



# UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

## ESCUELA DE POSGRADO

### MAESTRÍA EN CIENCIAS SOCIALES



#### TESIS

**LA DINÁMICA DE LA PINTURA EN PANA DESDE LA PRODUCCIÓN  
HASTA SU COMERCIALIZACIÓN EN LAS CIUDADES DE AREQUIPA,  
CUSCO Y PUNO**

**PRESENTADA POR:**

**EDER BLUM PARI SACHO**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:**

**MAESTRO EN ARTE Y EDUCACIÓN ARTÍSTICA**

**PUNO, PERÚ**

**2023**

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**LA DINÁMICA DE LA PINTURA EN PANA  
DESDE LA PRODUCCIÓN HASTA SU CO  
MERCIALIZACIÓN EN LAS CIUDADES DE  
A**

AUTOR

**EDER BLUM PARI SACHO**

RECUESTO DE PALABRAS

**18165 Words**

RECUESTO DE CARACTERES

**93706 Characters**

RECUESTO DE PÁGINAS

**88 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**7.1MB**

FECHA DE ENTREGA

**Apr 18, 2024 12:03 PM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Apr 18, 2024 12:05 PM GMT-5**

● **19% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 19% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 8% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 12 palabras)

Dr. Wilber Cesar Calaisa Ponce  
ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE  
DOCENTE UNA - PUNO



Resumen



# UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

## ESCUELA DE POSGRADO

### MAESTRÍA EN CIENCIAS SOCIALES

#### TESIS

### LA DINÁMICA DE LA PINTURA EN PANA DESDE LA PRODUCCIÓN HASTA SU COMERCIALIZACIÓN EN LAS CIUDADES DE AREQUIPA, CUSCO Y PUNO

PRESENTADA POR:

EDER BLUM PARI SACHO



PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

MAESTRO EN ARTE Y EDUCACIÓN ARTÍSTICA

APROBADA POR EL JURADO SIGUIENTE:

PRESIDENTE

.....  
Dr. FELIPE SUPO CONDORI

PRIMER MIEMBRO

.....  
Dr. JAVIER ARTURO APAZA QUISPE

SEGUNDO MIEMBRO

.....  
D.Sc. HECTOR LUCIANO VELASQUEZ SAGUA

ASESOR DE TESIS

.....  
D.Sc. WILBER CESAR CALSINA PONCE

Puno, 16 noviembre del 2023

ÁREA: Arte

TEMA: Análisis y evaluación de las expresiones artísticas

LÍNEA: Expresiones artísticas y corrientes del arte



## DEDICATORIA

*A la vida por darme la oportunidad de ser Artista Plástico. A mi padre Miguel Pari, mi madre Basilia Jacho y hermanos Miguel Ángel, Marco y Micchel por su constante apoyo incondicional. En especial a mi querida pareja Roció y mi hija Damaris por ser mi fuente de inspiración y motivación para seguir creciendo profesionalmente.*

***Eder Blum Pari Sacho***



## AGRADECIMIENTO

*A la Universidad Nacional del Altiplano, al Programa de Maestría en Ciencias Sociales en la mención Arte y Educación Artística donde asimilé los conocimientos necesarios para mi desarrollo profesional.*

*Al Dr. Cesar Calsina Ponce por sus consejos y asesoría permanente durante todo el proceso de realización de esta tesis.*

*A mi padre Miguel Pari por haberme motivado e inculcado en este camino del color y el Arte.*

***Eder Blum Pari Sacho***



## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
ÍNDICE GENERAL	iii
ÍNDICE FIGURAS	v
ÍNDICE DE ANEXOS	vii
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCION	3

### CAPITULO I

#### REVISIÓN DE LITERATURA

1.1	Marco teórico	4
1.1.1	Pintura	4
1.1.2	Simbolismo en la pintura	5
1.1.3	Técnica óleo sobre lienzo	5
1.1.4	Arte	6
1.1.5	Las representaciones visuales bidimensionales	7
1.1.6	Las funciones de la imagen	7
1.1.7	Simbología en las imágenes	9
1.1.8	Galerista	10
1.2	Antecedentes	11
1.2.1	Internacionales	11
1.2.2	Nacionales	16
1.2.3	Locales	18

### CAPITULO II

#### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1	Identificación del problema	19
2.2	Enunciados del problema	20
2.2.1	Pregunta General:	20
2.2.2	Preguntas específicas:	20
2.3	Justificación	20
2.4	Objetivos	21



2.4.1	Objetivo General:	21
2.4.2	Objetivos Específicos:	21
2.5	Hipótesis	21
2.5.1	Hipótesis General:	21
2.5.2	Hipótesis Específicos:	22
<b>CAPITULO III</b>		
<b>MATERIALES Y MÉTODOS</b>		
3.1	Lugar de estudio	23
3.2	Población	23
3.3	Muestra	23
3.4	Método de investigación	23
3.5	Descripción detallada de los métodos por objetivos específicos	23
<b>CAPITULO IV</b>		
<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b>		
4.1	Resultados	24
4.2	Discusión	60
	CONCLUSIONES	64
	RECOMENDACIONES	66
	BIBLIOGRAFÍA	67
	ANEXOS	73

## ÍNDICE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
1. Formación en el campo de la pintura.	24
2. Tiempo que viene laborado en el campo de la pintura en pana	25
3. Técnicas que usa para la pintura en pana	26
4. Formas de trabajo usa para la pintura en pana	27
5. Trabajos en pintura en pana que realiza por mes	28
6. Ingreso económico que genera por la venta de pintura de pana	29
7. Realiza otros trabajos artísticos al margen de la pintura en pana, para generar ingresos	30
8. Actividades artísticas que realiza al margen de la pintura en pana	31
9. Tiempo de ejecución de una pintura en pana (formato de 50 x 75)	32
10. Pintura en pana titulada; chismosas III, del artista Juan Carlos Condori	33
11. Pintura en pana, sin título, del artista Nilo Sucasaca.	35
12. Pintura en pana, sin titulada; del artista Javier Cahui	36
13. Pintura en pana, sin título,, del artista; Pablo Colque	38
14. Pintura en pana, Dios Inti, del artista; Eder Blum Pari	40
15. Pintura en Pana, sin título, del artista; Paulo Zapana	41
16. Pintura en pana, Sin título, de la artista; Giuliana Flores	42
17. Pintura en pana, sin título, de artista; José Larico	43
18. Pintura en pana, sin título, del artista; Roberto Pinto	45
19. Pintura en pana, sin título, del artista; José Luis Farfán	46
20. Pintura en pana, sin título, del artista; Wilber Ticona	47
21. Pintura en pana, sin título, del artista; Daniel Flores.	49
22. Espacios donde oferta las pinturas en pana	50
23. El local es de venta exclusiva de Pintura	51
24. Época de mayor venta durante el año	52
25. Precio de la pintura en pana (formato de 50 x 75)	53
26. Sector que adquiere pinturas en pana	54
27. La utilidad que le da a las pinturas en pana	55
28. Trabajos de pintura en pana que son vendidos a la semana	56
29. las pinturas en pana son vendidas con su respectivo marco	57
30. Formatos más solicitados de pintura en pana	58



<b>31.</b>	La temática más demandada de la pintura en pana	58
<b>32.</b>	Los artistas de la pintura en pana, pintan según	60



## ÍNDICE DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
1. Matriz de consistencia	73
2. Cuestionario de preguntas para los artistas	74
3. Cuestionario de preguntas para los intermediarios del arte	77



## RESUMEN

Los artistas de la pintura en pana de las regiones de Arequipa, Cusco y Puno no tienen espacios definidos en el mercado del arte. en la presente investigación se planteó como objetivo general: identificar la dinámica de la pintura en pana; desde la producción hasta su comercialización en las ciudades de Arequipa, Cusco y Puno, de ella se desprende los específicos que consideran a los productores de la pintura en pana; así mismo, se ubicaran los espacios físicos y virtuales donde se comercializa la pintura en pana, otro objetivo es, registrar a los consumidores de la pinturas; y por último, realizar un análisis sobre la temática en las pinturas en pana. La investigación corresponde al enfoque cuantitativo, el diseño es descriptivo con tendencia transversal, la técnica de investigación es la entrevista, observación y encuesta. Sobre los resultados se identificó el rol de cada actor dentro de la dinámica de la pintura en pana; desde quienes son los artistas que realizan este tipo de arte, pasando por los intermediadores del arte y como estos comercializan las pinturas en pana; además, se identificó los espacios donde se comercializar la pintura, y son los centros artesanales, galerías privadas y la venta en la vía pública, además cada región tiene características particulares (Arequipa, Cusco y Puno) en el tema de la comercialización, sin embargo en relación a la temática existe un lenguaje y una estética visual similar.

**Palabras claves:** creación, comercialización, consumidores, pintura en pana, temática de la pintura.

## ABSTRACT

The artists of corduroy painting in the regions of Arequipa, Cusco, and Puno have yet to define spaces in the art market. The overall purpose of this research is to identify the dynamics of corduroy painting, from production to commercialization in the cities of Arequipa, Cusco, and Puno, from which the specifics that consider the producers of corduroy painting are derived; likewise, the physical and virtual spaces where corduroy painting is commercialized will be located; another objective is to register the consumers of the paintings; and finally, to carry out an analysis on the theme of corduroy paintings. The research corresponds to the quantitative approach; the design is descriptive with a transversal tendency, and the research technique is the interview, observation, and survey. The results identified the role of each actor within the dynamics of the corduroy painting, from the artists who perform this type of art through the art intermediaries and how they market the corduroy paintings; in addition, the spaces where the painting is marketed were identified, and they are the craft centers, private galleries and the sale on public roads; also each region has particular characteristics (Arequipa, Cusco and Puno) on the issue of marketing, however about the theme there is a language and a similar visual aesthetics.

**Keywords:** Creation, commercialization, consumers, corduroy painting, and the theme of the painting.



 **Dr. Renzo F. Valdivia Terrazas**  
PROFESOR PRINCIPAL  
UNA PUNO

## INTRODUCCION

La pintura es un arte que busca representar la realidad gráficamente, empleando para ello formas y colores sobre una superficie y en la actualidad existen diversas superficies que lo artistas han ido experimentando como es el caso de la tela pana de color negro que sirve de superficie para sus obras ya que esto favorecen en ciertas características como contraste, la difuminación y fácil transporte. Esta técnica esta incursionado en el mercado del arte de las regiones de Arequipa, Cusco y Puno y es un medio que genera ingresos económicos para los artistas gracias al dinamismo del turismo que se vienen dando en dichas regiones. es por ello la importancia de esta investigación para identificar a los productores, consumidores y la obra artística.

La investigación corresponde al Área de Artes, el tema: Análisis y Evaluación de las Expresiones Artísticas y la Línea: Expresiones Artísticas y Corrientes del Arte

La estructura del informe fue realizada según el esquema planteado por la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, el cual está investigación está dividida en cuatro capítulos, en el primer capítulo se presenta el marco teórico y conceptual que orienten el sustento de la Investigación.

En el segundo capítulo está el planteamiento del problema de Investigación se identifica el problema de investigación, el objetivo general, los objetivos generales y la Hipótesis.

En el tercer capítulo se presenta el método de investigación, la población de estudio los instrumentos y técnicas de investigación.

En el cuarto capítulo se detalla los resultados y discusión en función a los objetivos planteados en la investigación y por último esta las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y los anexos.

## CAPITULO I

### REVISIÓN DE LITERATURA

#### 1.1 Marco teórico

##### 1.1.1 Pintura

Hoy en día, cuando hablamos de Bellas Artes, normalmente nos referimos a la pintura, a lo retratos pequeños que adornan las paredes de la casa y oficinas públicos o museos. Esta última presentación de las artes visuales tiene muchas fuentes, desde los primeros intentos del hombre prehistórico para crear imágenes, dibujadas o pintadas, hasta el triángulo del arte contemporáneo con su establishment de críticos, museos y normas para la aceptación y el éxito. Los dibujos antiguos, con sus tonalidades oscuras, han permanecido en las cuevas del sur de Francia y el norte de España como testimonios de los primeros intentos humanos por utilizar las imágenes como medio de conservación e información. La creación de imágenes ha sido una parte importante de la vida humana desde los principios de la civilización, y fue a partir de ella que el hombre desarrolló el lenguaje escrito a través de los bocetos, los objetos religiosos, los muebles decorados, los mosaicos, la cerámica y los azulejos pintados, las vidrieras y los tapices compiten con la escritura en su capacidad de contar historias. Sin embargo, la creación de imágenes tiene otros rasgos, como la contemplación de la naturaleza, una forma de ver y comprenderse a uno mismo en el ser humano, la expresión de sentimientos religiosos y la decoración para hacer más agradable el entorno humano (Dondis D. A., s.f.)

Berger (1997) Menciona acerca del concepto de la pintura:

La pintura es, en primer lugar, una afirmación de lo visible que nos rodea y que está continuamente apareciendo y desapareciendo. Posiblemente, sin la desaparición no existiría el impulso de pintar, pues entonces lo visible poseería la seguridad (la permanencia) que la pintura lucha por encontrar. La pintura es, más directamente que cualquier otro arte, una afirmación de lo existente, del mundo físico al que ha sido lanzada la humanidad (pp. 44-45)

### 1.1.2 Simbolismo en la pintura

Cualquier imagen pictórica se le puede asignar símbolos con diferentes ideas relacionadas punto aparte realismo representación de manera temática, de manera que el observador lea la obra como un espejo que refleja, o una ventana que se abre hacia una escena verosímil.

La alegoría es una imagen que cuenta una historia con personajes y objetos creados en un espejo visual creíble, es decir, una representación del personaje o características reales o abstractas. elemento adicional El surrealismo es una combinación justa de elementos que no están relacionados con la gravedad, el espacio, el tiempo u otras consideraciones para representar un mundo de sueños o un entorno irreal con fines simbólicos o imaginativos (Maris, 1994).

El simbolismo en la Pintura es un movimiento que se vale de símbolos para comunicar algo:

El movimiento simbolista tendió a eludir los nombres de los objetos y sentimientos, y no sólo esto, prefirió sugerirlos o evocarlos con imágenes o símbolos. Sin embargo, éstos fueron confusos. Se entiende por símbolo, en el marco de la hermenéutica analógica, al signo que une dos cosas, dos elementos o dos dimensiones, a saber, lo material con lo espiritual, lo empírico con lo conceptual, lo literal con lo figurado. Como tiene dos partes, una nos pertenece y es con la cual se busca la otra. Se tiene la parte individual, concreta, sensorial y corporal del símbolo, y se espera que lleve a la universal, abstracta, conceptual y espiritual (Beuchot, 2005, p. 76)

### 1.1.3 Técnica óleo sobre lienzo

La técnica de pintura más conocida es el óleo, que se utiliza sobre tela o tabla. Consiste en una mezcla de pigmentos coloreados con aceite, generalmente linaza o nuez. La invención de esta técnica pictórica se atribuye al artista Van Eyck, aunque esta técnica ya era conocida desde la antigüedad, fueron los flamencos del siglo XV los primeros en implementarla de manera sistemática. Sus beneficios son muchos, incluido el color brillante y la posibilidad de ajustes por superposición de pinceladas, lo que permite al pintor actuar con mayor libertad.

Durante el siglo XVI, se extendió su uso, aunque la elaboración artesanal de los colores nos llevaría a una gran cantidad de fórmulas preparatorias (Fuentes, 2018)

la técnica de la pintura al óleo es una combinación de “una mezcla de pigmentos suspendidos en aceite de linaza. En términos técnicos el aceite de linaza constituye el vehículo de los pigmentos manteniendo cada molécula de color unida a las otras formando así una película continua” (Oliva Vergara, 2020, p. 3)

Esta técnica a lo largo de la historia se ha utilizado de diversas formas en la producción de obras de arte de distintos tamaños debido a la gran versatilidad que tiene:

Los óleos se han utilizado de diversas formas desde el siglo XIV. Hasta ese momento, el pigmento añadido a una emulsión de huevo era el medio empleado en la mayoría de los estudios de artistas. Sin embargo, el óleo pronto eclipsó al temple de huevo en cuanto a popularidad, debido sobre todo a su mayor versatilidad, más tiempo de manipulación y un resultado más sutil. (Winsor y Newton, 2002, p. 9)

#### **1.1.4 Arte**

El arte, en general, es la expresión de este deseo humano de alcanzar la realización espiritual. Un arte que sea válido nunca debe interrumpir la comunicación con y para esas metas. El objetivo es destilar la vida al refinar la verdad hasta su punto más mínimo y luego transmitirla con una formulación poderosa y rica en significados universales a todos los niveles de la sociedad (Dondis D. A., s.f.)

La definición de Arte ha cambiado significativamente a lo largo del tiempo y en las diferentes sociedades, por lo que la relación de su concepto a las Bellas Artes en la actualidad no se ajusta a la definición clásica de Arte (Medina, 2005).

el concepto de arte tiene muchas definiciones desde diferentes puntos de vista, en el plano de la estética Vicente (2003) menciona:

En el plano de la Estética (entendida como Filosofía del Arte) y de la práctica artística, el arte ha dejado de ser considerado como un mero

hacer; han surgido posiciones que retoman la vieja definición de arte como saber hacer poniendo el acento tanto en el hacer como en el saber. El arte deja de ser considerado una práctica cuya función es reproducir la realidad mejorándola, embelleciéndola, sino que se lo valora como una forma de conocimiento que se expresa a través de diversos lenguajes (visual, musical, teatral, cinematográfico, etc.) (p. 87)

Cuando hablamos de arte no todos tenemos las mismas sensibilidades para disfrutar el arte:

Todas las creaciones del ser humano son sublimes; aunque todos no tenemos las mismas sensibilidades para admirar y extasiarnos con cada una de ellas. Algunos nos deleitamos con una composición musical, o disfrutamos de los colores, líneas y sombras de una escultura; otros prefieren las fantasías que se desdibujan en una poesía o su alma llega a un clímax con la admiración de una obra de danza contemporánea. No es cuestión de gustos o de mera ignorancia, eso sería una visión simplista, es sólo reflejo de la gran complejidad intrínseca al ser humano y por ende a sus creaciones (Yañez, 2014, p. 382)

### **1.1.5 Las representaciones visuales bidimensionales**

Con el adjetivo bidimensional nos referimos a una representación en la que la realidad, tridimensional por definición como y se transforma en una superficie de 2 dimensiones. Tradicionalmente pertenecen a esta categoría las representaciones creadas mediante procedimientos como la pintura el dibujo y el grabado, a las que se han incorporado la fotografía y un sinnúmero de desarrollos infográficos (Acaso, 2009, p. 100).

### **1.1.6 Las funciones de la imagen**

Con el objeto de clarificar y comparar las varias relaciones que las imágenes mantienen con sus objetos de referencia, distinguiré las tres funciones que ejercen las imágenes. Las imágenes pueden servir como representaciones o como símbolos; pueden también utilizarse como meros signos. Muchos de los autores que se han referido al tema llevaron a cabo esta clase de distinción. Algunos usaron los mismos términos u otros similares, pero las significaciones

que les asignan se superponen de modo complejo con las distinciones que necesito para nuestro propósito. En lugar de analizar estas semejanzas y diferencias, trataré de definir los tres términos de manera tan tangible que el lector no tendrá dudas sobre lo que quiero decir con ellos

Los tres términos representación, o símbolo y signo, no se refieren a tres clases de imágenes. Describe más bien, tres funciones que las imágenes cumplen. Una imagen particular puede utilizarse para cada una de estas funciones y a menudo sirve a más de una al mismo tiempo. En general, la imagen de por sí no indica cuál es su función. Un triángulo puede ser un signo de peligro, la representación de una montaña o un símbolo de jerarquía. Tenemos necesidad de saber cuán conveniente o inconveniente mente diversas clases de imágenes cumplan esas funciones (Arnheim, 1992, pp. 149-150).

