

# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**



**FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA**

**CARRERA DE TURISMO**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN GESTIÓN  
TURÍSTICA Y PRESERVACIÓN AMBIENTAL**

**TEMA: IDENTIFICACIÓN DE LA DENOMINADA ESCUELA QUITEÑA PARA EL  
RESCATE DE LA IDENTIDAD DE LOS HABITANTES**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE LA CARRERA: PATRIMONIO CULTURAL**

**AUTOR: CRISTIAN SALVADOR CADENA LARA**

**DIRECTORA:**

**MSC. CRISTINA VILLACÍS MEJÍA**

**QUITO - ECUADOR**

**MAYO 2015**

© Universidad Tecnológica Equinoccial. 2015

Reservados todos los derechos de reproducción

## **AUTORÍA**

Expreso que el siguiente Trabajo de Titulación fue realizado en su totalidad con el esfuerzo e investigación del autor, sin ningún tipo de material o información plagiada.

---

Christian Salvador Cadena Lara

CI: 0603776303

## **CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD**

Certifico que el contenido del siguiente proyecto ha sido elaborado en su totalidad

por: Cristian Salvador Cadena Lara

---

MARÍA CRISTINA VILLACÍS MEJÍA

Directora del Trabajo de Titulación



# **AGRADECIMIENTO**

*A mis padres por darme la fortaleza necesaria para seguir siempre adelante a pesar de cualquier circunstancia.*

*También a mi hermano José Luis que gracias a él me he abierto paso en varios aspectos de la vida.*

*..El agradecimiento que tengo a mi familia es infinito.*

*A mi directora Msc. Cristina Villacís, que desde mis primeros días universitarios fue un ejemplo sinigual de perseverancia*

*A mis amigos de estudio y de vida; Jorge B., Christian N., Paul S. Eli F. e Israel Z., por acompañarme y sobretodo creer en mí.*

## **DEDICATORIA**

*Esta tesis va dedicada especialmente a mis padres Rosa y Salvador; su apoyo fue invaluable, ellos son una inspiración de amor y fortaleza.*

*A mi hermano José Luis*

*A amigos cercanos que me acompañaron y me apoyaron*

*A todos esos artistas y artesanos que creen fervientemente en su oficio y viven de ello.*

*Y al Dios creador de esta obra de arte en que vivimos.*

## ÍNDICE

I.	Planteamiento del problema .....	I
II.	Sistematización del problema .....	III
III.	Objetivos .....	III
a.	Objetivo General.....	III
IV.	Justificación.....	IV
V.	Metodología .....	VI
a)	Método analítico sintético. ....	VI
b)	Método Inductivo .....	VI
c)	Método Deductivo.....	VI
d)	La Observación.....	VII
e)	Fuentes Primarias.....	VII
CAPÍTULO I.....		1
1.1	El marketing y sus generalidades.....	1
1.	CONCEPTOS DE MARKETING TURÍSTICO, EL CONSUMIDOR DEL TURISMO, EL MARKETING DE CIUDAD Y EL MARKETING CULTURAL .....	11
1.2	El Marketing Turístico.....	11
1.2.1	Productos, bienes, servicios e ideas.....	11
1.2.2	Necesidades, deseos y demanda.....	13
1.3	El Marketing de Ciudades .....	19
1.3.1	Elementos transferibles del marketing al marketing de ciudades .....	22
1.3.2	Características Fundamentales .....	23
1.3.3	Público objetivo.....	24
1.3.4	Objetivos del marketing de ciudad .....	25
1.4	El Marketing Cultural .....	26
1.4.1	Características fundamentales.....	30
1.4.2	El Marketing Cultural y la orientación en el mercado .....	34



1.5	Patrimonio Cultural .....	35
1.5.1	Patrimonio Cultural Material.....	39
1.5.2	Patrimonio Cultural Inmaterial.....	41
1.5.3	El Patrimonio Cultural en el Ecuador .....	44
1.5.4	Marco Constitucional .....	46
1.5.5	Marco Legal y Normativo .....	48
1.5.6	Contexto Institucional.....	51
1.6	Turismo Cultural .....	55
1.6.1	El turismo cultural y sus áreas .....	56
1.6.2	Tipos de turismo cultural.....	57
1.7	Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial.....	62
1.7.1	Plan de Salvaguarda.....	65
1.7.2	Instrumentos de salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial: .....	66
1.8	Rescate Identidad.....	67
1.8.1	Sentimiento de pertenencia y rescate de identidad .....	72
	Capítulo II.....	76
	2. LA ESCUELA QUITEÑA DE ARTES Y LOS OFICIOS TRADICIONALES EN QUITO .....	76
2.1	Introducción.....	76
2.2	Antecedentes .....	78
2.3	Sincretismo Cultural .....	81
2.4	La Escuela Quiteña de Artes, algunos estudios y su aporte en la historia. .	88
2.5	Protagonistas del Arte Quiteño.....	97
2.6	Pintura.....	100
2.6.1	Principales obras antecesoras y partícipes.....	109
2.7	Escultura .....	115
2.7.1	Principales obras partícipes.....	124

2.8	Los Oficios Tradicionales en Quito y su legado.....	129
2.8.1	Los oficios tradicionales de Quito en la actualidad .....	135
2.8.2	Importantes actores de los oficios tradicionales como legado actual de la Escuela Quiteña.....	140
2.9	Levantamiento georreferenciado de las principales obras de la Escuela Quiteña y artífices de los oficios tradicionales actuales. ....	148
2.9.1	Iglesias, conventos y museos .....	148
2.9.2	Talleres de los principales pintores y escultores influenciados por la Escuela Quiteña.....	150
	Capítulo III .....	153
3.	RESCATE DE LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS HABITANTES DEL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO. ....	153
3.1	Introducción.....	153
3.2	Objetivo .....	155
3.3	Matriz de involucrados estratégica .....	155
3.4	Salvaguarda del Patrimonio Cultural .....	156
3.4.1	El Plan de Salvaguarda y sus criterios.....	157
3.4.2	Proceso y Técnicas.....	159
3.4.3	Análisis Situacional .....	160
3.4.4	Rutas Vivenciales .....	166
	CONCLUSIONES.....	176
	RECOMENDACIONES .....	177
	BIBLIOGRAFÍA.....	178
	ANEXOS.....	186

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 Evolución histórica del concepto de Marketing Rey, (2008, p.21).....	5
FIGURA 2 Elementos del concepto de Marketing Rey (2008, p.22).....	8
FIGURA 3 Productos, bienes, servicios e ideas. <i>Fuente:</i> Escobar (2011, p.16 ).....	12
FIGURA 4 Necesidades, deseos y demandas junto a la actuación del marketing. <i>Fuente:</i> Santesmases Mestre, Marketing, conceptos y estrategias en Escobar (2011, p.18) .....	13
FIGURA 5 Factores que influyentes de las empresas turísticas Rey (2008, p.35)....	17
FIGURA 6 Relaciones de intercambio en el marketing del patrimonio cultural. <i>Fuente:</i> Camanero, Garrido(2008, pág. 66).....	32
FIGURA 7 Iglesias, conventos y museos - Centro Histórico.....	148
FIGURA 8 Iglesias, conventos y museos - Norte y Guápulo .....	149
FIGURA 9 Ubicación de Talleres de Pintores y Escultores .....	150
FIGURA 10 Artistas y artesanos de la Escuela Quiteña actuales .....	151
FIGURA 11 Ruta vivencial de La Escuela Quiteña en el museo Fray Fedro Gosseal .....	170
FIGURA 13 Ubicación de la Ruta vivencial de Artistas y Artesanos herederos de la Escuela Quiteña .....	174
FIGURA 14 Hitos de los artesanos.....	175

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 Evolución del marketing en el sector turístico .....	15
TABLA 2 Clasificación del Patrimonio Cultural Inmaterial conforme a la Guía Metodológica del INPC. Cartilla Básica del PC, p 19. ....	63
TABLA 3 Relación entre el arte y la religión durante la época barroquista en Iberoamérica:.....	87
TABLA 4 Arte Condicionado a principios dogmáticos .....	88
TABLA 5 Principales obras antecesoras y partícipes, Iglesias, conventos y monasterios.....	109
TABLA 6 Principales obras antecesoras y partícipes, Museos.....	111
TABLA 7 Cronología de la Pintura.....	113
TABLA 8 Principales obras partícipe- Iglesias, conventos y monasterios .....	124
TABLA 9 Principales obras partícipes- Museos.....	125
TABLA 10 Cronología de la escultura .....	127
TABLA 11 Leyenda de figuras.....	149
TABLA 12 Matriz de involucrados estratégica.....	155

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 Cuadro resumen de clasificación del patrimonio .....	186
ANEXO 2 SONDEO .....	187
ANEXO 3 TALLERES .....	193

## **Resumen Ejecutivo**

El Patrimonio Cultural ecuatoriano posee una exuberante riqueza artística, y el hecho que se pretenda convertirlo en un recurso por medio del marketing cultural para el consumo turístico a partir de valores de profundo calado, como el pasado, la identidad, o la autenticidad; pone al patrimonio tanto material como inmaterial en una tesitura interesante que no puede aventurarse un final.

Parte del desarrollo de esta tesis se fundamenta principalmente en el estudio del arte colonial en Quito desde sus comienzos, hasta su legado y remanencias en la actualidad; que son muy valiosos y además motivo de identidad en cada uno de los habitantes no solo del centro histórico si no de la nacionalidad. Este proyecto resalta la valía de los bienes artísticos materiales como inmateriales, trae a la vida los oficios de antaño, promueve que la gente le dé la debida importancia al arte tradicional quiteño, por medio de un involucramiento cercano con los artistas, artesanos, también iglesias, conventos y museos.

La idea es que las organizaciones, las autoridades pertinentes presten mayor atención al potencial escondido de los rincones del centro histórico, darle vida a los oficios que están en vía de extinción; para que la ciudadanía se sienta identificada con el legado de la Escuela Quiteña.

## **I. Planteamiento del problema**

Se considera que el elemento de importancia de los activos culturales consiste en aquellos que ayudan a fortalecer la cohesión social y el pensamiento crítico; elementos por los cuales faltan que tengan mayor injerencia dentro de nuestro país, estos favorecen el desarrollo de la personalidad, incrementan la confianza personal y son un elemento clave en el surgimiento de la creatividad, en todos los ámbitos de la actividad humana, sobre todo en una sociedad basada en el conocimiento.

Ecuador posee una exuberante riqueza patrimonial referente al arte colonial y oficios tradicionales, lamentablemente la limitada valoración y escaso conocimiento de este ámbito por parte de habitantes y visitantes; es un componente que impide el desarrollo a nivel de país; como un destino de importancia cultural. Esto a su vez de muestra ser un resultado atribuido principalmente a falta de un sustancial consenso por parte de varios autores; que ratifiquen con parámetros formales la existencia de una escuela de artes en Quito con características auténticas a nivel hispanoamericano.

Según algunos autores; en el caso de Miguel de Santiago; fuerte exponente pictórico de arte colonial en Quito, argumentan que se devela una carencia de originalidad y singularidad propias; puesto que su arte se deriva de prototipos europeos, hecho por el cual contradice la tradición local, lo cual que pone en cuestionamiento la existencia de una escuela quiteña.

Si bien la producción del arte quiteño traspasó fronteras, no existe un claro reconocimiento real de la dimensión del aporte que representó tal movimiento artístico para el arte universal; por tal razón existe una importante carencia de valor

hacia este movimiento artístico local, como consecuencia hay una falta de desconocimiento e interés.



## **Sistematización del problema**

A partir de estas manifestaciones artísticas evidentes en la ciudad ¿Cómo debe prepararse las entidades y la comunidad para involucrarse en el Patrimonio Cultural de forma alternativa?

¿Hasta qué punto logrará llegar el alcance de conocimiento de la comunidad y su relación de la riqueza cultural especialmente sobre la Escuela Quiteña?

¿Se logrará que lo oficios tradicionales y artífices de la Escuela Quiteña puedan finalmente ser reconocidos y valorados?

¿Se logrará que el patrimonio cultural ecuatoriano logre posicionarse como un hito referente de turismo cultural por excelencia?

¿Se logrará que lo moradores sean partícipes clave en el desarrollo del patrimonio cultural tanto material como inmaterial de sus barrios?

¿Se logrará que el centro histórico de Quito tenga una relevancia patrimonial más allá de sus monumentos?

## **II. Objetivos**

### **a. Objetivo General**

Realizar un plan estratégico que permita identificar el valor del patrimonio cultural, sus hitos y oficios tradicionales involucrados con la Escuela Quiteña de Artes, para el rescate de la identidad cultural.

## **Objetivos Específicos**

- Definir el marco teórico del Marketing vinculado al Patrimonio Cultural e Identidad junto a los componentes de cada uno; para trabajar sobre una idea clara y establecer directrices en la propuesta de salvaguarda.
- Identificar la existencia de la denominada Escuela Quiteña de Artes junto a sus protagonistas, su evolución histórica, y su legado tanto material como inmaterial.
- Encaminar estrategias que permitan reafirmar la importancia de mantener vivo el legado de la Escuela Quiteña junto a sus oficios tradicionales actuales para involucrar a los habitantes y generar identidad en los mismos.

## **III. Justificación**

La presente investigación parte de la necesidad de ampliar los horizontes del turismo urbano cultural, el cual no solamente se limite a la visita del patrimonio material; si no también al inmaterial, referente a la Escuela Quiteña y sus oficios tradicionales, lo cual será un recurso para general identidad.

Existe un macado cuestionamiento que se viene dando entre los estudiosos de arte colonial desde los años 80 de la existencia o no de una Escuela Quiteña, dentro de lo cual hay una tendencia en quienes se empeñan en defender la Escuela Quiteña', y otros quiénes prefieren hablar de un 'Arte colonial quiteño'.

Es clara la evidencia de que Ecuador formó parte fundamental dentro de los núcleos de irradiación artístico-cultural de las principales escuelas iberoamericanas que se desarrollaron dentro de las zonas ocupadas por grandes culturas aborígenes como México, Guatemala, Perú y Bolivia; por tanto el arte ecuatoriano es sumamente trascendente a nivel latinoamericano.

Quito, particularmente, posee una labor pionera en lo que refiere a escuelas artísticas bien organizadas en aquel entonces; como por ejemplo las escuelas de Ricke, Gosseal y Bedón; reluce una floración en tres siglos de diversos estilos como Renacentista, Mozárabe, Mudéjar, Barroco, entre otros; con semejante variedad, como tal vez no se dio en el Viejo Mundo. Sin embargo, a pesar de ello, existen autores que argumentan que no es justificativo suficiente para hablar de la existencia de una escuela local.

El sello de la singularidad del arte quiteño es notorio principalmente en la refinada escultura, donde las imágenes religiosas reflejan el tipo humano de la sierra, producto del mestizaje racial, en otras palabras las tallas quiteñas son más trabajadas, pulidas y más diferenciadas entre sí que las del resto de Hispanoamérica, por tal motivo; es claro que el patrimonio de Quito, por su singularidad, es un fuerte recurso turístico que puede posicionar tanto a Quito como al Ecuador como un destino turístico cultural de alta relevancia.

Actualmente existe además un importante legado de la Quiteña manifestado mediante las obras de Escultores, Talladores, Pintores entre otros; que sobreviven junto al paso del tiempo y al avance de la tecnología con la herencia muy notoria de la Escuela Quiteña. A pesar de la magnificencia de estos artistas

tradicionales actuales; tanto los moradores, los visitantes como cada una de las entidades; no han reconocido aún su valor a plenitud.

#### **IV. Metodología**

##### **a) Método analítico sintético.**

El análisis es una operación mental que se basa en considerar por separado las partes de un todo mediante la descripción. La síntesis es el método contrario al análisis ya que reúne a las partes o a los elementos para formar un todo. Este método de investigación será aplicado dentro de la investigación para analizar, e identificar las características de los atractivos turísticos que tienen mayor potencial de la parroquia San Marcos, así como también el realizar un diagnóstico de la situación actual de la actividad turística para desarrollarse con las mejores oportunidades dentro de la zona de la parroquia de estudio

##### **b) Método Inductivo**

Es cuando el asunto investigado se presenta por medio de casos particulares para de ahí establecer el principio general que los rige. Este método nos ayudara a identificar las características de la parroquia en estudio en relación con las características de la ciudad de Quito, luego las mismas hasta relacionarlas con las del país, es decir vamos reduciendo la información para llegar a una conclusión general acerca del trabajo investigativo a realizar iremos de lo particular a lo general.

##### **c) Método Deductivo**

La deducción, es el método que parte de lo universal para llegar a una conclusión particular o singular. Este método nos servirá para analizar las características de la actividad turística a nivel nacional, regional, cantonal y parroquial para luego

ser desglosada hasta conseguir datos más específicos relacionados con la área de trabajo investigativo y que aporten al mismo, es decir ir de lo general a lo particular.

#### **d) La Observación**

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo, en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos.

#### **e) Fuentes Primarias**

Son aquellas utilizadas para la recolección de datos de la fuente de origen. Esta recopilación implica la realización de la propia investigación, obteniendo datos directamente del lugar de interés, de la forma más exacta posible con la finalidad de alcanzar una información verídica.

#### **f) Fuentes secundarias**

Es información que se encuentra disponible y que fueron recopilados con otro propósito como resúmenes, listados de referencia publicadas en un área de conocimiento particular.

## **CAPÍTULO I.**

### **1.1 El marketing y sus generalidades**

Serra 2011,(pág. 37) señala que el término marketing es un anglicismo, del cual se han intentado diversas traducciones con escaso éxito (mercadotecnia, mercadeo o mercadología) y que hace referencia a la comercialización y relación de intercambio entre dos partes.

De igual modo, Rondón (2010) detalla que el término “marketing” surgió en la literatura económica norteamericana a principios del siglo pasado, aunque con un significado distinto del actual. Coincide que el término suele traducirse como “mercadología”, “mercadeo”, “comercialización” o “mercadotecnia”; sin embargo ninguno de los términos anteriores parece expresar todo el contenido de la palabra inglesa; por el contrario tienden a limitar el real significado y objeto de estudio.

Es por ello que es viable utilizar la palabra “marketing”, la cual posee un amplio reconocimiento internacional, siendo extensamente utilizada tanto en el campo académico como profesional, a la vez que es reconocida por la Real Academia Española.

El origen del término y su correspondiente aplicación, acorde con Acerenza (2004) data de las primeras décadas del siglo XIX, que de acuerdo con algunos estudios, en diversas universidades de Estados Unidos se comenzaron a impartir, entre los años 1900 y 1910, cursos relacionados con lo que en aquel entonces se calificó como industrias distributivas.

Fue así que hasta el año 1909, los mencionados cursos se enfocaban en realidad, en función de las problemáticas comunes de la distribución y venta de productos o servicios, de tal modo que no consideraban actividades que debían encararse antes de que un empresario comience haciendo uso de los instrumentos promocionales y uso de su fuerza de venta.

Después de la segunda guerra mundial los productores se preocupan por incrementar la producción y fabricar artículos de calidad estándar, ello dio origen a la producción en serie de productos con los costos unitarios más bajos. Centrándose en las capacidades internas de la empresa más que en los deseos y necesidades del mercado a su vez los compradores deseaban conseguir mercancías al menor precio posible.

En definitiva; los fabricantes buscaban ante todo aumentar la producción, pues suponían que los usuarios buscarían y comprarían bienes de calidad y de precio accesible, los productos eran fabricados en serie sin necesidad de publicitarlos ya que la demanda superaba la oferta.

Para el siguiente período; Rey (2008) constata que hasta el año 1969 se consideraba al Marketing como una disciplina encaminada a guiar las transacciones que la empresa mantenía con sus clientes, es decir limitada al campo empresarial; excluyendo a organizaciones de otro tipo, entre otros limitantes.

A partir de dicho año surge una nueva definición que dará un giro a la concepción del marketing. Es la propuesta por Kotler y Levy (1969) en Moliner (2003), que

concibe el término como “la actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos a través del proceso de intercambio”.

Lo atractivo de esta definición es que radica en la inserción del concepto en todo tipo de organizaciones con o sin ánimos de lucro. También se menciona sobre el intercambio de valores, más que de transacciones comerciales, de tal forma que también se considera al cliente como un factor clave en el desarrollo de la empresa.

Esta definición; afirma Rey (2008) empieza a tener sus variaciones a mediados de los años ochenta por el mismo autor, que trata de incluir en el concepto de Marketing la preocupación por el bienestar de la sociedad en su conjunto. La cuestión surge de la posibilidad de confrontación entre los intereses de un individuo a corto plazo y los de la sociedad a largo plazo, pues no siempre son coincidentes.

De este modo; tal idea le lleva a considerar el Marketing según Kotler P.(2006, p. 40) desde un punto de vista de los negocios como: “El proceso de planear y ejecutar el concepto, el precio, la promoción y la distribución de ideas, bienes y servicios con el fin de crear intercambios que satisfagan los objetivos particulares y de las organizaciones. La dirección de marketing es el arte y la ciencia de seleccionar mercados meta, de atraer y retener clientes mediante la generación, entrega y comunicación de un valor superior.”.

De igual manera tanto Serra (2011), Rey(2008) y Escobar (2011) coinciden en varios aspectos al mencionar que el auténtico marketing como función: no es el arte de vender lo que uno tiene o produce, si no el arte de saber qué producir o vender. Es el arte de identificar y entender las necesidades de los clientes y encontrar soluciones (es decir, productos o servicios) que satisfagan a los clientes y produzcan beneficios a la empresa u organización.



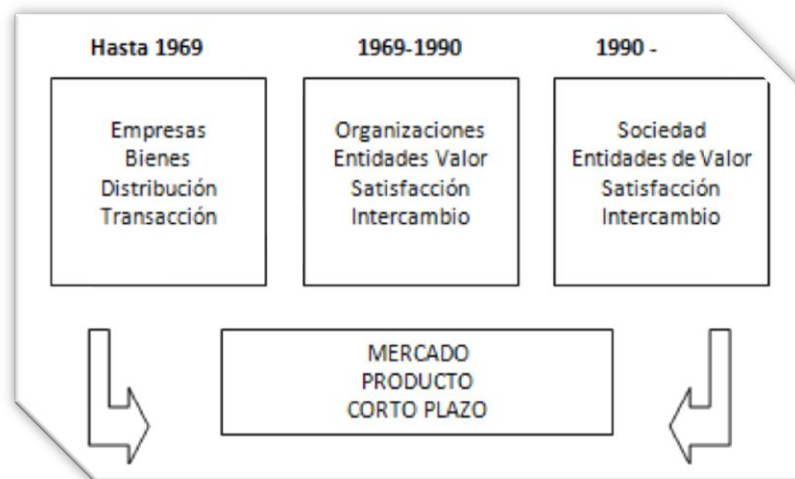
A partir de las aportaciones anteriores, se puede reconocer que el Marketing es una manera de actuar en el mercado que se define por orientar los planes y acciones de marketing enfocado hacia la satisfacción de las necesidades y deseos del cliente al mismo tiempo en que se logra un claro beneficio para la empresa u organización que la pone en práctica.

