuador Multicolor. Extraído de: [Elcomercio.com/actualidad/cultura/ecuadormulticolor-programa-television-ecuador-interculturalidad.html](https://elcomercio.com/actualidad/cultura/ecuadormulticolor-programa-television-ecuador-interculturalidad.html)
- Gómez, J. S. (1983). Acerca de la coloración en las pinturas rupestres prehistóricas. *Zephyrus*, 36. Rescatado de: [Revistas.usal.es/uno/index.php/0514-7336/article/view/433/607](https://revistas.usal.es/uno/index.php/0514-7336/article/view/433/607)
- González, J. (2021). Cambios y expansión de la autorrepresentación pública del Renacimiento a la era digital. Universidad Andina Simón Bolívar. Extraído de: [Repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8504/1/T3703-MC-Gonzalez-Cambios.pdf](https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8504/1/T3703-MC-Gonzalez-Cambios.pdf)
- Google (2023). Google Arts and Culture Obtenido de: [Artsandculture.google.com/](https://artsandculture.google.com/)
- Guerena, J. (2007). Presses universitaires François-Rabelais. Los programas educativos y culturales en la televisión chilena (El caso del Canal 13 de televisión: 1958-1990). Extraído de: [10.4000/books.pufr.5655](https://books.pufr.fr/10.4000/books.pufr.5655)
- Hernández, D. (2020). Enigmas De La Historia la biblioteca de Alejandría, la destrucción del gran centro del saber de la antigüedad. Extraído de: [Historia.nationalgeographic.com.es/a/biblioteca-alejandria-destruccion-gran-centro-saber-antigüedad\\_8593](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/biblioteca-alejandria-destruccion-gran-centro-saber-antigüedad_8593)
- Historialib (2023). Década de 1950: televisión y radio. Extraído de: [Historialib.com/decada-de-1950-television-y-radio/](https://historialib.com/decada-de-1950-television-y-radio/)
- Mafaldo, A (20 de abril del 2022), Foto de perfil de Mafaldo en entrevista radial difundiendo su cultura artística a través de la pintura [Screenshot de foto de perfil], Facebook.

Facebook.com/photo.php?fbid=5135208959881773&set=pb.100001781600553.-2207520000&type=3

Mafaldo, A. (10 de mayo del 2022), Obra Disponible Óleo/lona 150 cm x 90 cm - Muestra de un cuadro en video interactivo [Screenshot de video], Instagram Instagram.com/p/CdZRjkUL3Ch/

Mafaldo, A. (13 de julio 2022), Exposición internacional en el Salinas Yacht Club [Screenshot de flyer], Facebook. Facebook.com/photo.php?fbid=5373985719337428&set=pb.100001781600553.-2207520000&type=3

Mafaldo, A. (14 de octubre del 2021), Fotografía de Mafaldo, junto a su cuadro [Fotografía], Facebook. Facebook.com/photo?fbid=4523057481096927&set=a.107284346007618

Mafaldo, A. (2 de septiembre del 2021), Portón Andino - Formato: 55cmx46cm - Si mi obra despierta la memoria de quien la observa, he logrado mi objetivo. [Screenshot de publicación], Instagram. Instagram.com/p/CTV1yIUsaGZ/

Mafaldo, A. (2021). Perfil de Facebook de Mafaldo Antonio, artista pictórico del Barrio de Las Peñas. Extraído de: Facebook.com/antonio.mafaldorodriguez

Mafaldo, A. (2021). Perfil de Instragram de Galería Mafaldo, propiedad de Mafaldo Rodríguez Antonio, artista pictórico del Barrio de Las Peñas. Extraído de: Instagram.com/galeriamafaldo/

Mafaldo, A. (2023), Redes sociales de Mafaldo [Screenshot de perfil de Instagram y Facebook], Instagram & Facebook. Instagram.com/galeriamafaldo/ - facebook.com/antonio.mafaldorodriguez

Mafaldo, A. (21 de noviembre del 2021), En estas fiestas decora tus ambientes y recibe a los tuyos con las mejores obras de arte. Estaremos con descuentos. - Comunicado para atraer a la audiencia en Navidad desde noviembre [Screenshot de flyer], Instagram. Instagram.com/p/CWjklX-LNEz/