La función de la imagen responde a diferentes necesidades del ser humano lo que nos da diferentes maneras de utilizar la función de la imagen

Los hombres de todas las épocas y de todas las culturas han producido imágenes. visuales, siempre con vistas a fines externos, sean individuales o colectivas. Es especialmente importante analizar tales fines, aunque antes de ello sea necesario hacer una pregunta previa, la de por qué existen las imágenes, a qué tipo de necesidad responde su mera existencia Tal vez la respuesta más general es que las imágenes responden a necesidades simbólicas; es decir, constituyen una manera de establecer la mediación entre el hombre y el mundo: las imágenes son símbolos, pueden actuar como representantes de las cosas del mundo (Gonzalo Ochoa, 1997, pág. 15)

Una de la función de la imagen es analizado desde el punto de vista Estético nos indica que la imagen esta para complacer al espectador y que fácilmente se pueda hacer pasar por una obra de arte a lo que Jacques (1992) nos señala:

Este propósito es también antiguo, aunque sea casi imposible pronunciarse sobre lo que pudo ser el sentimiento estético en épocas muy alejadas de la nuestra (¿se suponía que los bisontes de Lascaux eran

bellos? ¿Tenían sólo un valor mágico?). En cualquier caso, esta función de la imagen es hoy indisoluble, o casi, de la noción de arte, hasta el punto de que a menudo se confunden las dos, y que una imagen que pretenda obtener un efecto estético puede fácilmente hacerse pasar por una imagen artística (véase la publicidad, en la que llega a su colmo esta confusión) (pág. 04)

### 1.1.7 Simbología en las imágenes

El símbolo debe ser simple para ser comprendido, por lo que casi siempre se usa una forma de representación no realista a lo que llamaremos sintética. Puede describir algunos rasgos físicos característicos de lo que representa, pero no está compuesto solo de detalles descriptivos. Además, los elementos visuales de la imagen están determinados por su significado simbólico y no por su parecido a la realidad como, por ejemplo, hablemos de cómo funciona el tamaño: piensa en una imagen en la que hay un grupo de personas y uno de los personajes mide tres veces más que los otros. En una representación simbólica esto no quiere decir, que esa persona se sea increíblemente alta, sino que el personaje es muy importante dentro de su propia jerarquía social, tal vez se esté representando a un rey o a un Dios, En este caso la dimensión no está describiendo su tamaño real, sino su significado e importancia. Lo mismo ocurre con la posición, el color como la forma (García, 2016, p. 42).

Por otro lado, según Báez-Jorge (1990) menciona “si bien una condición fundamental de todo sistema de comunicación son los significados compartidos, puede observarse que quienes participan en una red de comunicación no siempre comparten de la misma manera los significados” (p. 76)

Sobre la simbología en las imágenes Chevalier y Gheerbrant (2006) menciona:

Los símbolos pueden ser relaciones de imágenes, ideas, creencias y emociones sugeridas. Cada nuevo lector puede descubrir o presentir por sí mismo en ellos nuevos sentidos, de manera que estamos en la posibilidad de profundizar o de ampliar por nosotros mismos, en cuanto a la percepción de estos. Cada lector según su gusto e inclinación, se sentirá

llevado a seguir ciertas líneas de interpretación o a trabajar con otras diversas. (pp. 84-85)

Por otro lado, sobre la simbología, la imagen tienes diferentes significados dependiendo de las culturas, razas, religión, sobre este concepto Cooper (2016) señala:

Pocas personas comprenden hasta qué punto su vida diaria se ve influida y controlada por los símbolos, en su mayoría de antiguo linaje, que han llegado hasta ellas no solo a lo largo de los siglos, sino a través de muchas razas, culturas y religiones diferentes. Para la persona común de nuestros días, un símbolo es una cosa vacía, apenas un signo que no trasmite otro significado que el sugerido por su apariencia exterior. El triángulo es generalmente aceptado, por ejemplo, como un signo que indica peligro, mientras que todo el simbolismo de la figura del triángulo, que data de épocas muy antiguas y es de carácter religioso, tiene implicaciones casi infinitas. Los signos atañen a la vida cotidiana; los símbolos encierran un significado arquetípico interior que conduce a realidades de orden superior (p. 5)

### **1.1.8 Galerista**

El galerista es uno de los personajes clave dentro del círculo comercial del arte, ya que es el propietario de una galería y, por lo mismo, es uno de los actores más importantes en la difusión de las artes visuales. Al galero como tal no le interesa difundir una obra artística a menos que tenga una finalidad comercial, es por esto que la preocupación del galero es la difusión y el peso del artista, dado por el valor comercial de éste dentro del mercado y no tanto por la obra. La venta de la obra es su fin, pero su medio es el nombre del artista o como muchos dicen la firma, que es lo que da valor comercial al objeto artístico (García, Artes Visuales III, 2011, p. 87).

Es un personaje que está directamente relacionado con las obras de arte por ello “Un galerista es el propietario u operador de una galería de arte. Los galeristas compran y venden obras de arte y, a menudo, se centran en piezas de alta gama que tienen precios superiores. Las responsabilidades del trabajo van

desde las técnicas, como cómo exhibir obras de arte, hasta las operativas, como mantener la galería funcionando correctamente” (Downey, 2023, p. 1)

Otra definición que propone sobre un galerista es Díaz Amunárriz (2016) donde señala:

Una galería de arte comercial es una empresa cultural en cuyo establecimiento se exhiben, promocionan y venden obras de arte. La dirige el galerista. Éste representa a una serie de artistas, que constituyen la plantilla y marca la línea de negocio. Su función es la gestión cultural y económica a la vez (p. 43)

## 1.2 Antecedentes

### 1.2.1 Internacionales

Los espacios donde se puedan dar este encuentro entre el productor, obra y el espectador, son reducidos y es por ello que se viene gestando iniciativas para cambiar ello, tal como lo plantea Laura Lovat (2020) quien sentencia que:

Muchos artistas también se ven afectados por la complejidad de encontrar una galería que los represente, lo que podría resultar en tantas galerías como artistas, ya que las redes sociales se ofrecen como vidriera para la exposición de sus obras. En este contexto, proponemos un nuevo concepto de galería: la galería colaborativa. En la que artistas, galeristas y gestores culturales se unan aportando su trabajo y recursos, para la aceleración de la recuperación del mercado. Sin dudas, la asistencia económica del ente gubernamental, promoción y apoyo, será fundamental (p. 72)

Los intermediadores es la cadena que dinamizan el mercado del arte, Pérez y Calero (2011) así también lo señala:

Como elemento esencial de la distribución artística este estudio se ha centrado en la figura del intermediario ya que, a nuestro entender, el negocio del arte no empieza hasta que aparece el intermediario. En este sentido, se ha realizado un recorrido por las diferentes casas de subastas, ferias de arte contemporáneo y galerías artísticas es-pañolas e

internacionales como lugares básicos que ayudan al artista a comercializar y distribuir su obra de arte. A diferencia del mercado primario, el mercado secundario ofrece a través de sus intermediarios, gran confianza al cliente. Los intermediarios poseen, debido a su amplia experiencia, suficiente documentación sobre las obras que ofrecen, aportando un lugar de debate en el cual se expliquen y contrasten posturas, se ofrezcan y valoren diálogos y donde se informe y se forme (p. 548).

Sobre la trascendencia de la obra de arte en su investigación titulada “*La mirada y el atractivo de una obra de arte*” Balzarini (2019) señala que:

El atractivo de un cuadro radica en el encuentro con un punto real, original, es decir no traducido, no sabido, siendo despertado por la función de un elemento que produce un efecto de sorpresa, y habilita a una interpretación por la vía del fantasma, a lo que subsigue un nuevo punto de pérdida, que requiere de un nuevo anudamiento (p. 13).

En relación al mercado del arte donde se encuentran compradores y vendedores Diaz Amunárriz (2016) define el mercado del arte como:

El mercado del arte es un concepto económico y artístico que designa al conjunto de transacciones entre compradores y vendedores de objetos artísticos. Se compone de una serie de agentes individuales e institucionales que se dedican a la explotación comercial del arte y que, como mercado, fijan los precios en función de la oferta y la demanda. Los principales agentes del mercado son: las casas de subastas, que fijan el precio por el libre juego de la oferta y la demanda, las galerías, los marchantes y las ferias, que ponen en contacto a la oferta y la demanda (p. 23).

Así mismo sobre el mercado del arte en su manuscrito titulado la) “*Un modelo de valoración de obras de arte*” la investigadora Montero Muradas (1994) señala que:

El mercado del arte se configura alrededor de las obras de arte que son objeto de transacción por parte de los artistas e intermediarios que las ponen a disposición de los posibles compradores mediante el intercambio con otros elementos de valor (p. 180)

Dentro de la dinámica del arte están los intermediarios del arte, sobre ello en la investigación titulada “*Mercado del arte e intermediarios; una perspectiva actual*” habla sobre el intermediario de las obras de arte:

Como elemento esencial de la distribución artística este estudio se ha centrado en la figura del intermediario ya que, a nuestro entender, el negocio del arte no empieza hasta que aparece el intermediario. En este sentido, se ha realizado un recorrido por las diferentes casas de subastas, ferias de arte contemporáneo y galerías artísticas españolas e internacionales como lugares básicos que ayudan al artista a comercializar y distribuir su obra de arte. A diferencia del mercado primario, el mercado secundario ofrece a través de sus intermediarios, gran confianza al cliente. Los intermediarios poseen, debido a su amplia experiencia, suficiente documentación sobre las obras que ofrecen, aportando un lugar de debate en el cual se expliquen y contrasten posturas, se ofrezcan y valoren diálogos y donde se informe y se forme (Pérez y Calero, 2011, p. 548)

Sobre los temas tratados en las pinturas, obedecen a múltiples indicadores así lo indican Arias et al., (2012) en la tesis concluyen indicando que:

El arte puede decirnos mucho sobre la realidad social de importantes ciudades; sobre su modo de pensar, la ideología que busca propagar, imponer o resistir, sus aspiraciones políticas, morales o religiosas (p. 16)

El arte a través del tiempo se convierte en un contenedor de eternidad, tema tratado por Martínez (2013) quien en su manuscrito titulado “*Arte, música y perfeccionamiento en la sociedad global*” señala que:

Desde el punto de vista de la cultura trascendente, el arte, y la música más particularmente en la medida que transcurre en el tiempo, es un contenedor de eternidad, un espacio sagrado en el que reside el tiempo,

detenido e intacto para volver a empezar, como si nunca hubiera tenido lugar. El Tiempo, otros tiempos, otros lugares, aparecen una y otra vez renovados (p. 106).

Cada obra tiene características propias, es por ello que, adquirido o consumido, concordando con Tellez (s.f.) quien en su manuscrito afirma que:

Si el consumidor alcanza el fin deseado de acercarse de manera no prejuiciosa a la obra artística y si la obra artística cuenta con las características propias que defiendan al producto cultural entre la oferta de productos culturales, entonces se genera la primea acción de curiosidad que permitirá al consumidor pasar de la esfera de un consumo circunstancial a uno como aficionado y empezará a habituarse a la disciplina en cuestión Si no sucede así puede ser porque el producto sea de mala calidad artística o porque el espectador carece de formación en el acercamiento a la disciplina (pp. 23-24)

Algunos categorizan a la pintura en pana en arte popular, Alban (2008) menciona:

La irrupción del llamado “arte popular” le dio una nueva dimensión al análisis de la producción creativa. La dicotomía construida en la racionalidad occidental entre arte culto o elaborado y el arte popular, es decir entre lo culto y lo inculto, es más, entre civilización y barbarie, produjo un cisma tal, que la concepción de arte venida desde la Iglesia católica misma en el siglo XV, pasando por las cortes feudales, hasta instalarse en los grandes salones de la burguesía europea de finales del siglo XIX, no pudo más que hacer crisis, ante la presencia de formas, productos y maneras de hacer surgidas de sectores marginalizados, pero no por ello carentes de sensibilidad y creatividad, y expuestas, comercializadas o intercambiadas en los más disímiles espacios abiertos y cerrados (p. 107)

En relación a las pinturas en pana se caracterizan porque trabaja con imágenes de ficción generando así universos recreados, así también lo señala Belinche y Ciafardo (2015) quien en su investigación indica que:

El espacio de ficción construido es, entonces, aquel aludido, sugerido, poetizado. El espacio construido por el arte no es el espacio real, así como tampoco es su reverso, un espacio irreal. El arte construye universos posibles. A salvo de las leyes de la física, el espacio del arte propone nuevas imágenes (visuales, sonoras, audiovisuales, corporales) del mundo, múltiples concepciones de lo visible, atravesadas por los contextos culturales, por las dimensiones simbólicas, políticas, económicas, religiosas, científicas, ideológicas (p. 52)

Otro tema que también se refleja en la pintura en pana son el medio ambiente y paisajes y su importancia en el campo del arte, en la investigación titulada “*El arte y la conexión ecológica. El espacio de arte y naturaleza “la Font del moli”*” (Llobell, 2015) afirma que:

En la creación artística de nuestra época quizá sea necesaria una búsqueda de sentido desde la conexión ecológica. La naturaleza puede adquirir connotaciones espirituales al despertar la conexión con uno mismo, autoconocimiento en relación con el todo, desde una visión holística de la realidad. En la cultura occidental la razón ha adquirido un protagonismo destacado en detrimento del conocimiento intuitivo o simbólico, estableciendo una desafortunada escisión entre sujeto y objeto. Esta percepción ha generado una actitud de dominio y destrucción de nuestro entorno que en definitiva también agrede al ser humano (p. 81)

En la dinámica del arte también se hable de la triada; creación, creador, y espectador, concordando con el manuscrito titulado “*Reflexiones en torno al espacio en las artes visuales*” Marina (2010) señala:

La irrupción del espacio virtual trae consigo su reflexión acerca de su naturaleza constitutiva. Esta reflexión en el campo de las artes visuales tiene repercusión en todos los factores implicados en el fenómeno: creación-creador-espectador, así como los mediadores de esta tríada (en especial las galerías y museos) y los modos como los mismos se interrelacionan. Desde el punto de vista del creador y su obra, es interesante proyectar qué significa el espacio virtual y cómo la obra de arte puede ser visualizada y continuada en la virtualidad. Las interrogantes se

multiplican al considerar la incorporación de la interactividad, simultaneidad y el hipertexto como componentes en la creación de la obra. Para el espectador, la consolidación de una nueva sensibilidad adecuada al espacio visual virtual resulta un reto en el contexto de una realidad constantemente cambiante que induce a redimensionar conceptos como campo visual, plano, profundidad y el tiempo de la obra (p. 148)

En estos tiempos la pintura en pana está sufriendo un cambio en su manera de ver haciendo posible que llegue a un mayor número de consumidores esto lo señala Agudo-Martinez (2023) en su investigación:

La sociedad contemporánea atraviesa así una auténtica revolución, social y artística al mismo tiempo, que afecta a una nueva concepción e interpretación del papel que juegan los museos en la sociedad. Se trata de una apuesta de colaboración interdisciplinar y transcultural, con un nuevo enfoque tecnológico y artístico, que haciendo posible que el arte y la cultura lleguen a un mayor número de personas (p. 346)

La pintura también está sujeto a las nuevas tecnologías que sirven para comercializar y tener contacto con los consumidores de manera más rápida a lo que Waelder (2016) menciona:

observamos cómo las nuevas tecnologías han transformado también la forma de producir, comercializar, entrar en contacto y disfrutar del arte, generando fricciones, distanciamientos como así también oportunidades (38)

Las primeras obras de arte generadas con una computadora en la década del 70' fueron mal recibidas por la comunidad artística, sobre todo al asociar la máquina con la creencia de que podrían reemplazar al hombre en un futuro distópico, y por lo tanto la inviabilidad de que generen algo tan humano como lo es una obra de arte (Waelder, 2016, p. 38)

### **1.2.2 Nacionales**

En el proceso creativo están involucrado varios indicadores, dentro de ellos la personalidad, el contexto social entre otros, así lo indica Echeverria (2008)

en su tesis “*La finalidad del arte; La obra y el pensamiento de Jorge Oteiza: arte, estética y Religión*” afirma que:

La compleja personalidad del escultor, la relación de amor-odio con su propia obra, que según transcurre el tiempo se hace cada vez intensa a pesar de que su lenguaje plástico se desarrolla con paso firme hasta su final en 1959, así como el resentimiento por la incomprensión que le rodea en un contexto social poco dispuesto a aceptar sus proyectos educativos y culturales, defendidos la mayoría de las veces con poca diplomacia, pueden ser algunos de los motivos que nos ayuden a comprender este comportamiento suyo, que tiene bastante de actitud iconoclasta (pp. 195-196)

Sobre las técnicas dentro de las artes plásticas son variadas, así replico Arones (2021) en la tesis de posgrado titulada “*Técnicas pictóricas en la creatividad artísticas en estudiantes de pintura de la escuela de artes plásticas de Ayacucho*” donde señala:

La creatividad, es una capacidad muy importante en la vida del ser humano. Capacidad que ha permitido a los artistas a desarrollar diferentes técnicas artísticas, con los cuales puedan hacer ver su realidad social e individual. Así, la pintura artística adoptó diferentes formas, con el empleo de diversos medios y técnicas; de esta forma se pueden mencionar las técnicas del fresco, del óleo, de la acuarela, de la encáustica, de la témpera, del collage, por citar algunos de las muchas técnicas pictóricas (p. 116)

El arte y los gustos personales de los espectadores es un tema tratado por Solano (2014) en la investigación titulada “*Ciencia, sociedad y arte. Una aproximación socio-histórica*” señala que:

El Arte ha de ser comprendido como un área de estudio que ayude a profundizar en las posibilidades de comprensión de la sociedad. Sin embargo, sin las herramientas adecuadas no puede ser considerado más que un elemento vacío, carente de significado o contexto que no aportará nada salvo el placer estético, aunque también puede, según gustos personales, estar vacío de él. El Arte como legado de una sociedad, de una

civilización refleja aspectos de la humanidad, de su vida cotidiana y no tan cotidiana, que de otra manera se habrían perdido (p. 51)

La pintura en pana, se desarrolló en determinados espacios que comparten características en el movimiento cultural, así también lo plantea Del Aguila (2020) quien en su investigación titulada; *“En defensa del arte popular. la trayectoria del coleccionismo en el museo de artes y tradiciones populares, IRA-PUCP, 1979- 2014”* señala que:

Los casos latinoamericanos aquí analizados, entre otros, han sido ejemplos de propuesta que intentaron romper paradigmas con respecto al rol de las artes populares dentro de las artes en general. Las propuestas curatoriales hechas desde la región, su dinámica de colección y acercamiento con los artistas y público, además del rol activo del coleccionismo han establecido modelos de acción, donde se replanteó la narrativa expositiva tradicional y se propuso alternativas con canales de diálogo entre los autores y los consumidores de los circuitos. La evolución de la temática coleccionista, así como la visión de sus propuestas curatoriales son variadas, cada institución ha respondido a su propia lógica de existencia (p. 168)

### 1.2.3 Locales

Sobre la pintura en pana se cuenta con la investigación titulada *“La pintura en pana como expresión pictórica comercial en la ciudad de puno 2017”* de Pari (2018) concluye indicando:

Los espacios donde se ofertan y se concentran las obras de artes en tela pana en la ciudad de Puno, se divide en dos; primera son los espacios privados ubicados en galerías, centros comerciales y ferias, que están de manera permanente durante todo el año, y el segundo son los vendedores ambulantes que ofrecen obras de arte en los espacios públicos considerados como parte del recorrido turísticos de la ciudad de Puno, además se ofrecen las obras en los hoteles y restaurantes turísticos (p. 74).

Sobre el consumo del arte en la ciudad de Puno se tiene la investigación de Calsina (2016) quien en la tesis titulada *“Influencia de las condiciones de vida*

*en la percepción y consumo de las manifestaciones artísticas en las familias de la ciudad de Puno 2016*” concluye indicando:

Queda establecido claramente que las condiciones de vida de las familias de la ciudad de Puno, influyen significativamente en la percepción y consumo de las manifestaciones artísticas. Ahora se debe resaltar que de las manifestaciones artísticas (visuales, auditivas y escénicas), no tienen la misma dinámica con las diversas categorías de condiciones de vida, e inclusive hay una contradicción entre el arte visual con las artes auditivas y escénicas (p. 150).

## CAPITULO II

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 2.1 Identificación del problema

Sobre la dinámica del arte, para el presente estudio comprende tres aspectos, el primero es el creador o productor de la obra de arte, un segundo elemento es el mercado o espacio donde se comercializa la obra de arte, y el último elemento son los consumidores o personas que adquieren las pinturas en pana.

Los productores de arte al momento de crear obras de arte, lo hacen desde la subjetividad, ello lo convierte en un tema complejo para su estudio, es por ello que en la presente investigación se estudiará exclusivamente a productores de pintura en pana sobre ellos se estudiaría aspecto como; formación como artistas, temas que trabaja, aspecto económico, espacio de trabajo y entre otros aspectos.