De semejante forma Rey (2008) y Escobar (2011) coinciden que como filosofía; es un planteamiento global que se debe envolver a toda la empresa y no únicamente a determinados departamentos (comercial, relaciones públicas, marketing) y que consiste en entender las relaciones de intercambio como un todo al que debe orientarse la organización; es decir va más allá de una función de empresa, se trata de una filosofía, una forma de hacer negocios que tiene que impregnar a toda la organización, empezando por la dirección y terminando por los empleados de último nivel.

Estas últimas definiciones describen de manera acertada los elementos que servirán de base referencial para el presente estudio.

La palabra marketing se ha nutrido de otras disciplinas y ciencias para estructurar su función dentro del campo empresarial, lo que ha provocado la evolución del concepto, pudiéndose constatar tres períodos acorde con Coca y Milton (2008): pre-conceptual, de conceptualización formal y período actual. Sin embargo cabe recalcar que autores como Escobar (2011, p. 32) llega a exponer más de tres períodos basado en que el ritmo de cambio puede estar en función de realidades económicas históricas de cada país.

Efectivamente el marketing persigue un solo objetivo y de sencillo entendimiento: la satisfacción en conjunto de los requerimientos de la organización, además de los deseos y necesidades de los clientes, es decir; va más allá de la distribución y venta de los productos.



**FIGURA 1 Evolución histórica del concepto de Marketing Rey, (2008, p.21)**

La mayoría de expertos, tras definir los elementos del marketing, hacen hincapié en la apertura de procesos de intercambio como la base fundamental de toda su implementación. De esta forma, los diferentes aspectos que configuran esta disciplina no pueden entenderse aislados, hay que permitir que interactúen y sean contemplados como un conjunto.

Partiendo de esta base, existen diferentes elementos completamente intrínsecos al marketing. El número será mayor dependiendo si la empresa se dedica a la producción de bienes o al ofrecimiento de todo tipo de servicios. En el caso de las compañías que comercializan con productos, la mejor presentación es aquella que parte del llamado mix de marketing: expuesto por Kotler(2007).

El mix de marketing es definido como un grupo de herramientas de marketing las cuales son combinadas para producir la respuesta que se quiere llegar con respecto al mercado meta. Incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto, tales herramientas pueden reunirse en 4 variables que se conocen como "las 4 P's": Precio, Plaza, Producto y Promoción.

El *Precio* es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, un precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar un producto o servicio. A la vez se lo considera un elemento flexible, ya que a diferencia de los productos, este se puede modificar rápidamente.

Por otro lado la *Plaza* comprende las actividades de la empresa que ponen al producto a disposición de los consumidores meta. La mayoría de los productores trabajan con intermediarios para llevar sus productos al mercado. Estos intermediarios su vez, utilizan los canales de distribución consisten en un conjunto de individuos y organizaciones involucradas en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor. Los canales de distribución hacen posible el flujo de los bienes del productor, a través de los intermediarios y hasta el consumidor.

Ahora bien; el *Producto* es cualquier cosa que puede ser ofertada al mercado para satisfacer sus necesidades, incluyendo objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.

Un producto es más que un simple conjunto de características tangibles. Los consumidores tienden a ver los productos como conjuntos complejos de beneficios que satisfacen sus necesidades. Desarrollar un producto implica que la compañía

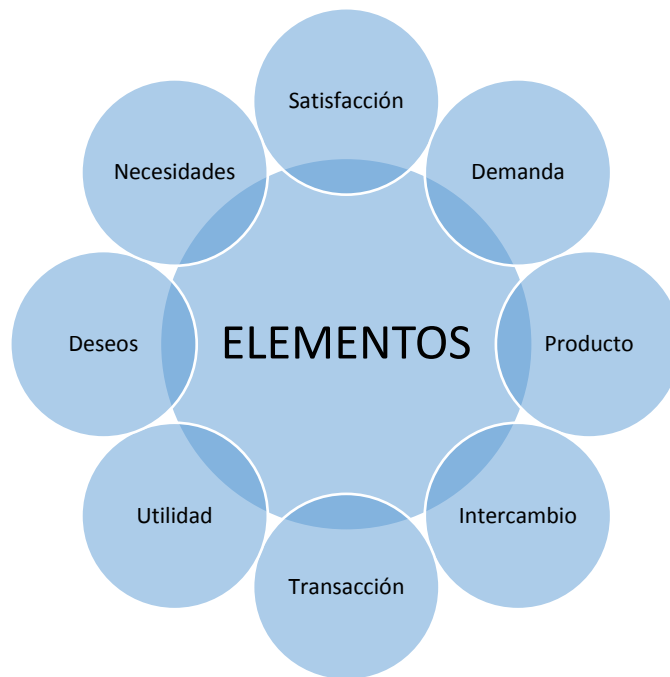
primero debe de identificar las necesidades centrales de los consumidores haciendo que el producto los satisfaga, luego desarrollar el producto real y encontrar formas de aumentarlo a fin de crear un conjunto mayor de beneficios, así crear mayor satisfacción a los consumidores.

Todo producto cuenta con un ciclo de vida, definido como el curso de ventas y utilidades de un producto durante su existencia. Consta de cinco etapas definidas: Desarrollo del Producto, Introducción, Crecimiento, Madurez y Decadencia.

Finalmentela *Promoción* abarca las actividades que comunican las ventajas del producto y convencen a los clientes de comprarlo.El márketing moderno exige más que simplemente desarrollar un buen producto, ponerle un buen precio y ofrecerlo a los clientes meta. Las compañías deben de comunicarse con los clientes actuales y potenciales, sin dejar al azar lo que desean comunicar.

La mezcla de comunicaciones de la mercadotecnia total de una compañía, consiste en la combinación correcta de herramientas de publicidad, ventas personales, promoción de ventas y relaciones públicas, que las empresas utilizan para alcanzar sus objetivos de mercadotecnia y publicidad.

Sin embargo, autores más recientes han adoptado diferentes estructuras teóricas que tienden a cambiar las cuatro "P" tradicionales tomando en cuenta otros aspectos como personas y procesos; los cuales poseen matices completamente administrativos, pero forman parte en las decisiones del marketing. Uno de ellos es Rey (2008, p.22): como lo muestra a continuación:



**FIGURA 2**Elementos del concepto de Marketing Rey (2008, p.22)

Señala primeramente las *Necesidades, deseos y demanda*; donde los deseos varían en función de la sociedad en la que se integra el individuo, además que la demanda implica el deseo de adquirir un cierto producto para el que cuenta con el poder adquisitivo necesario. El Marketing puede influir en los deseos y demanda, pero no en las necesidades, que son limitadas y preexistentes a éste.

De igual modo; *Los Productos*; pueden llegar concebirse estos con un significado amplio, común en las actividades dirigidas a satisfacer necesidades o deseos. Puede ser un bien material, un servicio, una actividad, una idea, etc. El producto es algo más que un bien en sí mismo y obliga a las organizaciones a conocer muy bien el beneficio que un determinado cliente espera obtener de los productos que comercializan.

Así mismo en cuanto a *La satisfacción y la utilidad*; elementos los cuales menciona el autor que el grado de satisfacción es el estado anímico de bienestar o decepción que se experimenta tras el uso de un bien. Si bien la satisfacción está vinculada a

criterios de comparación y expectación, donde la percepción sobre la oferta tiene un lugar muy relevante, se ha demostrado que el desempeño real de la oferta en la atención de necesidades, deseos y bienes de orden, tiene un efecto más duradero y sostenible en ella, razón por la cual el marketing estratégico transita de la simbolización a la configuración de la oferta.

Finalmente está *El Proceso de intercambio*; el cual implica la participación de dos o más partes que ceden algo para obtener una cosa a cambio, estos intercambios tienen que ser mutuamente beneficiosos entre la empresa y el cliente, para construir una relación satisfactoria de largo plazo.

Para darle claridad al anteriormente mencionado término; el marketing estratégico consiste en una gestión de análisis permanente de las necesidades del mercado, que desemboca en el desarrollo de productos y servicios rentables, destinados a grupos de compradores específicos. Busca diferenciarse de los competidores inmediatos, asegurándole al productor una ventaja competitiva sustentable.

Su funcionalidad radica en una gestión de análisis que sigue la evolución del mercado al que se vende e identifica los segmentos actuales o potenciales, analizando las necesidades de los consumidores y orientando la empresa hacia oportunidades atractivas, que se adaptan a sus recursos y que ofrecen un potencial de crecimiento y rentabilidad. La gestión estratégica se sitúa en el mediano y largo plazo, ya que se propone pensar la misión de la empresa, definir sus objetivos, elaborar una estrategia de desarrollo y mantener un equilibrio en la cartera de productos o servicios.

Consecuentemente se tiene al marketing operativo; el cual surge del análisis estratégico anterior. Estas acciones tienen que ver con decisiones sobre la distribución, el precio, la venta y la comunicación, cuyo objetivo es hacer conocer y valorizar las cualidades que distinguen a sus productos y servicios, dirigiéndose al público objetivo elegido. Su horizonte de acción se sitúa en el corto y mediano plazo.

Estos dos elementos forman parte de la dirección comercial; que de acuerdo con Serra (2011, p. 57); se la concibe como “una de las áreas funcionales de la empresa que dependen de la dirección general, es la encargada de facilitar y llevar a cabo la actividad comercial de la empresa”. La dirección comercial será la dirección de marketing si se basa en el concepto moderno de marketing, es decir, si se tiene el mercado como centro de sus decisiones, si su objeto es identificar y satisfacer las necesidades de los consumidores.

Todas estas concepciones hasta ahora señaladas han apuntado hacia una fundamental explicación de lo que concierne al marketing; sus antecedentes históricos, evolución, criterios expuestos por varios autores, sus elementos e importantes áreas de estudio; que posteriormente en el avance de la capitulación; nos ayudarán a comprender de manera acertada futuras concepciones de las que se tratarán a continuación; como es el caso del Marketing Turístico

# 1. CONCEPTOS DE MARKETING TURÍSTICO, EL CONSUMIDOR DEL TURISMO, EL MARKETING DE CIUDAD Y EL MARKETING CULTURAL

## 1.2 El Marketing Turístico

En concordancia con Escobar(2011), las peculiaridades que engloba hoy en día el sector del turismo; se diferencia mucho de lo que poseía cuando el sector empezó a desarrollarse y es cuando se manifiesta el *boom* turístico.

Superando en la actualidad la oferta a la demanda, se debe tener en cuenta que la competitividad es grande y la demanda ha estado constante cambio significativo, mostrando mayores requerimientos y otro tipo de necesidades. Es por esto que el marketing es útil para una mejora del éxito y competitividad de las empresas.

Sin embargo, para llegar a una sólida concepción del rol del marketing en el futuro de los establecimientos turísticos, será necesario tener claro el concepto y cómo ha ido evolucionando históricamente. Los términos que se mencionará a continuación serán vitales para la comprensión de algunos conceptos que se tratarán según se desarrolle el tema.

### 1.2.1 Productos, bienes, servicios e ideas

Conforme a Escobar (2011); el *Producto* viene a ser cualquier elemento material, servicio o idea que tenga un valor para el consumidor o usuario y sea susceptible de satisfacer una necesidad. Puede ser tangible o intangible.

En el caso del *Bien*; consiste en un objeto físico, tangible, apreciable por medio de los sentidos, de carácter transitorio o perdurable. De la definición jurídica del término se desprende que una de las características fundamentales de los bienes se

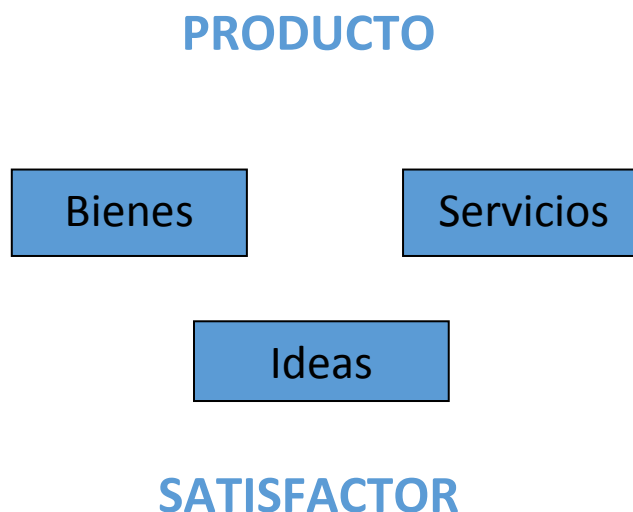


establece como objeto de apropiación y por lo tanto se los atribuye un valor económico.

El *Servicio* es la práctica de esfuerzos humanos o mecánicos a personas, animales u objetos. Como características principales son intangibles, perecederos, no almacenables y heterogéneos.

Finalmente se tiene la *Idea*; se trata de un concepto, filosofía, opinión, imagen o una cuestión, de naturaleza intangible por supuesto. Escobar (2011)

Estas definiciones propuestas muestran dos sólidas cuestiones, la primera al establecer el concepto de producto, que siendo el más amplio de todos engloba a los tres siguientes elementos; a su vez éstos radican en satisfacer las necesidades de un público, ubicándolos por encima del término satisfactor; indicando así el beneficio buscado.



**FIGURA 3** Productos, bienes, servicios e ideas. *Fuente:* Escobar (2011, p.16 )

## 1.2.2 Necesidades, deseos y demanda

La necesidad es la sensación de carecer algo, puede ser estrado fisiológico o psicológico en todos los seres humanos independientemente de factores étnicos o culturales, ésta es por tanto innata al humano.

Mientras que el deseo es la manera en la que se expresa la voluntad de satisfacer una necesidad, de acuerdo con las características de cada individuo, los factores culturales, sociales y ambientales, además de los estímulos del marketing. No siempre significa satisfacer una necesidad.

La demanda por otro lado; es la clara formulación de un deseo en función del poder adquisitivo de cada persona o individuo.



**FIGURA 4** Necesidades, deseos y demandas junto a la actuación del marketing. Fuente: Santesmases Mestre, Marketing, conceptos y estrategias en Escobar (2011, p.18)

Son diversas las necesidades que una persona o grupo de individuos pueden tener; el marketing por lo tanto debe detectar y satisfacer las mismas, especialmente en el sector del turismo, debido a que las actividades que conciernen a éste ámbito son una manera de reafirmar el nivel de desarrollo personal y nivel social.

Finalmente, el (autor) menciona, que el marketing puede estimular la demanda sin una necesidad antepuesta, tal demanda llega a ser artificial y es posible que desaparezca a medida que pasa el tiempo. Señala que actualmente la necesidad de viajar en varias sociedades es decisiva, es decir sin importar una potencial crisis económica, los individuos no renunciarán al tiempo de ocio y vacaciones.

Ahora bien, como antecedentes; los orígenes del marketing turístico se remontan desde los tiempos de Thomas Cook, que en concordancia con Acerenza (2004) la industria del turismo se encaminó en una dinámica productiva, consecuentemente hasta la década de principios de los años cincuenta aparece la flamante concepción de marketing.

Esto fue resultado de la entrada en la industria del turismo de una serie de empresas que, aun cuando no se relacionaban directamente con la actividad, sí poseían experiencia en otras áreas de los negocios y contaban además con el dominio de las modernas técnicas de marketing.

A partir de esta aportación anterior, una investigación efectuada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) en Acerenza (2004, p.18) relacionando con las formas de distribución en el campo del turismo, manifiesta que “hacia 1950, el sector distributivo de la industria turística emprendió una mutación considerable, ésta evolución se debió a la tendencia hacia una mayor integración dentro de la industria.”

“Como resultado de la evolución del turismo; muchas de las entidades industriales y financieras, han puesto su mirada a los ingresos por viajes; es así que, las empresas direccionaron su potencial de negociación en éste sector, introduciendo técnicas de

marketing ya utilizadas en otras esferas del mundo de los negocios”. Acerenza (2004, p.18)

Una vez definidos ciertos criterios es posible considerar en concordancia con Rey(2008); que el Marketing Turístico es una rama del Márketing; con función primordial de encaminar la comercialización de los productos y servicios de todas las organizaciones que están dentro del sector. Para ello se abordarán en el avance del contexto términos como el consumidor turístico, sus necesidades y deseos.

**TABLA 1 Evolución del marketing en el sector turístico**

Características del mercado Orientación	Actuación de los agentes turísticos Enfoque de marketing
Orientación a la producción	Enfoque
Demanda > Oferta	Maximizar la oferta – Minimizar costes Más turistas = mayor rentabilidad Distribución masiva = destinos de masas Objetivo: elección del destino Visión a corto plazo
Orientación a la venta	Enfoque
Oferta > Demanda	Aumen la cuota de mercado Más turistas = menor rentabilidad Publicidad y promoción Objetivo: Conocimiento del producto Identificación del producto Visión a medio plazo
Orientación al cliente	Enfoque
Oferta > Demanda Fuerte competencia entre destinos	Cuota de cliente frente a cuota de mercado Investigación de las necesidades del cliente Destinos = multidestinos Un destino = Muchos segmentos de mercado Objetivo: diferenciación, marca destino. Visión a largo plazo
Orientación al marketing social	Enfoque
Oferta > Demanda Cambio psico-sociológico en la demanda	Marketing individualizado Preocupación por cuestiones: Medioambientales Sociales Nuevas formas de turismo: Turismo solidario Turismo responsable

**Figura 1.3** Fuente: Escobar (2011, p. 36) a partir de Marketing de destinos turísticos (J Enrique Bigné, 2000)

Escobar (2011); agrega que el turismo como cualquier otro sector dentro de la economía, compone un mercado donde convergen oferta junto a la demanda, de tal manera que se producen relaciones de intercambio las cuales se puede aplicar el marketing. Además añade que la aplicación del concepto de marketing al sector de servicios turísticos es tardía debido a los siguientes hechos:

Un conocimiento muy limitado y alejado de una acertada concepción de marketing, además del hecho de que el sector del turismo funcionaba solo, la demanda superaba en creces a la oferta, y no se hacía ninguna acción para atraerla. Finalmente las empresas no invertían en marketing debido a que tenían la idea errónea de que la actividad se la debía dejar solamente para tiempos de bonanza.

Es así que a partir de la década de los 80 e inicios de los 90 es cuando la aplicación del marketing se hace notable en mayor medida. Cabe reseñar que, debido a la complejidad que el sector posee en sí mismo, resulta enormemente complicado acotar el concepto y sus características; debido a la gran cantidad de servicios que deben presentarse a un mismo turista de diferentes empresas como de destinos. Es preciso señalar que la aplicación del marketing en cada una de esas empresas se la hará adoptando las características y peculiaridades del turista. Escobar (2011)

Ante esto, es preciso señalar la realidad de las empresas y destinos; que son un pilar fundamental dentro de la concepción del marketing turístico, lo cual el autor Manuel Rey muestra los factores que influyen a las empresas turísticas:



FIGURA 5 Factores que influyentes de las empresas turísticas Rey (2008, p.35)

Tales factores, en concordancia con el autor; han instigado a un desarrollo trascendental de la competencia en el sector, que en consecuencia ha originado una lucha ardua entre los destinos y las empresas turísticas que andan en la búsqueda del liderazgo en las preferencias de los consumidores.

Menciona así mismo que la necesidad de entender al consumidor, considerando que cada vez se torna más riguroso y refinado, junto a la intensidad de la competencia en el sector; han creado un contexto económico en el que tanto las empresas como los destinos turísticos confrontan ya a la necesidad de transformar sus modalidades de gestión. Semejante cambio debe sujetarse de manera inexorable por la adopción del Marketing como *filosofía* y como proceso sistemático orientado a anticipar y satisfacer las necesidades del consumidor turista.

Serra (2011), de igual modo concuerda y detalla al mencionar que; un pensamiento o filosofía de orientación hacia el mercado es una necesidad en el mundo extremadamente competitivo de hoy en día, en el que hay demasiados bienes y servicios disponibles para un escaso número de clientes. Esto es lo que diferencia la realidad actual del pasado; antes el problema se centraba en el incremento de la producción, ahora el problema radica en encontrar suficientes clientes para la

producción. Sin embargo resulta trascendental dar una fundamentación sobre q los conceptos y características del cliente, que vendría a ser el consumidor, ya que el marketing actual está en plena función del mismo; debido a que acordes con la teoría Marketing es satisfacer las necesidades del consumidor del turismo.

Finalmente es importante añadir que; para el autor Serra (2011) existen factores determinantes en la demanda turística y se los abordará con mayor detalle en torno al capítulo del consumidor del turismo, además considera a breves rasgos que la seguridad personal resulta un factor crucial para el desarrollo turístico de una región.

Afirma que cualquier elemento que incurra de manera negativa sobre la percepción de seguridad por parte del turista o viajero involucrará, súbitamente, un decrecimiento abrupto en la demanda de viajes.

Los factores que inciden sobre el volumen agregado de demanda turística son comunes a todos los países y afectan por igual a todos los operadores turísticos, sean éstos tour operadores, compañías aéreas, hoteleras o destinos turísticos. Los principales determinantes son los siguientes:

- ✓ Factores económicos.
- ✓ Factores demográficos.
- ✓ Factores geográficos.
- ✓ Factores socioculturales.
- ✓ Precios comparativos.
- ✓ Movilidad.
- ✓ Medios de comunicación de masas.

### 1.3 El Marketing de Ciudades

Existen varias perspectivas en torno a saber hacia cuando se remonta la comercialización de los lugares. En un lado, están aquellos que afirman que la comercialización de los territorios es un proceso en desarrollo desde hace siglos. En tanto que, para otros, el marketing urbano es una propensión nueva que nace a partir de los setenta y ochenta. Armas Díaz (En torno a la mercadotecnia urbana: reorganización y reimaginación de la ciudad, 2007).

Para el profesor Gabriel Fernández (El Diseño de imagen de ciudad: Límites, obstáculos, necesidades, y oportunidades para las ciudades latinoamericanas., 2004), el marketing urbano es una expresión nueva para una práctica antigua. El marketing urbano, desde el punto de vista de su filosofía, no es más que una narración, un relato de la ciudad sobre sí misma, sin ser la misma cosa. De tal modo que el propósito del marketing urbano radica en generar una imagen de la ciudad hacia públicos tanto internos como externos además de proyectar una imagen de sí misma.

Para García (2008) los antecedentes de la comercialización de las ciudades se sitúan a mediados del siglo XIX en Estados Unidos, donde la administración de las ciudades recurre a la promoción urbana como estrategia para posicionarse ante una creciente nacionalización y globalización de los mercados. Tales cambios han sido trascendentes en la evolución del marketing de ciudad; debido a que los cambios se han generado tanto en la temática como en la intensidad del área.