Mafaldo, A. (23 de julio del 2021), Foto de perfil que demuestra el lado humano del artista [Screenshot de foto de perfil], Facebook Facebook.com/photo?fbid=4264347250301286&set=a.107284346007618

- Mafaldo, A. (24 de julio del 2016), Foto de Mafaldo Rodríguez pintando en su galería [Fotografía], Facebook. [Facebook.com/photo.php?fbid=1090602021009174&set=pb.100001781600553.-2207520000&type=3](https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1090602021009174&set=pb.100001781600553.-2207520000&type=3)
- Mafaldo, A. (25 de julio del 2021), Barrio las Peñas vista desde el Rio Guayas. [Screenshot de publicación], Instagram. [Instagram.com/p/CRwhSgULTMj/](https://www.instagram.com/p/CRwhSgULTMj/)
- Mafaldo, A. (26 de enero del 2022), Disponible Cuadro al Óleo / Lona. Marco flotador dorado Arco de Darwin Formato: 165 cm x 125 cm Obra Original [Screenshot de publicación], Instagram. [Instagram.com/p/CY9owcBrbvD/](https://www.instagram.com/p/CY9owcBrbvD/)
- Mafaldo, A. (28 de agosto del 2021), Estamos agradecidos con el @municipiogy que al fin contamos con vigilancia privada y policial lo cual redundará en beneficio - Agradecimiento y muestra de seguridad en la zona de la galería [Screenshot de publicación], Instagram. [Instagram.com/p/CTH6YbyhQP7/](https://www.instagram.com/p/CTH6YbyhQP7/)
- Mafaldo, A. (5 de febrero del 2022), Obra al Óleo Disponible 180 cm x 100 cm 2022 Te presentamos la obra en tus ambientes bajo previa cita. - Obra al óleo que destaca como un gancho publicitario [Screenshot de publicación], Instagram. [Instagram.com/p/CZnK12Xrf6s/](https://www.instagram.com/p/CZnK12Xrf6s/)
- Mafaldo, A. (8 de febrero del 2022), Hermosas artesanas muy creativas del pueblo d Chinchero Cuzco [Screenshot de publicación], Facebook. [Facebook.com/antonio.mafaldorodriguez/posts/pfbid02KJZRFF9Lck4hGaJD2PvbFGjncF9rWwZz3PdQywizb2iD8BmeKixXRYWjX9yFno4LI](https://www.facebook.com/antonio.mafaldorodriguez/posts/pfbid02KJZRFF9Lck4hGaJD2PvbFGjncF9rWwZz3PdQywizb2iD8BmeKixXRYWjX9yFno4LI)
- Mafaldo, A. (8 de octubre del 2021), Nota. Guayaquileña explicando mi obra en la presente muestra en el museo Luis Adolfo Novoa Naranjo - Explicación en “body painting” de la obra de Mafaldo en Museo [Screenshot de publicación], Facebook. [Facebook.com/photo.php?fbid=4502771249792217&set=pb.100001781600553.-2207520000&type=3](https://www.facebook.com/photo.php?fbid=4502771249792217&set=pb.100001781600553.-2207520000&type=3)
- Mite, F. (2023). Carpeta referencial de tesis en Drive. Extraído de: [Drive.google.com/drive/folders/1JHsN6YxnpseTFhISil7\\_mVnmQWQpRgOF?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1JHsN6YxnpseTFhISil7_mVnmQWQpRgOF?usp=sharing)