Otro aspecto a investigar, son; los espacios donde se da la comercialización de la pintura en pana, aquí también intervienen los llamados intermediadores del arte, en este aspecto se considera tanto a los espacios físicos como galerías, centros artesanales y circuitos turísticos, además de los espacios virtuales como las redes sociales, los museos o galerías virtuales, casas de subastas entre otras,

El tercer elemento en el proceso de la dinámica del arte son los consumidores de la pintura en pana, sobre ellos se analizará el tema a nivel social, de procedencia, preferencias en el tema del arte, motivaciones y entre otras.

El contexto está presente en el estudio, por lo que el tema que pintan o son tratados por los artistas de pintura en pana están referidos al espacio donde se ubican, es por ello que se estudiara las obras de pintura en pana a través de la alfabetidad visual (Dondis D. , 2017), para poder definir los diversos temas tratados, como es el caso de la temática de la cultura andina, costumbres, tradiciones, en series, tamaños y demás indicadores que nos permitirá consolidar la diferencia en la producción de pintura en pana entre las ciudades de Arequipa, Cusco y Puno.

## **2.2 Enunciados del problema**

De lo mencionado anteriormente se desprende las siguientes interrogantes:

### **2.2.1 Pregunta General:**

¿Cuál es la dinámica de la pintura en pana: desde la producción hasta su comercialización en las ciudades de Arequipa, Cusco y Puno?

### **2.2.2 Preguntas específicas:**

- ¿Quiénes son los productores de la pintura en pana en las ciudades de Arequipa, Cusco y Puno?
- ¿Cuáles son los espacios físicos y virtuales donde se comercializa la pintura en pana en las ciudades objeto de estudio?
- ¿Quiénes son los consumidores de la pintura en pana considerando las tres ciudades de la presente investigación?
- ¿Cuál es la temática en las pinturas en pana de las ciudades de Arequipa, Cusco y Puno?

## **2.3 Justificación**

Los artistas por la naturaleza de su actividad, no tienen centros laborales definidos como otras profesiones, y más aún, tienen una actividad libre, por lo tanto se hace imprescindible que se estudie a los artistas, para estudiar y comprender cómo se viene desarrollando en el mercado del arte, es por ello que en la presente investigación se

analizará la dinámica del arte de pintura en pana, considerando desde la creación del producto artístico pasando por los intermediadores del arte (espacio físico y virtual), llegando a registrar a los consumidores de la pintura en pana, además de ello de estudiar los productos artísticos para ver la temática y poder explicar porque una determinado tema tiene mayor demanda en el mercado del arte. Además, la investigación será enriquecida ya que con los resultados podremos apreciar la diferencia de la dinámica de la pintura entre las ciudades de Arequipa, Cusco y Puno.

## **2.4 Objetivos**

### **2.4.1 Objetivo General:**

Identificar la dinámica de la pintura en pana; desde la producción hasta su comercialización en las ciudades de Arequipa, Cusco y Puno.

### **2.4.2 Objetivos Específicos:**

- Registrar a los productores de la pintura en pana en las ciudades de Arequipa, Cusco y Puno.
- Ubicar los espacios físicos y virtuales donde se comercializa la pintura en pana en las ciudades objeto de estudio.
- Registrar a los consumidores de la pintura en pana considerando las tres ciudades de la presente investigación.
- Definir la temática en las pinturas en pana de las ciudades de Arequipa, Cusco y Puno

## **2.5 Hipótesis**

### **2.5.1 Hipótesis General:**

La pintura en pana en gran medida depende de la dinámica de la comercialización de tres elementos que interactúan, el primero es el productor luego los espacios donde se da comercialización además es aquí donde participa el consumidor.

### 2.5.2 Hipótesis Específicos:

- Los productores de la pintura en pana en las ciudades de Arequipa, Cusco y Puno, en su mayoría son empíricos y vienen ejerciendo esta actividad por más de 10 años.
- Los espacios donde se generan mayor movimiento comercial de la pintura en pana son las casas o tiendas de artesanía, los cuales están ubicados en los circuitos turísticos de las ciudades Arequipa, Cusco y Puno.
- Los consumidores de la pintura en pana son en su mayoría los turistas internacionales y nacionales, quienes compran para llevarse como parte de un souvenir sobre el lugar donde visitaron.
- La temática en la pintura en pana está muy paramétrica en elementos simbólicos e iconos de las culturas pre coloniales, además de los paisajes turísticos de las ciudades objeto de estudio.

## CAPÍTULO III

### MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1 Lugar de estudio

Para la presente investigación se considera tres regiones de la macrosur; Arequipa, Cusco y Puno, y específicamente el estudio se ubicó en las capitales de cada región.

#### 3.2 Población.

Para la presente investigación se considera como población a tres grupos: el primero son los artistas, el segundo a los espacios de comercialización de la pintura en pana, y como población también tendremos a los productos artísticos (pintura en pana)

#### 3.3 Muestra

La muestra como un subconjunto de toda la población, para la presente investigación se trabajó con la muestra por conveniencia, considerando a los artistas que tienen mayor arraigo en la producción de la pintura en pana, además se consideró los espacios de consumo de pintura en pana y finalmente se tocó al producto artístico y sus características

#### 3.4 Método de investigación

La investigación corresponde al paradigma cuantitativo, el diseño de la investigación es descriptivo con tendencia transversal, porque la información se sistematizó en un solo acto (Hernandez y otros, 2014).

Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

- **Técnicas:** Encuesta y observación.
- **Instrumentos:** cuestionario de preguntas, y la ficha técnica de observación.

#### 3.5 Descripción detallada de los métodos por objetivos específicos.

- **Variable:** La pintura en pana; desde la producción hasta su comercialización.
- **Objetivos específicos:** Artistas o productores de la pintura en pana, espacios de comercialización, consumidores de pintura en pana y temática demandada.

## CAPITULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

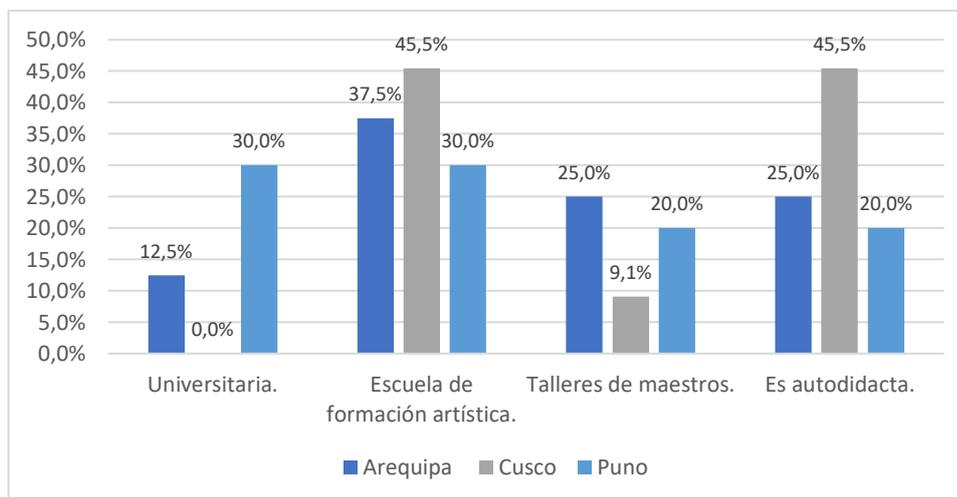
#### 4.1 Resultados

Para la presentación de los resultados para una mejor comprensión se considera la secuencia de los cuatros objetivos planteados en la investigación, y en la última parte se encuentra la discusión sobre los resultados obtenidos.

##### 4.1.1 Productores de la pintura en pana en las ciudades de Arequipa, Cusco y Puno.

**Figura 1**

*Formación en el campo de la pintura.*



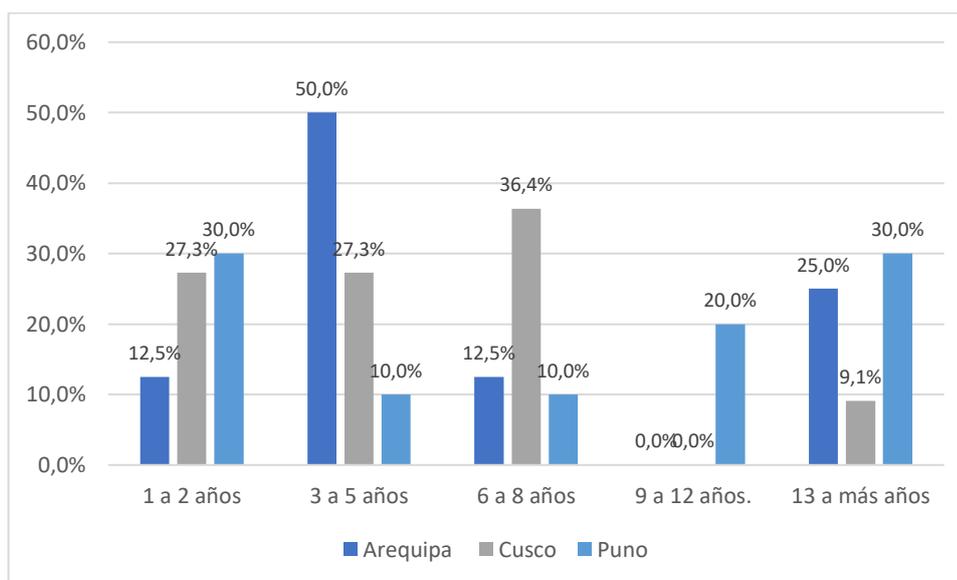
Hoy la Formación Profesional en el campo del arte se viene dando en diversos espacios en la región de Puno, se puede constatar la existencia de diferentes escuelas profesionales como el caso de las Escuelas de Formación Artística público de Puno y Juliaca, además Universidad Nacional del Altiplano donde se cuenta con el Programa de Estudios de Artes Plásticas; así mismo, se cuentan con diferentes talleres o academias de arte a lo largo de la región de Puno. Lo mismo se puede se observa en las diferentes regiones como por ejemplo en el caso de la investigación Cusco dónde podemos encontrar a la Universidad de Bellas Artes Diego Tito Quispe donde de imparte formación profesional en el campo de las artes plásticas, lo mismo ocurre en la región de Arequipa dónde podemos encontrar la Escuela profesional de Arte donde se tiene el programa de

estudios de artes plásticas en la Universidad Nacional de San Agustín además de ello tiene la Escuela Nacional de Arte Carlos Baca Flor, que son centros de formación en el campo del arte que viene formando profesionales.

De los resultados podemos observar que las escuelas de formación artística vendrían a ser quienes se están consolidándose en la actividad de la pintura eso se evidencia con el 45.5% de artistas que practican o desarrollan el arte de la pintura en pana, un mismo porcentaje se puede observar en aquellos artistas que manifiestan ser autodidactas o fueron formados de una manera empírica en la producción de la pintura en pana, seguido a estos datos podemos observar que las universidades se encuentra en un tercer plano con el 30% en la región sobre todo de Puno y Arequipa ha venido pues posicionándose en la actividad artística.

### Figura 2

*Tiempo que viene laborado en el campo de la pintura en pana*



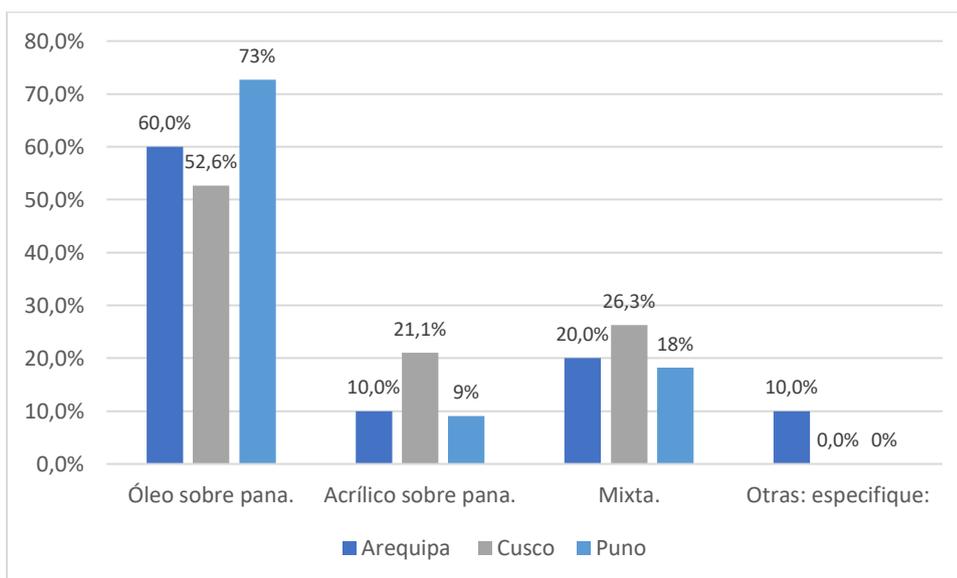
En relación a la trayectoria laboral en la actividad de la pintura en pana de los resultados podemos observar que el 50% de los encuestados de la región de Arequipa manifestaron tener entre 3 y 5 años de experiencia en la actividad de la pintura en pana. Además, se observa que el 36.4% de los encuestados de la región de Cusco afirman tener entre 6 a 8 años realizando la labor de pintura en pana, sin embargo, en la región de Puno se encontrarían los artistas más longevos con el 30% de los encuestados tienen de 13 a más años de experiencia. El otro resultado

a resaltar es que la segunda región longeva sería Arequipa con el 25% y en la región de Cusco se tienen solo el 9.1%.

En este punto de la investigación se buscó determinar la trayectoria artística de los artistas en pintura en pana, y los resultados nos muestra que esta actividad no tiene muy larga data, además de ello se observa que los resultados varían significativamente según las regiones de estudio; ya que, por ejemplo en Arequipa, prevalecen los artista que solo tienen entre 3 a 5 años de labor; sin embargo, en Cusco prevalecen los artistas que tienen de 6 a 8 años, y en caso de Puno, se observa un empate entre los que respondieron de 1 a 2 años, con los de 13 años a más.

### Figura 3

*Técnicas que usa para la pintura en pana*



Dentro de las técnicas de las artes plásticas, existen varias técnicas relacionadas a la pintura, de las cuales podemos mencionar, al óleo sobre lienzo, la acuarela, el acrílico, mixtas y entre otras. Además, cabe resaltar que cada técnica tiene sus propias características en relación a los materiales, manejo de los insumos y materiales.

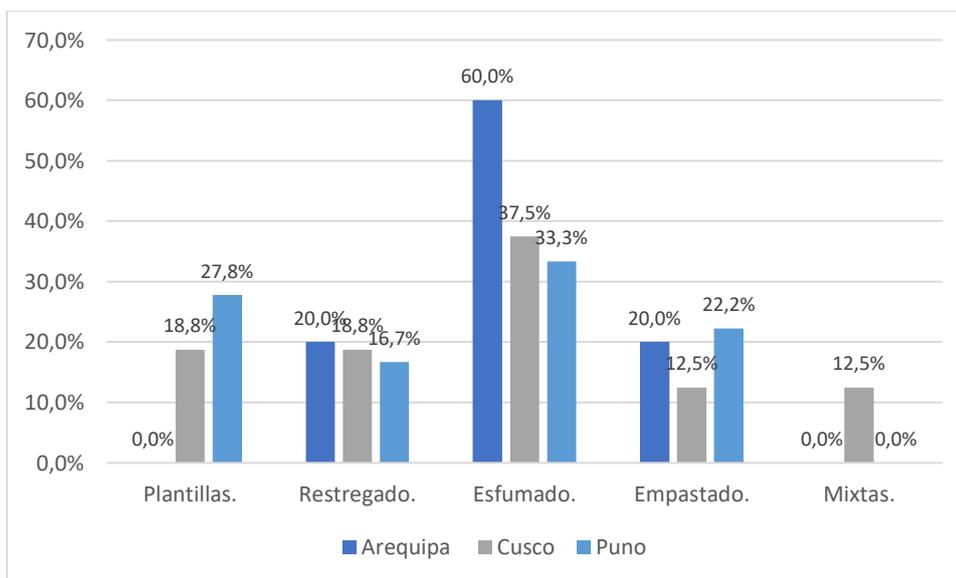
La pintura en pana, es una derivación de la pintura del óleo sobre lienzo, con la diferencia que el soporte es la tela pana, el cual no tiene una preparación o

base, ya que los artistas aprovechan la textura pelusa de esta tela para poder pintar sobre ésta.

Sobre las técnicas que aplican cuando se trabaja con la pintura en pana, de los resultados se puede extraer que la región de Puno vendría a ser aquella que tiene una gran tradición y apego hacia el “óleo sobre pana” con el 73%, seguido a ello tenemos a la región de Arequipa con el 60% luego está la región de Cusco con 52.6%, un hecho que cabe resaltar es el interés de la región del Cusco por comenzar a explorar nuevos materiales como por ejemplo el acrílico y las técnicas mixtas.

**Figura 4**

*Formas de trabajo usa para la pintura en pana*



En relación a las técnicas que utilizan los artistas de los resultados podemos afirmar que el esfumado vendría a ser la técnica más utilizada por los artistas en las regiones de Arequipa Cusco y Puno, sin embargo, no se da en el mismo nivel en las 3 regiones, ya que se puede observar que en la región de Arequipa se obtiene un porcentaje del 60% que hacen uso de la técnica seguido de la región de Cuzco con el 37.5% y por último la región de Puno con el 33.3%.

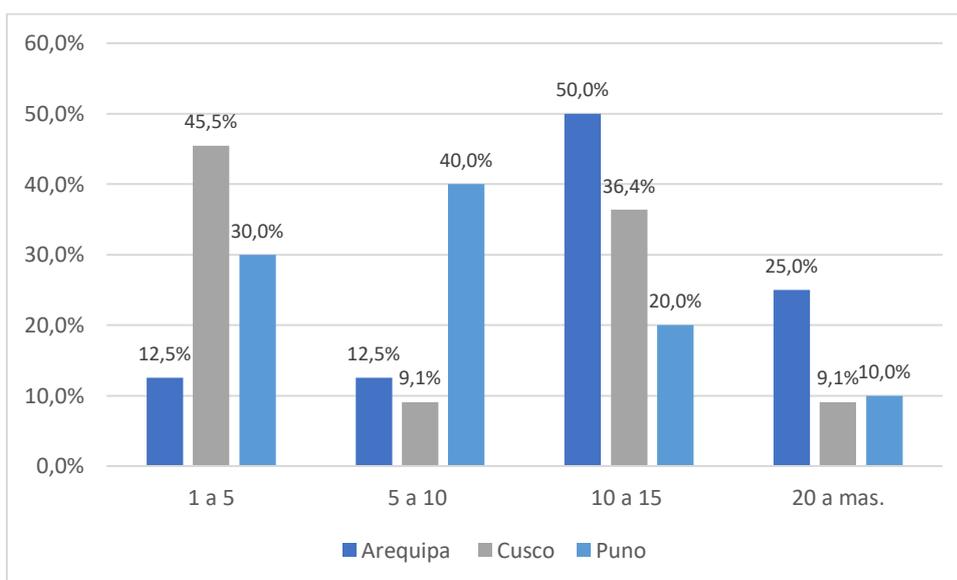
Dentro de las diversas técnicas que existe en las artes plásticas se tiene al esfumado que tiene una larga data y qué es usado por muchos artistas a nivel nacional e internacional Es por ello que en la pintura en pana se puede apreciar rastros y el manejo de la técnica del esfumado.

(González, 2019) señala que, para lograr una imagen más creíble, la técnica es un sombreado fino que crea una transición suave y difícil de percibir entre colores y tonos. Uno de los cuatro efectos de la pintura canónica del Renacimiento es el "sfumato". Los tres restantes son la unión, el claroscuro y el cangiante. Se utiliza con mayor frecuencia para crear gradaciones sutiles entre áreas de luz y oscuridad sin líneas ni bordes.

Otra de las técnicas que hacen uso los artistas cuando trabajan la pintura en pana, es el empastado, la cual usa una espátula para poder cubrir el soporte con una gran cantidad de pigmento, luego se encuentra la técnica del restregado, que consiste en la aplicación del pigmento sobre otro color sin que se pierda el color de la primera capa generando así una percepción visual mucho más brillante en la pintura.