Es partir de los setenta y ochenta cuando se intensifica a la vez que se difunde este proceso, se produce una profesionalización de la promoción urbana y además, la



regeneración de la misma se convierte en un tema principal F. Paniagua y E. Blanco (2007), G. Benko (2000), Benach (1993). Este comienzo de época es una consecuencia de la intensificación de la competencia entre ciudades, además de ciertas políticas a nivel global; ayudando a que la disciplina sea más variada.

De tal modo, es necesario tomar en cuenta que desde hace mucho tiempo existió ya una etapa prematura de marketing urbano o "protomarketing de ciudades" como así lo llama García (2008); la cual comienza a tomar impulso a finales del siglo pasado, y empieza a ser común en su última década en Europa y América.

Ahora bien, para plantear el marketing de ciudad será fundamental establecer una observación de los fundamentales conceptos aportados en tiempos recientes por los principales investigadores:

Para Malowany (2004) Marketing de ciudades es el arte de desarrollar la adrenalina que genera continuamente una pasión y pertenencia a la ciudad de todos los habitantes y sus visitantes junto a las empresas que se sientan identificadas con la visión de la ciudad que los acoge. Destaca como visión un plan de acción de largo plazo y no con las facilidades para su instalación o proyectos de corto plazo. Lo cual otorga una visión del marketing de ciudades fundada en la "pasión" en común que debe promover entre los distintos colectivos motivados por la visión de la ciudad a largo plazo.

Fernández, G. (2004, p.44) apunta como "La actividad que permite a la ciudad y a sus instituciones estar en contacto permanente con sus "grupos objetivo" (ciudadanos, visitantes, turistas, empresas), reconocer sus demandas y desarrollar "productos" correspondientes con estas demandas y generar un programa de información que comunique las metas de las ciudades"

De Elizagarte, (2003) señala que el marketing de ciudades, desde su orientación al cliente, tiene un rol fundamental, ya que se trata de satisfacer las necesidades de los mercados objetivos con las características del lugar. Pero debe tener también una orientación estratégica, en el sentido de que no se debe limitar a la satisfacción de las necesidades individuales, sino que debe lograr que sus acciones, a largo plazo, favorezcan a la comunidad en su conjunto.

En un contexto conforme al de Elizagárate, se encuentran F. J. Paniagua Rojano y E. Blanco Castilla (2007) destacando la necesidad de orientar las acciones hacia las necesidades del cliente-ciudadano: “Una política activa integrada por un conjunto de actividades orientadas a identificar y determinar las necesidades de sus diferentes públicos, reales y potenciales; y al mismo tiempo a desarrollar una serie de productos y servicios en la ciudad para satisfacer dichas necesidades, creando y potenciando su demanda”

A partir de las ideas aquí recogidas que se piensa que sintetizan las primordiales visiones del marketing de ciudades se establece la siguiente definición del concepto:

Se llama marketing de ciudades a la filosofía de gestión y el proceso estratégico de alcance integral para la ciudad, que conducido por la administración local y con la estrecha colaboración del resto de actores locales de preeminencia, trata de dar réplica a las necesidades de los grupos objetivo con los que la ciudad interactúa a través de la distribución de los productos y servicios oportunos y la puesta en marcha de acciones de comunicación, que en definitiva, intentarán generar una imagen (interna y externa) positiva de la ciudad para favorecer su desarrollo económico y social.

### **1.3.1 Elementos transferibles del marketing al marketing de ciudades**

En concordancia con García(2008) si bien existen diferencias entre el marketing empresarial y el marketing de ciudades sobre todo en la naturaleza del producto promovido que hacen que no se pueda entender este último como una pura traslación de los conceptos y herramientas del primero, es innegable que existen una serie de elementos que pueden ser aplicados directamente por el city marketing desde el marketing tradicional. G. Fernández Casalla y R. Friedmann (2007) destacan:

- Los problemas y las necesidades de los grupos objetivo son el punto de partida.
- Es necesaria la investigación para conocer a esos públicos objetivo y al propio producto (ciudad) en su contexto competitivo.
- La segmentación del mercado.
- Planificación estratégica a corto, medio y largo plazo.
- Planificación coordinada entre todos los participantes.

Se aprecia aquí como, por tanto, muchos de los principios clave para el marketing empresarial se convierten también en la base del marketing de ciudades. Quizá podrían nombrarse más elementos del marketing tradicional que encuentran una transferencia directa en el marketing de ciudades pero sirvan estos como ejemplos ilustrativos de la relación directa que guardan estas dos disciplinas del marketing.

### 1.3.2 Características Fundamentales

Como se ha podido demostrar, el marketing de ciudades llega a ser una disciplina incipiente en Europa durante la década de los '80 y '90, cuando comienza a sentar unas bases sólidas a nivel teórico y aplicado. Esto hace que, actualmente, sea posible hablar de una serie de principios o características que lo definen. R. Friedmann (2003), sintetiza estos principios y considera que el marketing de ciudades se caracteriza por los siguientes aspectos:

a) Aspecto filosófico:

- Orientación hacia los grupos/mercados objetivo, hacia los destinatarios de la política local.
- El punto de partida son los problemas, las necesidades y los deseos de los grupos objetivo.

b) Aspecto informativo:

- La investigación del mercado es un elemento fundamental del Marketing Urbano.
- Generar información acerca de los problemas y las necesidades de los grupos objetivo.

c) Aspecto estratégico:

- El Marketing Urbano se realiza mediante la aplicación del enfoque estratégico.

d) Aspecto de colaboración y coordinación:

- Todos los actores relevantes de la comuna participan en el diseño del producto “ciudad”.
- Cooperación sector público – sector privado.

Estos cuatro pilares representan las características sobre las que se asienta el marketing de ciudades.

### **1.3.3 Público objetivo**

Varios autores han sugerido clasificaciones para los grupos objetivo con los que la ciudad se relaciona. Para el autor se cree que debe haber una clara diferenciación entre públicos internos y públicos externos de la ciudad ya que la manera en la que se van a conformar su imagen de la misma puede llegar a ser distinta. Partiendo de esta premisa y de las propuestas de diferentes autores P. Kotler (1994), R. Friedmann (2003), V. de Elizagárate (2004) se distinguen los siguientes aspectos que el marketing de ciudades debe tener en cuenta a la hora de planificar sus acciones:

-Públicos internos:

- Ciudadanos. Son el público que debe motivar las acciones de city marketing tanto por las acciones que se dirijan a ellos como por las que se dirigen a otros grupos, de las que deberían terminar beneficiándose.
- Empresas y empresarios locales. Es fundamental para el desarrollo económico de la ciudad que exista una relación fluida con el tejido empresarial local y que este se sume como un actor más en los planes de marketing.

- Grupos de presión locales. Del mismo modo hay que valorar la influencia que determinados grupos pueden ejercer sobre la ciudad (cámaras de comercio, gremios, clubes, entre otros).

-Públicos externos:

- Visitantes (turistas de placer y de negocios/congresos). Un grupo económicamente muy importante para la ciudad por lo que van a aportar al convertirse en consumidores de sus servicios.
- Empresas foráneas e inversionistas (atracción de empresas y capital). De nuevo, para el desarrollo económico y la creación de empleo.
- Nuevos y potenciales residentes (atracción de capital humano). Dependiendo de las necesidades de la ciudad habrá que intentar atraer a trabajadores de distinto tipo (científicos, médicos, trabajadores no especializados)

#### **1.3.4 Objetivos del marketing de ciudad**

El enfoque empresarial y estratégico del marketing de ciudades conducen a un planteamiento que acomete alcanzar tanto metas como objetivos. La mayoría de autores coinciden en que el objetivo final del city marketing es el desarrollo de una imagen positiva y el aumento del atractivo de la ciudad según Sandoval (2006); Elizagárate (2003); De este modo, el marketing de ciudades queda ligado a sus dos dimensiones fundamentales: la de comunicación y promoción de la ciudad y la de desarrollo del producto compuesto por una multiplicidad de los mismos.

Sin embargo, a la hora de convertir este horizonte deseado en una meta más operativa en términos de marketing es necesario plantear objetivos más claros y

concretos. En la praxis y en la literatura se mencionan frecuentemente los siguientes objetivos específicos del marketing urbano según Romero(2008):

- Aumentar el grado de conocimiento de la ciudad.
- Desarrollar, corregir y cuidar la imagen interna y externa de la ciudad.
- Aumentar el atractivo (cultural, económico, etc.) de la ciudad.
- Mejorar la satisfacción de los diferentes grupos objetivo con los productos y servicios ofertados por la ciudad.
- Aumentar el grado de identificación de los grupos objetivo con la ciudad.
- Fortalecer la situación económica de la ciudad.
- Mejorar el nivel de vida y aumentar el empleo.
- Mejorar la capacidad competitiva de la ciudad.
- Atraer turistas y empresario

#### **1.4 El Marketing Cultural**

La tradicional noción del marketing no estaba en principio establecida para el desarrollo y promoción de productos culturales. Por tal motivo algunos autores han mostrado, en las últimas décadas en los Estados Unidos, nuevas maneras de conceptualizar el marketing para la cultura, de tal modo, han facilitado nuevos instrumentos en la difusión de la misma, especialmente de los productos culturales.

Cabe destacar en todas formas que la conceptualización del marketing clásico en concordancia con Monistrol(2010); comenzó en los Estados Unidos con la aparición de la sociedad de masas y, consecuentemente, con un contorno de consumidor de características inéditas hasta tal entonces.

En el caso de las herramientas del marketing cultural, se plantea otro panorama, del mismo modo novedoso hasta ese momento: dar maximización y establecer un análisis sobre cuáles son los métodos y procedimientos de los contenidos más acertados en cuestión de la promoción, información y comunicación para todos los potenciales públicos, como es en el caso de los museos. Dicho de otra forma, no es necesario adaptar el producto al consumidor sino hacerlo perceptible y atractivo en lo que concierne al producto cultural.

Continuando con los antecedentes del marketing cultural, es crucial recalcar que sus bases provienen en gran medida de las contribuciones de James Culliton quién, en 1948, fue el que utilizó por primera vez el término mix de marketing para expresar la composición de todos los elementos envueltos en el proceso de decisión de un plan de marketing. Con este fin definió dos grupos de elementos: Colbert; Cuadrado (2003, p.33)

Fuerzas de mercado:

- Comportamiento de compra del consumidor.
- Comportamiento de los intermediarios (mayoristas, minoristas, etc.).
- Comportamiento y posicionamiento de los competidores.
- Comportamiento del sector público.

Elementos de marketing:

- Planificación del producto.
- Precio.
- Distribución (gestión de los canales y de las instalaciones).



- Promoción (publicidad, promoción de ventas, venta personal, relaciones públicas).
- Servicio.
- Búsqueda y análisis de información.

Años más tarde, en la década de los sesenta, McCarthy Jerome fue el que reorganizó los instrumentos del *marketing mix* con las conocidas cuatro "P": Producto, Precio, *Place* (Distribución) y Promoción. Así pues McCarthy en su explicación se mostró que las nociones presentes en la definición de Culliton estaban contenidas de la siguiente manera:

- *Servicio* dentro de Producto.
- *Investigación de mercado* dentro Planificación.
- *Fuerzas del entorno* a tener en cuenta al realizar la estrategia de marketing.

De cualquier modo, fue hasta 1967 cuando se maneja por primera vez la noción del marketing en aplicación a la cultura. Philip Kotler señaló, por primera vez: "que las organizaciones culturales, fueran museos, auditorios, bibliotecas o universidades, producían bienes culturales" Colbert; Cuadrado(2003, p. 24). Como consecuencia; las organizaciones mencionadas por Kotler evidenciaron que su necesidad de atraer público y recursos se podía solucionar mediante un plan de marketing. Sin embargo tal delineación y ejecución no se acomodaban ni a su tipo de organización ni a sus realidades.

Conforme en un corto período de tiempo, es decir finales de los años 70 y década de los 80, fue cuando numerosos autores publicaron los primeros libros de marketing

especializado en las artes y la cultura (Mowka; Dawson; Prieve, 1980; Melillo, 1995; Diggles, 1986; Reiss, 1979) en Monistrol (2010).

Es así esencialmente que Colbert explica que, con esta definición, se proyecta invitar al mayor número de personas a contactar con las obras artísticas. De esta manera, el propósito inicial no es económico, sino que demanda a conocer y apreciar la obra, una tarea compartida con la difusión y mediación de la cultura.

En resumen, Colbert combina diversas definiciones y ofrece ésta concepción sobre el marketing cultural: "Es el arte de alcanzar aquellos segmentos de mercado interesados en el producto precio, distribución y promoción, con el objetivo de poner en contacto al producto con un número suficiente de consumidores y alcanzar así los objetivos de acuerdo con la misión de la organización cultural." Colbert; Cuadrado (2003, p. 28)

Amado (Lúdica, Agencia de comunicación y cultura, 2005) de igual manera concibe que el marketing cultural es la estrategia de difusión de los proyectos culturales, y por lo tanto, es la contrapartida de las comunicaciones de acciones culturales que realizan las instituciones con el propósito principal de generar imagen positiva en sus públicos"

Por otro lado para Miguel Santesmases (1999) en Gómez (2003, p. 20) Menciona que: "Marketing cultural, dentro de su sector, es una manera de concebir y de ejecutar la relación de intercambio, con la finalidad de que sea satisfactoria para las partes que intervienen y para la sociedad, mediante el desarrollo, la valoración, la distribución y la promoción que el sector cultural hace de los productos culturales (bienes y servicios) que los consumidores necesitan".

Así mismo Camanero y Garrido (Marketing del patrimonio cultural, 2008) lo definen como el proceso de gestión de los recursos culturales cuyo objetivo es satisfacer las necesidades de los diferentes públicos objetivos (residentes, turistas y sociedad) de forma rentable. De este modo los gestores del marketing cultural tratarán de favorecer la aceptación de los elementos de valor que incorpora el patrimonio y de atraer, mantener e intensificar las relaciones con los visitantes.

A partir del análisis de las aportaciones de los autores anteriores, se puede reconocer que el marketing cultural es un proceso de gestión, el cual consiste en poner en contacto al producto (cultural) con un número suficiente de diferentes tipos de consumidores; satisfaciendo sus necesidades; con el fin de alcanzar los objetivos de la misión de las organizaciones culturales por medio de proyectos y su respectiva difusión.

No obstante, llega a ser importante recalcar que las técnicas específicas del marketing cultural, no siempre son aplicables a todas las áreas de la cultura o productos culturales. Por esa razón, es trascendental instaurar criterios de selección que ayuden a las organizaciones a estar al corriente de qué técnica aplicar en su propia planificación o en función del producto (existen empresas cuya diversificación les permite ofrecer diferentes tipos de productos culturales).

#### **1.4.1 Características fundamentales**

Ahora bien; el marketing de la cultura es un elemento que implica gestión de un recurso; del cual existen las ya mencionadas organizaciones de por medio, variedad de público objetivo y fines lucrativos frente a no lucrativos. Entonces, es posible señalar tres puntos fundamentales que caracterizan el marketing del patrimonio

cultural en función de la aplicabilidad del mismo; acorde con Camanero y Garrido(2008, p.65):

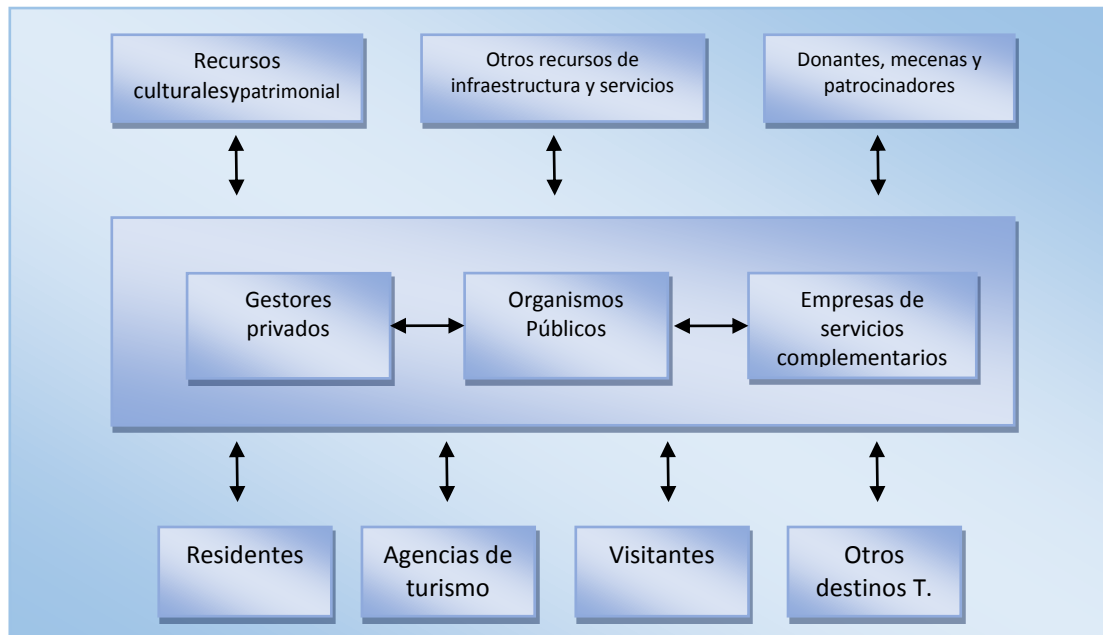
La existencia de varias *organizaciones implicadas en la gestión*; donde el turismo en el ámbito de servicio; tiene como característica fundamental la presencia de distintos niveles de intervención en este mercado.

Es característico que en un nivel macroeconómico; se realicen actividades para potenciar la imagen de una zona; por parte de las administraciones públicas, éste es un hecho peculiar en el caso de turismo cultural. Se debe tener en cuenta además; que el patrimonio histórico-artístico es un bien del Estado, por ende éste es quien se encarga de su explotación por medio de los organismos oficiales.

Como segunda característica ya nombrada es la exigencia de satisfacer las necesidades de *múltiples públicos objetivo*, la cual trata de la importancia existente con cada una de las relaciones de intercambio (como se explica en la figura) que se originan en el marketing del patrimonio cultural, empezando desde visitantes y turistas, cruzando por un vasto número de individuos, hasta llegar con la misma sociedad; a fin de generar una vastedad de servicios complementarios.

Es importante entonces la implementación de políticas de marketing orientadas al avance y subsistencia de relaciones estrechas y fructíferas con cada una de las entidades que permitan la satisfacción de las necesidades junto a los objetivos conjuntos y particulares.

**FIGURA 6 Relaciones de intercambio en el marketing del patrimonio cultural.**



Fuente: Camanero, Garrido(2008, pág. 66)

Finalmente como tercera nota relevante; surgiendo como consecuencia de las dos ya mencionadas anteriormente: se tiene a la necesidad de coordinación de fines lucrativos frente a los no lucrativos. El Patrimonio cultural se lo concibe como una nueva tendencia turística; la cual ha dado lugar al turismo cultural; despertando así la necesidad por parte de las organizaciones tanto públicas como privadas de no solamente cuidar el patrimonio sino también de explotarlo como recurso turístico.

Tal doble objetivo ha dado paso al establecimiento de políticas de marketing usualmente no efectivas; una de ellas ha sido la explotación económica, que ha provocado tanto trastornos en la armonía de la zona, como exceso de proteccionismo hasta descuido en la atención al turista. Como consecuencia se tiene entonces limitadas posibilidades económicas y de desarrollo que el turismo es capaz de ofrecer.



## 1.4.2 El Marketing Cultural y la orientación en el mercado

Ahora bien; el patrimonio cultural posee un contexto de múltiples gestores, múltiples públicos y además varios objetivos; los cuales otorgan trascendente importancia al concepto de orientación al mercado, es por ellos que se va a tratar a breves rasgos este tema.

Para Camanero y Garrido (2008, p.67); “como filosofía de marketing, la orientación estratégica al mercado supone conjugar la orientación al cliente, la orientación social y al largo plazo, la orientación a la competencia, la orientación al canal de marketing y la orientación interna a las capacidades empresariales y a la coordinación interfuncional” Señala además que es primordial establecer equilibrios entre la satisfacción de los visitantes, los beneficios económicos de las empresas públicas y privadas, la protección de los recursos y el interés del público del área geográfica en cuestión.

En cuestión de la *orientación al cliente*; ésta conjuga la adaptación y satisfacción de las necesidades del visitante; y todas las entidades encargadas de la gestión deben estar involucradas en comenzar, mantener y desarrollar buenas relaciones con los visitantes. Es de prioridad conocer las necesidades del visitante y otorgar una satisfacción de manera rentable.

En segundo lugar se tiene a la *orientación social y a largo plazo*; el cual radica fuertemente con la importancia de la elaboración y respeto de normas legales dirigidas a la protección del patrimonio artístico. Es por ello que el objetivo del marketing del patrimonio es lograr un perfecto estado de conservación y desarrollo

del patrimonio; junto con el respeto y mejora de la calidad en el modo de vida de los habitantes de la zona.

La *orientación interna (recursos)*; la existencia de una serie de recursos culturales en las empresas y organismos públicos impide la incorporación de otros recursos que consigan crear una oferta global de servicios; por tal motivo es importante lograr un equilibrio y armonía con el entorno y la zona.

Se tiene también la *coordinación internacional*, que consiste en adoptar una filosofía presente en cada uno de los que conforman la responsabilidad de dar gestión del patrimonio cultural.

## **1.5 Patrimonio Cultural**

Haciendo un efímero recorrido por las pasadas 4 décadas de la Convención del Patrimonio Mundial (1972–2012), se observa como en los últimos años la concepción de patrimonio cultural ha estado evolucionado de una noción estrictamente monumental, orientada fundamentalmente al patrimonio mueble e inmueble, hacia una aproximación que relaciona y valoriza, de igual forma, el patrimonio cultural inmaterial. De tal manera que se ha pasado de una visión que se direccionaba a valorar el patrimonio a partir de las obras construidas por el hombre, a una noción que además envuelve las expresiones vivas de la cultura, posibles de entender como patrimonio en la medida en que genera importantes procesos de identidad en cada una de las comunidades.



De una clasificación general en dos grandes grupos: patrimonio cultural y patrimonio natural, se han ido incluyendo categorías que abarcan desde obras monumentales hasta objetos representativos del quehacer cultural.

La Convención aprobada en París, el 16 de noviembre de 1972 sobre la Protección de Patrimonio Mundial Cultural y Natural Unesco, señala: El patrimonio cultural comprende objetos, lugares y tradiciones que pueden haberse originado miles de años atrás, pero es en los últimos tiempos en los que se puede reflexionar y discutir sobre la definición de patrimonio cultural permite que se enriquezca considerablemente. Se lo puede definir de la siguiente manera:

Los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumental, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor para la historia, el arte o la ciencia.