- Mora, P. R. LA PERCEPCIÓN SOCIAL DE LA OBRA DE ARTE PICTÓRICA1. Extraído de: [Pabloredondomora.com/wp-content/uploads/2022/04/Redondo-P.-2016-La-percepcion-social-de-la-obra-de-arte.pdf](https://pabloredondomora.com/wp-content/uploads/2022/04/Redondo-P.-2016-La-percepcion-social-de-la-obra-de-arte.pdf)
- Mullor, M. (2022). Fotogramas. Más allá del lienzo: 40 películas influenciadas por la pintura. Extraído de: [Fotogramas.es/noticias-cine/g19259887/dunkerque-y-otras-peliculas-influenciadas-por-la-pintura/](https://fotogramas.es/noticias-cine/g19259887/dunkerque-y-otras-peliculas-influenciadas-por-la-pintura/)
- Nava, M. (2011). Universidad de los Andes. La Biblioteca de Alejandría. Extraído de: [bdigital.ula.ve/storage/pdf/agrhial/v5n5/art02.pdf](https://bdigital.ula.ve/storage/pdf/agrhial/v5n5/art02.pdf)
- Navarrete, J. (2023), Perfil de Jaqueline Navarrete [Screenshot de perfil de Instagram], Instagram. [Instagram.com/inspiracionesjn/](https://www.instagram.com/inspiracionesjn/)
- Navarrete, J. (2021). Perfil de Instagram de Inspiracionesjn, propiedad de Navarrete Ortuño Jaqueline, artista pictórica del Barrio de las Peñas. Extraído de: [Instagram.com/inspiracionesjn/](https://www.instagram.com/inspiracionesjn/)
- Navarrete, J. (24 de abril del 2021), Diferentes cuadros disponibles, escríbenos por interno por tu favorito - Obra de Jaqueline Leonor Navarrete Ortuño [Fotografía], Instagram. [instagram.com/p/COEkdBIsPIX/](https://www.instagram.com/p/COEkdBIsPIX/)
- Navarrete, J. (24 de julio del 2022), Foto de Jaqueline Navarrete, pintora artística del barrio de Las Peñas [Fotografía], Instagram. [Instagram.com/p/CgabqqoJslw/](https://www.instagram.com/p/CgabqqoJslw/)
- Navarrete, J. (24 de julio del 2022), Que lindos trabajos que realizas amiga [Screenshot de publicación], Instagram. [Instagram.com/p/CgabqqoJslw/](https://www.instagram.com/p/CgabqqoJslw/)
- Navarrete, J. (4 de julio del 2021), Caballito de mar hecho a mano - Cuadro de especie marina de la región costera e insular de Ecuador [Screenshot de publicación], Instagram. [Instagram.com/p/CQ6Mq8oKBib/](https://www.instagram.com/p/CQ6Mq8oKBib/)
- Parra, D. & Onieva, Ch. (2020). El uso del podcast para la difusión del patrimonio cultural en el entorno hispanoparlante: análisis de las plataformas iVoox y SoundCloud. Naveg@mérica. Revista electrónica editada por la Asociación Española de Americanistas. Extraído de: [Revistas.um.es/navegamerica/article/view/416541/281021](https://revistas.um.es/navegamerica/article/view/416541/281021)
- Quimbita, Navarrete, & Mafaldo (19 de marzo del 2021, 24 de abril del 2021, 1 de junio del 2022), Ejemplos de la forma difusora de los artistas por sus RRSS

[Fotografías]. Facebook.  
Facebook.com/photo.php?fbid=4030013770396897&set=pb.1000016494148  
34.-2207520000&type=3 - Instagram.com/p/CODtfRKMYoue/ -  
Instagram.com/p/CeRxLdQLuyc/

Quimbita, O (11 de julio del 2022), Siempre es bueno volver a Las Peñas, el corazón de Guayaquil. Y aquí, justamente, por las fiestas de Julio - Video que convoca a la audiencia a la Galería Quimbita – Las Peñas [Screenshot de video], Instagram. Instagram.com/p/Cf4HsyVLSYd/

Quimbita, O. (1 de julio del 2021), Espacio Cultural Plaza de la Fuente tiene el agrado de invitarlos a la exposición Caballos en la luz - Video promotor del Barrio Las peñas en las fiestas julianas [Screenshot de video], Instagram. Instagram.com/p/CQzwl1eIOsZ/

Quimbita, O. (11 de julio del 2022), Siempre es bueno volver a Las Peñas, el corazón de Guayaquil. Y aquí, justamente, por las fiestas de Julio - Video promotor del Barrio Las peñas en las fiestas julianas [Screenshot de video], Facebook Facebook.com/olmedo.quimbita/videos/1044635459781023