### Figura 5

*Trabajos en pintura en pana que realiza por mes*



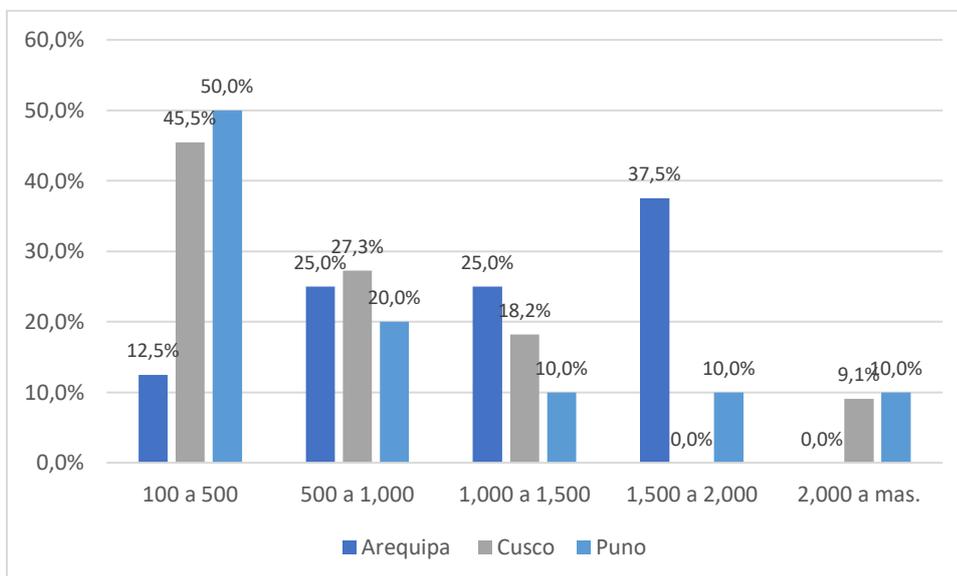
Con relación a la cantidad de trabajos que realizan los artistas de la encuesta podemos afirmar que la región de Arequipa sería aquella que produce una gran cantidad de obras ya que el 50% afirman que producen entre 10 a 15 obras de arte por mes sin embargo hay un dato también que cabe resaltar la región de Cusco sería la región donde se producen entre 1 a 5 obras el 45% de los artistas.

Con estos datos podemos afirmar que el movimiento turístico vendría a ser el factor determinante en la cantidad de trabajos demandados, ya que las

regiones de Cusco y Arequipa existe una mayor cantidad de afluencia de turistas, y finalmente está la región de Puno.

**Figura 6**

*Ingreso económico que genera por la venta de pintura de pana*



Sobre el ingreso económico de los artistas por la realización de obras de pintura en pana, de los resultados podemos señalar que la región de Arequipa es la región que tiene mayores ingresos económicos ya que el 37.5% afirma tener ingresos entre 1500 a 2000 soles aproximadamente; luego, tenemos a un reducido número de artistas entre el 9 y 10% que afirman tener ingresos sobre los 2000 nuevos soles.

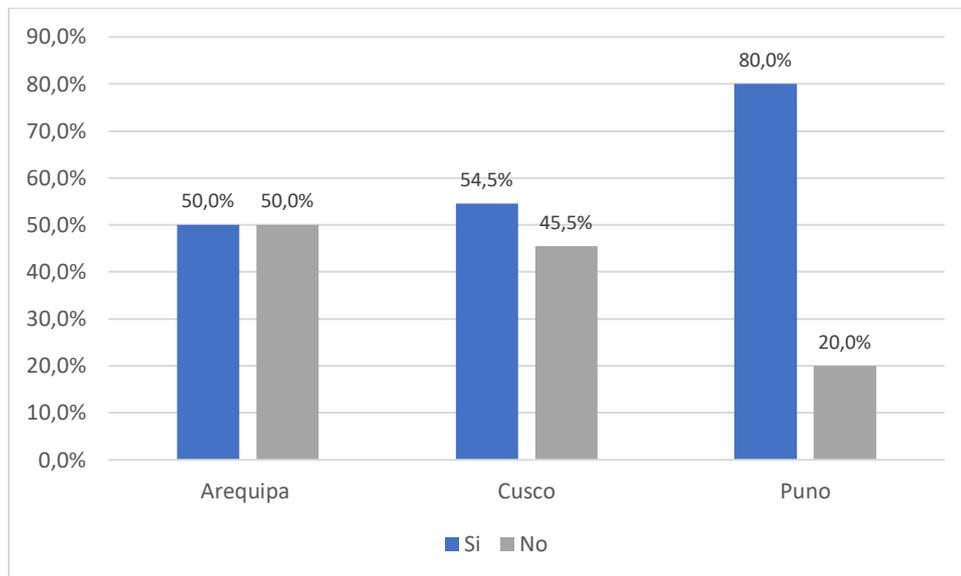
Por otro lado, tenemos a la región de Puno que tiene los ingresos más bajos y los artistas manifiestan que el 50% de ellos tiene ingresos entre los 100 a 500 nuevos soles, por lo que se afirma que vendría a ser ingresos que están por debajo de la canasta básica familiar y por lo tanto no tendrían óptimas condiciones de vida (Calsina, 2016), esto se explica porque de la tres regiones, Puno vendría hacer la región con menos afluencia de turismo, es por ello que la demanda de pintura en pana es menor y por lo tanto sus ingresos también.

Algunos artistas de Puno, por la poca demanda deciden enviar sus pinturas hacia la ciudad de Cusco y en reducido número a Arequipa; sin embargo, el costo de traslado y transporte reduce un poco los ingresos de los artistas puneños,

además que tienen que competir con artistas del mismo lugar que llenan la galerías y artesanías con sus obras.

### Figura 7

*Realiza otros trabajos artísticos al margen de la pintura en pana, para generar ingresos*



En el cuadro anterior se observa que el ingreso de los artistas por la producción de pinturas en pana es ínfimo, y con la figura 7 se confirma ello, ya que los artistas señalan que tienen que realizar otras actividades que le permitan genera ingresos, para poder cubrir sus necesidades básicas de alimentación, vivienda, educación y salud, para él y su familia.

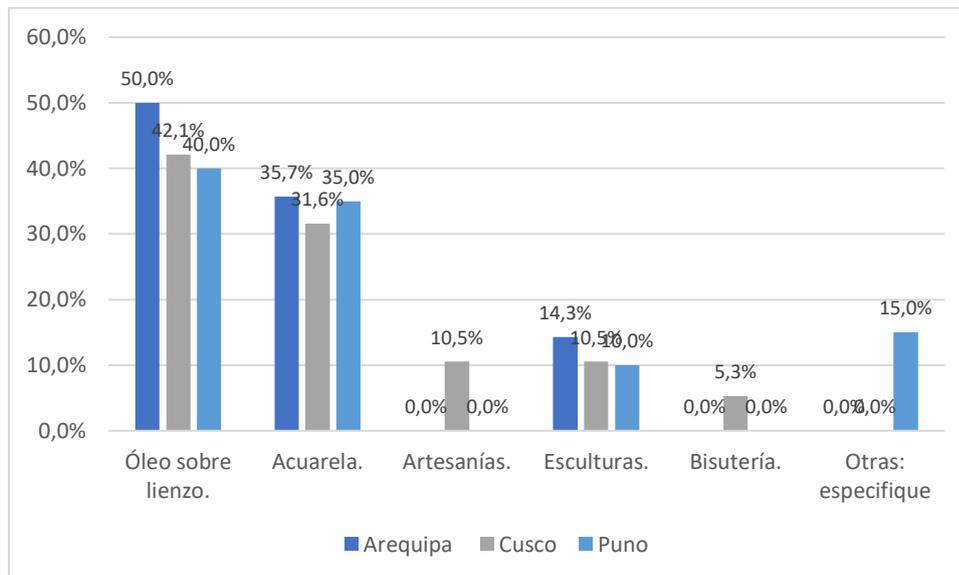
Sobre la pregunta, si los artistas realizan otras actividades para generar ingresos se obtuvo que el 80% de los artistas puneños afirmaron que sí tienen otra actividad que les permite generar ingresos, y gracias a ello pueden autosostenerse y en algunos casos mantener una carga familiar.

Con relación a las regiones de Cusco y Arequipa se puede evidenciar que en ambas regiones el 50% se dedica exclusivamente a la actividad de la pintura en pana y el otro 50% también se dedica a otras actividades.

Se puede concluir señalando que en las tres regiones los artistas, no solo viven de la venta de las pinturas en pana, sino que tienen otras actividades que también están relacionadas a la actividad artística, como es el caso pinturas, murales, artesanías, acuarelas y entre otras.

**Figura 8**

*Actividades artísticas que realiza al margen de la pintura en pana*



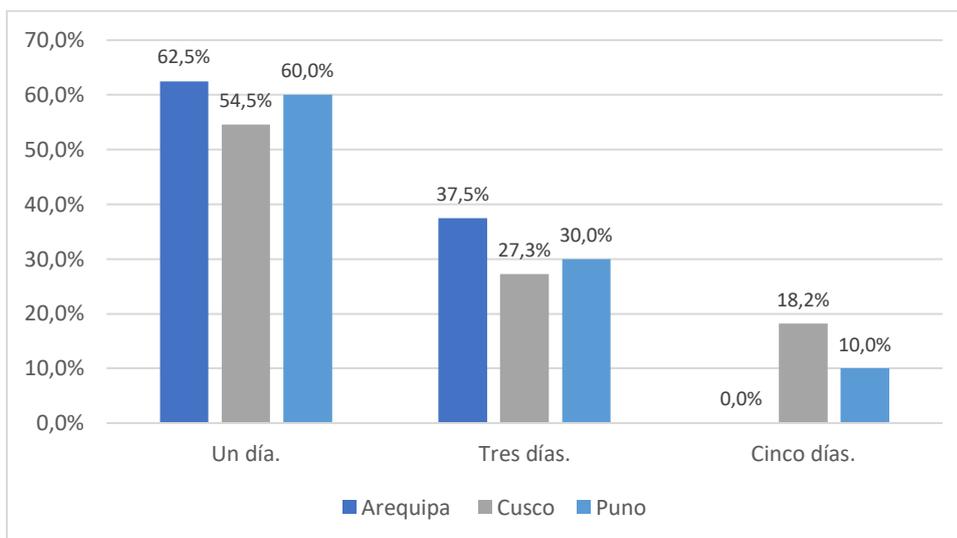
En relación a las actividades artísticas que realizan al margen de la de la pintura en pana se obtuvo que la técnica que más desarrollan o practican los artistas en las 3 regiones Arequipa Cusco y Puno es la técnica del óleo sobre lienzo ya que se puede observar que el 50% de artistas arequipeños afirman trabajar esta técnica, luego tenemos al 42.1% en la región de Cusco y finalmente en la región de Puno al 40%.

La acuarela es otra de las técnicas que desarrollan o practican los artistas tenemos al 35.7% en la región de Arequipa que indica practicar esta técnica seguido a ello tenemos al 35% en la región de Puno y finalmente en la región de Cusco tenemos al 31.6%.

Hoy la técnica de la escultura sería la tercera más conocida en las 3 regiones ya que de los resultados podemos extraer que en la región de Arequipa el 14.3% afirma desarrollar o realizar trabajos en escultura en el mismo porcentaje tenemos a la región de Cusco y Puno con el 10% aproximadamente. Finalmente cabe resaltar un dato, el 15% de los artistas de la región de Puno manifiestan desarrollar otras técnicas las cuales serían pinturas murales, tizas pastel, pinturas vitrales y técnicas mixtas.

**Figura 9**

*Tiempo de ejecución de una pintura en pana (formato de 50 x 75)*



La pintura en pana es una obra de arte de carácter comercial, por lo tanto, se requiere una producción en gran cantidad en el menor tiempo posible, es por ello que en este punto se preguntó a los artistas sobre el tiempo de ejecución de las pinturas en panas en el formato de 50 por 75 cm., de los resultados podemos observar que en las 3 regiones la producción de pinturas en Panamá se realiza en el día o dentro de las 24 horas, así lo evidencian los resultados ya que el 62.5% en la región de Arequipa respondió de esta manera, seguido de la región de Puno con 60% para finalmente en la región de Puno el 54.5%.

Hoy la producción de pintura en pana dentro de las 24 horas, es posible debido a la existencia en el mercado de productos que permiten acelerar el proceso del secado del óleo; así mismo, los artistas manifiestan el uso de algunas técnicas como las plantillas les permiten desarrollar pinturas en serie en el menor tiempo posible. Por otro lado, también se encontró que muchos de los artistas vienen optando por el uso de los acrílicos que es un pigmento que se disuelve con el agua y por lo tanto su secado es en un menor tiempo.

## A. Artistas que desarrollan la pintura en pana en la ciudad de Puno

### A.1 Juan Carlos Condori Tapara

En esta obra titulada chismosas III de un formado de 100 m x 50 cm es un trabajo pictórico sobre una superficie de tela pana donde el autor Juan Carlos Condori Tapara plasma esta obra con la técnica al óleo y una forma de trabajo con pincel denominado restregado para generar luz y sombras y a través de estas se generan volúmenes y texturas. En esta obra el artista plasma a un grupo de señoras vendedoras de ollas de barro sentadas horizontalmente con trajes típicos del lugar, en donde se resalta los sombreros y las mantas que les cubren a las señoras todo este grupo de señoras hacen el gesto de chismosear entre ellas es por eso que a este tipo de trabajos se les denomina chismosas.

#### Figura 10

*Pintura en pana titulada; chismosas III, del artista Juan Carlos Condori*



### A.2 Nilo Armando Sucasaca

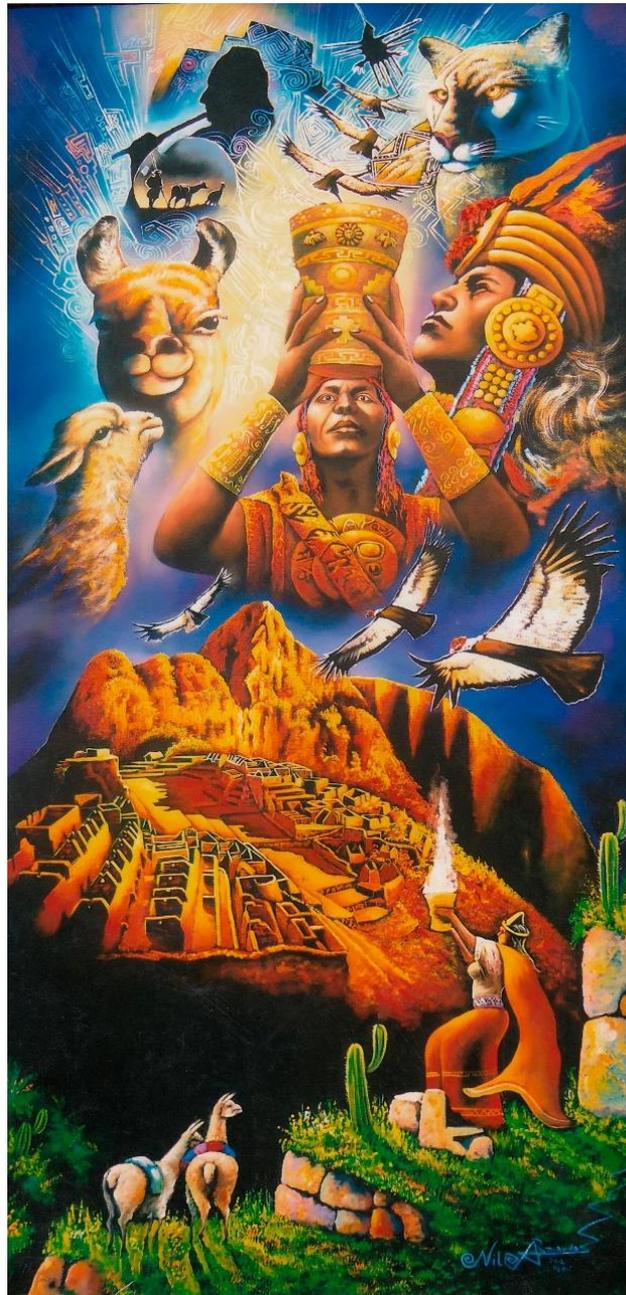
Nilo Armando Sucasaca representa una composición vertical donde representa toda la riqueza de la Cultura Inca, primeramente, observamos a Machupichu que es uno de los mayores logros artísticos, arquitectónicos de la civilización Inca. Seguidamente observamos al inca Pachacútec uno de los incas que fue el responsable de construir Machu Picchu y conquistar diversas etnias y estados y es reconocido como el líder de la gran expansión inca está representado con una mirada hacia los seres tutelares de la cultura inca. Como son el cóndor andino, el puma, la alpaca.



También observamos que el artista incluye en su composición a un sacerdote inca levantando un kero. Todo este elemento tiene un fondo en tonos azules y colores cálidos dando la sensación de profundidad y acompañados de iconografías andinas como la chacana, líneas de Nazca y por último añade siluetas de un músico andino y llamas. En esta obra se observa que el artista refleja todo lo místico y riqueza cultural de los Incas. Esta obra tiene una dimensión de 1.20 x 60 cm. y es un trabajo realizado con la técnica al óleo sobre tela pana negra el artista

**Figura 11**

*Pintura en pana, sin título, del artista Nilo Sucasaca.*



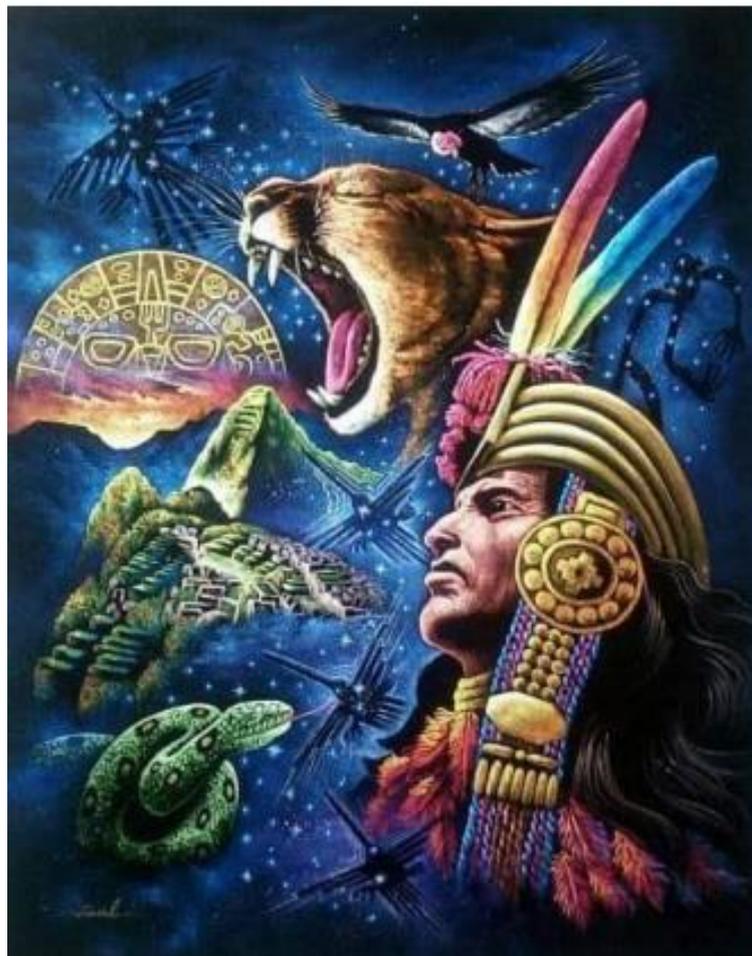
### **A.3 Javier Cahui Parillo.**

El artista Javier Cahui Parillo representa una alegoría a la cultura inca en donde se puede apreciar al Inca Pachacútec unos de los incas que fue el responsable de construir Machu Picchu y conquistar diversas etnias y estados y es reconocido como uno de los más exitosos de la América precolombina. En la obra también puede observar que el artista

representa la trilogía andina representado por los seres tutelares de la cultura Inca como son la serpiente que refleja en ukhu pacha el mundo subterráneo que representa el mundo de los muertos seguidamente está el puma andino que representa el mundo presente el mundo de los vivos y por ultimo está el cóndor andino que representa al mundo de los dioses el mundo de arriba ya que era el único animal que podía conectar el mundo de los dioses y el mundo terrenal. Todos estos elementos están en un fondo en tonos azules simulando un espacio estelar dando la sensación de profundidad y un espacio mágico a todo esto acompaña grupos de estrellas y siluetas de las líneas de Nasca que le dan un toque místico a la obra. En esta obra de 75x50 cm.