Los conjuntos de grupos de construcciones aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad de integración en el paisaje les dé un valor a la historia, el arte o la ciencia.

Los lugares: obras del hombre o conjuntas por el hombre y la naturaleza así como las zonas arqueológicas que tengan un valor excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico.

“Se entiende por patrimonio cultural los usos, expresiones, conocimientos y técnicas, así como los objetos y espacios culturales asociados, que las comunidades y en algunos casos los individuos reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural. Transmitido de generación en generación, es recreado constantemente, infundiendo un sentimiento de identidad y continuidad”. Definición basada en la

Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial de la UNESCO (2003)

La Carta Cultural Iberoamericana XVI Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno. Montevideo, Uruguay, 2006, define: Es una representación de una larga experiencia de modos originales e irrepetibles de estar en el mundo, y personifica la evolución de las comunidades iberoamericanas y por ello, constituye la referencia básica de su identidad. Integran al patrimonio cultural tanto el patrimonio material como el inmaterial los que deben ser objeto irrenunciable de especial respeto y protección; necesitan la participación de la sociedad y responsabilidad esencial del poder público; se promueve la cooperación para evitar la exportación y tráfico ilícito de bienes culturales, así como para recuperar los bienes ilegalmente exportados.

“El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artista, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan un sentido a la vida(...) obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo.” DECLARACIÓN DE MÉXICO SOBRE LAS POLÍTICAS CULTURALES (1982)

“El patrimonio como construcción social. El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales, y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo: la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas

(Definición elaborada por la Conferencia Mundial de la UNESCO sobre el patrimonio cultural, celebrada en México en el año de 1982)” conforme a García Cuetos, 2012.

“El patrimonio cultural contiene en cuanto a su propia esencia, elementos de tradición, representaciones míticas, simbólicas que atañen directamente a la parte más íntima y sensible del ser humano: la expresión de su experiencia de vida, de su percepción del mundo, de su cosmovisión”. Ollero Lobato F. (.), 2010.

El patrimonio cultural lo constituyen los bienes materiales e inmateriales que por su valor histórico, arqueológico, artístico, arquitectónico, bibliográfico, científico o técnico que tienen una importancia para la identidad y permanencia en la nación a través el tiempo. Engloba a la literatura, el arte, los monumentos, los museos y los ecomuseos, la arquitectura religiosa, civil, militar, industrial o popular, la música, las danzas, las celebraciones festivas, las costumbres, la gastronomía, las leyendas, los rituales, es decir, todo el conjunto de lo simbólico que contribuyen a configurar la identidad cultural del territorio en el que se hallan, una vez legitimados socialmente. Los hechos, los mitos, las leyendas, los lugares, las historias, los relatos, los héroes, los personajes, han accedido a la valoración e importancia cultural a través una imaginativa narración etiológica que, una vez formalizadas e institucionalizadas, adquiere el nivel de símbolo. (Crespi, 2005)

Todas aquellas manifestaciones tangibles e intangibles heredadas, que se han ido generando a lo largo de la historia de una sociedad, formando parte de una nación, región o localidad y que poseen valores ya sean (históricos, sociales, arquitectónicos, artísticos, científicos, etnológicos, antropológicos, ambientales), que

deben ser conservadas tanto para la comunidad actual como para la futura, porque forman o pueden formar parte de su identidad, entendida como conciencia y memoria colectiva de dicha sociedad. (Cuenca, 2013)

En otras palabras es una red que une el pasado con el presente nutriendo nuestra identidad y memoria cultural, el pasado con la huella de los testimonios físicos y el cúmulo de experiencias culturales transmitidas de generación en generación y el presente con la relectura dinámica que hacemos de la diversidad de los bienes heredados, manifiesta en la apropiación social.

No cabe duda alguna que en la historia en general, especialmente en la historia del arte, forjada como una disciplina científica moderna y actualizada en la que la obra de arte no solamente es solo un objeto bello, ni un documento histórico, sino el testimonio de una sociedad. Para estudiar al patrimonio cultural es fundamental hacer un análisis no solo su evolución, sino igualmente de la legislación, los organismos nacionales e internacionales que intervienen en la restauración.

El Patrimonio cultural se divide en dos tipos:

### **1.5.1 Patrimonio Cultural Material**

Según (Cuenca, 2013) “Van desde grandes edificaciones a pequeños y sencillos utensilios domésticos. Todos son testimonios evidentes, observables, medibles, que ocupa un espacio y constituyen fuentes importantes de información sobre las ideas, técnicas y formas de vida de una época o cultura determinada.”

“El patrimonio tangible es la expresión de las culturas a través de las grandes realizaciones materiales. Está conformado por las edificaciones y los objetos representativos de una determinada época o cultura que merecen ser rescatados, protegidos, conservados y estudiados.” (Cuenca, 2013)

A su vez; el patrimonio cultural material se clasifica en mueble e inmueble:

El *patrimonio cultural mueble* “lo constituyen aquellos objetos que por su tamaño, uso y significación, pueden ser trasladados de lugar sin que por ello pierdan sus cualidades formales ni su valor arqueológico, histórico, artístico, científico o técnico: obras de arte, documentos, artesanías, restos arqueológicos, entre otros. Cuando un bien mueble está vinculado intencionalmente a un inmueble, adquiere a su vez condición de inmuebles. (Cuenca, 2013)”

El *patrimonio cultural inmueble* “está integrado por los bienes que no pueden moverse del lugar a que pertenecen bien sea por causas físicas, por su significado histórico – cultural o por su relación con el entorno del edificio, una iglesia, un monumento, un yacimiento arqueológico, un parque un centro histórico. En este último tipo de espacio se debe resaltar y preservar el valor de conjunto, adicional a la protección de las edificaciones por separado. Estos bienes culturales inmuebles son obras o producciones humanas que no puede ser trasladadas de un lugar a otro, ya sea porque son estructuras o porque están en inseparable relación con el terreno.” (Cuenca, 2013)

### **1.5.2 Patrimonio Cultural Inmaterial**

Según la Arq. Leyla Cuenca, en su libro El Patrimonio Cultural, el ABC, (2013, p.6) “Lo integran las diferentes expresiones y manifestaciones de los pueblos, transmitidas de generación en generación, comprenden: atavíos, vestimenta; creación artística, culinaria, gastronomía; fiestas, ceremonias y comportamientos rituales, instituciones sociales; juegos, 18 actividades lúdicas; lengua y habla; salud, enfermedad, curación; creencias, tecnología, manufactura, procesos productivos.”

“Su estudio es de vital importancia para conocer el pasado y definir la identidad cultural de un pueblo.”

La expresión “patrimonio cultural” ha evolucionado bastante en las posteriores décadas, en parte gracias a los instrumentos hechos por la UNESCO. El patrimonio cultural no se confina solamente a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de generaciones pasadas y que serán transferidas a generaciones futuras como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional.

A pesar de su vulnerabilidad, el patrimonio cultural inmaterial es un significativo elemento del sustento de la diversidad cultural frente a la progresiva globalización. La comprensión del patrimonio cultural inmaterial de diferentes comunidades

contribuye al diálogo entre culturas y origina el respeto hacia los diversos modos de vida.

La relevancia del patrimonio cultural inmaterial no reside en la manifestación cultural en sí, sino en el conjunto de conocimientos y técnicas que trascienden de generación en generación. El valor social y económico de esta transmisión de conocimientos es pertinente para los grupos sociales tanto minoritarios como mayoritarios de un Estado, y reviste la misma importancia para los países en desarrollo que para los países desarrollados.

De acuerdo a (Unesco, 2012) El patrimonio cultural inmaterial es:

-Tradicional, contemporáneo y viviente a un mismo tiempo:

El patrimonio cultural inmaterial no solo incluye tradiciones heredadas del pasado, sino también usos rurales y urbanos contemporáneos característicos de diversos grupos culturales.

-Integrador:

Se puede compartir expresiones del patrimonio cultural inmaterial que son parecidas a las de otros. Tanto si son de la aldea vecina como si provienen de una ciudad en las antípodas o han sido adaptadas por pueblos que han emigrado a otra región, todas forman parte del patrimonio cultural inmaterial: se han transmitido de generación en generación, han evolucionado en respuesta a su entorno y contribuyen a infundirnos un sentimiento de identidad y continuidad, creando un vínculo entre el pasado y el futuro a través del presente. El patrimonio cultural inmaterial no se presta a preguntas sobre la pertenencia de un determinado uso a

una cultura, sino que contribuye a la cohesión social fomentando un sentimiento de identidad y responsabilidad que ayuda a los individuos a sentirse miembros de una o varias comunidades y de la sociedad en general.

-Representativo:

El patrimonio cultural inmaterial no se valora simplemente como un bien cultural, a título comparativo, por su exclusividad o valor excepcional. Florece en las comunidades y depende de aquéllos cuyos conocimientos de las tradiciones, técnicas y costumbres se transmiten al resto de la comunidad, de generación en generación, o a otras comunidades.

-Basado en la comunidad:

El patrimonio cultural inmaterial sólo puede serlo si es reconocido como tal por las comunidades, grupos o individuos que lo crean, mantienen y transmiten. Sin este reconocimiento, nadie puede decidir por ellos que una expresión o un uso determinado forma parte de su patrimonio.

El patrimonio intangible está constituido por aquella parte invisible que reside en el espíritu mismo de las culturas. Existen sociedades que han concentrado su saber y sus técnicas, así como la memoria de sus antepasados, en la tradición oral. El conjunto de atributos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social” y que, “más allá de las artes y de las letras”, contiene los “modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones las creencias. UNESCO (2015)



El patrimonio intangible está compuesto, entre otros elementos, por la poesía, los ritos, los modos de vida, la medicina tradicional, la religiosidad popular y las tecnologías tradicionales de nuestra tierra. Componen la cultura popular las diferentes lenguas, los modismos regionales y locales, la música y los instrumentos musicales tradicionales, las danzas religiosas y los bailes festivos, los trajes, la cocina, los mitos y leyendas. UNESCO (2015)

Cuadro resumen Clasificación del Patrimonio: **Anexo 1**

### **1.5.3 El Patrimonio Cultural en el Ecuador**

En la Constitución de la República del Ecuador del 2008, está establecida en su Art. 264 como una competencia exclusiva el “preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural y construir los espacios públicos destinados para estos fines”.

Con la aprobación del COOTAD, los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales afrontan el reto de planear y formalizar 14 competencias estratégicas para el desarrollo a nivel cantonal. Entre ellas, la conservación del patrimonio cultural es factiblemente una de las más trascendentales, si se estima al patrimonio y a la cultura como dimensiones irrenunciables del Buen Vivir.

Según este marco constitucional, el Ministerio Coordinador de Patrimonio, junto a la asociación de las Municipalidades Ecuatorianas y el Municipio de Quito, han elaborado una serie de instrumentos con la finalidad de sensibilizar a los gobiernos descentralizados su rol en la importancia del patrimonio cultural.

Es importante que se entienda que el término cultura posee gran amplitud y guarda aún más conceptos relacionados con el desarrollo de un pueblo, todo ello en función del tipo de socialización, la producción de bienes materiales, el aspecto tanto de individualismo cultural como universalismo cultural, y de igual modo la producción de bienes simbólicos.

En la Introducción al Patrimonio Cultural, elaborado por el Ministerio Coordinador de Patrimonio, AMEcuador, FONSA, en las pág. 10, se menciona el interés por la cultura en el Ecuador ha quedado plasmado en el Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013, en el cual señala:

*[...] la actividad cultural y artística debe ser entendida como el libre despliegue de la expresividad y el ejercicio de la reflexión crítica. En una sociedad radicalmente democrática, la cultura debe ser concebida y experimentada como una actividad simbólica que permite dar libre cauce a la expresividad y capacidad de reflexión crítica de las personas.*

En el Plan Nacional para el Buen Vivir (2013, p.181), se redacta en el objetivo 5 de la pág. 181. “El compromiso del Estado es promover políticas que aseguren las condiciones para la expresión igualitaria de la diversidad. La construcción de una identidad nacional en la diversidad requiere la constante circulación de los elementos simbólicos que nos representan: las memorias colectivas e individuales y el patrimonio cultural tangible e intangible.”

Los bienes culturales, son el conjunto de todos los bienes, materiales (tangibles) o inmateriales (intangibles) que, por su valor propio, deben ser considerados de interés relevante para la permanencia de la identidad y la cultura de un pueblo. Se entiende por identidad el conjunto de los rasgos propios de un individuo o de una

comunidad, cuando estos rasgos caracterizan al sujeto o a la colectividad frente a los demás.

La Cartilla Básica de Patrimonio Cultural, elaborado por el Ministerio de Cultura y Participación, Subsecretaría de Patrimonio Cultural en Octubre, página 6, 2013.

Señala que “El patrimonio cultural se compone de un conjunto de bienes y manifestaciones surgidas de la creatividad del ser humano y que se configuran como elementos de distinción entre los grupos sociales, infundiéndoles un sentimiento de pertenencia y continuidad.”

#### **1.5.4 Marco Constitucional**

La Carta Magna de Montecristi (2008), artículo 3, numeral 7, referente a los principios fundamentales del Estado, señala que es su deber primordial *“proteger el patrimonio natural y cultural del país”*.

Por medio del artículo 377, sobre *El ejercicio pleno de los derechos culturales y el Sistema Nacional de Cultura*; se atestigua el ejercicio pleno de los derechos culturales y, en tal argumento, el Sistema Nacional de Cultura posee como propósito *“fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural”*.

Sobre a *La conformación del patrimonio cultural*, en el artículo 379 de la constitución, al delimitar el ámbito del patrimonio cultural, señala que “son parte del patrimonio

cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.
2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas. Los bienes culturales patrimoniales del Estado serán inalienables, inembargables e imprescriptibles. El Estado tendrá derecho de prelación en la adquisición de los bienes del patrimonio cultural y garantizará su protección. Cualquier daño será sancionado de acuerdo con la ley”.

A la vez, respecto *al patrimonio cultural como derecho ciudadano*, el artículo 21, en lo que se refiere a los derechos ciudadanos, revela que *“las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas”*.

*El ejercicio pleno de los derechos culturales y el Sistema Nacional de Cultura*, por medio del artículo 377, se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales y,

en ese contexto, el Sistema Nacional de Cultura tiene como finalidad *“fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural”*.

### **1.5.5 Marco Legal y Normativo**

Respecto al; la conservación y salvaguardia del patrimonio cultural en la legislación nacional encuentra su respaldo en la *Ley de patrimonio Cultural*, publicado en el Registro Oficial Número 865, de 2 de julio de 1979, y en los siguientes reglamentos:

-Reglamento General de la Ley de Patrimonio Cultural, publicado en el Registro Oficial, Número 787, de 16 de julio de 1984.

-Reglamento para la Concesión de Permisos de Investigación Arqueológica Terrestre, aprobado por el Directorio del INPC, el 20 de febrero de 1992.

- Reglamento de Actividades Dirigidas al Patrimonio Cultural Subacuático, publicado en el Registro Oficial Número 391, de 29 de julio de 2008.

-Reglamento de Salida Temporal de Bienes del Patrimonio Cultural, publicado en el Registro Oficial Número 583, de 24 de noviembre de 2011 . - Guía Metodológica para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador, INPC, 2012.

El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización (COOTAD), en el artículo 144, puntualiza:

-Sobre los gobiernos autónomos descentralizados municipales:

“Corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales, formular y aprobar, ejecutar y evaluar los planes, programas y proyectos destinados a la preservación, mantenimiento y difusión del patrimonio arquitectónico, cultural y natural, de su circunscripción y construir los espacios públicos para estos fines.”

-Sobre el Gobierno Central:

“Será responsabilidad del Gobierno Central, emitir las políticas nacionales, salvaguardar la memoria social y el Patrimonio Cultural y Natural, por lo cual le corresponde declarar y supervisar el Patrimonio Nacional y los bienes materiales e inmateriales”

-Sobre los bienes del Patrimonio Mundial:

“Los bienes declarados como patrimonios naturales y culturales de la humanidad se sujetarán a los instrumentos internacionales”

Por otro lado, en cuanto a las *Políticas para una Revolución Cultural (2011)*, propuestas por el Ministerio de Cultura, señala cuatro ejes pragmáticos: descolonización, emprendimientos culturales y nueva identidad ecuatoriana contemporánea.

-Descolonización: “La organización y la estructura de poder dominante en el país se ha construido históricamente, a partir de la exclusión, desvalorización y degradación de las manifestaciones culturales ancestrales y de las representaciones autóctonas. Desde esta perspectiva se privilegió la supremacía de formas de pensamiento, conocimiento y de poder eurocentristas, racistas, patriarcales. Para romper con este modelo y avanzar en un proceso de integración simbólica del Ecuador se requiere

revalorizar, resignificar y difundir nuestras propias manifestaciones culturales, nuestros pensamientos y conocimientos diversos, así como motivar la reflexión crítica y la creación colectiva en condiciones diferentes de existencia, donde se genere un pensamiento propio que elimine todas las formas de discriminación.” (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2011)

-Derechos Culturales: “Razones históricas, económicas y sociales han determinado que vastos sectores sociales no puedan acceder a los bienes y servicios culturales. En la actualidad se reconoce que todos los individuos y grupos sociales tienen derecho a participar de los bienes servicios y recursos para la cultura en condiciones de igualdad, dignidad humana y sin discriminación; a desarrollar el talento artístico; el derecho a acceder a la información y al conocimiento; al acceso y uso del espacio público. Asimismo, se garantiza la libertad de creación, de comunicación y expresión, los derechos colectivos y a disfrutar de un ambiente saludable; el derecho a usar y manejar la lengua propia, a identificar al individuo con sus condiciones territoriales y sociales originarias, a reconocer los valores patrimoniales de su entorno y pautas culturales de orden tradicional, a las creencias y atuendo propios, al reconocimiento de ciencias y tecnologías propias.” Ministerio de Cultura y Patrimonio (2011)

-Emprendimientos Culturales: “Son actividades de producción, comercialización y consumo masivo de mensajes y bienes culturales portadores de significados y contenidos simbólicos que orientan las conductas, comprometiendo estilos de vida, hábitos e imaginarios de una sociedad. Además de aportar decididamente a la economía nacional, las industrias y emprendimientos culturales tienen importancia estratégica por su rol en la construcción de la identidad de un país.” (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2011)

-Nueva Identidad Ecuatoriana Contemporánea: “La diversidad cultural que caracteriza al país ha sido tradicionalmente ocultada y desde poderes fácticos se ha privilegiado un mestizaje homogenizante como ideal de ecuatorianidad. Este proceso también ha pretendido opacar el surgimiento de las nuevas expresiones culturales vinculadas con jóvenes y colectivos urbanos, así como sectores sociales que han sido marginados de la actividad social y cultural. Al subrayar la importancia y riqueza de la diversidad como elemento constitutivo de lo que somos, la Constitución del Ecuador destaca el carácter intercultural y plurinacional del Estado para construir la identidad ecuatoriana desde la unidad en la diversidad y desde esta perspectiva lograr su cohesión simbólica. Para ello es importante el pleno ejercicio de la interculturalidad y la recuperación de la memoria.” (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2011)

### **1.5.6 Contexto Institucional**

Se tienen instrumentos tanto a nivel nacional como internacional, en los cuales se señalan a continuación:

#### **-Ministerio de Cultura y Patrimonio:**

Practica la rectoría de cada una de las políticas públicas culturales y del Sistema Nacional de Cultura, responde el ejercicio pleno de los derechos culturales por medio de la promoción de las expresiones culturales diversas que conviven en el país; el impulso de la libre creación artística; la promoción de la producción, difusión y distribución de bienes y servicios culturales; la salvaguardia y potenciación de la memoria social y el patrimonio cultural y el consiguiente fortalecimiento de la identidad nacional.





### **-Subsecretaría de Patrimonio Cultural:**

Dependencia del Ministerio de Cultura y Patrimonio que valida las competencias rectoras de dicha Cartera de Estado. Propone y formula políticas públicas y lineamientos para la conservación y salvaguardia del patrimonio cultural material e inmaterial y su contribución al logro del Buen Vivir. Regulariza, planifica y efectúa planes, programas y actividades de conservación y salvaguardia del patrimonio cultural.

### **-Instituto Nacional de Patrimonio Cultural**

La institucionalidad en relación al Patrimonio Cultural en el Ecuador se inicia con la creación del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural –INPC-, mediante Decreto Ejecutivo, No. 2600 de 9 de junio de 1978, y RO. s. 465 del 19 de noviembre del 2004, y que tiene entre sus funciones y atribuciones, investigar, conservar, preservar, restaurar, exhibir y promocionar el patrimonio cultural en el Ecuador. En la actualidad esta institución está adscrita al Ministerio de Cultura y Patrimonio mediante Decreto Ejecutivo 1507 del 8 de mayo de 2013.

### **- Secretaría Nacional de la Comunicación**

Señala que el artesano patrimonial, que produce artesanía patrimonial mediante la utilización de técnicas, conocimientos y saberes tradicionales, en talleres artesanales, aportando al fortalecimiento de la identidad cultural y a la salvaguarda del patrimonio natural y cultural, necesita solucionar el grave problema de deterioro de sus condiciones de supervivencia y desarrollo, que está atravesando por la masificación de la producción generada en procesos de globalización, y evitar así la pérdida de plazas de trabajo como de ingresos que genera especialmente como

pequeña unidad de producción, como el bagaje cultural y patrimonial que esta actividad contiene.

Que se requiere una normativa legal que proyecte al sector artesanal patrimonial en las nuevas circunstancias, exigencias y oportunidades; y En ejercicio que otorga la Constitución y la ley, se expide la Ley de Fomento para el desarrollo de la artesanía patrimonial

A nivel internacional es principalmente la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO, la que ha dado orígenes sobre la discusión y preocupación del Patrimonio Cultural. La trayectoria que tiene esta organización tiene fuertes antecedentes, entre ellas campañas internacionales celebradas en Nubia (1959), Venecia (1966), otras consecutivas en Medio Oriente, África, y en varios países de América Latina.

En lo concerniente al Patrimonio Inmaterial, se lo abordaría de manera algo tardía, a pesar de que en Bolivia ya se había manifestado la preocupación por el tema en el año de 1973. En el año de 1989 se adopta la "Recomendación para Salvaguardar la Cultura Tradicional y Popular". Del mismo modo en la segunda mitad de la década de los noventa se celebran una serie de importantes conferencias, entre ellas en México donde se estableció prioridad sobre desarrollar culturas tradicionales y populares.

En 1999 se decide crear la distinción internacional Obras maestras del patrimonio oral e inmaterial de la humanidad, y desde allí se empieza a utilizar el término de patrimonio intangible, que más adelante sería sustituido por inmaterial. El 18 de mayo de 2001, por primera vez, la UNESCO proclamó la lista de los diecinueve ejemplos más destacados del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad. Dos

años después, el 17 de octubre de 2003, en París, se firmó la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial.