Quimbita, O. (11 de julio del 2022, 12 de junio del 2022), Mezcla difusora de Instagram y Facebook sobre un hecho durante un mes [Screenshot de publicaciones de Instagram y Facebook], Facebook & Instagram. Instagram.com/p/Cf3D-oJMHGF/ -  
Facebook.com/photo.php?fbid=5426526790745581&set=pb.1000016494148  
34.-2207520000&type=3

Quimbita, O. (17 de mayo del 2022), Este miércoles 18 de mayo se abre exposición #Transicioneseneltiempo. 25 obras de Quimbita en el @museolasamericaspr PR #arteecuador #pintordeluz - Convocatoria de visitas a la exposición “Transiciones en el tiempo” [Screenshot de video], Instagram. Instagram.com/p/CdrqJeoDJMZ/

Quimbita, O. (18 de abril del 2022), El maestro Quimbita disfrutó del feriado junto a su más reciente obra Comedia. Esta es uno de sus 25 cuadros - Reel de Quimbita pintando un cuadro que se expondría en el Museo de Las Américas Puerto Rico [Screenshot de reel], Instagram. Instagram.com/p/Ccf3Jl4uYdt/

Quimbita, O. (18 de abril del 2022), El maestro Quimbita disfrutó del feriado junto a su más reciente obra Comedia. - Quimbita pintando "Comedia", de la exposición "Transiciones en el tiempo" [Screenshot de video], Instagram. [Instagram.com/p/Ccf3JI4uYdt/](https://www.instagram.com/p/Ccf3JI4uYdt/)

Quimbita, O. (18 de mayo del 2022), Exposición #Transicioneseneltiempo en San Juan, Puerto Rico PR - Publicación del diario puertorriqueño El Nuevo Día [Screenshot de publicación de biografía], Facebook. [Facebook.com/photo.php?fbid=5352089861522608&set=pb.100001649414834.-2207520000&type=3](https://www.facebook.com/photo.php?fbid=5352089861522608&set=pb.100001649414834.-2207520000&type=3)

Quimbita, O. (19 de octubre del 2021), Un agradecimiento al diario el Universo por la publicación de 35 años de trayectoria artística - Nota del diario El Universo - 35 años de trayectoria de Quimbita [Screenshot de imagen en biografía], Facebook. [Facebook.com/photo.php?fbid=4675620412502893&set=pb.100001649414834.-2207520000&type=3](https://www.facebook.com/photo.php?fbid=4675620412502893&set=pb.100001649414834.-2207520000&type=3)

Quimbita, O. (2021). Perfil de Facebook de Quimbita Olmedo, artista pictórico del Barrio de Las Peñas. Extraído de: [Facebook.com/olmedo.quimbita](https://www.facebook.com/olmedo.quimbita)

Quimbita, O. (2021). Perfil de Instagram de Quimbita Olmedo, artista pictórico del Barrio de Las Peñas. Extraído de: [Instagram.com/quimbita.artista/](https://www.instagram.com/quimbita.artista/)

Quimbita, O. (2023), Olmedo Quimbita Panchi y sus redes sociales [fotografía y Screenshot de perfil de Instagram y Facebook], Facebook & Instagram. [Instagram.com/quimbita.artista/](https://www.instagram.com/quimbita.artista/) - [Facebook.com/olmedo.quimbita](https://www.facebook.com/olmedo.quimbita)

Quimbita, O. (29 de julio del 2021), Visitas en galería Quimbita - Promoción de la galería Quimbita por la periodista María Sol Galarza [Screenshot de video], Facebook. [Facebook.com/olmedo.quimbita/videos/357058362711206](https://www.facebook.com/olmedo.quimbita/videos/357058362711206)

Quimbita, O. (5 de abril del 2022), Foto Olmedo Quimbita, pintor de Las Peñas [Fotografía], Facebook. [Facebook.com/photo.php?fbid=5234432493288346&set=pb.100001649414834.-2207520000&type=3](https://www.facebook.com/photo.php?fbid=5234432493288346&set=pb.100001649414834.-2207520000&type=3)