**Figura 12**

*Pintura en pana, sin titulada; del artista Javier Cahui*



#### A.4 Pablo Colque

En la obra de Pablo Colque podemos ver que realiza toda una alegoría a Puno. La obra tiene una medida de 75x50 cm. Trabajado con la técnica al óleo sobre tela negra, el artista lo trabajó con óleo en su gran parte en colores fríos y sector en colores cálidos que hacen que la obra tenga una armonía de cálidos y fríos. En la obra podemos ver como elemento principal y en primer plano a una mujer joven con unas mantas con tejido andino y en la cabeza decorados con una cinta y plumas, como segundo plano encontramos las chullpas de Sillustani que es un cementerio preinca a orillas del lago Umayo y es uno de los sitios turísticos más importantes de Puno, y un tercer plano encontramos un músico sikuri con su respectivo traje y como fondo en colores cálidos encontramos una silueta de la chacana que es un símbolo recurrente en las culturas originarias de los Andes. También incluye siluetas de un puma y cóndor, también incluye en la composición iconografía andina.

### Figura 13

*Pintura en pana, sin título, del artista; Pablo Colque*



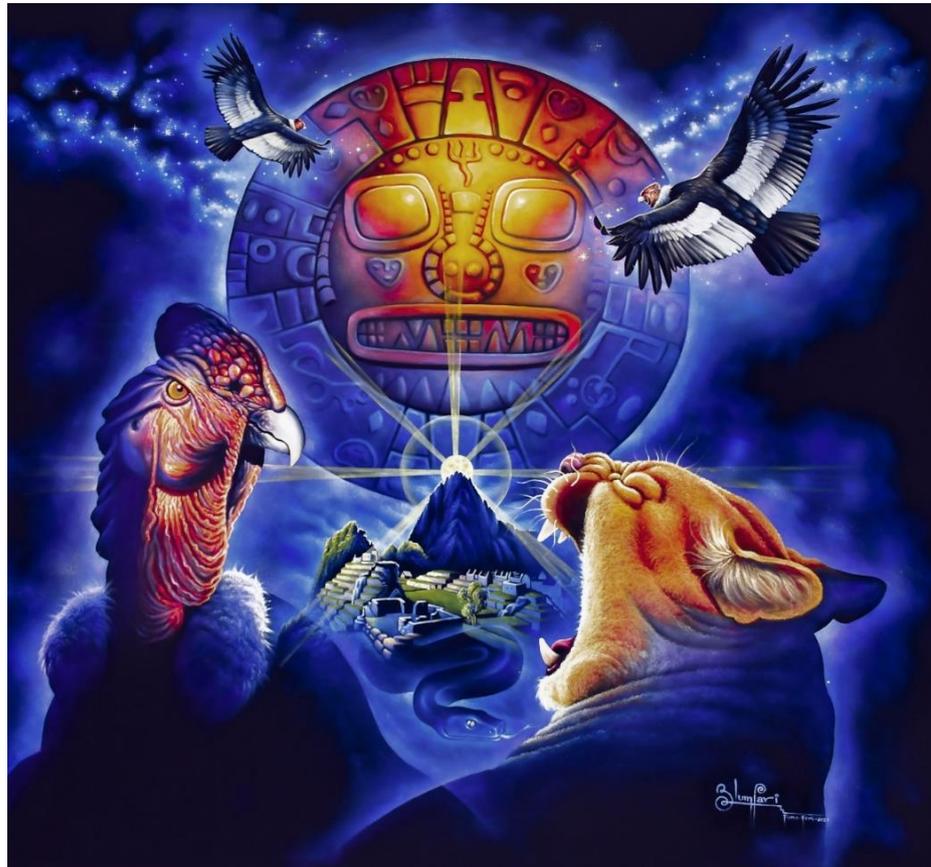
#### A.5 Eder Blum Pari Sacho

La obra titulada el dios Inti en un formato de 150x 150 cm trabajado en su totalidad con la técnica al óleo sobre pana negra se representa a las deidades andinas, en un primer plano encontramos al puma andino retratado detalladamente por el artista con la técnica del

restregado para resaltar el pelaje que tiene este animal, el animal se encuentra retratado en un primer plano donde resalta el rugido del puma, este animal en la cultura andina simboliza el (Kay Pacha), palabra quechua que quiere decir “el mundo de los vivos” y representa la fuerza, sabiduría e inteligencia. En un segundo plano encontramos la cabeza del cóndor trabajado detalladamente resaltando sus rasgos característicos, este animal simboliza el mundo superior (Hanan Pacha) este animal fue un ave sagrada para los incas quienes creían que comunicaba con el mundo terrenal, también observamos en un tercer plano a la serpiente con tonos azulados trabajados no muy detalladamente para no llamar mucho la atención del observador, este animal simboliza el mundo de abajo o el mundo de los muertos (el Ukhu Pacha). También observamos en un tercer plano la ciudadela de Machupichu pintado por el artista de manera detallada con colores fríos y cálidos resaltando la grandiosidad de este recinto, ya que este lugar fue uno de los mayores logros artísticos, arquitectónicos de la civilización Inca y por ultimo tenemos al fondo el disco solar más conocido como disco de Echenique que representa al dios sol, toda esta composición está envuelta por un fondo de tonos azules que simulan el espacio galáctico dando un toque místico y grandeza a la obra.

### Figura 14

*Pintura en pana, Dios Inti, del artista; Eder Blum Pari*



### B. Artistas que desarrollan la pintura en pana en la ciudad de Arequipa

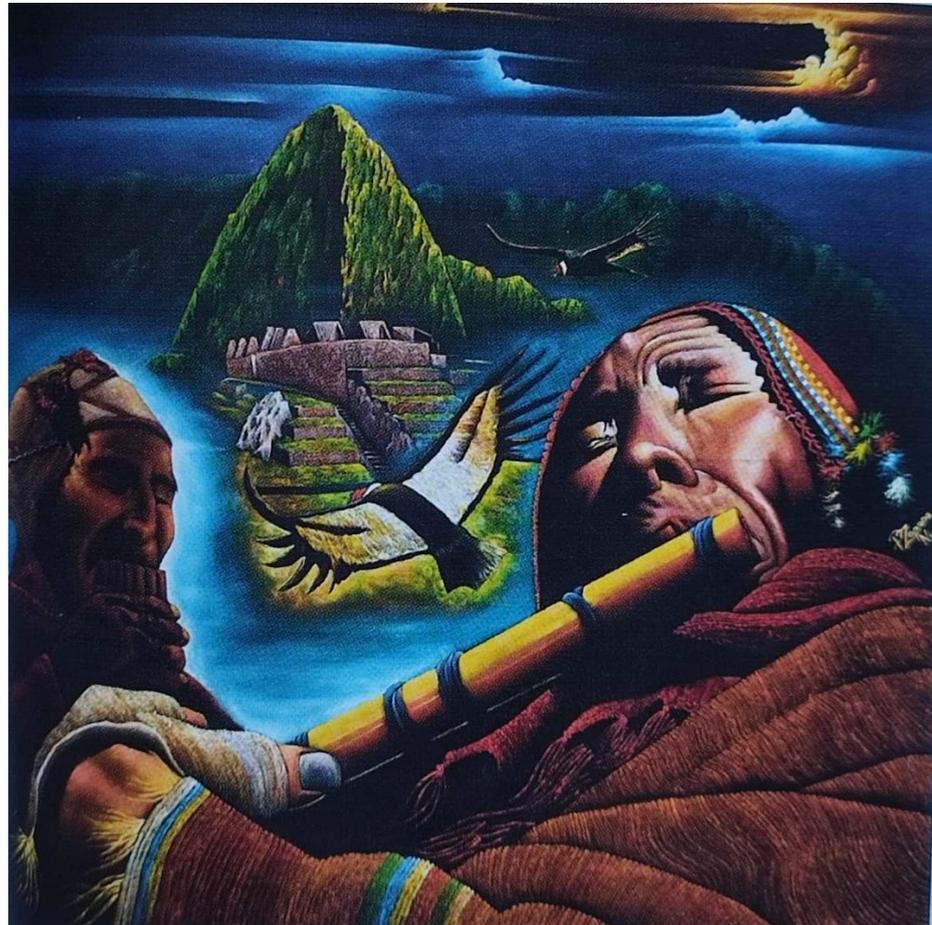
#### B.1 Paulo Zapana

En la obra de Paulo Zapana titulado *musico de los andes* representado en un formato de 150x150cm pintado con la técnica al óleo representa en su obra a un quenista con su poncho rojo y un chullo multicolores propios de las zonas rurales de cusco. El artista representa al músico en posición de estar ejecutando el instrumento con toda la fuerza y sentimiento que conlleva ejecutar la melodía, en un segundo plano un zampoñista con su poncho y chullo que hace como acompañante del quenista, en un tercer plano se aprecia a Machupichu uno de los mayores logros artísticos, arquitectónicos de la civilización Inca y sobre estos

sobrevuelan dos cóndores y como fondo se aprecia un atardecer en colores fríos y cálidos.

### Figura 15

*Pintura en Pana, sin título, del artista; Paulo Zapana*



### B.2 Giuliana flores

La obra de Giuliana flores esta un formato de 150x150 cm es una artista de la ciudad Arequipa, en esta obra realizada con la técnica al óleo sobre tela pana de color negro, representa un animal mitológico para la cultura andina que es el puma que se caracteriza por su fuerza y agilidad es símbolo de fuerza, sabiduría e inteligencia en la cosmovisión andina representa el 'Kay Pacha', palabra quechua que quiere decir 'el mundo de los vivos', para los incas era un animal divino que representaba el poder del mundo. En la obra el artista nos representa una composición de tres planos en un primer plano encontramos el rostro del puma con una mirada

penetrante hacia el espectador pintado detalladamente todos los rasgos del puma todo esto en colores cálidos, en un segundo plano encontramos al puma en un plano entero en una aposición parado también mirando hacia el observador trabajados con menor detalle y en colores cálidos y al fondo podemos ver un círculo simulando al sol en colores cálidos haciendo contrapeso con el rostro del puma que se encuentra en un del primer plano.

### Figura 16

*Pintura en pana, Sin título, de la artista; Giuliana Flores*



### B.3 José Larico

Aquí el artista nos presenta una obra de 150x150 trabajado con la técnica al óleo sobre tela pana negra, José Larico plasma en la tela una composición de una calle típica de antaño de cusco conformado en un primer plano por una calle principal con casas con techo de tejas, portones antiguos y balcones, en un segundo plano observamos a dos cholitas y una

llama que caminan por la calle trabajados con colores intensos y formas sintetizadas, más al fondo se observa el campanario de una catedral igualmente con techo de teja y un fondo del cielo en tonos azules que es típico de las zonas altoandinas, estos temas son muy recurrentes en la obra de José Larico ya que este tipo de temas son muy consumidas por los turistas nacionales y extranjeros que desean llevarse como recuerdo del lugar visitado.

**Figura 17**

*Pintura en pana, sin título, de artista; José Larico*



**B.4 Roberto Gabriel Pinto**

En esta obra podemos observar un formato cuadrado donde el artista Roberto Gabriel Pinto representa a un animal representativo del Perú, en un primer plano y como elemento principal esta la vicuña en posición parado mirando hacia el observador sobre un pastizal de color



verde característico de las zonas altoandinas, la vicuña es una especie que posee una de las fibras más finas del mundo y es sustento socioeconómico para la población altoandina y en esta obra está definido claramente todo los detalles como el pelaje del pecho de color blanco y los detalles del rostro, en un segundo plano encontramos el lago Titicaca que es el lago navegable a mayor altura del mundo y que muchos turistas vienen a conocer, el artista plasma el lago Titicaca con sus colores característicos que son el azul y sobre este lago surca una balsa de totora, más al fondo observamos a lo lejos los cerros y en la parte central se encuentra la portada del sol que es un monolito tallado en forma de arco o puerta de entrada en el sitio de Tiahuanaco por la cultura Tiwanaku, una civilización andina que prosperó alrededor del lago Titicaca, esta portada esta trabajado en colores cálidos simulando una entrada de solo por su puerta principal hacia la balsa de totora toda esta escena genera un toque místico a la obra y para complementar el artistas trabajo un fondo sutil con colores celestes característicos del cielo del altiplano.

### Figura 18

*Pintura en pana, sin título, del artista; Roberto Pinto*



#### C. Artistas que desarrollan la pintura en pana en la ciudad de Cusco

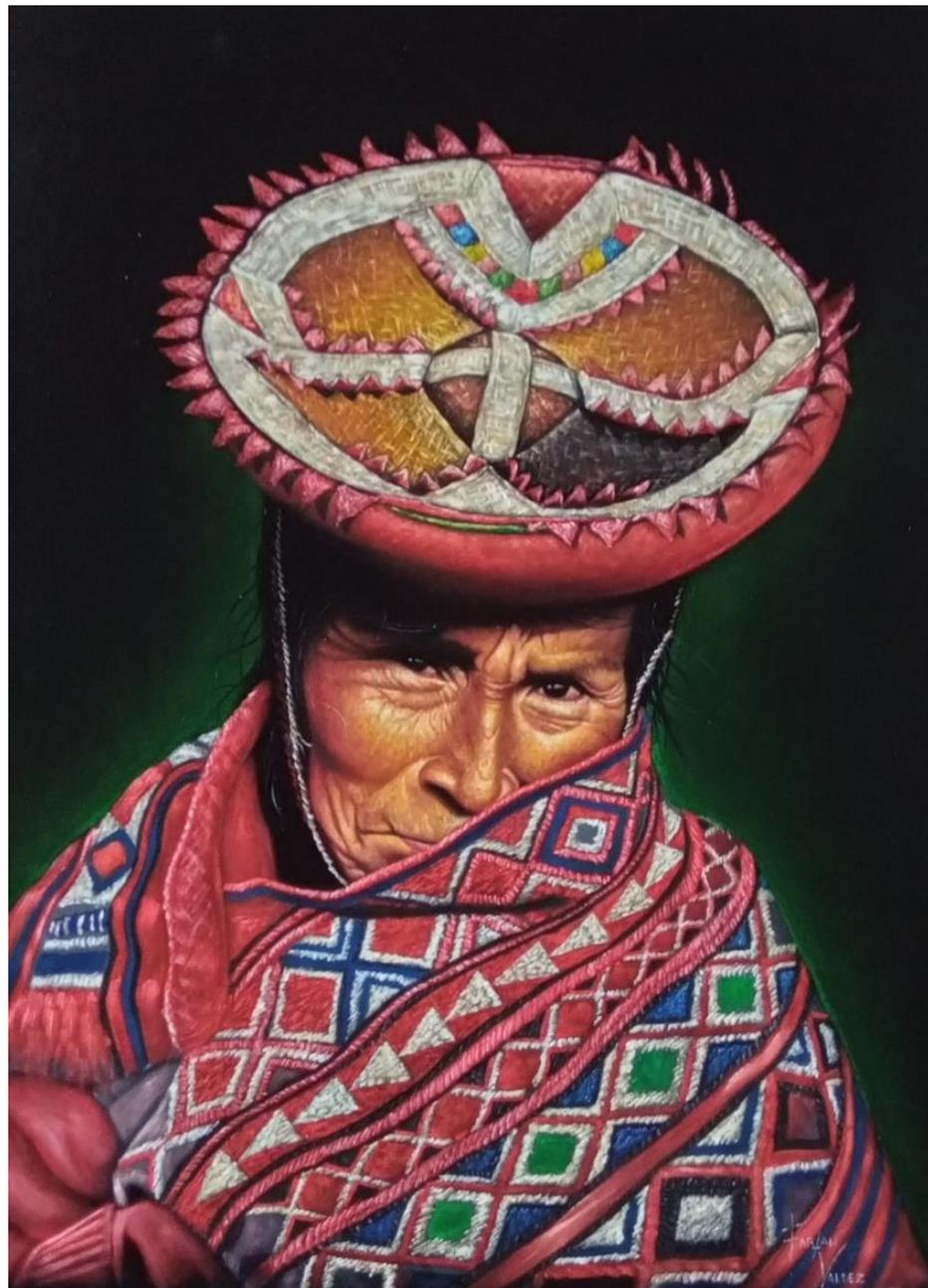
##### C.1 José Luis farfán

En esta obra del artista José Luis farfán nos presenta un retrato con la técnica al óleo sobre pana negra trabajado muy sutilmente con la técnica del difuminado para lograr los suaves tonos del retrato, aquí el artista retrata a una persona de sexo femenino de avanzada edad en una posición de  $\frac{3}{4}$  que es una posición favorable para retratos, el personaje está ataviado con su traje típico de Cusco que consta de una montera de color rojo y una manta multicolor con iconografía andina propia del lugar que le cubre parte del rostro le da cierto misticismo a la retratada así mismo la retratada nos brinda esa mirada sincera y temerosa que el artista supo capturar a través de colores suaves y trazos bien difuminados, en la obra el retrato es

el protagonista, ya que no hay otros elementos ni colores intensos que llamen la atención del observador, este tipo de retratos de personajes con trajes típicos son muy consumidas por los turistas que visitan la ciudad de cusco es por eso que el artista realiza retratos de personas con trajes típicos del lugar.

**Figura 19**

*Pintura en pana, sin título, del artista; José Luis Farfán*



## C.2 Wilber Ticona

Es esta obra podemos observar un trabajo no muy común en un formato de 50x75cm una obra con un estilo abstracto trabajado con la técnica al óleo sobre pana negra con trazos muy sueltos generando texturas y efectos de tejidos andinos, aquí el artista plasmas una chacana en la parte central de la obra y que también sirve como elemento principal, seguidamente tenemos alrededor de la chacana diversas iconografías que el artista plasmas con diferentes texturas y colores jugando con una armonía de colores cálidos y fríos toda esta conjugación de formas y texturas simulan a los tejidos incas. Este tipo de obras no son muy comunes ya que en su gran mayoría los artistas que pintan sobre tela pana trabajan temas de trilogía andina, retratos y Machupichu.

### Figura 20

*Pintura en pana, sin título, del artista; Wilber Ticona*



## C.3 Daniel Flores

En la obra de Daniel Pinto nos presenta una obra muy recurrente por lo pintores y artesanos nos referimos a la trilogía andina esta composición representa la cosmovisión del mundo andino representado por tres animales: la serpiente, el puma y el cóndor estos elementos estuvo representado en muchas construcciones del cusco, Machupichu y templos inca. En esta obra el artista representa estos elementos en un formato de 70x50cm sobre tela pana negra con la técnica al aleo en un primer plano encontramos la serpiente que resalta dentro de la composición este animal



representa en el mundo andino a serpiente simboliza el mundo de abajo o mundo de los muertos denominado Ukhu Pacha todo aquello que se encuentra bajo la superficie terrestre seguidamente tenemos representado en forma de silueta al puma que simboliza la sabiduría, fuerza, inteligencia y representa el Kay Pacha el mundo de los vivos, y en la parte superior encontramos al cóndor andino que representa al Hanan Pacha mundo de arriba y es considerado como mensajero de los dioses. En esta composición el artista añade en el fondo a Machupichu que es uno de los sitios arqueológicos inca más sobresaliente, y para completar añade un fondo de todos azules para dar profundidad y sensación mística a la obra.

### Figura 21

*Pintura en pana, sin título, del artista; Daniel Flores.*



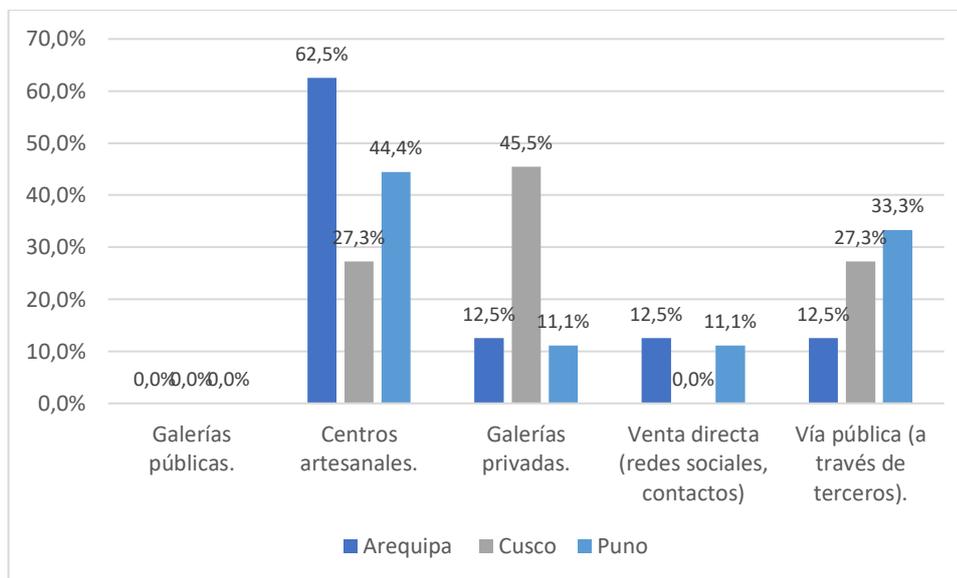
#### 4.1.2 Espacios físicos y virtuales donde se comercializa la pintura en pana en las ciudades objeto de estudio.