## **1.6 Turismo Cultural**

De acuerdo con la OMT (2001) para comprender bien el turismo cultural es fundamental de antemano analizar los conceptos que lo componen:

El primero componente es el término Turismo, que consiste en las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”. OMT (2001)

El segundo componente es el término Cultura; que según la UNESCO (2008) lo define como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ello engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

Entonces El Turismo Cultural es una especie de turismo que añade aspectos de ámbito social, cultural y económico en la oferta y así mismo demanda de bienes y servicios. El espacio local donde éste incide se rentabiliza social y económicamente gracias a las personas que viajan con la intención de desarrollar actividades turísticas que les posibilite acercarse y comprender la cultura distinta o visitada. En otras palabras simplemente conocer las costumbres, estilos de vida, tradiciones, festividades, monumentos, arquitectura e historia del lugar visitado.

La UNESCO (1982) señala que el Turismo Cultural corresponde a una “dimensión cultural en los procesos socioeconómicos para lograr un desarrollo duradero de los pueblos” como un “modelo de desarrollo humano integral y sostenible”. Es considerada una “actividad que, no sólo contribuye al desarrollo económico, sino a la integración social y al acercamiento entre los pueblos; siendo el turismo cultural una modalidad en la que convergen políticas culturales y turísticas, portador de valores y respeto por los recursos, tanto culturales como naturales”

### **1.6.1 El turismo cultural y sus áreas**

Según la descripción, se desprende que el turismo Cultural es una actividad en la cual implican otras áreas como:

El Área Social; la cual está dirigida a satisfacer las necesidades de las personas, está el Área Económica; que a partir de los bienes culturales, es capaz de generar ingresos y rentabilidad favoreciendo así la comunidad local, está también el Área Cultural; que permite identificar los tipos de vida, reconocimientos e intercambios culturales. (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2014)

Como un medio de formación o aprendizaje de otras culturas está el Área Educativa. El Área Medioambiental la cual presenta un enfoque de conservación de recursos, es decir no degradar el escenario natural donde se encuentra la actividad de turismo cultural.

Y finalmente está el Área Política, que posibilita responder a los lineamientos, planes y programas de desarrollo tanto a índole nacional, regional, y comunal.

## 1.6.2 Tipos de turismo cultural

Así mismo; existen diversos tipos de turismo que incorporan los aspectos culturales en el quehacer, a continuación señalo los siguientes:

*Turismo Comunitario*; el cual se caracteriza primariamente por el liderazgo que asume la comunidad local en la propuesta de atractivos turísticos. Este liderazgo se traduce en que es la propia comunidad la que planifica o programa el tipo y forma de las actividades turísticas, es quien presta los servicios y quien recibe los beneficios que se generan. (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2014)

El turismo comunitario promueve la autenticidad de las actividades turísticas al ser desarrolladas por la comunidad anfitriona, posibilitando un intercambio cultural real con el visitante, en virtud que pueda profundizar en las tradiciones, costumbres y formas de vida del pueblo visitado.

En turismo comunitario, el producto turístico principal es la convivencia en comunidad, disfrutando insitu de su cultura y patrimonio.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) lo define como “toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes” OIT, (2001)

También está el Turismo Indígena o Enoturismo, que tiene una relación directa con el patrimonio tanto natural como cultural presente en los pueblos de espacios de ámbito ancestral, con especial protagonismo en el mundo indígena, caracterizado por mantener el valor de las tradiciones, costumbres y modos de vida dados en el lugar.

Las Artesanías, las festividades, la gastronomía como el folclor; son de los productos etnoturísticos mayormente destacados.

En concordancia con la Organización Mundial de Turismo. (1966:88) el etnoturismo corresponde a “visitas a los lugares de procedencia propia o ancestral, y consiste por lo tanto en visitas motivadas por el deseo de reencontrarse con sus raíces, ya sea en los lugares donde se pasó parte de su vida o aquellos donde vivieron los antepasados de la familia”<sup>5</sup>

Esta tipología de turismo nace como una alternativa económica complementaria a la actividad agrícola propia de las comunidades indígenas y rurales, promoviendo el micro emprendimiento local de carácter asociativo entorno a la identidad étnico-cultural y los productos turísticos que pueden derivar de ello.

Estas iniciativas turísticas generan de manera indirecta un beneficio de tipo socio-cultural, en la medida que se refuerza la autoimagen como pueblo, su identidad y la valoración de su cultura y patrimonio.

El *Turismo Urbano*; El Turismo Urbano implica diversos tipos de actividades turísticas según los intereses y motivaciones de los visitantes. Según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2008) consiste en visitas realizadas a centros urbanos de distintas dimensiones, vale decir, desde grandes a

pequeñas ciudades, con el fin de conocer o visitar lugares de interés, entre ellos se consideran los parques, museos, edificios históricos o comercios.

Al interior del turismo urbano, destacan: Las visitas a museos, monumentos y exposiciones de arte con el propósito de enriquecimiento cultural; Las actividades con motivos profesionales, donde encontramos la visita a ferias, congresos o simposios; y finalmente las visitas con propósitos recreativos, como la asistencia a parques temáticos, conciertos, obra de teatro, entre otros.

### *Turismo Rural*

El turismo rural comprende toda actividad turística o de recreación, que se desarrolla en el medio rural y de manera sostenible, dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan alejarse de la rutina y el bullicio de las mismas, a través de unas vacaciones en el campo, en contacto con los habitantes de la localidad y la naturaleza. Además se constituye como una actividad productiva alternativa que permite mantener una fuente de ingresos complementarios a lo tradicional del mundo rural. (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2014)

Entre las expresiones de turismo rural se cuenta el reacondicionamiento de tradicionales casas de campo, para la recepción de turistas que quieren descansar alejados de la ciudad y en contacto con la naturaleza.

Este tipo de turismo "supone el desarrollo de alojamientos de estilo local en los pueblos tradicionales o en sus inmediaciones donde puedan pernoctar los turistas, disfrutar de la cocina local, y observar y compartir las actividades populares" (OMT, 2008)



*Turismo Patrimonial*; Correspondiente al desplazamiento de personas motivadas por el interés especial que presentan los recursos patrimoniales de un lugar o zona específica.

Por lo general, se tiende a confundir el turismo patrimonial y el turismo cultural. Es cierto, su relación es muy estrecha; sin embargo, el turismo cultural representa un concepto más amplio que el turismo patrimonial Ashworth, G.J. (2005)

De acuerdo a la UNESCO, (1982) “el patrimonio cultural es el legado que recibimos del pasado, lo que vivimos en el presente y lo que transmitimos a futuras generaciones”. Este legado puede ser de carácter material e inmaterial, manifestándose en monumentos, edificios, festividades, ritos, costumbres, valores, tradiciones, lenguajes, artesanías, sitios de valor históricos, estético, científico, arqueológico, etnológico, antropológico, etc.

El *turismo patrimonial* aporta beneficios a la comunidad anfitriona y motiva el cuidado de sus bienes culturales y las tradiciones vivas mediante un compromiso entre la ciudadanía, los empresarios turísticos y las entidades públicas relacionadas, en post de gestionar los sitios patrimoniales para un uso turístico sustentable, aumentando su protección en beneficio de las generaciones futuras.

*Turismo Religioso*.- Este tipo de turismo está relacionado con los flujos de personas que se desplazan por motivaciones de carácter religioso, destacando las romerías o peregrinaciones que los fieles realizan a lugares considerados santos o con alto valor espiritual.

Algunas de las actividades del Turismo religioso corresponden SENATUR, (2008):

En primero lugar los Recorridos a los Santuarios; los cuales se encuentran inmersos en unas poblaciones urbanas, muchas veces se suman a la vida cotidiana de la población local como un recinto religioso más o inclusive un monumento.

También están los Recorridos por Templos con Valor Histórico; que existen una diversidad de construcciones de carácter religiosa con un alto valor cultural, que considera temas de historia del arte y temas religiosos.

Y finalmente los Recorridos por Fiestas Populares; que en diversos lugares, la tradición y la religiosidad popular se encuentran tan arraigadas, que han creado un sin número de expresiones de fervor y arte popular únicos.

Y Finalmente está el *Turismo de Intereses Especiales (TIE)*; que se refiere a los tipos de viajes basados en motivaciones específicas más allá de los objetivos habituales de los viajes turísticos o vacaciones. En este sentido, se caracteriza por presentar un valor agregado centrado en la autenticidad de la oferta, no ser masivo y mantener un fuerte componente de sustentabilidad ambiental, cultural y social. Se reconocen tres componentes básicos en este tipo de turismo:

- La motivación del turista para visitar el lugar
- Zona específica donde pretende desarrollar esta actividad (zonas naturales, rurales, indígenas, urbanas, culturales, etc.)
- Responsabilidad y cuidado con los recursos culturales y naturales que intervienen en su visita turística.

## 1.7 Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial

De acuerdo a la Convención de Patrimonio Cultural Inmaterial (Ibid.), *“se entiende por ‘salvaguardia’ las medidas encaminadas a garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial, comprendidas la identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción, valorización, transmisión -básicamente a través de la enseñanza formal y no formal- y revitalización de este patrimonio en sus distintos aspectos”*.

El objetivo de la salvaguardia es concebir las circunstancias que posibiliten que se mantenga en la medida en que continúe siendo vital para sus portadores. De tal modo, ninguna medida sería apta de tender a la inmovilidad de las manifestaciones inmateriales, sino a la concepción de condiciones que posibiliten su secuencia. Las medidas de salvaguardia se concentran en cuatro ejes de acción que, según la Guía Metodológica para la salvaguardia del PCI (2013), constituyen: a. investigación; b. dinamización, revitalización y transmisión; c. comunicación y difusión; d. promoción, fomento y protección.

La Convención de la UNESCO (2003) da una clasificación el patrimonio cultural inmaterial en cinco grandes ámbitos que, al mismo tiempo, enumeran una serie de manifestaciones; estos ámbitos han sido amparados y perfeccionados en la Guía Metodológica del INPC (cfr. supra), de la siguiente manera:

**TABLA 2 Clasificación del Patrimonio Cultural Inmaterial conforme a la Guía Metodológica del INPC. Cartilla Básica del PC, p 19.**



**Realizado por:** El autor

**-Tradiciones y expresiones orales**

Conlleva todos aquellos saberes relacionados con la memoria local y expresiones orales. Estos se manifiestan mediante mitos, plegarias, literatura, leyendas, cuentos, coplas, loas, entre otros; los cuales poseen un alto valor simbólico para la sociedad y se transmiten de manera generacional.

**-Artes del espectáculo**

Éstas incluyen a todas aquellas manifestaciones que se refieren a la danza, los juegos tradicionales, música tradicional, teatro tradicional vinculados a espacios públicos, privados, que contengan un espacio público para la sociedad, y que se transmitan de manera generacional.

#### -Usos sociales, rituales y actos festivos

Son todas aquellas prácticas y representaciones culturales que se realizan en un lugar y tiempo determinado tales como ritualidades, mingas, ritos, celebraciones religiosas, entre otras que se transmiten de generación en generación, con la finalidad de infundir conocimientos sobre la naturaleza y universo.

#### -Conocimientos relacionados con la naturaleza

Son todas aquellas técnicas, conocimientos y prácticas que son desarrolladas por las comunidades en los entornos naturales, que a su vez mantienen una interacción con la medicina tradicional, gastronomía, espacios simbólicos, sabiduría ecológica entre otros. Esto se transmite generacionalmente y es de valor simbólico para la comunidad.

#### -Técnicas artesanales tradicionales

Representan a las técnicas artesanales y constructivas tradicionales y su dinamismo. Son un conjunto de actividades de carácter esencialmente manual que incluyen instrumentos para su elaboración. Este ámbito constituye el “más tangible” del patrimonio inmaterial; sin embargo, interesa destacar los conocimientos y el saber hacer que se transmite de generación en generación, más que los objetos o productos de la actividad artesanal.

Se incluyen manifestaciones de:

Oficios tradicionales, Técnicas artesanales tradicionales. Técnicas constructivas tradicionales

### **1.7.1 Plan de Salvaguarda**

La UNESCO constituye que cada uno de los estados parte deben amparar medidas necesarias para la garantía de la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de un territorio. Una de estas medidas es identificar y definir los distintos elementos que componen el Patrimonio Cultural Inmaterial con el involucramiento de comunidades, grupos y organizaciones no gubernamentales pertinentes.

A su vez La UNESCO establece en el año 2004 una serie de propuestas de salvaguardia en cuatro ejes: Música Tradicional, Lenguas en Peligro, Obras Maestras de Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad, y Tesoros Humanos Vivos.

En lo referente al Plan Nacional de Salvaguarda del Patrimonio Cultural se establece un cuadro de actuación con herramientas imprescindibles para una correcta investigación y documentación de las manifestaciones inmateriales de la cultura los siguientes aspectos:

Según la Guía Metodológica para la salvaguardia del PCI (2013) “El concepto de salvaguardia aplicado al Patrimonio Cultural Inmaterial ha sido promovido en analogía al de conservación, generalmente aplicado al patrimonio material en el que los criterios de autenticidad, originalidad y excepcionalidad son aquellos que permiten su valoración. En el ámbito del patrimonio inmaterial, estos criterios carecen de sentido en tanto las manifestaciones son dinámicas, cambiantes y su representatividad depende del nivel de vigencia y la función sociocultural y simbólica que tiene para sus portadores.”

“La salvaguardia se entiende como un proceso metodológico que comprende la identificación, la investigación y la definición de acciones específicas para lograr la continuidad de las manifestaciones del Patrimonio Cultural Inmaterial, es decir, para permitir que estas se mantengan vigentes y sean practicadas por las generaciones sucesivas, en tanto sigan siendo pertinentes para esa cultura. Este objetivo apunta al fortalecimiento del sentimiento de identidad de los grupos, comunidades y portadores involucrados y, a partir de ello, la salvaguardia apunta a la generación de capacidades locales que permitan fortalecer los procesos de desarrollo local.” (INPC, 2013)

### **1.7.2 Instrumentos de salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial:**

#### **-Catálogos y Atlas**

Son aquellos instrumentos que junto a la comunidad portadora, se consideren de especial interés identitario y cultural.

En tales catálogos es fundamental que se definidan la documentación completa del estado actual del bien y examinar cómo era en el pasado. Se procederá a indagar los métodos que ha experimentado y se identificarán los riesgos, así como los procedimientos y tácticas que cimienten, organicen y sistematicen las propuestas de acciones de salvaguarda. De la misma manera se justificarán las posibilidades de perpetuación futuras del PCI. Catálogos y atlas se revelan por tanto como instrumentos eficaces para abordar la salvaguarda de las manifestaciones culturales inmateriales.

#### **-Registro o Inventarios preliminares**

Éstos son registros documentales los cuales permanecen identifican cada una de las manifestaciones culturales inmateriales, con sus datos básicos. Los inventarios pueden ser selectivos en función a criterios geográficos o temáticos. Son además el punto de partida para realizar una selección de las manifestaciones culturales inmateriales de mayor interés cultural e identitarios y permitirán la elaboración de catálogos y atlas, facilitando la relación de unos bienes con otros.

#### -Planes Especiales

Tienen que ver con las acciones a tomar enfocadas a la salvaguarda del PCI, parten del estudio profundo de las expresiones culturales inmateriales y su detallado diagnóstico. Estas estrategias de salvaguarda suscitadas en los Planes Especiales tienen en cuenta la dinámica autónoma de los bienes culturales, valorando en cada momento las posibilidades de continuidad sostenible relacionadas a otros ámbitos como la demografía, infraestructuras locales, el medio ambiente, etc.

#### -Estudios Específicos

Darán sustento al conocimiento de carácter tanto técnico como científico sobre concluyentes aspectos imprescindibles para la gestión y salvaguarda del PCI. Tales estudios favorecerán con su perfeccionamiento, conforme a un mayor conocimiento de los valores culturales del PCI, o a análisis específicos para instituir metodologías interactivas, o bien para determinar la viabilidad de acometer determinadas acciones en un lugar o área concreta, o sobre sistemas de información y difusión, etc.

### **1.8 Rescate Identidad**



La palabra identidad, proviene del latín “identitas”, “atis”, de idem, lo mismo, de acuerdo a la Real Academia de la Lengua Española. En la literatura ya en los años 20, del pasado siglo, Cooley (1922) la refiere como un self (sí mismo) especular, mientras que desde el ángulo colectivo, parte de una concepción de sí (self), como estableció Mead (1934).

Costa, (1993, p.24) confirma que “entidad equivale a autenticidad y verdad. Idéntico significa idéntico a sí mismo. Es, pues, la cosa y su forma. La cosa misma representándose a sí misma. La identidad de las cosas y de los seres se hace evidente a los sentidos por la diferencia, pues la identidad comporta en sí misma una dialéctica de la diferencia”. A esto también se le puede sumar el criterio de Villafañe (1998. p. 13) respecto a la identidad, como el “conjunto de rasgos y atributos que definen su esencia, algunos son visibles y otros no”.

Desde un ángulo social, Castells (1997) cree que la identidad es tanto la fuente como la experiencia de personas, a mas que éstas pueden originarse a partir de instituciones dominantes convirtiéndose en identidades solo cuando los actores sociales las hacen internas y construyen su significado alrededor de esta internación.

De tal modo que concordando De La Torre (2008, p. 49) “la identidad, no es algo que está ahí para ser descubierta. Necesita ser pensada, reconocida, establecida y aceptada (negociada dirán algunos) en un proceso práctico comunicativo (social), donde participan siempre polos internos (los sujetos de esa identidad) y los externos (los que la reconocen, crean, aceptan o rechazan)”.

Es de vital trascendencia acatar que a la vez que la identidad individual busca diferenciarse de otros individuos, la identidad colectiva busca diferenciarse de otros

colectivos. Estos aspectos, variados en la sociedad, crean continuamente sus propias peculiaridades, dentro de las que se destacan la nacional, la cultural, la regional, la local, de género, de sexo, de profesión, entre otras. Por ende estos elementos son fundamentos socioculturales, que se van configurando en el proceso de socialización del sujeto en su relación con los objetos del mundo circundante y en las relaciones interpersonales.

Al respecto, Contreras (2005) señala que las relaciones determinadas entre los miembros de una comunidad en su desarrollo histórico en un espacio dado, van instaurando rasgos propios, representaciones sociales y significaciones comunes, con los que los miembros del grupo se sienten plenamente identificados.

Sueiro (2003, p. 122) en cuestión de la identidad colectiva como parte de un elemento de las ciudades, asegura que “se da en un espacio donde puede actuar el hombre o un determinado grupo social que puede ser sin duda la ciudad, porque es el lugar geográfico donde interactúan individuos y grupos, donde se mezclan y se forman un conjunto de costumbres y tradiciones”. De tal modo, la conformación de las ciudades va a estar influenciada por la necesidad que llegar a una organización de convivencia mas colectiva, que a su vez con el paso del tiempo, esto provocará que se vaya adquiriendo características peculiares que definirán a las personas que habitan.

La identidad cuando a una ciudad se refiere, tiene un peculiar significado. Entre varios autores; Kutshinski-Schuster (1993) agrega que dentro de las ciudades la identidad propia, positiva e inconfundible adquiere importancia; una identidad que enfatiza no solamente las cualidades generales, intercambiables, sino también las cualidades específicas, no copiables por otras ciudades es muy adecuada.

Friedmann (Marketing Municipal: el ciudadano como cliente, 1995) plantea que cada ciudad requiere tener una personalidad propia, que consienta identificarla, marcando una diferenciación de las demás, hoy en día se vive en una época en la que solo tendrán éxito las ciudades más competitivas y atractivas.

Keller (1984, p. 368) al referirse sobre identidad urbana señala: “ésta tiene dos efectos positivos:

1. Hacia adentro (Público interno): donde la identidad urbana genera un sentido de pertenencia (“Nosotros, la ciudad de...”) y la autoestima colectiva de los residentes en la ciudad, su implicación en los objetivos y las actividades de la ciudad.
2. Hacia afuera (Público externo): donde la identidad urbana permite la representación global de la ciudad, lo que genera en los públicos externos “confianza” respecto a la ciudad y posibilita su transferencia de imagen”.

Examinada ya la reelevancia del concepto de identidad urbana, es pertinente dar ciertas percepciones que se encuentran reseñadas en la literatura en los últimos años, pues como se ha comprobado, un aspecto valioso al dar valor a las identidades es el reconocimiento de las diferencias que se hallan entre los habitantes de varios lugares, a partir de la distinción de las particularidades geográficas, socioeconómicas, culturales, entre otras, en la historia de las regiones, territorios y ciudades, así como su rol como factor determinante de la competitividad, entre otros aspectos de igual relevancia.

Sin embargo es realmente arduo llegar a definir de cuáles son los componentes de la identidad de una ciudad, debido a que el espíritu de ésta se exhibe no solo en los comportamientos, conductas de sus habitantes, su estilo de vida, su historia, etc., sino además en el diseño de la ciudad y otros aspectos que establecen la esencia de cualquier conglomerado humano.

“La identidad urbana es la personalidad constituida por la ciudad. Lo que ella es y pretende ser, pero no su materialidad, sino su espíritu. Es su ser histórico, filosófico, ético y de comportamiento. En fin: es lo que la hace individual, singular, y la distingue de las demás ciudades. La identidad de una ciudad es su razón de ser”. Mientras que Cotorruelo (1997, p. 27) afirma que “la identidad urbana es igual a la personalidad de la ciudad; y es la sumatoria de ideas (¿Quiénes somos?), valores (¿En qué creemos?) y normas (¿Qué hemos de cumplir?)”. Friedman (1995, p. 36)

Tanto Friedmann (1995) como Cotorruelo (1997) concuerdan en que la identidad urbana es la personalidad de la ciudad; así como en describir aspectos afines con la ética, valores y normas, que se podrían ver como la conducta de la ciudad; y finalmente en el aspecto histórico de la ciudad y su gente, que estrechamente vilculado al ¿Quiénes somos?.

Por tanto, se asume como acertado el brindado por Friedmann (2000, p. 35) cuando plantea que “la identidad urbana es la forma particular de ser de una ciudad que la perfila y la distingue de otras. Es la personalidad construida por la gente de la ciudad. Es un conjunto de atributos o características con los que la ciudad se identifica y con los cuales quiere ser identificada por los públicos”.