- Quimbita, O. (7 de agosto del 2021), Visite nuestras "galerías de arte Quimbita", le esperamos. - Olón, (Hostal) Frente a la iglesia de Olón, prov. de Santa Elena - Promoción de visitas a galerías de Quimbita, entre ellas en Las Peñas [Screenshot de flyer], Instagram. [Instagram.com/p/CSShjC5HB1-/](https://www.instagram.com/p/CSShjC5HB1-/)
- Rey, M. (s.f.). Del cambio social a la aceleración metacultural y el going meta. Extraído de: [Residencia-investigadores.es/uploads/publicacionespdf/mjesus\\_castella.pdf](https://residencia-investigadores.es/uploads/publicacionespdf/mjesus_castella.pdf)
- Romanillo, A. M., Morales, M. G., & Sainz, C. G. (1990). Las pinturas rupestres paleolíticas de la cueva de Covalanas (Ramales de la Victoria, Cantabria). *Trabajos de Prehistoria*, 47, 9-38. Rescatado de: [Doi.org/10.3989/tp.1990.v47.i0.555](https://doi.org/10.3989/tp.1990.v47.i0.555)
- Sánchez, A. C. (2006). Textos, tipos de texto y textos especializados. *Revista de filología de la Universidad de La Laguna*, (24), 77-90. Información encontrada en: [Dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2100070](https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2100070)
- Santos, E (2021). Textualidad. Video de Youtube del canal Estefanía Santos. Información encontrada en: [Youtube.com/watch?v=V\\_SmvKyrKSA](https://www.youtube.com/watch?v=V_SmvKyrKSA)
- Schreinmoser, C. R. (2020). Las nuevas guerras y el patrimonio cultural material: La destrucción de los bienes culturales en los conflictos del siglo XXI; el caso del Estado Islámico. *Cadernos de Derecho Actual*, 1(13), 474-491. Rescatado de: [Cadernosdedereitoactual.es/ojs/index.php/cadernos/article/view/496/293](https://www.cadernosdedereitoactual.es/ojs/index.php/cadernos/article/view/496/293)
- Simón, A. (2020). ICOM. Entre lo personal y lo viral: la reinención de la comunicación del museo. Extraído de: [Icom.museum/es/news/reinvencion-comunicacion-del-museo/](https://icom.museum/es/news/reinvencion-comunicacion-del-museo/)
- Subirats, R. (2020). GOzar Magazine. Galerías virtuales de arte online. Extraído de: [Razgo.net/blog/galerias-virtuales-arte-online/](https://www.razgo.net/blog/galerias-virtuales-arte-online/)
- Suing, A., Ortiz, C., González, V., & Marín, C. (2020). La recepción de Educa TV. Una valoración a 2015. *Brazilian Journal of Development*, 6(1), 2442-2450. Extraído de: [ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/6159/5476](https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/6159/5476)
- Tirado Caicedo, H. A., & Villamarín Vera, D. J. (2021). Promoción de artistas pictóricos guayaquileños a través de una galería virtual de arte (Doctoral dissertation,

ESPOL. FADCOM.). Extraído de:  
Dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/56273/1/T-112674%20-%20Tirado%20Caicedo.pdf

Tirado, H., & Villamarín, D. (2021). Escuela superior policténica del Litoral. Promoción de artistas pictóricos guayaquileños a través de una galería virtual de arte. Extraído de: Dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/56273/1/T-112674%20-%20Tirado%20Caicedo.pdf

Zamora, R. E. (2009). Pragmática y textualidad (Vol. 14). EDITUM. Extraído de: Books.google.es/books?id=zGmJF0XJVDUC&pg=PA13&ots=NRqg0ZcfEw&dq=Zamora%2C%20R.%20E.%20(2009).%20Pragm%C3%A1tica%20y%20textualidad%20(Vol.%2014).%20EDITUM.&lr&hl=es&pg=PA13#v=onepage&q&f=false

## **ANEXOS**

**Anexo 1.** Carpeta en Drive que sustenta esta tesis

**Carpeta en Drive que contiene audios, imágenes, y encuesta, las cuales sustentan esta tesis**

**Enlace:**

Drive.google.com/drive/folders/1JHsN6YxnpseTFhISil7\_mVnmQWQpRgOF?usp=sharing

## Anexo 2. Formato de encuesta en imagen y texto

Figura 55. Formato de encuesta desarrollada en imagen

**Perspectiva del público sobre el arte pictórico del barrio Las Peñas**

En el barrio **Las Peñas** existe una amplia cantidad de artistas, entre ellos están aquellos que incursionan en el **arte pictórico**, también conocidos como **pintores artísticos**, los cuales crean sus obras en lienzo exponiéndolas en sus propios talleres o al aire libre.