En este punto de la investigación se encuestó a los intermediarios del arte; en este caso, aquellas personas quienes dinamizan el arte de la pintura en pana,

nos estamos refiriendo a los vendedores en las casas de artesanías, en galerías privadas, y en espacios públicos, además, de quienes ofertan a través de las plataformas digitales las obras de arte.

**Figura 22**

*Espacios donde oferta las pinturas en pana*



En relación a los espacios donde se oferta y se compra las pinturas en pana se obtuvo que en la región de Arequipa el principal espacio son los centros artesanales con el 62.5% luego tenemos a la ciudad de Puno con el 44.4% y finalmente a la ciudad de Cuzco con el 27.3%.

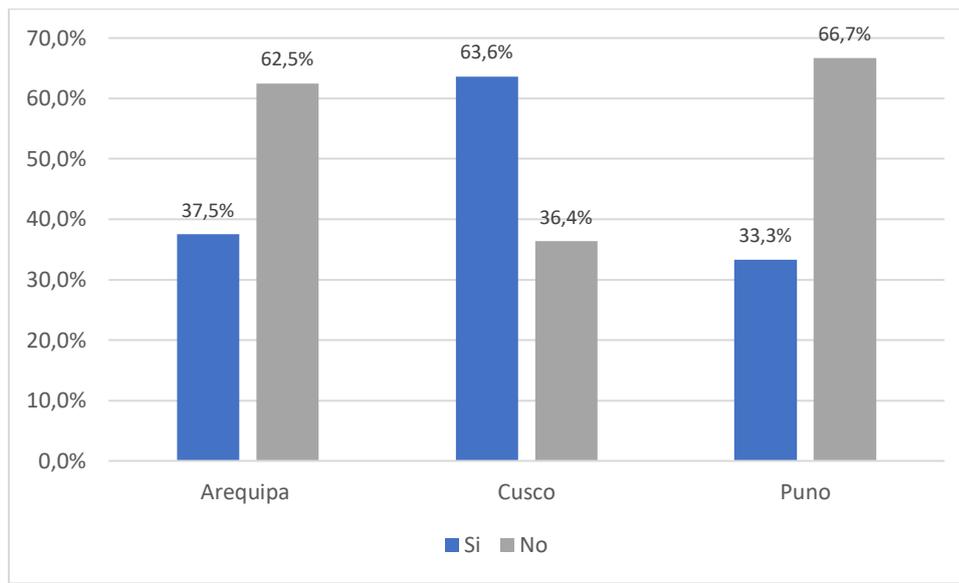
Un dato a resaltar y que marca distancia con las otras regiones es la región de Cuzco en donde manifiestan que las galerías privadas son los principales espacios donde se desarrolla la compra y venta de la pintura en pana así lo señaló el 45.5% sin embargo en las regiones de Puno y Juliaca este espacio no tiene mucha trascendencia ya que solo llega entre el 11 y 12%.

Otro dato importante que cabe resaltar es la venta ambulatória en las principales vías donde hay afluencia de turistas de los resultados se obtuvo que en la región de Puno hay el 33.3% venden las pinturas en pana en la vía pública seguido de la región de Cusco que tiene el 27.3% que venden en ese espacio y finalmente en la ciudad de Arequipa el 12.5%.

Hoy la tecnología viene también dinamizando la compra y venta de productos artísticos es así quien la investigación se obtuvo que el 12.5% de la región de Cusco afirma realizar venta directa a través de redes sociales y contratos y en la región de Puno del porcentaje es del 11.1%.

### Figura 23

*El local es de venta exclusiva de Pintura*



Sobre los espacios donde se dinamiza el comercio de pinturas en pana, se preguntó a los intermediarios del arte, sobre si tienen espacios exclusivos para la compra y venta de obras de arte en sus negocios, sobre los resultados se obtuvo que en la ciudad de Arequipa el 62.5% afirma que sus locales no son para la venta exclusiva de pinturas; sino, que en estos locales cuentan con artículos como tejidos prendas de vestir bisutería cerámica y artesanías y demás productos que ofrecen en sus establecimientos.

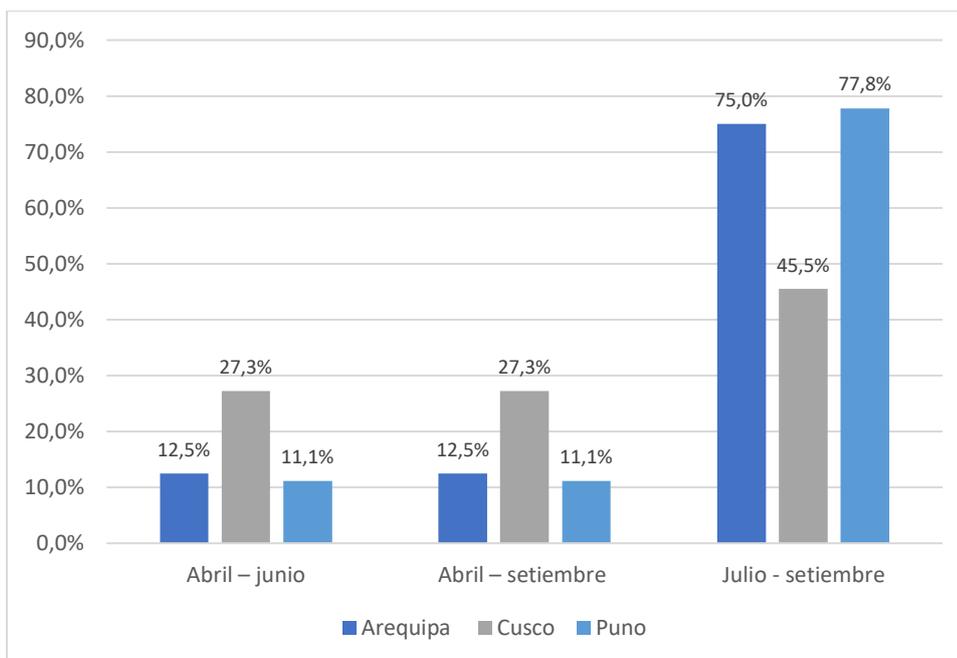
Ahora en relación a la región de Puno se puede mencionar que tiene similares condiciones que la región de Arequipa, ya que los intermediarios del arte afirman, que en sus establecimientos venden diversos artículos como pinturas en pana acuarelas bisutería prendas de vestir tejidos entre otros productos que demanda el sector turismo tanto nacional e internacional.

En la región de Cusco ocurre un hecho contrario a la región de Arequipa y Puno ya que según los resultados se observa que el 63.6% de los establecimientos se dedican exclusivamente a la venta de pinturas por lo que

podemos afirmar que existe una alta demanda de estos productos artísticos por lo que se han venido generando a través de estos años estos espacios exclusivos y especializados para la venta de productos artísticos pictóricos, esta también obedecería a la gran afluencia de turismo es esta parte del Perú.

### Figura 24

*Época de mayor venta durante el año*



En relación a la época de mayor afluencia de turistas en las regiones de Cusco Arequipa y Puno con los resultados se puede afirmar que es entre los meses de julio a septiembre, esto según, los intermedios de la región de Arequipa el 75%, y de la misma manera en la región de Puno el 77% y el 45.5% en la región de Cusco.

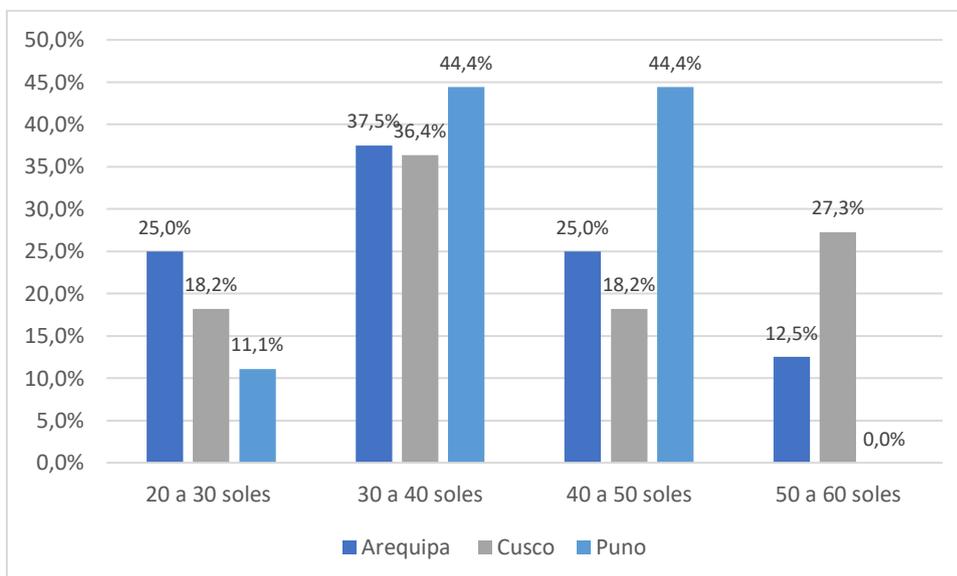
Perú es hoy uno de los países con muchos atractivos turísticos y las regiones de Cusco, Arequipa y Puno son importantes destinos turísticos, muestra de ello son las estadísticas que se tiene (ComexPerú- Sociedad de Comercio Exterior del Perú, 2022) menciona:

En este sentido, el acumulado durante el período enero-marzo de 2022 corresponde a la llegada de 241,750 turistas internacionales. Así, durante el primer trimestre de 2022, el flujo de turistas internacionales creció un 689.3% respecto a lo registrado en el mismo periodo de 2021; sin embargo, esto es un 78.1% menos que lo registrado en el primer trimestre de 2019 (p. 11).

#### 4.1.3 Registro de los consumidores de la pintura en pana considerando las tres ciudades de la presente investigación.

**Figura 25**

*Precio de la pintura en pana (formato de 50 x 75)*



Sobre los precios para la venta de las pinturas en pana, se puede afirmar que tiene un costo ínfimo; ya que, según los resultados, los precios por una pintura de 50 por 75 cm oscilan entre 30 a 40 nuevos soles, lo que no se estaría reconociendo la labor de los artistas productores de estas obras pictóricas, viendo un ligero aumento en la región de Puno. Sin embargo, estos precios son entre el artista y el intermediario del arte, ya que se puede observar que éstas suben precios significativamente según la demanda, además considerando que, para el sector turismo internacional estos precios se elevan en un gran porcentaje.

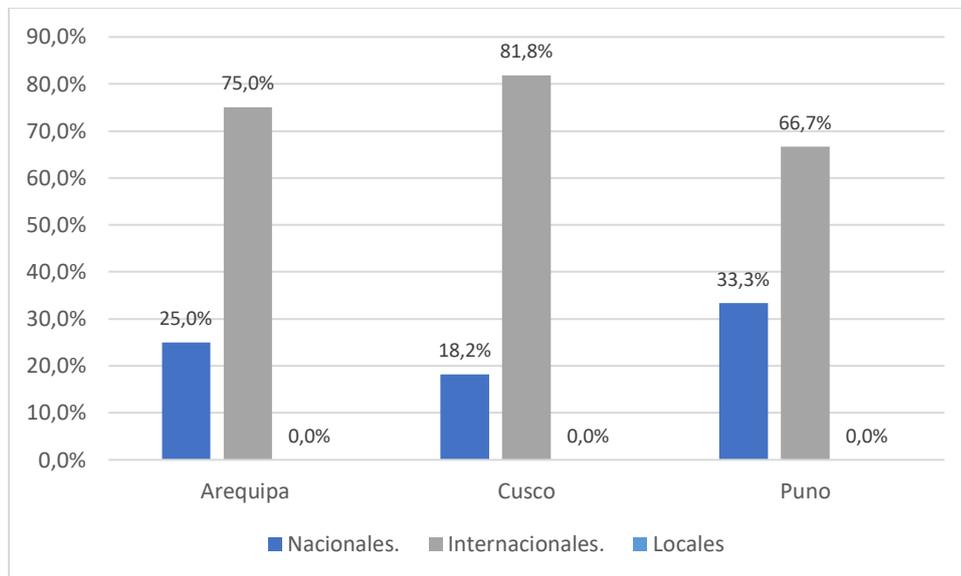
Es innegable que, a mayor afluencia de turistas, se genera una mejora de la economía de muchas familias que están ligadas al sector turismo, como es en este caso los artistas que se dedican a producción de obras de arte para a venta a los turistas, Tinoco (2003) también señala:

Los impactos económicos se originan tanto por el gasto turístico, como por el desarrollo de la actividad turística (efecto multiplicador). Entre los principales impactos positivos que genera el turismo se puede mencionar su contribución a la generación de empleos; empleo directo (hoteles, restaurantes, agencias de viaje), empleo indirecto (taxistas, recepcionistas, mozos) También su

conexión con otros sectores empresariales, como construcción, comercio y servicios en general. Se le reconoce además su contribución al equilibrio de la balanza de pagos y al aumento y distribución de la renta (p.57).

**Figura 26**

*Sector que adquiere pinturas en pana*



El arte definitivamente está ligado al sector cultural y turístico, por lo tanto no sorprende observar que los turistas internacionales sean quienes consuman obras de arte pictórico y esto se evidencia en los resultados, por ejemplo en la ciudad de Cusco se observa que el 81.8% compran los turistas extranjeros en Arequipa el 75.0% y finalmente en Puno el 66.7, luego tenemos a los turistas nacionales de un reducido porcentaje, como el caso de Puno con el 33.3%, en Arequipa 25.0% y en Cusco 18.2%; Por otro lado, en la encuesta se consideró el ítem turismo local, sin embargo, se observa que es un sector que no consume productos artísticos.

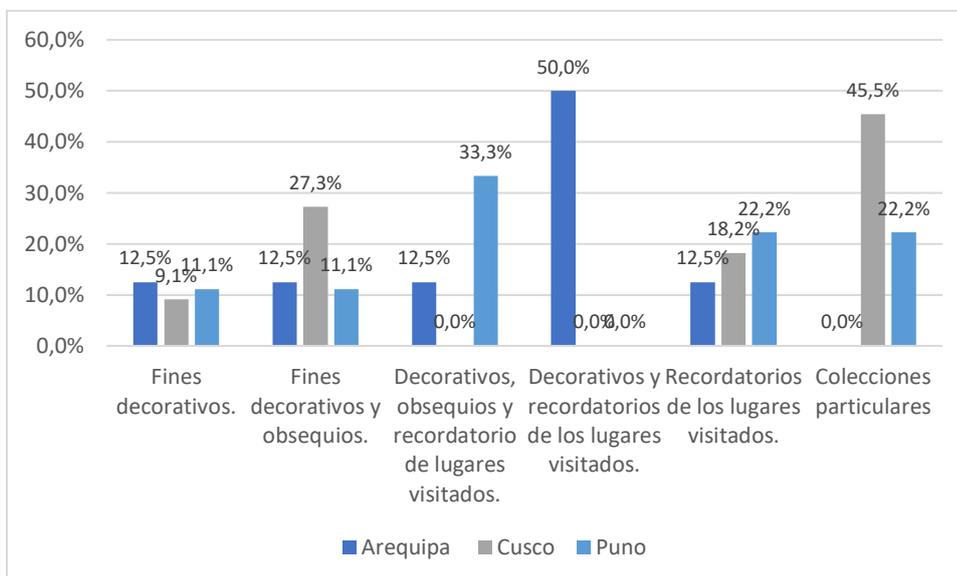
De lo indicado arriba, se confirma que la actividad turística genera desarrollo en las diversas actividades de la sociedad, así también lo afirma Cieza y otros (2012)

La actividad turística representa una alternativa de desarrollo viable y sostenible capaz de crear riqueza económica y social en beneficio de los distintos niveles sociales, por lo que configura como una actividad clave para el desarrollo económico local. Si bien la actividad turística tiene aportes positivos al desarrollo

local, esta, según cómo este planificada, puede enfrentar problemas de carácter ambiental, sociocultural y económico que limiten su desarrollo sostenible (p.8)

**Figura 27**

*La utilidad que le da a las pinturas en pana*

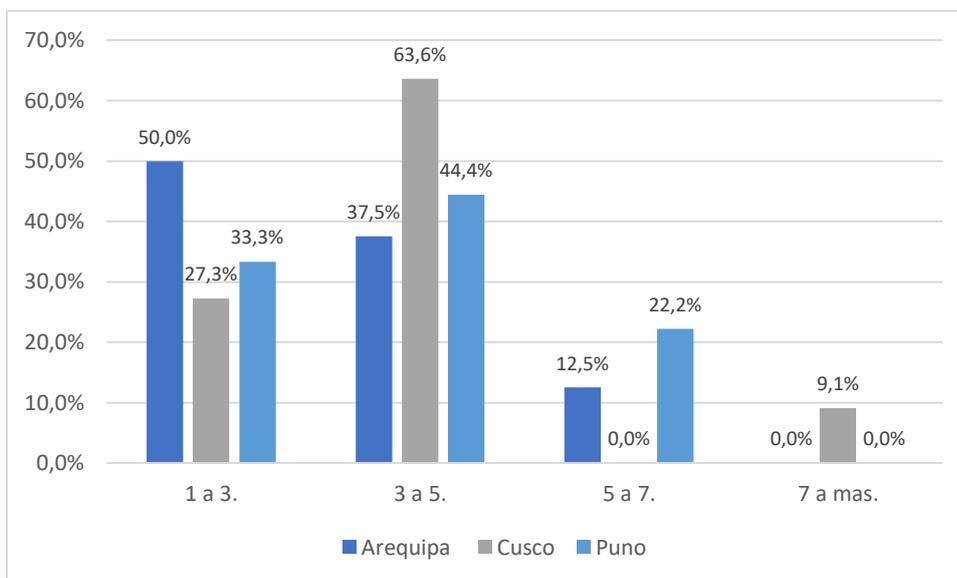


Sobre la utilidad que les dan a las pinturas en pana las personas que adquieren estos, se puede afirmar que es un bien que es utilizado sobre todo con fines decorativos, seguido de tener como un objeto para recordar los lugares que ha visitado, luego están que muchos de estos productos artísticos sirven como obsequio para sus amistades y familiares.

Un dato a resaltar es que, en la región de Cusco, la pintura en pana en un 45.5% pasa a ser parte de colecciones particulares de personas amantes del arte, que adquieren estas obras como obras de arte para coleccionar.