Friedmann (2000, p. 12) coincide que “la identidad, definida por la temporalidad, se constituye en tres momentos”, que a criterio de la autora constituyen el sentido histórico de la identidad urbana:

1. La referida al pasado (memoria): abarca la identidad heredada a lo largo de la historia, fundamentadas en hechos ocurridos en el pasado significativamente importantes para la ciudad, o se puede basar en una herencia socio-económica o cultural de la misma.
2. La referida al presente: constituye la identidad vivida en el desarrollo de la vida cotidiana, siendo el espejo del modo de vida dominante en la ciudad.
3. La referida al futuro: constituye la identidad futura o a proyectar, que como el mismo nombre lo indica sería la idea del futuro de la ciudad, expresada comúnmente en imágenes objetivo de la misma

Por consiguiente la Identidad urbana es un proceso, o una construcción; realizada por un sujeto activo, que es capaz de apropiarse de sí, por sus propios medios, por tanto es un sujeto histórico, en tanto constructor y supone un modo de ser y estar en el mundo, por lo que dicho proceso se da en un contexto temporal y espacialmente determinado.

### **1.8.1 Sentimiento de pertenencia y rescate de identidad**

Ahora bien, ya que anteriormente se ha ido tocando los temas de identidad, tradición y cultura, es preciso hablar ahora del sentimiento de pertenencia, que de acuerdo a Cohen a lo largo de su texto *Belonging: the Experience of Culture*

(1982), maneja el concepto de “conciencia cultural” para explicarse el sentido de diferencia de los individuos entre ellos mismos y hacia los extraños o ajenos a su comunidad. Dicho sentimiento de “distinción social” constituye la base de la “conciencia cultural” de los individuos y del procesos de formación de las identidades. Para dicho autor es de primordial importancia reconocer las diferencias culturales (de regiones, comunidades e individuos) que conforman la heterogeneidad cultural de cualquier nación.

Hobsbawm (1983) distingue entre “tradicición” y “costumbre”, destacando que las últimas son las que prevalecen en las sociedades periféricas, en las cuales aún se entablan relaciones “cara a cara”. Mientras que las tradiciones se caracterizan por su permanencia o invariabilidad, la costumbre o ley común (como el autor la denomina), muestra cierta flexibilidad en cuanto a su adherencia con el pasado y por lo tanto, variabilidad y adaptabilidad. Pero también afirma que la desaparición de la costumbre, necesariamente cambia la tradición.

En el mismo sentido, Cohen (1982, p. 5) sostiene que la tradición tiene valores pragmáticos, es decir, que se adecuan o responden a los requerimientos de nuevas situaciones, relacionándose desde luego, con ciertos valores y normas propias del pasado de las comunidades. “Los individuos pueden destacar las raíces históricas de algunas prácticas, no con el fin de demostrar su antigüedad, sino para exhibir su adecuación y viabilidad a ciertas circunstancias sociales”

Anthony Cohen sostiene que el sentido de pertenencia a un grupo o a una comunidad, es decir, lo que significa “ser miembro de”, es evocado

asiduamente por cualquier medio, ya sea la utilización del lenguaje, la destreza hacia ciertos oficios, el conocimiento de la ecología, de la genealogía, etc. Todo eso tiene sentido y significa algo para ellos, que no significa para los “otros”.

De la misma manera, no sólo estamos conscientes de nuestra cultura sino que le atribuimos valor, ya sea positivo o negativo, y de acuerdo con los atributos y valores de las otras culturas que confrontan la nuestra. Nuestro sentido de “distintividad” está cargado o perneado por la valoración del mismo. La “conciencia de la cultura” es primordial para conocer las formas en que los individuos expresan y representan su arraigo o pertenencia a una comunidad y a cierto grupo social. Es a través de estos “mundos experimentales de significados” que las personas toman conciencia de su cultura, es decir, lo que les enseña que su comportamiento (valores, prácticas, representaciones, etc.) es distinto al de otros.

Una vez analizada la identidad urbana desde su perspectiva conceptual y ciertos elementos, es importante ahora abordar la identidad desde su rescate o estado “deseado”. Es así que coexisten dos propuestas acerca de la identidad urbana deseada que son de alto interés:

La primera es la brindada por Kutschinski-Schuster (1993, p. 189) al plantear que “para su fijación, la dirección dentro del “comité rector de identidad urbana” debe plantear lo siguiente: cuáles son las posibilidades y limitaciones de la ciudad, cuál es la importancia que quiere y puede lograr la ciudad y, por último, cuál es la identidad deseada perseguida por la ciudad”. Mientras que para Friedmann (1996a, p. 69) “se trata de encontrar un consenso básico respecto al estado deseado de la ciudad, es decir una identidad futura.

(...) Habrá de realizarse un análisis comparativo que permita detectar y visualizar el grado de desviación existente entre la identidad actual y la deseada y, en base a ello, reconocer cuáles son los sectores específicos sobre los que deben actuar los gestores de la ciudad:

- a) Si existe una coincidencia de ambos perfiles, no es necesario realizar modificaciones ni correcciones, pues la identidad actual se encuentra perfectamente acorde a nuestros deseos.
- b) Si hay pequeñas desviaciones en las orientaciones básicas de identidad, entonces se precisan cambios que pueden afectar la línea general de la identidad urbana.
- c) Si se presentan fuertes desviaciones en las orientaciones básicas de identidad, entonces se precisan cambios importantes que pueden afectar la línea general de la identidad urbana.
- d) Si existe una desviación global muy grande entre la identidad actual y deseada, se hace imprescindible un replanteamiento general de la identidad de la ciudad, para realizar cambios de tipo estructural de la ciudad”.

Finalmente, se concuerda con Sanz de la Tajada (1994, p. 105) en que “una política eficiente de imagen debe proyectarse y partir de una identidad que, siendo real, se proyecte adecuadamente hacia los públicos, tanto internos, como externos de la misma. Una imagen divorciada de la identidad difícilmente será positiva. Debe existir, por tanto, una estrecha relación entre la identidad y la imagen; relación de causa efecto, donde la causa es la identidad existente, que hay que proyectar, y el efecto son las percepciones de dicha identidad que derivan en imagen”.



## **Capítulo II.**

### **2. LA ESCUELA QUITEÑA DE ARTES Y LOS OFICIOS TRADICIONALES EN QUITO**

#### **2.1 Introducción**

El presente capítulo es un compendio teórico que tiene que ver con los orígenes del arte quiteño, su evolución, sus facetas, sus protagonistas y los estudios que demuestran la existencia de esta escuela, junto a los oficios tradi que hasta el día de hoy se manifiestan como un importante remanente de esta importante escuela de artes.

La Escuela Quiteña de Arte tuvo su etapa de esplendor y desarrollo en un curso de tres siglos, se llevó a cabo en el territorio de la Real Audiencia de Quito y cubrió una extensión territorial imponente, comenzando desde Pasto y Popayán en el norte, terminando en Piura y Cajamarca por el sur. Todo esto tuvo lugar en una etapa de tiempo correspondiente a los siglos XVI, XVII, XVIII y primer cuarto del siglo XIX, es decir desde 1542 hasta 1824. Escudero X. (1991)

Para abordar el estudio de lo que fue la Escuela Quiteña de Arte, es preciso iniciar reconociendo que proviene de muy atrás, que existe todo un proceso de conquista, de renovadas corrientes culturales y sociales, que aportan un conjunto de experiencias desde las patrias de origen, es decir los españoles, italianos, árabes, alemanes, belgas, y franceses .

Una vez en territorio Quiteño, los conquistadores españoles junto a las órdenes religiosas fueron plenamente realistas sobre el desafío de establecerse en un

territorio abrupto, de climas variables tanto frio como templando, donde gobernaban las quebradas e innegables peligros, pero que al mismo tiempo eran un reto; establecerse, optimar las condiciones para poder hacer una vida, llamar a los nuevos habitantes y vincularlos en el plan de un asentamiento mayormente adecuado para la vida.

Es así que nace la gran importancia de la Escuela Quiteña, que con la experiencia y manifiesto de la presencia extranjera, matizadas con la innegable influencia indígena, sus habilidades evidentemente propias, la capacidad de asimilación asombrosa, se dio origen a uno de los movimientos artísticos más importantes de América.

El hecho de que absorbieron la influencia extranjera, la hayan interiorizado, fusionado con las propias experiencias, costumbres, tradiciones, la belleza y hayan generado alternativas para lograr un estilo único, es motivo por el cual la Escuela Quiteña logra trascender las fronteras, que hoy es motivo de discusión, investigación, de estudio, de comparaciones, pero sobre todo motivo de admiración y de reconocimiento.

No cabe duda que la importancia de la Escuela Quiteña cada vez se ha ido fortaleciendo con el paso del tiempo, lo ha logrado no solo porque los grupos sociales lo han visto así y le han dado el espacio junto lugar que hoy tiene, sino porque esta rica herencia cultural, llámese iglesias, retablos, púlpitos, esculturas, pinturas, imaginería, platería, telas, herramientas, muebles, bordados, etc., tienen un alto valor en sí mismas, que nadie lo puede, ni lo debe dejar pasar por alto.

Este patrimonio cultural, que cada vez se lo promueve más y más dentro y fuera del país, ha trascendido nuestras fronteras a través de exposiciones en diferentes

lugares de Europa, de Norteamérica y Latinoamérica. Lastimosamente dentro del país y de los centros de estudios superiores hay mucho desconocimiento acerca de nuestro patrimonio y del verdadero valor que éste tiene.

Hoy en día existe un pequeño pero importante legado de lo que fue la Escuela Quiteña en el pasado, uno de esos ejemplos son el grupo de escultores y pinos que aún conservan aquellos rasgos singulares que mediante su habilidad y pasión por el oficio, han logrado que la estela de la Escuela Quiteña sobreviva al avance del tiempo y a la vez sean un aporte vivo al patrimonio cultural.

Hay que reconocer además que gracias a las ya extintas escuelas de artes y oficios como las de Bernardo de Legarda, La Escuela Taller Quito, o la Escuela Taller San Andrés del Centro de Arte Contemporáneo, salieron un importante número de artistas y artesanos, que a su vez emprendieron sus propios talleres, y hoy en día dan muestra de la clara influencia de los distintivos rasgos del arte colonial quiteño.

“Recuperar y visibilizar los oficios tradicionales de la ciudad significa preservar nuestra identidad. En el Centro Histórico aún se puede visualizar varios y son parte de la cotidianidad de los quiteños; pero es necesario reconocerlos y valorizarlos”, afirma Doris Peñaherrera, encargada del proyecto Oficios tradicionales en la Ronda. Diario El Telégrafo (2014)

## **2.2 Antecedentes**

Fue en los siglos XVI y XVII, cuando el arte de la Época Colonial surgió con el progreso de la arquitectura, la pintura y la escultura, se trataron sin duda de momentos históricos que marcaron la configuración entre dos culturas particulares: la indígena del Nuevo Mundo y la Europea.

La ciudad de San Francisco de Quito, fundada en 1534 por Sebastián de Benalcázar; junto a sus hombres incursionaron los territorios americanos, indujeron a la gente que un solo Dios ofrecía oficio con remuneración; de tal modo que los mismos se encomendaban en la construcción de templos erigidos atribuyéndose así sus costumbres junto a la evangelización.

“Tal aspiración de las edificaciones religiosas tenía objetivos justos, ganar tiempo en la conquista religiosa y demostrar el servicio al Rey, en el primer caso los hombres de este pueblo conquistado no poseían otra opción y eligieron por acogerse a la religión cuya grandeza se demostraba a través de estos enormes y fastuosos templos, donde este Dios parecía interesado en atesorar riquezas y ofrendas...”Valencia(2006)

La realidad para los indígenas había cambiado, así como también para los foráneos bajo la consideración que los banqueros flamencos e italianos de ese entonces daban sustento a la economía de España, de esta manera el oro de América “le cayó como la mayor lotería de la historia” Rodríguez, (1993, p.39) en Mora y Pazmiño(2012).

Bajo esta imposición, miles de obreros se involucraron en la construcción de grandes y numerosas obras, en el revestimiento de templos, decoración interior, mobiliario y en la confección de altares tallados en madera y cubiertos con pan de oro. El aborigen, indio y cholo, se hizo obediente y sumiso, destinado a trabajar en beneficio de los españoles. Aprendió técnicas y fórmulas de elaboración además de enseñanzas religiosas.

“Aquellos que tuvieron que tratarla piedra, los que tallaban la madera y los que trabajaban los artesonados, altares y púlpitos con el pan de oro, demostraron que

habían, asimilado en profundidad esos conocimientos que serían generadores de una pléyade de artesanos, ingenieros y artistas de mucha valía con el pasar del tiempo” (Valencia, 2006, p.77).

La construcción, trazado de ciudades, plazas, entro otros; no fue un asunto de azar; ya que estuvo bajo la responsabilidad de personas capacitadas, con gran experiencia, se aprovechó planos, dibujos, reproducciones de libros y todo tipo de recursos para lograr las edificaciones.

De esta manera se trabajó con materiales como la piedra, la madera, el bronce, el yeso y el pan de oro, se trabajó con algunos estilos como el románico, gótico, musulmán y barroco con el aporte de los obreros nativos: mueblería, artesonados, altares, sillería, alfombras y otros. Fue primero la arquitectura y después vino el interés por los revestimientos, la decoración, la pintura ornamental y la aplicación del pan de oro.

“Debieron llegar a temblar las manos de los picapedreros y canterones por el cansancio y la emoción, al mirar atónitos la belleza de las obras realizadas; la poesía y el canto de la piedra hecha flor y fruto en los capiteles y columnas, la geometría ensayo de respiración de líneas alocadas y rítmicas, fiebres inverosímiles trazaron en la piedra, sabios instantes aprisionados por la pasión ardorosa en aquellos momentos, en los que el aborigen artista pulía y brillantaba esa dura materia” (Valencia, 2006, p.72).

Cada una de las edificaciones religiosas en las que se utilizó mucha mano de obra, poseyeron un profundo motivo: servir como testimonio del fervor y de la opulencia. Por requerir de esfuerzo artístico motivaron la conformación de escuelas artesanales. Una de ellas, la denominada “Escuela Quiteña de Artes”

### 2.3 Sincretismo Cultural

Todos aquellos pueblos de Sur América que se encontraron bajo los sometimientos de la conquista sufrieron un intenso impacto en diversos ámbitos especialmente en lo cultural. Este tema conlleva diversidad de cuestionamientos debido a que presenta a modo intrínseco varias posiciones tanto a favor como en contraposición de la misma.

“Para que lograrse haber una naciente cultura, fue necesario suprimir la cultura indígena, de esta forma los antiguos habitantes quiteños presenciaron como todas sus edificaciones tradicionales eran destruidas, como consecuencia surgió problema de la asincronía cultural. De todas formas, pese a la carga de la población, la conquista se consumó y produjo la fusión de 2 culturas, aunque con devastadores resultados”. Martínez (p. 211)

A partir del siglo XVI, este hombre fruto de la mezcla de dos mundos opuesto, tuvo que reemplazar a la naturaleza viviente, medio y fin de su expresión, por la representación de ideologías foráneas, mezclando la simbología mítica con la cristiana. La escala de valores fue modificada. ¿Ha perdido con ello su identidad? O, ¿al contacto con la civilización renacentista, se ha fortalecido?

A esto Zea (1977, p.20) establece “La originalidad no es entendida como algo único, irrepetible... Se busca la diversidad, pero en función de un todo del que es parte. Este todo lo es la cultura occidental, de la cual se sabe parte el hombre de América. Una cultura original por su origen, por el hombre o pueblo que la expresa, pero no

por la forma de expresión, que ésta deberá ser la propia de la cultura de la que se sabe parte: la cultura occidental”

Sobre el desarrollo de las diversas artes, surgirían a modo independiente y con carácter notable, Las “Escuelas” se apilarían por todo el continente donde la pintura, la escultura y la arquitectura son las que marcarían el trabajo de dichas sociedades de artesanos.

La Escuela Quiteña no solo tendrían predominancia los rasgos de la cultura colonizadora, si no que sería la cultura de los Incas quienes previamente instaurasen su manifiesto por medio sus prácticas económicas, políticas y religiosas; es así que el culto al Dios Sol sería uno de los más significativos en la región.

Resulta innegable la influencia de la religiosidad en las artes, de tal modo que en el siglo XVI, el sincretismo de los signos americanos y europeos es muy evidente. Zumba (2012):

- La presencia de la flora americana que yacen en las fachadas, frescos y frisos, una característica notoria de esto es en el Hospital San Juan de Dios, La Iglesia de la Compañía de Jesús, etc. En el caso de la fauna monos, loros, papagayos, serpientes, aves, etc. que se ven así mismo en fachadas, cornisas, etc.
- Miguel de Santiago; posteriormente al siglo XVI introduciría en la pintura los rasgos paisajísticos característicos del territorio y tomará como prioridad a la gente, junto a sus rasgos culturales y con ritos religiosos de cada uno de los territorios.

Además cabe añadir lo que Escudero y Vargas (2000, p.21) señalan: “La huella mudéjar en Quito, es vigorosa desde su inicio que se remonta a la fundación española, pues con el ejército de Diego de Almagro llegaron moros conversos,

quienes transmitieron su arte y sutécnica a los indios. Identificándose de tal manera, que se llega a pensar -sin temor a equivocarse- que en el espíritu de las dos culturas -tan lejanas geográficamente- yacían latentes los mismos sentimientos.

“Y el florecimiento de ese sentir unánime se lo encuentra en la magnífica serie de alfarjes y tribunas que adornan las iglesias manieristas y barrocas, marcadas magistralmente con reminiscencias mudéjares.” Escudero y Vargas(2000, p.21)

Después de un contexto sociocultural en España; centralizada la fuerza económica por parte de la monarquía, las ciencias humanísticas y el arte quedan relegados a mando de la Iglesia y empiezan a tomar forma.

A la vez que tal situación socio-política de la nación española de aquel entonces; donde confluyen un conjunto de culturas diferentes, marcaron como consecuencia una heterogeneidad en la nación; configurandose así un renacimiento con rasgos casi insospechados, que incluso de existencia cuestionada. Fue así como se hereda el renacimiento en América, que a su vez evolucionó de manera alterna a como lo hizo en Europa.

Después de que un sinúmero de estilos artísticos se manifestaban en España, entre ellos el plateresco, mozárabe y el arte popular español; nació una falta de determinación clasicista observable en la producción artística; como consecuencia de ello se orientó la corriente renacentista hacia el Manierismo y posteriormente hacia el Barroco.

Para Escudero y Vargas (2000); se usó el término barroco para conceptualizar no solamente un movimiento artístico; si no un movimiento cultural del siglo XVII y comienzos del XVIII; el cual perteneció mayoritariamente a las manifestaciones



colectivas de la cultura europea, y que posteriormente se irradió fuertemente por América.

Morfológicamente la palabra barroco tiene varias acepciones: a) se deriva del vocablo hispano-portugués barrueco (perla del buen oriente, pero que por su forma irregular pierde valor) b) del visigodo barroque (extraña), c) del latín verruca (verruga). Francisco Milizia en su Diccionario del Arte del Diseño (1797) fue el primero en utilizarlo para designar una tendencia artística. Le corresponde a E. Wolfflin (1915), su valoración en el campo de las artes plásticas. Recientemente se le otorgó una significación histórica con influencia sobre todas las manifestaciones humanas. Escudero, Vargas (2000, p.23)

El Barroco tiene un antecedente inmediato en el Manierismo, le abrió camino a éste e inicia un prolongado avance integrador, que se impone con elementos como el brillo, la luz, y el color (visual y pictórico) con una clara presencia de Dios. Según Escudero, Vargas (2000, p.24) “ Es así como el arte se transforma en didáctico y devoto, que atrae por su fuerza de penetración en el espíritu y por su poder de persuasión sobre los sentidos.”

En el caso de Quito, la propensión del estilo barroco se maneja con carácter conservador, y la contribución aborígen se manifiesta de manera sutil. Tal distintivo contexto está determinado por rezagos de la formalidad indígena y por la persistente impronta manierista.

Triunfa absolutamente en el siglo XVIII ese deseo de mantener las formas artísticas que son propias y ese dinamismo que busca el constante cambio, presentes en la cultura quiteña; esta armonía de dos factores contradictorios es la consecuencia de la cosmovisión integradora del Barroco.

El propósito del arte Quiteño de ser el texto del analfabeto, impresionar el intelecto y despertar la fe, cumple con rigor la teoría pragmática que la Iglesia mediante el Concilio de Trento destinó al arte. Escudero, Vargas(2000)

Es así que el Barroco de Quito es la muestra feciente del Sincretismo. La ciudad encontró en él su primera gran expresión cultural, y después de muchos años, esto compone una de las primeras manifestaciones de la sociedad presente.

Fue de esta forma, como las obras cúzpides del Barroco, sea en arquitectura, como en pintura, escultura y artes decorativas (mediados del siglo XVII y todo el siglo XVIII), y de un embrionario Rococó (XIX), manifiestan un cuadro vivo de la idiosincrasia colectiva quiteña, producto de la mezcla racial y cultural de los aborígenes y europeos.

Ligera, frívola y eminentemente cortesana es la tendencia artística llamada Rococó (rocaille) surgida en Francia (1730-1780). La presencia de abundante decoración de grotescos, arabescos y rocallas le dan un carácter íntimo. Vargas (1982)

En Quito, se advierten algunas singularidades dignas de tomarse en cuenta en la escultura de principios del siglo XIX. Un virtuosismo técnico pocas veces visto: talla prolija y precisa, y policromía de gran delicadeza tonal. Todo esto unido a una marcada inclinación a lo mundano inclusive en los asuntos devotos, donde se imprime un aire dulzón hasta cierto punto alambicado, determina la presencia innovadora del Rococó. Escudero, Vargas(2000, p.24)

Como se ha dilucidado, las artes constituyen un patrimonio exclusivo de indígenas y mestizos que llevaran a demostrar que el arte creado en las Américas poseen su originalidad, pese a que hayan impuesto un régimen católico con su singularidad ya implantado en el continente Europeo.