Sin embargo, en una situación de crisis como la **Pandemia de la COVID-19**, donde el **aforo** era mínimo o nulo, se ve afectada la **difusión cultural** de sus obras; entonces, a través de varias preguntas se analizará cuál es la **perspectiva del público** y qué tan factible es divulgar el **arte pictórico** en las **redes sociales**.

fmitel@ulvr.edu.ec [Cambiar de cuenta](#)

\* Indica que la pregunta es obligatoria

Correo electrónico \*

Registrar fmitel@ulvr.edu.ec como el correo que se incluirá al enviar mi respuesta

¿Usted de qué ciudad es habitante? \*

Tu respuesta

¿Usted considera que el arte pictórico puede ir de la mano con los avances tecnológicos y digitales? \*

Sí  
 No

¿Usted por cuál medio piensa que un artista pictórico puede tener un mayor impacto? \*

Físico (galerías, exposiciones, ferias...)  
 Digital (páginas web, redes sociales, blogs...)

¿Usted en qué plataformas digitales consumió arte pictórico entre julio del 2021 a julio del 2022 (época de pandemia y reducción de aforo)? \*

Redes sociales  
 Bibliotecas virtuales  
 Galerías digitales  
 Blogs  
 Otros

¿Usted cree que las redes sociales son un medio necesario para la difusión del arte pictórico? \*

Sí  
 No

¿Usted consideraría que, en épocas de crisis, donde se prioriza la reducción de aforo poblacional (como ocurrió durante la Pandemia de la COVID-19) las redes sociales son una gran herramienta comunicacional para la difusión del arte pictórico?, ¿por qué? \*

Tu respuesta

¿Usted en qué red social comenzó a seguir a artistas pictóricos entre julio del 2021 a Julio del 2022 (época de pandemia y reducción de aforo)? \*

Facebook  
 Instagram  
 Otros  
 No sigo a ningún artista pictórico

¿Usted ha visitado las galerías de arte pictórico en el Barrio Las Peñas? \*

Sí  
 No

¿Usted sigue en alguna red social a artistas pictóricos del barrio Las Peñas? \*

Sí  
 No  
 No, pero sigo a otros artistas pictóricos

¿Que recomendación le daría a los artistas pictóricos para obtener un mayor impacto a través de las Redes Sociales? \*

Tu respuesta

[Enviar](#) [Página 1 de 1](#) [Borrar formulario](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este formulario se creó en Universidad Laica Vicente Rocaforte. [Notificar uso inadecuado](#)

Google Formularios

Nota. Encuesta vía telemática en Google Formularios [Modelo de encuesta]

Elaborado por: Mite, F. (2023)