**Figura 28**

*Trabajos de pintura en pana que son vendidos a la semana*

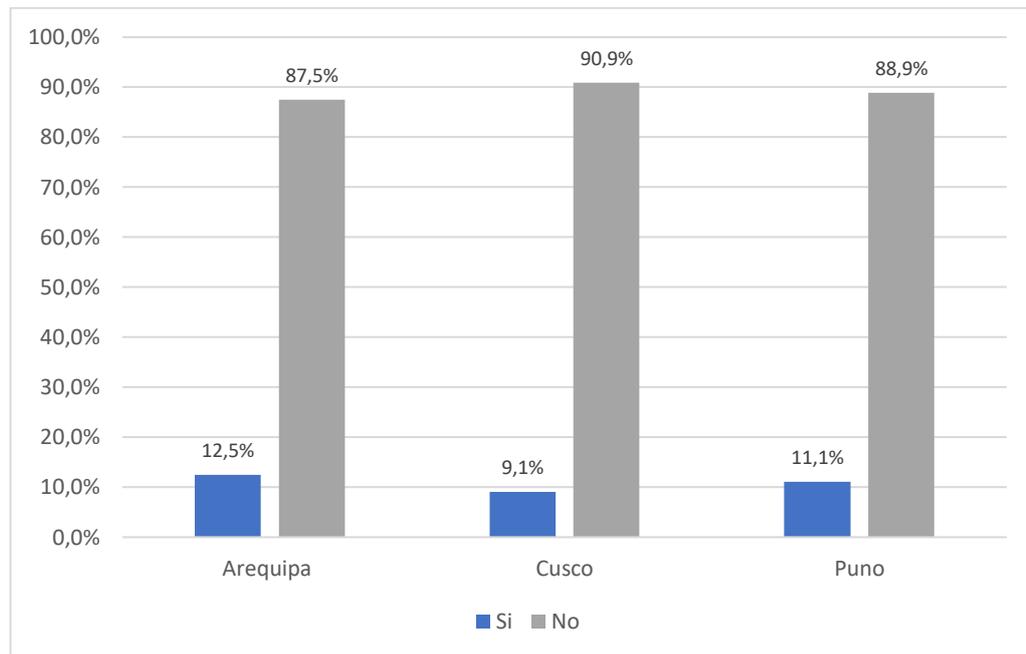


Con relación a la cantidad de obras que se venden en una semana en los diferentes establecimientos como; casas de artesanía; galerías privadas, o en la venta ambulatoria, en la investigación se obtuvo que en la ciudad de Cusco existe una mejor dinámica del comercio de pintura en pana ya que el 63.6 afirma vender entre 3 a 5 pinturas por semana, luego está la ciudad de Arequipa dónde se vende entre 1 o 3 cuadros por semana así lo afirma el 50% de los encuestados, y la región de Puno vendría a ser la que tiene un menor porcentaje en ventas con el 44.4% en ventas de 3 a 5 pinturas.

Estos resultados confirman la relación existente entre la actividad artística y la afluencia de turismo, ya que se conoce que dentro de las 3 regiones que se estudió, la región de Puno es la que tiene menor afluencia de turismo, y esto se vería reflejado en una menor venta de productos pictóricos como en este caso es la pintura en pana.

**Figura 29**

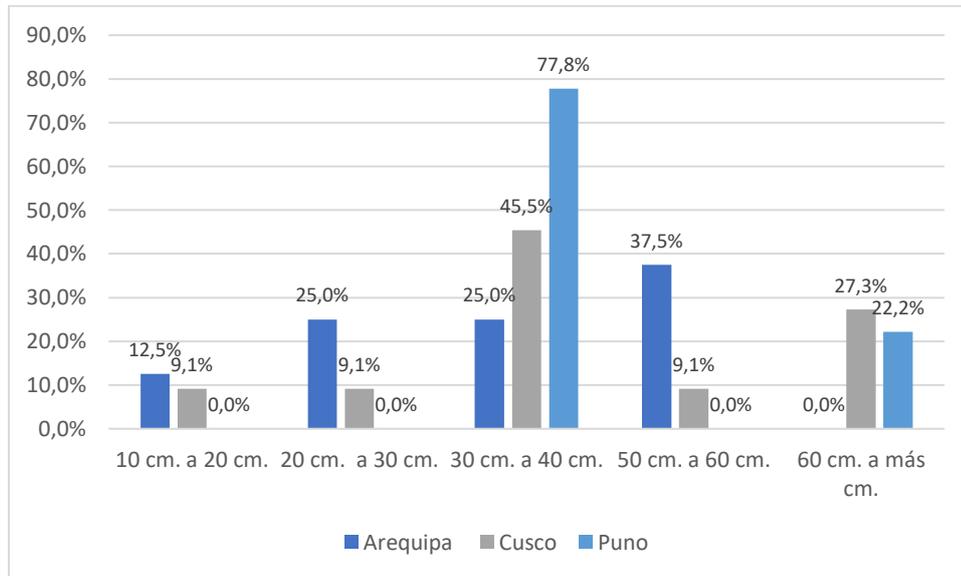
*las pinturas en pana son vendidas con su respectivo marco*



En esta parte de la investigación se buscó conocer sobre si se pudiera generar un espacio dentro de la comercialización del arte, cómo es el caso, de la elaboración de marcos; sin embargo, los resultados señalan que los consumidores de pintura en pana no tienen interés en adquirir las pinturas con sus marcos; porque, se conoce que los turistas que adquieren las pinturas en pana buscan obras de fácil transporte y no tengan inconvenientes al llevar las pinturas en pana envueltas o enrolladas en sus equipajes.

**Figura 30**

*Formatos más solicitados de pintura en pana*

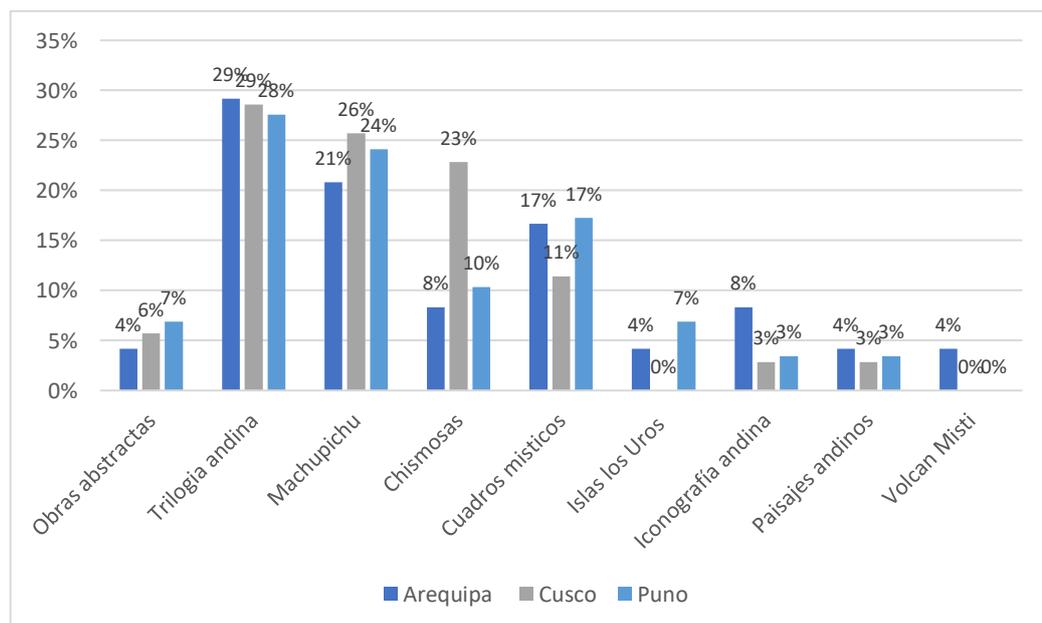


Con relación a los formatos o dimensiones que demandan los turistas se puede observar que prefieren pinturas en pana entre 30 y 40 cm ya que son formatos relativamente pequeños que fácilmente ellos pueden transportar dentro de su equipaje y llevar a sus países de origen.

#### 4.1.4 La temática en las pinturas en pana de las ciudades de Arequipa, Cusco y Puno

**Figura 31**

*La temática más demandada de la pintura en pana*



Los artistas trabajan diversos temas para realizar las pinturas en pana, ya que en esta técnica se puede observar que hay preferencias de parte de los turistas que adquieren este tipo de pinturas, y muestra de ello se observa en los resultados de la investigación por ejemplo en las tres regiones un tema recurrente y demandado es a la trilogía Andina.

Otro tema relevante y solicitado es relacionado a una de las maravillas de la humanidad nos estamos refiriendo a la ciudadela de Machu Picchu, esto sobre todo en la ciudad de Cusco, Así mismo tenemos a las pinturas denominadas chismosas que son pinturas de personajes típicos de la zona realizando actividades cotidianas.

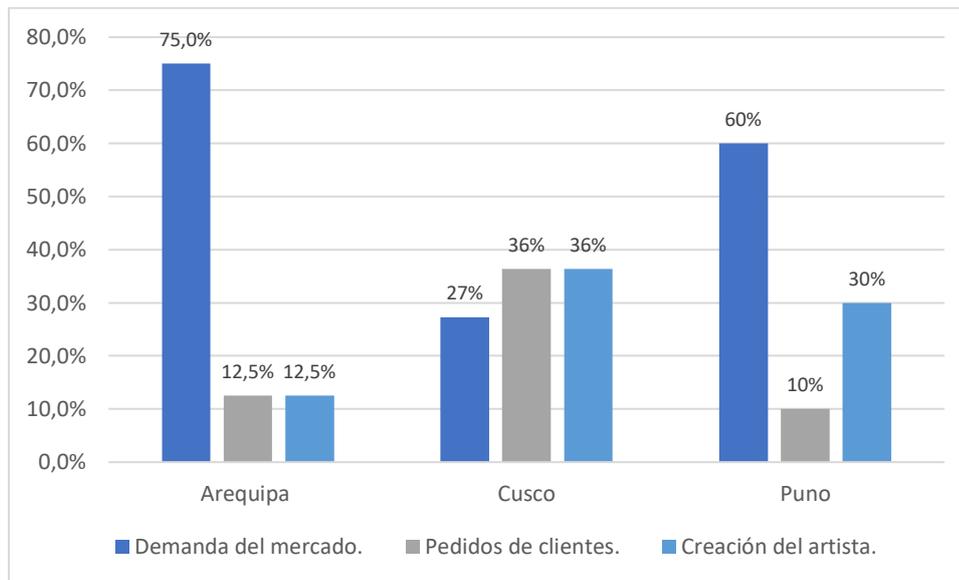
Además, es importante en la producción de pintura en pana son las denominadas cuadros místicos que son aquellos que tocan temas de ritualidad magia religión entre otros. También se pueden observar que en las respectivas regiones hay una cierta preferencia por los lugares turísticos de sus regiones, como por ejemplo en la ciudad de Puno la isla los uros, y en la ciudad de Arequipa el volcán misti, entre otras.

En si el Perú cuenta con diversos recuro turísticos que convierten en uno de los países más importantes a nivel de Latinoamérica, así también lo indica (Acerenza 1984 citado en Navarro, 2015)

Identifica los atractivos turísticos como el componente más importante del producto turístico “por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan, por tanto, una corriente turística hacia su localización”. Apunta asimismo que «constituyen el principal motivo para que el turista lo visite [al destino]” y “son capaces de satisfacer las motivaciones primarias de viaje de los turistas” (p.337).

**Figura 32**

*Los artistas de la pintura en pana, pintan según*



En este punto de la investigación abordamos sobre los alcances que tienen los artistas al momento de crear o de plantear sus pinturas en pana, hoy sin embargo se puede observar que el artista está siendo limitado en su proceso creativo, ya que existe una dependencia a la demanda del mercado, esto se evidencia sobre todo en la región de Arequipa con el 75% luego se encuentra la ciudad de Puno con el 60% y finalmente la ciudad del Cusco con el 27%.

La creatividad se viene desarrollando de una manera limitada en las ciudades de Cuzco y Puno con el 30 y 36 y 30% respectivamente y con un menor porcentaje en la ciudad de Arequipa 12%. Otro dato que también es importante de resaltar es que en la ciudad de Cusco existe pedidos de clientes del 36%, mientras que en Arequipa y en Puno llegan solo al 12.5% y 10% respectivamente.

## 4.2 Discusión

La comercialización de la pintura en pana no se da la misma manera en las regiones de Arequipa, Cusco y Puno, un primer indicador, que se debe soslayar es que estas regiones son consideradas con destinos turísticos importantes a nivel del Perú, y esto genera un movimiento en la comercialización de productos que los turistas adquieren en sus visitas, y muestra de ello son los centros artesanales que son asociaciones que se han formado para dedicarse al comercio de productos como las artesanías de cerámica, piedras, bisutería, prendas de vestir, y por su puesto de las pinturas en diversas técnicas,

desarrollado así una comercialización a través de intermedios, de esta manera lo indica Perez (2011) quien afirma:

Por otro lado, hay servicios que usan agentes o intermediarios para realizar una o más funciones dentro del circuito de distribución artística. Es lo que se conoce como canal indirecto. Actualmente, la situación más común para un canal de distribución artístico indirecto es la existencia de una galería que actúa como intermediaria en la producción del artista, la cual asume todas las funciones de intermediación a cambio de la exclusividad del mismo (p. 542)

Los intermediarios del arte juegan un papel importante en el mercado del arte, para el caso de la pintura en pana, están los dueños de la casa de artesanías, las galerías privadas, y los vendedores en la vía pública, sobre este último son personas que se dedican a la venta ambulatoria de pinturas en las calles o espacios donde hay movimiento de turistas, sin embargo muchos artistas requieren a estos intermediadores u operadores del arte (Montero, 2002) para poder comercializar sus pinturas, así los indica también Montero y Oreja (2007):

El artista apreciará si dispone de los recursos y capacidades necesarias para llevar a cabo las estrategias de distribución comercial de sus obras de arte en el mercado del arte. En el caso, que no disponga de los mismos pondrá en contacto con los intermediarios (galerías) que contando con los recursos y capacidades necesarias realizan dicha función de distribución (p. 1).

Por otra parte, se puede observar también hay artistas que a través de los años ya son reconocidos y tienen trascendencia, por lo que cuentan con compradores directos y que la comercialización se da entre el artistas y compradores, la cual es más favorable para los artistas, ya que tienen mejores ingresos, Perez (2011) indica:

Así, por ejemplo, siempre que los clientes potenciales sean poco numerosos e identificados con facilidad, el artista recurrirá a la utilización de un canal directo para vender su obra. Se trata de la forma de comercialización más utilizada por los talleres artesanales o artistas plásticos (pintores y escultores) que comercializan pequeños volúmenes de producción (p.541).

La tecnología bien siendo un aliado muy importante para los artistas, ya que en los últimos años, y sobre todo en la época de la pandemia, se ha visto un incremento en la

interacción de los artistas y los compradores de arte, porque en muchos caso los turistas realizan pedidos de pinturas en pana directamente a los artistas, así también lo indica Álvarez (2021), quien sobre el mercado del arte menciona “El Mercado del Arte Contemporáneo, volátil y genuino, se ha incrementado en los últimos años marcando las dinámicas en el uso de canales electrónicos y la consolidación de las ferias como escaparate festivo y social”(p. 2).

Las personas que adquieren obras de arte son pocas, esto obedecería porque se tienen el cliché que solo las personas de alta alcurnia o estatus social alto, pueden adquirir obras de arte, quizá sea esta la explicación del porque la demanda es reducida, con lo que (Álvarez, 2021, p. 59) “la elasticidad de la demanda, las características del producto y el comportamiento de compra de los demandantes que se basan principalmente en la búsqueda y el refuerzo del estatus social”.

La producción de obras de arte, en las regiones de Puno, sobre todo en lo referente a las pinturas en pana se ha convertido en una actividad en auge, que viene dinamizando a diversos agentes desde los artistas que son los productores del arte, pasando por los intermediadores o agentes culturales y hasta llegar a los consumidores que son los turistas que visitan esta regiones, por lo tanto se consolida con lo que plantea (Rojas y otros, 2012) “las artes plásticas en la sociedad es parte de las industrias culturales y creativas”.

En relación a los temas que tiene mayor demanda en las pinturas en panas esta aquella que está relacionada a la cultura andina, y podría explicarse porque el Perú fue el epicentro donde se desarrolló la cultura inca, quienes tuvieron un desarrollo excepcional en diverso campos del conocimiento, y enfatizando en su percepción del mundo y su relación con el hombre “En la cosmovisión andina, el mundo es vivo, de simbiosis de la diversidad, todo cuanto en él existe tiene vida; los hombres, animales, plantas, suelos, aguas, cerros, valles, nubes, absolutamente todo” (Aywar, 2019, p. 41).

Es por ello que los artistas supieron aprovechar los símbolos de la cosmovisión andina, y comenzaron a plasmar en sus pinturas imágenes de la trilogía andina; kay pacha, ucku pacha y el hanan pacha (el espacio de de los seres humanos, el espacio debajo de la tierra y el espacio de los cielos) para cada espacio hay elementos simbólicos como por ejemplo el cóndor, el puma y la serpiente, que son seres que representan estos tres mundos según la cosmovisión andina. Además de ello se observa que hay pinturas con símbolos de las culturas precolombinas, como Nazca, Tiahuanaco entre otras.



Por otro lado, se observa figuras antropomorfas del poblador andino tanto varón como mujeres, ataviado con sus tejidos y vestimenta colorista, que es atractivo para los consumidores de este arte que se denomina pintura en pana.

## CONCLUSIONES

- La pintura en pana es una técnica muy conocida en la actividad artísticas de las ciudades de Arequipa, Cusco y Puno, esto debido a su gran demanda en el mercado por la afluencia de un turismo nacional e internacional. Lo que ha generado que los artistas se dediquen a desarrollar estas obras pictóricas en serie y con temáticas de carácter cultural-andino y asociado a las riquezas naturales que existen en estas regiones.
- Los artistas que se dedican a la producción de la pintura en pana, en las tres regiones la mayoría manifiesta tener una formación en arte, ya sea en las escuelas de formación artística o en talleres de maestros, ahora sobre la experiencia en la producción de pintura de Arequipa se conoce que el 50% tiene entre 3 a 5 años, en cusco el 36.4% afirma de 6 a 8 años, y en caso de Puno hay un 30% indicar que tiene entre 1 a 2 años pero hay otro 30% con más de 13 años laborando en esta actividad, lo que evidencia que hay pocas diferencias entre los artistas de estas tres regiones.
- Los espacios donde se llegan a comercializar las pinturas en pana, se pueden afirmar que entre Puno (44.4%) y Arequipa (62.5%) hay cierta similitud, ya que en ambas regiones el espacio más usado es los centros artesanales, sin embargo, en la ciudad de Cusco (45.5%) la venta se da en las galerías privadas, cabe resaltar que en esta ciudad se encuentran galerías de venta exclusiva de obras de artes pictórico, a comparación de las ciudades de Arequipa y Puno especialmente.
- Sobre los consumidores, se observa que los turistas internacionales son los que compran las pinturas en pana en las tres regiones obviamente la venta se da más en la ciudad de Cusco seguida de Arequipa y finalmente Puno, en relación a los fines de la compra en la investigación se encontró marcadas diferencias en estas regiones, mientras que las compras en Cusco (45.5%) va sobre todo a las colecciones particulares de los compradores, en la ciudad de Arequipa (50%) la pintura en pana es para decorar y como un recuerdo de los lugares que visitó, por otro lado en Puno (33.3%) es para decorar, obsequiar y como recuerdo de los lugares visitados, cabe señalar que en estos dos últimas ciudades es un poco más significativa a los turistas nacionales.
- Sobre la temática en las tres regiones prevalece la trilogía andina, la ciudadela de Machupichu como preferidas en las pinturas en pana, luego se observa en un menor



porcentaje que en Puno y Cusco pintan cuadros místicos, y en Arequipa pintan las denominadas chismosas 22.9%. un factor por el cual la mayoría de los artistas pintan cultura andina y Machupichu, sería que los turistas internacionales prefieren estos temas que representa el acervo cultural del Perú; por lo tanto, muchos artistas producen estas obras las cuales son enviadas a la ciudad de Cusco para ahí sean vendidas, esto sobre todo pasa en la región de Puno.