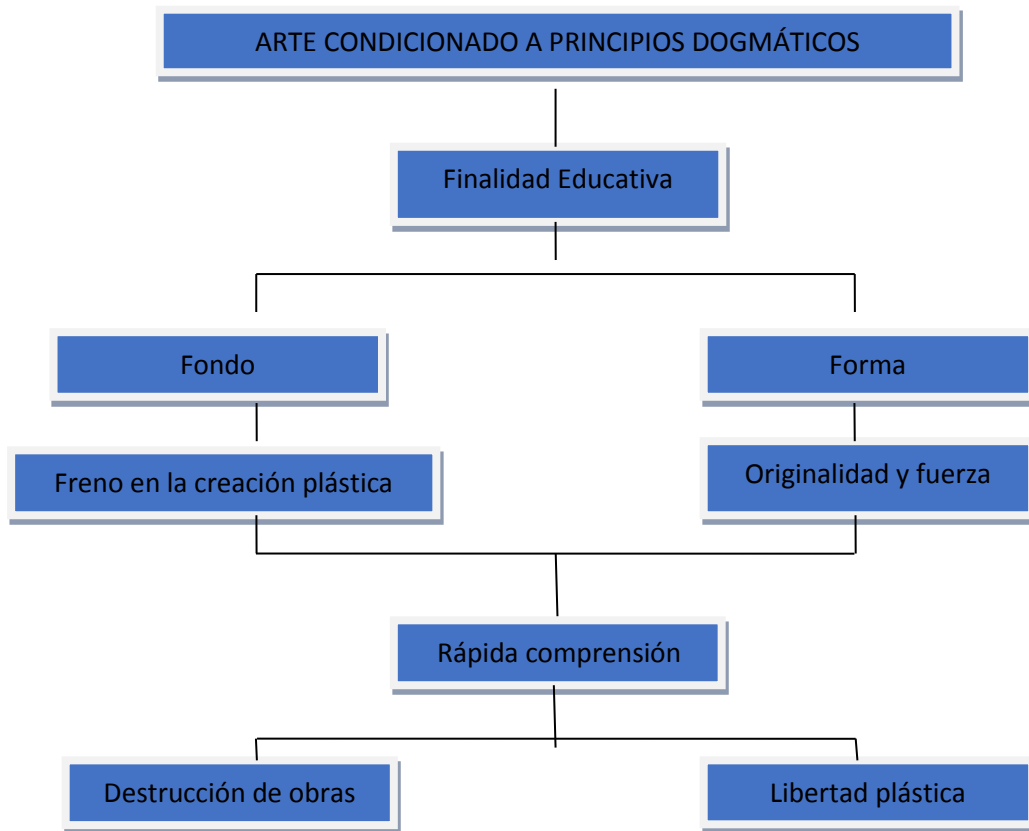


**TABLA 3 Relación entre el arte y la religión durante la época barroquista en Iberoamérica:**

Fuente: Escudero, Vargas (2000, p. 25)



**TABLA 4 Arte Condicionado a principios dogmáticos**



Fuente: Escudero, Vargas (2000, p. 25)

#### **2.4 La Escuela Quiteña de Artes, algunos estudios y su aporte en la historia.**

Bajo el dominio de España se constituyó en América todo el bagaje artístico y cultural intrínseco de esa nación. Quito; fue establecida en el año de 1534, mayoritariamente sobre antiguos vestigios indígenas. En aquel entonces tan sólo había un mercado, residencias y edificaciones militares. Consecuentemente solucionado este problema se empezó a edificar iglesias, conventos y grandes enlazes de teja y adobe.

Se empezaron a tallar retablos en el caso de las iglesias, y las pinturas tomaron su protagonismo en las paredes de los conventos. Quito se transformaba en un epicentro de arte y artesanía. Con semejante calidad que tal manifiesto alcanzaría distantes puntos de América y sin duda Europa. Y de reconocimiento único por su calidad y ciertos rasgos estilísticos, tan pulcros que se empieza a hablar de una Escuela Quiteña. Rodríguez (1993) en Mora, Pazmiño (2012)

Para Darcy Riberio (1976) en Mora, Pazmiño (2012), La colonización española de América fue un acontecimiento que dejó fuertes raíces culturales en el Estado ecuatoriano. Ecuador fue un pueblo testimonio, es decir que se marcó una fuerte influencia occidental en la estructura social de la civilización aborígen a partir del siglo XVI.

Sin embargo; para Escudero (2000, p.7) señala que a conquista fue tanto militar como espiritual. La colonización se caracterizó principalmente por la convivencia de dos poderes europeos: el Estado español y la Iglesia católica romana. Esta ambivalencia marcó la orientación de toda una gran época que desarrolló una cadena de situaciones paradójicas, afectando de esta manera principalmente a las artes plásticas, puesto que el lenguaje formal de la cultura predominante presentaba una dualidad de conceptos: un ideal místico seudofeudal rígido y arcaizante, frente a un tecnicismo renacentista en continua renovación y apertura.

A partir del siglo XVI, este hombre resultado de la fundición de dos mundos opuestos; tuvo que reemplazar a la naturaleza viviente, medio y fin de su expresión, por la representación de ideologías foráneas, mezcló la simbología mítica con la cristiana. La escala de valores fue modificada. De aquí surge la cuestión de si se perdió identidad con ello, o al contrario; se ha fortalecido. Escudero (2000)

Ahora bien, cabe señalar el protagonismo que tuvo Fray Jodoco Ricke en el arte colonial, llegado de igual manera desde España, éste fue un religioso de la congregación franciscana que acogió un sitio para construir su convento por parte del cabildo. Él introdujo el arte del Renacimiento en el Ecuador, que, junto con el barroco indígena, había de convertir a Quito en un centro artístico de importancia, y epicentro del arte americano. Navarro (1929).

Fray Jodoco Ricke; nacido en Gante e hijo del Convento de Malinas. Llegó a México en 1532, a raíz de la conquista española, y luego pasó a Quito, con fray Pedro Gosseal, flamenco como él, y fray Pedro Rodeñas, castellano (la Comunidad Franciscana manifiesta que fray Jodoco llega solo a Quito y que fray Pedro Gosseal lo haría años más tarde)

Se fundó allí el primer Convento de la Orden Seráfica en la América Meridional y, sobre algunos de los solares en que el Cabildo de la Ciudad dividió las casas que fueron de placer del inca Huayna Capac, levantó uno de los monumentos más hermosos del arte hispanoamericano: el monasterio de San Francisco de Quito, lo cual para el efecto se contó con el apoyo de Carlos V y Felipe II, reyes que se caracterizaron por la opulencia de su poderío. INPC (2011)

Luego de la muerte de Carlos V en 1556, éste le cedió el trono Felipe II; su hijo; el cual se preocupó por amparar la firmeza de su fe causando opresión a los herejes con el acatamiento del “Santo Oficio” o tribunal de la Inquisición. A pesar de su muerte en 1598, y después de proceso de crisis económica en España; el poderío de los reyes benefició la labor en toda América a los franciscanos.

Junto al convento y respaldado por Fray Francisco de Morales estableció una escuela que posteriormente sería el colegio San Andrés (1551-1675). Allí se

preparaba a los naturales e hijos de colonos en educación, instrucción religiosa y también en la enseñanza de artes y oficios. Este colegio fue considerado como el generador de las artes en el Reino de Quito por ser la cuna de los primeros pintores, escultores, alarifes, cantores y músicos. Según Rodríguez Castelo, sin duda este fue el primer semillero para todos los talleres que pronto comenzarían a surtir de arte a templos, conventos y casas quiteñas.

Ayala (2008); concuerda que La inaugural Escuela de Artes y Oficios, se habría implantado 1551, en el interior del convento de San Francisco. Aquí se educó estudiantes, en gran porcentaje indígenas y pocos mestizos. Una vez que se establecieron los talleres; los cargos de maestros y aprendices se mantenían casi siempre bajo el dominio de los mestizos.

Según Salvat, (1975, p. 144 )“...el establecimiento que fue eminentemente evangelizador y en el que se forjó el elemento humano indispensable para obtener los primeros artistas conocedores de las profundas lecciones de los maestros, habiendo formado así a perfectos pintores, escritores y apuntadores de libros musicales; naciendo aquí las artes plásticas y específicamente la pintura en Quito. Teniendo como cabeza inicial de esta especialidad al Padre Pedro Gocial conocido como Fray Pedro el Pintor. No se sabe hasta el presente de obra alguna que demuestre el grado de habilidad al que llegaron los alumnos educados en dicho establecimiento, pero abundan en cambio los testimonios referentes a la enseñanza de la pintura y al aprovechamiento en el arte y el pincel.”

Un año después, con la llegada del fraile flamenco Jodoco Ricke (Joost de Rijcke van Maarselaer) el 6 de diciembre de 1535, se concretó el establecimiento de la Orden, construyéndose como obra inicial una rústica capilla de adobe y paja



concluida el 25 de enero de 1536, fiesta de la conversión de San Pablo, a quien fue consagrada.

Gran parte de este conjunto de artistas nacientes escasamente retribuidos; conformaban parte de gremios que servían para dar solides al mismo grupo. Una vez ahí se instauraron las normas de trabajo para dar un total seguimiento a la producción artística; lo cual para formar a los maestros, previamente se exigía a los talleres seguir los debidos procedimientos.

Eran contados los personajes realmente reconocidos por su remarcable labor en el arte; y entre ellos estaban Miguel de Santiago y Bernardo de Legarda, a esto hay que sumarle la ausencia de análisis monográficos los cuales no permiten determinar estilos ya sean del uno o del otro. Cabe mencionar que el anonimato formó parte de la cultura colonial.

Una vez finalizado el siglo XVI, Quito estaba ya lleno de variedad de monumentos en conjunto con iglesias. Las principales plazas eran Santo Domingo, San Francisco, y la Plaza Mayor con sus pertenecientes iglesias labradas con mano de obra indígena. En un comienzo, los maestros españoles ilustraron a los nativos quiteños cada una de las técnicas, consecuentemente ellos de a poco construyeron sus propios conceptos y estilística.

Después de un tiempo sus servicios se encaminaron principalmente hacia algunas órdenes religiosas como jesuitas, mercenarios, agustinos entre otros; construyeron los artesonados de sus templos, se realizó trabajos en metales, y ciertos taraceados. Es así como se puede identificar la fuerte influencia del arte español y la activa participación de los indígenas.

De igual manera entre las primordiales tareas evangelizadoras de la comunidad franciscana durante el siglo XVI se dio la creación del Colegio San Juan Evangelista en el Convento, para la instrucción y doctrina de los naturales del país; en 1557 se cambió el nombre del colegio por el de San Andrés, en honor al virrey don Andrés Hurtado de Mendoza, protector de la Orden, y se ampliaron sus enseñanzas hacia las artes y oficios.

El resultado de esto fue una enorme producción artesanal y artística, enriquecida con los adiestramientos de maestros flamencos, italianos y españoles que, mediante la utilización de manuales y grabados europeos, impartieron instrucción artística y realizaron adaptaciones de los modelos al medio local. Con el tiempo esta propuesta artística y estética fue denominada Escuela Quiteña, cuya abundante producción llegó hasta el siglo XVIII. INPC (2011, p.23)

Tanto la técnica y el manejo del concepto de este arte religioso fueron implantados de manera impositiva, a su vez asimilados y entendidos. Fue un ciclo de enseñanza se tomó un tiempo en afianzarse. “Unas veces se malentendían una iconografía, se juntaron santos que dentro de lo ortodoxo no respondían a patrones previamente establecidos; otras veces se malentendían aspectos técnicos de la obra; era muy frecuente carecer, casi por completo, de una perspectiva lógica para la época” (Ayala, 2008, p. 71)

De hecho los materiales que debían utilizar eran desconocidos en su totalidad ya que sólo habían trabajado con barro y piedra las mismas que eran traídas de las canteras del Pichincha. Posteriormente se añadieron la madera, en el caso de la escultura se usaron la tagua; el lienzo, hueso, cobre y la madera en torno a la pintura.

Sumado a esto no cabe duda que se utilizaron muchos patrones europeos los cuales fueron imperiosos para establecer aquella influencia directa en el arte. Para todos lo que comenzaban el oficio; la imitación formó un rol trascendente.

Éste criterio se apoya en el de Estebaranz (2012) demostrando que hubo una amplia difusión que las estampas flamencas y holandesas en Quito durante la época virreinal. Las estampas de Wierix, Sadeler, Rubens y otros artistas de la zona hallaron acomodo en los obradores quiteños como recetario de temas, poses y expresiones. De la misma forma, los escultores acudieron de forma preferente a estos grabados. Para el caso español, Proske señalaba la posesión de estos grabados por parte de los más acreditados escultores del momento, tales como Jerónimo Hernández o Andrés de Ocampo. En Quito, entre las estampas flamencas fueron especialmente significativas las que procedían del taller de los hermanos Wierix, a fines del siglo XVI, o del de Rubens, durante la primera mitad del XVII, aunque en el segundo caso en relación a la pintura.

A pesar de ello; se adicionaron especiales tipologías, propias del nuevo medio como los retablos planificados para una iglesia, que en muchas veces se ensamblaron acorde a modelos bidimensionales basados en documentaciones, en consecuencia surge una especie de atractivo eclecticismo visual. Así que la bidimensional; planificada desde un inicio; se adaptó a la tridimensionalidad. Las obras embarcadas que incentivaron el comercio en los siglos XVII y XVIII son la misma prueba de ello.

Ahora bien, analizando más a fondo, hubo expresiones artísticas más no la constancia de una denominada escuela. Esta hipótesis; fundamentada en el texto de Mora, (2008) menciona que durante la Real Audiencia de Quito coexistieron además

focos importantes de producción artística no solamente en ciudades como Popayán y Cuenca; a las que se sumaron otras escuelas importantes como Cusco, Potosí o México. Tal complejidad, sumada a la carencia de respaldos evidentes, o algún tipo de documentación formal da como resultado la incapacidad de diferenciar las obras mexicanas con las de la Escuela Quiteña.

De igual forma; La Revista Travesías (2005) menciona que “la popular Escuela Quiteña no posee fecha de nacimiento, lugar de residencia o papeles que certifiquen su pedigrí; eso sí, es rica en leyendas, belleza y virtuosismo. Incluso llamarla Escuela Quiteña, según los entendidos, es impropio, por la ausencia de una definición de sus características desde la historia del arte. Pero bien vale permitirse esta licencia en nombre del encanto del paseo y de la creencia generalizada de los orgullosos quiteños”.

Cabe señalar que la característica trascendente que La Escuela Quiteña consistió en la fusión de artistas y obras semejantes; que muestran las fases sumado a estilos influenciados de Europa, reflejados a la vez en la habilidad artística indígena. Para Bravo (1965) la Escuela Quiteña posee diversas maneras de manifestarse. A medida que transcurre el tiempo el arte tiende a cambiar, de manera generacional, se mantienen sobre todo la influencia, para que de esta forma el arte permanezca.

Adriana Pacheco, Diario El Comercio (2011) catedrática e historiadora del arte, señala que la expresión “Escuela Quiteña se utiliza como una denominación que pretende identificar a una imagen propia de un sitio”. Ella señala que la Escuela Quiteña tiene pleno rigor en tanto tiene ciertas características propias en su quehacer artístico. En su opinión, para poder puntualizar conceptualmente a esta

escuela no son válidos los parámetros con los que se definen a las escuelas europeas.

Además señala que “Los procesos históricos que se dieron en el arte quiteño y el de las escuelas europeas son distintos. No es del todo preciso señalar lo que fue la Escuela Quiteña a partir de los parámetros con lo que se juzgan a las escuelas europeas”

La investigadora Alexandra Kennedy Troya enfatiza que la Escuela Quiteña tiene plena existencia si se la enmarca en un plano tanto posicional como histórico. A su parecer, la Escuela Quiteña (que se extendió entre Santa fe de Antioquia, al norte, y Trujillo, al sur) “es exclusivamente aquello que se afianza en el siglo XVIII, al final de la Colonia, y que va a seguir produciéndose hasta 1840 más o menos”. Para Alexandra Kennedy, “el pensar una escuela antes o después de estas fechas es insostenible”. En cuanto a las características de las obras.

Tanto Kennedy como Pacheco coinciden en que uno de los rasgos que diferenciaba a los trabajos de la Escuela Quiteña con los de las otras escuelas de la región era el tallado y expresión de los rostros que eran “dulces”. Los opositores La principal crítica que se realiza al término Escuela Quiteña es su influencia en los distintos géneros artísticos que se dieron en la Colonia.

Sobre esto, Alfonso Ortiz, miembro fundador de la Sociedad Ecuatoriana de Historia del Arte y correspondiente de la Academia de Bellas Artes de Argentina, señala que “si hay una escuela, debe englobar todas las manifestaciones del artísticas”. Es así que Ortiz prefiere el término “arte colonial quiteño” en vez de Escuela Quiteña. “Nuestra historia está llena de mitos, y uno de ellos es el de la Escuela Quiteña”. Él afirma que dicha escuela fue la creación de literatos como Juan León Mera. “Yo no

he encontrado en ningún historiador serio que hable de una definición seria de la Escuela Quiteña”.

La falta de historiadores del arte es una de las causas para que, según Ortiz, no se pueda hablar con total certeza sobre la existencia de una Escuela Quiteña. Junto a Ortiz, la historiadora Carmen Fernández-Salvador escribe en su libro ‘Arte colonial quiteño’ que la categoría Escuela Quiteña “es una imagen idealizada de ese pasado (colonial)”.Diario El Comercio(2011)

## **2.5 Protagonistas del Arte Quiteño**

El autor inglés Martín Minchom (2008) señala que entre 1560 y 1570 la aristocracia española estaba al liderazgo de aproximadamente treinta encomenderos y un significativo número de comerciantes poseedores de una cifra entre 15.000 y 20.000 pesos. Los mismos tenían un importante control de gremios de artesanos; entre ellos; zapateros, curtidores, talabarteros, herreros, albañiles, carpinteros entre otros, a su vez su riqueza se debía gracias al trabajo indígena. Debido a ellos la brecha entre mestizos e indígenas se abrió mucho más, y de esta forma el poderío criollo en la época tomó vigor.

En concordancia con estudios del Fonsal (2008) Los artesanos españoles arribaron a territorios ecuatorianos no para perpetuar con su labor sino para encontrar fortuna y movilidad social en el nuevo mundo. Ellos serían los responsables de un cambio social por medio de contratos entre los mismos españoles artesanos y los indígenas en proceso de aprendizaje, los cuales eran originarios de diversos lados de la sierra ecuatoriana.

Según el mismo texto Fonsal (2008) existen datos de una población indígena extremadamente móvil en la Sierra ecuatoriana, la de los “indios peinadillos”, que fueron despreciados como unos vagabundos adictos a los vicios del alcoholismo y la ociosidad. Supuestamente, estos indígenas habían huido de la mita de las grandes regiones mineras como Potosí. Según una relación de hacia 1590, el esfuerzo por integrar a los migrantes en el orden colonial motivó los primeros intentos de crear reducciones en los barrios de Quito.

La sorprendente movilidad de las masas indígena a última etapa de la fase colonial tiene sus comienzos lejanos en este período. Se debe tanto a las imponentes atribuciones coloniales, como a la posibilidad de menguar su impacto a través de distintas estrategias.

Ciertas peticiones realizadas por los mestizos en el siglo XVIII, muestran un proceso análogo de adaptación a través de la migración, el cambio étnico y la evasión tributaria. Las relaciones geográficas destacan el papel de los indígenas en el suministro de servicio doméstico, y los indígenas también fueron movilizados para la construcción de la catedral” Fonsal(2008)

La mita fue el mecanismo fundamental para movilizar la mano de obra de las comunidades indígenas, que suministraron una quinta parte de su población masculina adulta, a través de las rotaciones. El servicio funcionó como un agente de aculturación y como una vía de acceso al mundo blanco para la población indígena. Algunos padres indígenas supuestamente mandaban a sus hijos en calidad de sirvientes a Quito para que, de esta manera, aprendieran “buenas costumbres”.

En un nivel social más alto, las distintas fortunas de los descendientes del inca Atahualpa en Quito, muestran la diversidad de las respuestas indígenas a la

conquista. La elite incaica aculturada fue a veces absorbida dentro de las altas esferas de la sociedad colonial, mientras que los dirigentes indígenas locales desempeñaron un papel de intermediarios dentro del sistema colonial español. A unos cuantos, la derrota les ofreció algunas posibilidades de las que no disponía la gran mayoría de la población indígena. Fonsal(2008, p.69)

Y así se introdujo la noción de crear arte por medio de oficios tradicionales. Fue entonces cuando se empezó con la organización de los artesanos a través de gremios, con la ayuda del cabildo de aquel entonces; que a su vez manifestó desde un comienzo la intervención de los artesanos en la sociedad y de acuerdo con Vargas (2000) además disponía de un veedor encargado de inspeccionar los trabajos de artesanías el cual controlaba los precios señalados por las ordenanzas.

En estos organismos emergen un sinnúmero de artesanos: herreros y espaderos, plateros, albañiles, entre otros, a mas que se organizan para defender sus derechos. La profesionalidad de la labor de estos oficios reclamaba el establecimiento de un taller o escuela de enseñanza (Vargas, 2000). Sin la firma de un maestro que autorice su trabajo, los artesanos no podían ejercer su labor.

A su vez, cada uno de los gremios artesanales debido al elevado ímpetu hacia la religiosidad innata de esas épocas, cada organización estaba impuesta a tener un santo patrono de su labor, “cuyo culto reclamaba el establecimiento de una cofradía” Vargas (2006)

Las cofradías tenían un rol organizacional de la actividad religiosa comunal y principalmente a la advocación de Cristo, de la Virgen, o un santo en particular y estaban gran tiempo bajo la jurisdicción de la iglesia. Además según el texto El



Pueblo de Quito(2008)las cofradías establecieron segregaciones independientes tanto demestizos, indígenas ladinos, entre otros.

Además de esto; había un gran número de artesanos ilegítimos, y todas sus labores estaban bajo la clandestinidad; como fue el caso de las industrias de los textiles alrededor de los años 1600 a 1800. Esta fue una actividad primordial que otorgaba dinamismo a la economía de la Audiencia de Quito. Fonsal (2008, p.75)

La producción textil motivaba la existencia de la inmigración. Aproximadamente cerca de 20.000 indígenas se hallaban en la ciudad Los cuatro principales puntos donde se concentraban estaban ubicados en San Diego, San Sebastián, La Recoleta, aparte dos de la ciudad.

El papel de los indígenas llegó a tener un papel de liderazgo en la actividad textil que para el siglo XVII, eran los únicos encargados de esta ocupación. Así lo afirma el padrón de Santa Bárbara de 1768. Fonsal (2008, p.75)

Las artes eran un esencial factor en la población quiteña. Se inició a manera de exigencia por parte de España; que en el transcurso del tiempo concibieron y formaron al artista como un promotor forjador de la de la imitación, creatividad y de la creación vinculada con su habilidad para utilizar los materiales. En otras palabras; el alma del pintor autóctono encontró la manera de añadir su temperamento a obras que sus inspiraciones le sugerían, sean fieles reproducciones u originales. Semejante cualidad se transmitiría por generaciones.