**Tabla 42.** *Formato de encuesta y sus partes*

| Título   | <b>Perspectiva del público sobre el arte pictórico del barrio Las Peñas</b>  |
|--|--|
| <b>D<br/>E<br/>S<br/>C<br/>R<br/>I<br/>P<br/>C<br/>I<br/>Ó<br/>N</b> | <p>En el barrio Las Peñas existe una amplia cantidad de artistas, entre ellos están aquellos que incursionan en el arte pictórico, también conocidos como pintores artísticos, los cuales crean sus obras en lienzo exponiéndolas en sus propios talleres o al aire libre.</p> <p>Sin embargo, en una situación de crisis como la Pandemia de la COVID-19, donde el aforo era mínimo o nulo, se ve afectada la difusión cultural de sus obras; a través de preguntas se analizará cuál es la perspectiva del público y qué tan factible es divulgar el arte pictórico en RRSS.</p> |
| <b>P.1</b>   | <b>¿Usted de qué ciudad es habitante?</b>  |
| <b>P.2</b>   | <b>¿Usted considera que el arte pictórico puede ir de la mano con los avances tecnológicos y digitales?</b>  |
| <b>R.2</b>   | Sí / No  |
| <b>P.3</b>   | <b>¿Usted por cuál medio piensa que un artista pictórico puede tener un mayor impacto?</b>   |
| <b>R.3</b>   | Físico (galerías, exposiciones, ferias...) / Digital (páginas web, redes sociales, blogs...)   |
| <b>P.4</b>   | <b>¿Usted en qué plataformas digitales consumió arte pictórico entre julio - 2021 a julio - 2022 (época de pandemia y reducción de aforo)?</b>   |
| <b>R.4</b>   | Redes sociales / Bibliotecas virtuales / Galerías digitales / Blogs / Otros  |
| <b>P.5</b>   | <b>¿Usted cree que las redes sociales son un medio necesario para la difusión del arte pictórico?</b>  |
| <b>R.5</b>   | Sí / no  |

|             |   |
|-------------|---|
| <b>P.6</b>  | <b>¿Usted consideraría que, en épocas de crisis, donde se prioriza la reducción de aforo poblacional (como ocurrió durante la Pandemia de la COVID-19) las redes sociales son una gran herramienta comunicacional para la difusión del arte pictórico?, ¿por qué?</b> |
| <b>P.7</b>  | <b>¿Usted en qué red social comenzó a seguir a artistas pictóricos entre julio del 2021 a julio del 2022 (época de pandemia y reducción de aforo)?</b>  |
| <b>R.7</b>  | Facebook / Instagram / Otros / No sigo a ningún artista pictórico   |
| <b>P.8</b>  | <b>¿Usted ha visitado las galerías de arte pictórico en el barrio de Las Peñas?</b>   |
| <b>R.8</b>  | Sí / no   |
| <b>P.9</b>  | <b>¿Usted sigue en alguna red social a artistas pictóricos del barrio Las Peñas?</b>  |
| <b>R.9</b>  | Sí / No / No, pero sigo a otros artistas pictóricos   |
| <b>P.10</b> | <b>¿Qué recomendación les daría a los artistas pictóricos para obtener un mayor impacto a través de las Redes Sociales?</b>   |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Anexo 3. Foto del taller de Mafaldo 1**

**Figura 56. Foto de cuadros realizados por Mafaldo 1**



*Nota. Prueba fotográfica de entrevista realizada a través de grabación de audio en Galería Mafaldo 1 [Fotografía]*

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Anexo 4.** Foto del taller de Mafaldo 2

**Figura 57.** Foto de cuadros realizados por Mafaldo 2



Nota. Prueba fotográfica de entrevista realizada a través de grabación de audio en Galería Mafaldo 2 [Fotografía]

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Anexo 5.** Foto del taller de Quimbita – Tabarez 1

**Figura 58.** Foto del taller de Quimbita - Tabarez



*Nota. Prueba fotográfica de entrevista realizada a través de grabación de audio en Galería Quimbita 1 [Fotografía]*

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Anexo 6.** Foto del taller de Quimbita – Tabarez 2

**Figura 59.** Foto del taller de Quimbita – Tabarez 2



*Nota. Prueba fotográfica de entrevista realizada a través de grabación de audio en Galería Quimbita 2 [Fotografía]*

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Anexo 7. Foto del taller de Mafaldo 3**

**Figura 60. Foto del taller de Mafaldo**



*Nota. Prueba fotográfica de entrevista realizada a través de grabación de audio en Galería Mafaldo 3 [Fotografía]*

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)