## RECOMENDACIONES

- La actividad artística a través de los años viene creciendo y ello ayuda a desenvolverse a los artistas, es por ello que se recomienda a las autoridades de las tres regiones, a impulsar los circuitos turísticos para que mejore la afluencia de turistas y estos puedan consumir productos artísticos.
- Los artistas en las tres regiones se pueden observar que no tienen buenos ingresos económicos con la producción de pintura en pana. Por lo que se recomienda al estado peruano, a implementar políticas gubernamentales para que ayuden a generar mejores condiciones de vida a este sector de la sociedad que está siendo olvidada.
- Los espacios donde se pueden ofrecer obras de artes para la venta son pocos y abrima según las regiones, es por ello que se recomienda a las autoridades regionales a generar circuitos turísticos, en coordinación con los actores de la actividad turística para mejorar el servicio turístico y con ello mejorar la industria turística.
- El turismo es la industria sin chimenea, que genera ingresos a muchas de las actividades de las poblaciones donde se dinamiza el turismo, es por ello que se recomienda al estado peruano a promover que cada año lleguen más turistas a nuestro país.
- En el Perú existe mucha riqueza cultural, es por ello que se recomienda a los artistas a profundizar y conceptualizar cada elemento que usan en su producción artística.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acaso, M. (2009). *El Lenguaje Visual*. España: Paidós.
- Agudo-Martinez, M. (2023). *Museos de Arte Contemporáneo , Ciencia y Tecnología*. Universidad de Sevilla , Sevilla.  
[https://www.researchgate.net/publication/377152054\\_MUSEOS\\_ARTE\\_CONTEMPORANEO\\_CIENCIA\\_Y\\_TECNOLOGIA](https://www.researchgate.net/publication/377152054_MUSEOS_ARTE_CONTEMPORANEO_CIENCIA_Y_TECNOLOGIA)
- Alban, A. (2008). Arte y espacio público: ¿un encuentro posible? *Calle 14*, 104-111.  
<https://www.redalyc.org/pdf/2790/279021515011.pdf>
- Álvarez, C. (2021). *Análisis estratégico del mercado del arte contemporáneo*. Universidad Autónoma de Madrid. Madrid: Facultad de Económicas y Empresariales. <http://hdl.handle.net/10486/700421>
- Arias, M., Riquelme, B., Cañaviri, A., & Bauco, A. (2012). *Arte y sociedad; expresiones artísticas como reflejo del contexto Histórico-social en las ciudades de la Paz, Mendoza y Valparaiso durante el periodo 2010-2012*. Argentina: Catedra Virtual para la Integración Latinoamericana.  
[https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/4632/arteysociedad.pdf](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/4632/arteysociedad.pdf)
- Arnheim, R. (1992). *El pensamiento visual*. Barcelona: Ediciones Paidós .
- Arones, J. J. (2021). *Técnicas pictóricas en la creatividad artística en estudiantes de pintura de la Escuela de Artes Plásticas de Ayacucho*. Universidad Peruana los Andes. Huancayo: Repositorio UPLA. <https://hdl.handle.net/20.500.12848/3473>
- Aywar, Z. (2019). Los incas: Organización y gestión de recursos. *Balances*, 36-42.  
<https://revistas.unas.edu.pe/index.php/Balances/article/view/166/146>
- Báez-Jorge, F. (1990). *El simbolismo en el arte*. Universidad Veracruzana.  
<http://hdl.handle.net/123456789/1827>
- Balzarini, M. M. (2019). La mirada y el atractivo de una obra de arte. *El Artista*, 1-13.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87459435005>

- Belinche, D., & Ciafardo, M. (2015). El espacio y el arte. *Metal*, 32-53.  
[http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/49545/Documento\\_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/49545/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Berger, J. (1997). *Algunos pasos hacia una pequeña teoría sobre lo visible*. Ardora ediciones.
- Beuchot, M. (2005). Hermeneutica, Analogía, Icono y Símbolo. *Sym-bolom*.  
<https://critica.cl/historia-del-arte/el-simbolismo-las-artes-o-del-simbolo-confuso>
- Calsina, W. C. (2016). *Influencia de la condiciones de vida en la percepción y consumo de las manifestaciones artísticas en la familias de la ciudad de Puno 2016*. Universidad Nacional del Altiplano. Puno: Repositorio UNAP.  
<http://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/6700>
- Chevalier, J., & Gheerbrant, A. (2006). *Diccionario de Símbolos*. Barcelona: Empresa Editorial. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87400307>
- Cieza, Z., Uriarte, R., & Lelendez, V. (2012). *Modelo de turismo sostenible que contribuya al desarrollo económico: una propuesta para la Provincia de Ferrañafe-Lambayeque- Perú*. Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo. Lambayeque: Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas y Ccontables.  
<http://hdl.handle.net/10045/63389>
- ComexPerú- Sociedad de Comercio Exterior del Perú. (2022). Reporte de desempeño turístico en el Perú.  
<https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-turismo-006.pdf>
- Cooper, J. (2016). *Simbolismo lenguaje universal*. Ilustraciones de G. E. Archer.  
<https://es.scribd.com/doc/105560918/Cooper-J-C-el-Simbolismo-Lenguaje-Universal>
- Del Aguila, N. J. (2020). *En defensa del arte popular. La trayectoria del coleccionismo en el Museo de Artes y tradiciones populares, IRA-PUCP, 1979- 2014*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima: Repositorio PUCP.  
<http://hdl.handle.net/20.500.12404/17716>

- Días, C. (s.f.). *La gestion de las galerías de arte*. Madrid: AECID.  
<https://bibliotecadigital.aecid.es/bibliodig/es/consulta/registro.do?id=5107>
- Díaz Amunárriz, C. (2016). *La gestión de las galerías de arte*. Madrid: Cooperacion Española.  
<https://bibliotecadigital.aecid.es/bibliodig/es/consulta/registro.do?id=5107>
- Dondis, D. (2017). *Sintaxis de la imagen*. Barcelona: Gustavo Gili.  
<https://joellenotes.wordpress.com/2017/07/25/sintesis-la-sintaxis-de-la-imagen-d-a-dondis-con-citas/>
- Dondis, D. A. (s.f.). *La sintaxis de la imagen*. Barcelona: Gustavo Gilli, S.A.
- Downey, L. (enero de 2023). *Galerista: qué significa y cómo funciona*.  
<https://www.investopedia.com/terms/g/gallerist.asp#:~:text=Key%20Takeaways>  
-  
A%20gallerist%20is%20an%20owner%20or%20operator%20of%20an%20art,  
determine%20which%20pieces%20to%20show.
- Echeverria, J. (2008). *La finalidad del arte; La obra y el pensamiento de Jorge Oteiza: arte, estética y Religión*. Universitat Pompeu Fabra. Barcelona: Departamento de humanidades. <http://hdl.handle.net/10803/7443>
- Fuentes, G. (2018). *Artes Visuales 2*. México: Preludio.
- Garcia, A. (2011). *Artes Visuales III*. México D.F.: Secretaria de Educacion Pública.
- Garcia, A. (2016). *Artes Visuales II*. México: Secretaria de educación pública.
- González, J. (11 de Junio de 2019). *TTamayo*. <https://www.ttamayo.com/2019/06/la-tecnica-del-sfumato/>
- Gonzalo Ochoa, C. (1997). Apuntes acerca de la Representacion. 15.  
[https://www.academia.edu/33415487/Apuntes\\_acerca\\_de\\_la\\_representaci%C3%B3n](https://www.academia.edu/33415487/Apuntes_acerca_de_la_representaci%C3%B3n)
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodologia de la investigación*. Mexico D. F.: Mc Graw Hill.



- Jacques, A. (1992). *La Imagen*. Paidós. <https://www.fadu.edu.uy/slv-i/files/2013/05/biblio-6.pdf>
- Laura, M. (2020). *Análisis sectorial: diagnóstico y perspectivas del mercado*. Universidad de Piura. Piura: Escuela de dirección. [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4908/MDE\\_2035.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4908/MDE_2035.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Llobell, J. J. (2015). El arte y la conexión ecológica. El espacio de arte y naturaleza “la Font del moli”. *Revista Bellas Artes*, 81-100. <https://hdl.handle.net/11042/4908>
- Marina, A. (2010). Reflexiones en torno al espacio en las artes visuales. *Revista de investigación* N° 16, 129-150. [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1010-29142010000100008](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1010-29142010000100008)
- Maris, C. (1994). *Diseño Visual*. México: Trillas.
- Martinez, S. (2013). Arte, música y perfeccionamiento en la sociedad global. *Teoría Educativa*, 89-109. [https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/131184/Arte,\\_musica\\_y\\_perfeccion\\_en\\_la\\_sociedad.pdf;jsessionid=E94F0BFCECD3FB9D12A24C96B9F10F7F?sequence=1](https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/131184/Arte,_musica_y_perfeccion_en_la_sociedad.pdf;jsessionid=E94F0BFCECD3FB9D12A24C96B9F10F7F?sequence=1)
- Medina, M. a. (2005). saberes, la definición clásica de arte. 3, 04. <https://revistas.uax.es/index.php/saberes/article/view/769/725>
- Montero, I. (2002). *Estrategias de distribución comercial en el mercado del arte*. Tesis posgrado, universidad de la Laguna, La Laguna. <https://investigacion.usc.es/documentos/5e31703e2999523690ffef1e?lang=es>
- Montero, I. (2014). *Un modelo de valoración de obras de arte*. Universidad de la Laguna. San Cristobal: Servicio de publicaciones UDL. [https://www.researchgate.net/publication/39379354\\_Un\\_modelo\\_de\\_valoracion\\_de\\_obras\\_de\\_arte](https://www.researchgate.net/publication/39379354_Un_modelo_de_valoracion_de_obras_de_arte)

- Montero, I., & Oreja, J. R. (2007). El artista y su relación con el mercado del arte. *XIX Congreso anual* (pág. 71). Francia: AEDEM.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2480579>
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, 335-357.  
<https://doi.org/10.6018/turismo.35.221641>
- Oliva Vergara, C. (2020). *Pintural al Óleo*. [https://cristianoliva.cl/wp-content/uploads/2020/04/Tutorial\\_Pintura\\_Oleo.pdf](https://cristianoliva.cl/wp-content/uploads/2020/04/Tutorial_Pintura_Oleo.pdf)
- Pari, E. B. (2018). *La pintura en pana como expresión pictórica comercial en la ciudad de puno 2017*. Universidad Nacional del Altiplano. Puno: Repositorio UNAP.  
<http://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/8872>
- Perez, L. A. (2011). Mercado del arte e intermediarios una perspectiva actual. *Laboratorio del Arte* 23, 537-550. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.12795/LA.2011.i23.27>
- Perez-Calero, L. A. (2011). Mercado del arte e intermediarios; una perspectiva actual. *Laboratorio de arte*, 537-550. <https://doi.org/10.12795/LA.2011.i23.27>
- Rojas, L., Uribe, A., & Garcia, C. (2012). Las estrategias de mercado del ecosistema de gestión de las artes plásticas y visuales en Medellín. *Calle14: revista de investigación en el campo del arte*, 312-328.  
<https://www.redalyc.org/journal/2790/279068127008/html/>
- Solano, A. (2014). Ciencia, sociedad y arte. Una aproximación socio-histórica. *Sociología y tecnología*, 40-53. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4805983>
- Tellez, O. (s.f.). Arte y cosumo artístico. *Cuadernos patrimonio cultural y turismo*, 122-127. <https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf11/articulo8.pdf>
- Tinoco, O. (2003). Los impactos del turismo en el Perú. *Industria Data*, 47-60.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.15381/idata.v6i1.5982>
- Vicente, S. (2003). Arte y ciencia, reflexiones en torno a sus relaciones. *Huellas*, 3, págs. 85-94. <https://bdigital.uncu.edu.ar/174>.



Waelder, p. (2016). *El Mercado del Arte en la Era del Acceso*. España: Accion cultural española.

[https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2016/Publi/anuario2016/3\\_mercadoArte.pdf](https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2016/Publi/anuario2016/3_mercadoArte.pdf)

Winsor y Newton. (2002). *El Libro del Óleo*. Inglaterra: ColArt Fine Art & Graphics.

Yañez, L. (2014). El Artículo Científico: Otra obra de arte. *Revista científica*, XXIV(5), 392-392. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=95932260001>

## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA	TÉCNICA E INSTRUMENTO
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿Cuál es la dinámica de la pintura en pana: desde la producción hasta su comercialización en las ciudades de Arequipa, Cusco y Puno?</p> <p><b>Problemas Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Quiénes son los productores de la pintura en pana en las ciudades de Arequipa, Cusco y Puno?</li> <li>• ¿Cuáles son los espacios físicos y virtuales donde se comercializa la pintura en pana en las ciudades objeto de estudio?</li> <li>• ¿Quiénes son los consumidores de la pintura en pana considerando las tres ciudades de la presente investigación?</li> <li>• ¿Cuál es la temática en las pinturas en pana de las ciudades de Arequipa, Cusco y Puno?</li> </ul>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Identificar la dinámica de la pintura en pana; desde la producción hasta su comercialización en las ciudades de Arequipa, Cusco y Puno</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Registrar a los productores de la pintura en pana en las ciudades de Arequipa, Cusco y Puno.</li> <li>• Ubicar los espacios físicos y virtuales donde se comercializa la pintura en pana en las ciudades objeto de estudio.</li> <li>• Registrar a los consumidores de la pintura en pana considerando las tres ciudades de la presente investigación.</li> </ul> <p>Definir la temática en las pinturas en pana de las ciudades de Arequipa, Cusco y Puno</p>	<p><b>Hipótesis general</b></p> <p>La pintura en pana en gran medida depende de la dinámica de la comercialización de tres elementos que interactúan, el primero es el productor luego los espacios donde se da la comercialización además es aquí donde participa el consumidor.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los productores de la pintura en pana en las ciudades de Arequipa, Cusco y Puno, en su mayoría son empínicos y vienen ejerciendo esta actividad por más de 10 años.</li> <li>• Los espacios donde se generan mayor movimiento comercial de la pintura en pana son las casas o tiendas de artesanía, los cuales están ubicados en los circuitos turísticos de las ciudades Arequipa, Cusco y Puno.</li> <li>• Los consumidores de la pintura en pana son en su mayoría los turistas internacionales y nacionales, quienes compran para llevarse como parte de un subvenir sobre el lugar donde visitaron.</li> </ul> <p>La temática en la pintura en pana está muy paramétrica en elementos simbólicos e iconos de las culturas pre coloniales, además de los paisajes turísticos de las ciudades objeto de estudio.</p>	<p><b>Variable Independiente</b></p> <p>La pintura en pana</p> <p><b>Variable Dependiente</b></p> <p>Desde la producción hasta su comercialización</p>	<p><b>Diseño</b></p> <p>No experimental</p> <p><b>Tipo de Investigación</b></p> <p>descriptivo con tendencia transversal</p>	<p><b>Técnicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> <li>• observación</li> </ul> <p><b>Instrumento</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario de preguntas</li> <li>• ficha de observación</li> </ul>

## Anexo 2. Cuestionario de preguntas para los artistas

La presente investigación titulada: **La Dinámica de la Pintura en Pana; desde la Producción hasta su Comercialización en las Ciudades de Arequipa, Cusco y Puno**, es para optar el grado académico de maestro. Motivo por el cual solicito puedan leer y responder las preguntas con objetividad y responsabilidad.

**Nombres y apellidos:**.....

### Región donde pinta pintura en pana.

- a. Arequipa.
- b. Cusco.
- c. Puno

### PRODUCTORES DE PINTURA EN PANA.

¿Tiene formación en el campo de la pintura? (puede marcar más de una alternativa)

- a. Universitaria.
- b. Escuela de formación artística.
- c. Otras académicas o institutos
- d. Talleres de maestros.
- e. Es autodidacta.

Técnicas que usa para la pintura en pana. (puede marcar más de una alternativa)

- a. Óleo sobre pana.
- b. Acrílico sobre pana.
- c. Mixta.
- d. Otras: especifique:.....

¿Qué formas de trabajo usa para la pintura en pana?. (puede marcar más de una alternativa)

- a. Plantillas.
- b. Restregado.
- c. Esfumado.
- d. Empastado.

e. Mixtas.

Tiempo que bien laborado.

- a. 1 a 2 años
- b. 3 a 5 años
- c. 6 a 8 años
- d. 9 a 12 años.
- e. 13 a más años

Trabajos en pintura en pana que realiza por mes.

- a. 1 a 5
- b. 5 a 10
- c. 10 a 15
- d. 15 a 20
- e. 20 a mas.

Ingreso económico que genera por la venta de pintura de pana.

- a. 100 a 500
- b. 500 a 1,000
- c. 1,000 a 1,500
- d. 1,500 a 2,000
- e. 2,000 a mas.

¿Realiza otros trabajos artísticos al margen de la pintura en pana, lo que le genera ingresos?

- a. Si.
- b. No.

¿Qué actividades artísticas realiza al margen de la pintura en pana? (puede marcar más de una alternativa)

- a. Óleo sobre lienzo.
- b. Acuarela.
- c. Artesanías.



- d. Esculturas.
- e. Bisutería.
- f. Otras: especifique:.....

Tiempo de ejecución de una pintura en pana (formato de 50 x 75).

- a. Un día.
- b. Tres días.
- c. Cinco días.
- d. Seis a más días.

**ESPACIOS DONDE SE VENDE.**

Espacios donde oferta sus pinturas en pana. (puede marcas más de una alternativa)

- a. Galerías públicas.
- b. Centros artesanales.
- c. Galerías privadas.
- d. Venta directa (redes sociales, contactos)
- e. Vía pública (a través de terceros).
- f. Otros: especifique: .....

Indique los lugares específicos donde vende sus productos de pintura en pana.

.....

Época de mayor venta durante el año.

- a. Enero a marzo.
- b. Abril – junio
- c. Julio – setiembre
- d. Octubre – diciembre

### Anexo 3. Cuestionario de preguntas para los intermediarios del arte

La presente investigación titulada: **La Dinámica de la Pintura en Pana; desde la Producción hasta su Comercialización en las Ciudades de Arequipa, Cusco y Puno**, es para optar el grado académico de maestro. Motivo por el cual solicito puedan leer y responder las preguntas con objetividad y responsabilidad.

**Nombres y apellidos:**.....

#### Región donde pinta pintura en pana.

- a. Arequipa.
- b. Cusco.
- c. Puno

#### QUIENES SON LOS CONSUMIDORES

¿Cuál es el precio de la pintura en pana? (formato de 50 x 75).

- a. 20 a 30 soles
- b. 30 a 40 soles
- c. 40 a 50 soles
- d. 50 a 60 soles
- e. 60 a más.

¿Quiénes son los compradores de pintura en pana? (puede marcar más de una alternativa)

- a. Nacionales.
- b. Internacionales.
- c. Locales.

¿Quiénes adquieren las pinturas de pana ¿cuál es la utilidad de estas?

- a. Colecciones particulares.
- b. Fines decorativos.
- c. Obsequio.
- d. Recordatorios de los lugares visitados.
- e. Otras: especifique:.....

### TEMÁTICA DEMANDADA.

¿Cuáles son los tamaños más solicitados de pintura en pana?

- a. 10 cm. a 20 cm. por lado.
- f. 20 cm. a 30 cm. por lado.
- g. 30 cm. a 40 cm. por lado.
- h. 50 cm. a 60 cm. por lado.
- i. 60 cm. a más cm. por lado.

¿Cuál es la temática más demandada de la pintura en pana? (indique según orden de prioridad por lo menos 5 temas)

- .....
- .....
- .....
- .....
- .....

Los artistas de la pintura en pana, pintan según.

- a. Demanda del mercado.
- b. Pedidos de clientes.
- c. Creación del artista.



Universidad Nacional  
del Altiplano Puno



Vicerrectorado  
de Investigación



Repositorio  
Institucional

## DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo EDER BLUM PARI SACHO  
identificado con DNI 43273993 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional,  Programa de Segunda Especialidad,  Programa de Maestría o Doctorado  
MAESTRIA EN CIENCIAS SOCIALES, MENCION EN ARTE Y EDUCACION ARTISTICA.

informo que he elaborado el/la  Tesis o  Trabajo de Investigación denominada:

“ LA DINAMIA DE LA PINTURA EN PANA DESDE LA  
PRODUCCION HASTA SU COMERCIALIZACION EN  
LAS CIUDADES DE AREQUIPA, CUSCO Y PUNO ”

Es un tema original.

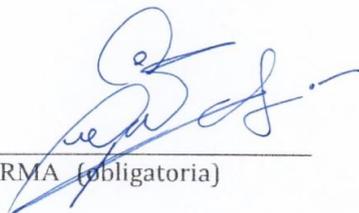
Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 20 de ABRIL del 2024

  
FIRMA (obligatoria)

  
Huella



Universidad Nacional  
del Altiplano Puno



Vicerrectorado  
de Investigación



Repositorio  
Institucional

### AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo EDER BLUM PARI SACHO  
identificado con DNI 43273993 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional,  Programa de Segunda Especialidad,  Programa de Maestría o Doctorado

MAESTRIA EN CIENCIAS SOCIALES, MENCION EN ARTE y EDUCACION ARTISTICA,  
informo que he elaborado el/la  Tesis o  Trabajo de Investigación denominada:

“ LA DINAMICA DE LA PINTURA EN PANA DESDE LA  
PRODUCCION HASTA SU COMERCIALIZACION EN  
LAS CIUDADES DE AREQUIPA, CUZCO y PUNO ”

para la obtención de  Grado,  Título Profesional o  Segunda Especialidad.

Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los “Contenidos”) que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 20 de ABRIL del 2024

  
FIRMA (obligatoria)



Huella