**Anexo 8.** Prueba de autenticidad de los 68 correos encuestados

**Tabla 43.** Seguidores de RRSS de artistas pictóricos del Barrio Las Peñas

| <b>N.</b> | <b>Correos de los encuestados</b> |
|-----------|-----------------------------------|
| 1.        | 1310957608lhbm@gmail.com          |
| 2.        | afarlitop@gmail.com               |
| 3.        | airis4802@gmail.com               |
| 4.        | alany88gtop@gmail.com             |
| 5.        | alegardedad@ulvr.edu.ec           |
| 6.        | annabellmila29@gmail.com          |
| 7.        | arivillros@gmail.com              |
| 8.        | arreagasanchezdenisse@gmail.com   |
| 9.        | bajananarizalakaren1993@gmail.com |
| 10.       | banchontumbacoa12@gmail.com       |
| 11.       | blanca13anny@gmail.com            |
| 12.       | bonartbynelly@gmail.com           |
| 13.       | bonillabetzabeth4@gmail.com       |
| 14.       | byaz2812@gmail.com                |
| 15.       | clbarcos@gmail.com                |
| 16.       | dquispef@ulvr.edu.ec              |
| 17.       | dtubayq@ulvr.edu.ec               |
| 18.       | edelmaryepezpozo@gmail.com        |

|            |                                |
|------------|--------------------------------|
| <b>19.</b> | emunozm@ulvr.edu.ec            |
| <b>20.</b> | fatparedes@est.ecotec.edu.ec   |
| <b>21.</b> | glendaba1801@gmail.com         |
| <b>22.</b> | guanoquizamelva@gmail.com      |
| <b>23.</b> | gysselita2015@gmail.com        |
| <b>24.</b> | ivettepalacios06@gmail.com     |
| <b>25.</b> | jlimones770@gmail.com          |
| <b>26.</b> | jonast.01.01@gmail.com         |
| <b>27.</b> | jorgealbertoaguirrer@gmail.com |
| <b>28.</b> | jpanchanab@ulvr.edu.ec         |
| <b>29.</b> | julissaagualongocruz@gmail.com |
| <b>30.</b> | justinpaucar2011@gmail.com     |
| <b>31.</b> | jvargash@ulvr.edu.ec           |
| <b>32.</b> | kale311998@gmail.com           |
| <b>33.</b> | kamicazu21@gmail.com           |
| <b>34.</b> | kgracianim@ulvr.edu.ec         |
| <b>35.</b> | ley1390kary@gmail.com          |
| <b>36.</b> | lozanojoselyn92@gmail.com      |
| <b>37.</b> | mariemedina538@gmail.com       |
| <b>38.</b> | melinamata36@gmail.com         |
| <b>39.</b> | michellesefra0304@gmail.com    |

|     |                                 |
|-----|---------------------------------|
| 40. | mishellgiraldo60@gmail.com      |
| 41. | mitefrancisco1597@gmail.com     |
| 42. | mitefrancisco1597@gmail.com (1) |
| 43. | naejcbk@gmail.com               |
| 44. | nathaliadominguez315@gmail.com  |
| 45. | natyloving15@gmail.com          |
| 46. | neins871@gmail.com              |
| 47. | nmendozas@ulvr.edu.ec           |
| 48. | parralesalay20@gmail.com        |
| 49. | paucaraviles00@gmail.com        |
| 50. | pfloresp@ulvr.edu.ec            |
| 51. | pjalilr@ulvr.edu.ec             |
| 52. | pozocarmen59@gmail.com          |
| 53. | rosalyguevara@gmail.com         |
| 54. | roxanabanchon59@gmail.com       |
| 55. | roxmel19191@gmail.com           |
| 56. | sfloresme@ulvr.edu.ec           |
| 57. | stevee.2002asd@gmail.com        |
| 58. | tami28rg@gmail.com              |
| 59. | tania.vanessa11.18@gmail.com    |
| 60. | titacornejo2001@gmail.com       |

|            |                              |
|------------|------------------------------|
| <b>61.</b> | tommy.penafiellara@gmail.com |
| <b>62.</b> | tparedesm@ulvr.edu.ec        |
| <b>63.</b> | tparedesmi@ulvr.edu.ec       |
| <b>64.</b> | valerylayeska109@gmail.com   |
| <b>65.</b> | vividelacruz72@gmail.com     |
| <b>66.</b> | vlogerxavigomez@gmail.com    |
| <b>67.</b> | walterarauz35@gmail.com      |
| <b>68.</b> | yeimmyolvera@gmail.com       |

**Elaborado por:** Mite, F. (2023)