## **2.6 Pintura**

En los siglos XVI al XVIII el arte quiteño brinda una versión criolla del catolicismo y su lenguaje es teológico pero también estético. Contiene un profundo mensaje, histórico y, expresa a través de este mensaje el impacto de las culturas renacentistas sobre los pueblos indoamericanos de la edad de bronce; surgiendo una nueva iconografía, que aporta al arte universal con representaciones cristianas decoradas por alegorías greco-romanas mezcladas con míticas que, con el estilo barroco se alcanza una nueva dimensión. Escudero, Vargas (2000)

“Pintura es el arte que con variedad de líneas y colores representa perfectamente a la vista lo que ella puede percibir de los cuerpos. Los cuerpos cuyas imágenes representa la pintura son de tres géneros: naturales, artificiales o formados con el pensamiento y consideración del alma. Los cuerpos del pensamiento son los que la imaginación forma: fantasías de pintores. Y son así mismo, los que figura el entendimiento con sabia consideración, a este último género se reducen las visiones imaginarias e intelectuales que percibieron y revelaron los Profetas y suelen los pintores representarles con su arte” Escudero, (2009, p.25)

Vargas (1960) menciona que la pintura y en habitual cada una de las artes, fueron un medio de expresión para los artistas, para desahogar su alma llena de inquietudes. Parte fundamental de esta necesidad de expresión fue el uso del color, mismo que se obtuvo de la combinación de elementos naturales o artificiales. No era sólo importante conocer el cómo conseguir un color sino también los momentos y expresiones en los que debía ser aplicado.

A su vez el autor designó a la pintura como los colores y formas planas, las cuales expresan las cosas que se encuentran fuera de nosotros. La enseñanza franciscana aprovechó esto para instruir las verdades de la Religión.

Ser pintor fue un oficio por demás prestigioso y muchos mestizos e indios se dedicaron a este arte. “El pintor iba luego a convertirse en el artista, en el hombre privilegiado que, valiéndose del color y el dibujo, podía conmover agradablemente el espíritu de los demás hombres” (Vargas, 1978, p.186)

En los gremios, los artistas aprendieron sentido comunitario y conciencia de su dignidad. También perfeccionaban su técnica en los talleres. El maestro enseñaba a sus aprendices los secretos del oficio y ellos pintaban o tallaban “partes que el maestro les confiaba en obras de las que el pintor consagrado obtenía fama y dinero” (Rodríguez, 1993, p.61).

Para Navarro, sin embargo, la importancia de los gremios se asentaba, sobre todo, en su labor como verdaderos centros de aprendizaje de los diversos oficios. El sistema colonial había propiciado el adiestramiento de artistas locales por medio de la fundación de “escuelas de arte” como lo había sido, de acuerdo a Navarro, el Colegio de San Andrés en Quito o el de San José de Naturales en México. Fonsal (2007, p. 83)

Hernando de la Cruz tuvo un papel fundamental en la pintura quiteña. Las obras más importantes del jesuita fueron los lienzos grandes que se colocaron a la entrada de la iglesia de la Compañía, las de El Infierno y del Purgatorio. De la Cruz no solo fue pintor, sino también maestro. Murió en 1647, para ese tiempo ya pintaba Miguel de Santiago.

Las obras de este pintor en los templos y claustros de San Agustín fueron consagradas. Fue uno de los pintores quiteños más solicitado y el de mayor autoridad. Su amigo allegado, discípulo y colega Nicolás Javier de Goríbar fue quien perpetuó con su legado.

Debieron pasar muchos años para que nuevas figuras en el arte de la pintura surgieran. En el siglo XVIII Bernardo Rodríguez se destacó más allá que por el detalle; por la composición de los conjuntos. Él le dio rasgos singulares a la pintura quiteña.

Manuel Samaniego, contemporáneo de Salas, Riofrío y Díaz. Fue la última figura de la Escuela Quiteña en el siglo XVIII y XIX; pintor y escultor que ganó mucha fama a nivel continental. A su cargo estaba en 1797 la construcción del retablo mayor de Santa Clara y pintó muchos cuadros de varias Iglesias. Se caracterizó por representar nuevos temas, especialmente paisajes nacionales plenos de bucolismo. Fonsal (2007)

El objetivo en general de la pintura ecuatoriana fue alimentar la fe católica del pueblo. Para Vargas (1982, p.188) “La pintura en función de propaganda espiritual, aprovecha las piedras lisas de montes y valles para dibujar imágenes de Cristo o la Virgen”

Para lograr policromía y adquirir oro y plata molidos; los pintores requerían materiales costosos que se los usaba para dar un fondo antes de aplicar el color en los siglos XVI y XVII. En ese entonces, el tema religioso era de vital importancia para el pueblo; por tanto que el dinero se lo obtenía de la población católica cuando compraban las imágenes por el hecho que las consideraran milagrosas.

Para empezar con una obra de pintura usualmente se trazaba un dibujo lineal hecho a carboncillo; éste se diluía en los contornos y por medio del sombreado, se sabía dónde estaban los volúmenes. Una vez marcados los volúmenes; se aplicaban los colores al óleo. La pintura se lograba además en combinación de pigmentos molidos más aceite de linaza.

La principal inspiración de los pintores fue la religión. En esta temática de la pintura, los artistas de la época se dedicaron a la representación de la Virgen. Según afirma Vargas, la Virgen estaba acompañada de una vestimenta española, con diadema, orlas y adornos dorados.

Subsiguientemente, Rafael Salas, tiempo después con Rafael Troya y Luis Martínez; empezaron a manifestar el paisaje ecuatoriano los cuales hicieron retratos del indio y la interpretación de aspectos de folklore popular.

“En una colección de cuadros costumbristas aparece el indio en todas sus facetas. El indio de las diferentes zonas del Oriente que salía a Quito con su típico vestido, mereció de Pinto su representación característica. En cuanto al indio de la región interandina, no hay aspecto folklórico que hubiese evadido a la mirada curiosa y afectiva del artista. Sus acuarelas figuraron al indio vendedor de toda clase de objetos y comestibles: al aguatero, al pastor, al peón, al danzante, al disfrazado, al músico, al fiestero, etc.” (Vargas, 1960, p.244).

No cabe duda que la naturaleza paisajística ecuatoriana sirvió de inspiración para los artistas. Para el arte; “significó la vista de la naturaleza introducida como fondo de sus cuadros por los pintores italianos del Renacimiento” (Vargas, 1978, p.169).

Según afirma Vargas (2000), Guillermo Olgieser pintor europeo nacionalizado en Ecuador, fue el que más se compenetró con la naturaleza quiteña. La mayoría de los impresionistas interpretaban a la naturaleza en función de los aspectos que asigna el estudio de la luz. Paul Cezanne, pensaba que para pintar un paisaje se tener un amplio conocimiento de las bases geológicas.

“En lugar de ocupar colores previamente mezclados en la paleta, decide emplear la técnica de la “división del tono”, es decir, el empleo de los colores puros en el cuadro para que sea nuestra retina la que realice la fusión y cree el nuevo color” Angulo(1954, p.69).

Referente a las técnicas para la pintura en general, se emplearon los encarnes, en los que fueron necesarios los colores rosados, encorca y bermellón, junto a una tinta oscura, ocre quemado, entre otros.

“La evolución de las técnicas del siglo XVI hasta principios del XIX es apenas perceptible, y los cambios presentados se debieron principalmente a la necesidad de adaptarse a la disponibilidad de materiales” (Escudero, 1990-1991, p.19).

El origen de los estilos y tendencias nacieron en los talleres. Las técnicas utilizadas eran transmitidas de maestro a alumno, el aprendiz aplicaba los conocimientos en sus obras, de manera muy similar.

En cuestión a los retratos femeninos; los encarnes se utilizaron con rosado amarillo y tinta azul, los cabellos en sombra parda; y tinta china elaborada bajo un proceso manual y natural después de un tiempo, con té negro, corcho de vino o e incluso de guaranga.

“Se muele todo junto para lo cual batirá claras de huevo poniendo en esto aguardiente de Castilla, tal cual gota, esto bien batido y moliendo el negro con el dicho aceite de huevo, de modo que no agüe, que esté bien espesa, tanto para sacar a de estar a modo que se pegue la moleta en la piedra y sacar en una tabla y ya que haya oreado, irás cortando con alambre o cerda de caballo, cuadraditos o como quisiere...” (Vargas, 1960, p.410).

Debido q que la Colonia estaba bajo el temple de la Iglesia, ésta prohibía el estudio y ejecución del desnudo. Tanto la pintura española y ecuatoriana se mantuvieron reservadas en este sentido, realidad distinta con la pintura italiana. Lo mismo sucedió con los animales; no todos eran bien concebidos. Exceptuando al asno y el buey en los cuadros del Nacimiento según Vargas.

Por su parte; la pintura como profesión especializada organizó su cofradía. El patrono de la misma era San Lucas, que también ejerció la pintura. Tal cofradía organizaba una celebración anual como todas y con sus debidos priostes. El Delegado llevaba las cuentas de la Cofradía. Por varios años fue Bernardo de Legarda, pintor y escultor.

A fines del siglo XVIII, el pintor Manuel Samaniego hizo una recopilación de experiencias y conocimientos en el llamado “Tratado de pintura”, para dar pautas técnicas en la representación de escenas piadosas y lineamientos para el correcto logro de colores.

Dos fueron los elementos más trascendentes en el desarrollo de la pintura quiteña. El primero fue el uso de un elemento sobre el que se realizare la pintura; el soporte, éste usualmente era de madera, lienzo (algodón, lino y cáñamo), metal, mármol,

papel y cuero. El otro fue la imprimación o capa de preparación del soporte que le protege del medio ambiente.

M. Samaniego en su tratado; recomendó que sería necesario perfilar el dibujo, encontrar las sombras, incorporar medias tintas, todo esto para mostrar la sutileza del artífice. A decir de Vargas, todas estas recomendaciones fueron relevantes pues sirvieron incluso para reflejar sentimientos y virtudes del ser humano. Los artistas hallaron en la pintura una manera de expresión por medio de imágenes, por citar un ejemplo, fue así como representaron LA ESPERANZA:

“Una doncella vestida de verde, coronada de flores de almendras sobre el corazón, la cara al cielo y en la mano siniestra una Ancla; el vestido verde, la esperanza de las hierbas y su fruto; las almendras anticipan las otras; el ancla, seguridad para rehuir a los accidentes de los ojos al Cielo en que tiene confianza con afecto del corazón en que pone la mano al pecho” Vargas(1960, p.422).

Actualmente la ciudad se presenta rica en policromía. En efecto, los interiores de los recintos conventuales ostentan una variada muestra de pintura mural, germen de la manifestación artística del hombre”(Anónimo, 1991, p.24).

La pintura de hoy en día, según Terán, demuestra las “costumbres, personajes populares ataviados con vestiduras propias de su condición, frutas, flores, aves y animales nativos, danzan en una interminable comparsa multicolor. Es el advenimiento de una nueva era artística: la supremacía del costumbrismo, fuertemente afianzado en un sentido nacionalista” Escudero (1990-1991, p.25).

Si bien ya hemos señalado a Escuela Quiteña de Artes y su función, en torno a la pintura; la enseñanza duraba alrededor de cuatro años. Los alumnos ingresaban de



aprendices; su permanencia consistía en un estipulación muchas veces, en este se especificaban según Terán, las labores que debían realizar: fabricación de pinceles, lavado y molido de pigmentos y preparación de los soportes.

Los alumnos no percibían ningún salario. De todas maneras, una vez en la Escuela ellos recibían instrucción, hogar y a su vez alimentación. Posteriormente, una vez aprobado un examen, los aprendices obtenían su título de los maestros de pintura y entonces estaban ya listos para trabajar de manera independiente.

## 2.6.1 Principales obras antecesoras y partícipes

**TABLA 5 Principales obras antecesoras y partícipes, Iglesias, conventos y monasterios**

Sitio	Nombre Obra	Autor
<b>Siglo XVI</b>		
Iglesia de Santo Domingo	<i>Nuestra Señora del Rosario</i>	Fray Pedro Bedón
Capilla del Rosario	<i>Virgen de la Escalera</i>	Fray Pedro Bedón
Iglesia de Santo Domingo	<i>La Señora de la Sonrisa</i>	Fray Pedro Bedón
Monasterio de Santa Clara	<i>Virgen de Chiquinquirá</i>	Fray Pedro Bedón
Iglesia de Santo Domingo	<i>San Pedro Mártir de Verona</i>	Fray Pedro Bedón
Iglesia de Santo Domingo	<i>San Nicolás de Tolentino</i>	Fray Pedro Bedón
Iglesia de Santo Domingo	<i>San Pío V</i>	Fray Pedro Bedón
Iglesia de Santo Domingo	<i>San Antonio de Florencia</i>	Fray Pedro Bedón
Iglesia de San Francisco	<i>La Virgen de la Antigua</i>	Fray Pedro Gosseal
Iglesia de San Francisco	<i>San Pedro y San Pablo</i>	Fray Pedro Gosseal
Iglesia de San Francisco	<i>Los Altorrelieves del Altar Principal</i>	Fray Pedro Gosseal
Iglesia de San Francisco	<i>La serie de los Santos Terciarios</i>	Fray Pedro Gosseal
Iglesia de San Francisco	<i>Nuestra Señora Virgen de los Remedios</i>	Fray Pedro Gosseal
<b>Siglo XVII</b>		
Convento de San Francisco	<i>San Luis Rey de Francia</i>	Andrés Sánchez Galque
Convento de San Francisco	<i>Doña Juana</i>	Andrés Sánchez Galque
Convento de San Francisco	<i>Fernando Rey de Portugal</i>	Andrés Sánchez Galque
Convento de San Francisco	<i>Isabel Emperatriz de Alemania</i>	Andrés Sánchez Galque
Convento de San Francisco	<i>Retratos de Sancho y Sancha</i>	Andrés Sánchez Galque
Iglesia de la Compañía	<i>San Ignacio de Loyola</i>	Hernando de la Cruz
Iglesia de la Compañía	<i>El Infierno(réplicas)</i>	Hernando de la Cruz
Iglesia de la Compañía	<i>El Juicio Final(réplicas)</i>	Hernando de la Cruz
El Carmen Alto	<i>San José</i>	Hernando de la Cruz
San Agustín	<i>La Regla</i>	Miguel de Santiago

San Agustín	<i>La vida de San Agustín</i>	Miguel de Santiago
Iglesia de Guápulo	<i>La serie de los Milagros de Nuestra Señora de Guápulo</i>	Miguel de Santiago
Iglesia de Guápulo	<i>Nuestra Señora de Guápulo</i>	Miguel de Santiago
Convento de San Francisco	<i>Serie sobre la Doctrina Cristiana</i>	Miguel de Santiago
<b>Siglos XVII-XVIII</b>		
Iglesia de la Compañía	<i>La serie de los profetas (1718)</i>	Nicolás Javier Goribar
San Agustín	<i>El Cristo coronado de las espinas</i>	Nicolás Javier Goribar
Guápulo	<i>Virgen del Pilar</i>	Nicolas Javier Goribar
<b>Siglo XVIII</b>		
Iglesia de San Francisco	<i>El Descendimiento</i>	Bernardo de Rodríguez
Iglesia de San Francisco	<i>San Camilo de Lelis</i>	Bernardo de Rodríguez
Iglesia de San Francisco	<i>Inmaculada coronada por la Santísima Trinidad</i>	Bernardo de Rodríguez
Iglesia de la Catedral	<i>Asunción de la Virgen</i>	Manuel de Samaniego y Jaramillo
<i>Monasterio de Santa Catalina</i>	<i>Alegoría del Valor del Rosario</i>	<i>Manuel de Samaniego y Jaramillo</i>
Iglesia de la Catedral	<i>La Última Cena</i>	Manuel de Samaniego y Jaramillo
Iglesia de la Catedral (Mural)	<i>Jesus y la Samaritana</i>	Manuel de Samaniego y Jaramillo
Capilla del Convento Mercedario de El Tejar	<i>Los Ejercicios de San Ignacio</i>	Francisco Albán
Claustro de El Tejar	<i>La vida de San Pedro Nolasco</i>	Francisco Albán
Iglesia del Sagrario	<i>La Negación de San Pedro</i>	Francisco Albán
Cúpula Iglesia del Sagrario	<i>Escenas del antiguo y nuevo testamento</i>	Francisco Albán
Iglesia El Tejar	<i>Lienzos de la vida de San Pedro Nolasco</i>	Francisco Albán
Recoleta El Tejar	<i>Virgen La Merced</i>	Francisco Albán
Iglesia de la Catedral	<i>Sagrada Familia</i>	Francisco Albán
Iglesia de la Compañía	<i>San Ignacio</i>	Antonio Astudillo
Convento de El Tejar	<i>Retrato Ilmo. Sr. José María Estévez</i>	Antonio Salas
Convento de El Tejar	<i>Virgen de la Merced</i>	Antonio Salas
Convento de El Tejar	<i>Sagrado Corazón de Jesús</i>	Antonio Salas
Iglesia de la Catedral	<i>San Jerónimo</i>	Antonio Fernández

**TABLA 6 Principales obras antecesoras y partícipes, Museos**

Sitio	Nombre Obra	Autor
<b>XVII</b>		
Museo de Arte Colonial Casa de la Cultura Ecuatoriana	<i>La Primavera</i>	Miguel de Santiago
Museo de Arte Colonial Casa de la Cultura Ecuatoriana	<i>El Invierno</i>	Miguel de Santiago
Museo Municipal de Quito	<i>Inmaculada Eucarística</i>	Miguel de Santiago
Museo de Arte Colonial Casa de la Cultura Ecuatoriana	<i>Inmaculada Eucarística</i>	Miguel de Santiago
<b>XVII-XVIII</b>		
Museo Jijón y Caamaño	Muerte de San Francisco Javier y El Buen Pastor	Nicolas Javier Goribar
Museo de Santo Domingo	Serie de los Reyes de Judá	Nicolás Javier Goribar
<b>XVIII</b>		
Museo de Arte Colonial Casa de la Cultura Ecuatoriana	Betavus	Bernardo de Rodríguez
Museo de Arte Colonial Casa de la Cultura Ecuatoriana	La Flagelación	Bernardo de Rodríguez
Museo de Arte Colonial Casa de la Cultura Ecuatoriana	Serie de los Milagros de San Antonio de Padua (12 pinturas)	Bernardo de Rodríguez
Museo del Banco Central del Ecuador, Quito.	<i>San Eloy, patrón de los plateros.</i>	Bernardo de Rodríguez
Museo del Banco Central	<i>La Divina Pastora con un donante</i>	Manuel de Samaniego y Jaramillo
Museo del Banco Central	<i>La Divina Pastora</i>	Manuel de Samaniego y Jaramillo
Museo del Banco Central	<i>La Divina Pastora</i>	Manuel de Samaniego y Jaramillo
Museo Jijón y Camaaño	<i>La Divina Pastora</i>	Manuel de Samaniego y Jaramillo
Museo del Banco Central	<i>El Divino Pastor</i>	Manuel de Samaniego y Jaramillo
Museo del Banco Central	<i>El Buen Pastor</i>	Manuel de Samaniego y Jaramillo
Museo del Banco Central	<i>La Virgen Inmaculada</i>	Manuel de Samaniego y Jaramillo
Museo del Banco Central	<i>La Virgen Inmaculada</i>	Manuel de Samaniego y Jaramillo
Museo de Arte Colonial Casa de la Cultura Ecuatoriana	<i>Apoteosis de la Virgen Inmaculada</i>	Manuel de Samaniego y Jaramillo

Museo de la Merced	<i>La Coronación de la Virgen</i>	Manuel de Samaniego y Jaramillo
Museo de San Francisco	<i>El Sueño de Jacob</i>	Manuel de Samaniego y Jaramillo
Museo de San Francisco	<i>Fray Jodoco Ricke bautiza a los indios</i>	Antonio Astudillo

**Fuente:** Elaboración Propia a partir de INPC (2011)

**TABLA 7 Cronología de la Pintura**

<b>CRONOLOGÍA PINTURA</b>	
<b>Siglo XVII</b>	<b>Temas y Representaciones Iconográficas</b>
<p><b>Siglo XVI</b></p> <p>Las pinturas de esta época se denominan coloniales porque fueron producidas durante el tiempo de presencia española en América. Los artistas de este siglo plasmaron temas religiosos y paganos de acuerdo con los requerimientos y necesidades de las comunidades religiosas para propagar la fe, mediante el adoctrinamiento y la catequización, como un catecismo visual.</p> <p>Las pinturas del siglo XVI tienen influencia del manierismo, que floreció en Italia en el siglo XVI. Es un movimiento artístico de transición entre el Renacimiento y el Barroco.</p>	<p>Por lo general, fueron temas religiosos con la finalidad de propagar la fe cristiana al pueblo. Se usaron modelos de estampas y grabados con influencias flamencas, italianas y moriscas traídos de Europa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Se pintaron principalmente imágenes de santos, santas, cristos, vírgenes, ángeles y una serie de reyes e infantas que actualmente se encuentran en el museo franciscano.</li> <li>– Las imágenes por lo general fueron pintadas hieráticas y con poco movimiento.</li> <li>– Las imágenes presentaban poca expresividad en el rostro y tenían un estudio anatómico básico.</li> <li>– Las imágenes tuvieron pocos elementos iconográficos</li> </ul>
	<b>Técnicas</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– La técnica utilizada por los artistas en las pinturas del siglo XVI fue el óleo. Los artistas preparaban sus propios materiales pictóricos, moliendo los pigmentos de origen vegetal y/o mineral en un mortero y los aglutinaban con aceite de Linaza y esencia de trementina.</li> <li>La base de preparación era el albayalde (carbonato básico de plomo) y, en ciertas ocasiones, era mezclada con pigmentos de colores rojizos, negros o amarillos, para oscurecer la pintura.</li> <li>– La gama de colores fue limitada. Los colores predominantes fueron ocre, grises y cafés rojizos. Para los barnices, se usaron resinas.</li> </ul>
	<b>Principales exponentes</b>
	<p>La mayoría de las pinturas del siglo XVI fueron anónimas; solo unas pocas fueron firmadas.</p> <p>El principal exponente de la pintura colonial fue Andrés Sánchez Gallque. Una de las pinturas más valiosas de este artista es <i>Los negros de Esmeraldas</i>, que se encuentra en el Museo de América, en la ciudad de Madrid, en España.</p>

<p>Las tendencias artísticas europeas se asimilaron con fuerza en los siglos XVII y XVIII y a la vez se combinaron con rasgos locales. La construcción de iglesias y conventos provocaron una enorme demanda de obras de arte, que coincidieron también con la organización del gremio de pintores. Se superaron los modelos de tradición manierista en beneficio de la implantación del naturalismo.</p> <p>A partir de la segunda mitad del siglo XVII, las pinturas se desarrollaron con mayor destreza y las formas fueron más dinámicas.</p> <p>Las obras pictóricas fueron de mejor calidad artística y se utilizó la perspectiva. Los fondos planos cambiaron, permitiendo el apareamiento de arquitecturas o paisajes</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Algunas pinturas manejaron el tenebrismo (claroscuro).</li> <li>– Predominaron los temas religiosos y paganos con características simbólicas y atributos en los personajes para que los fieles los identificaran con facilidad. Muchos temas fueron pintados en series, con la intención de catequizar.</li> <li>– Los personajes tuvieron expresiones más naturales y se incorporaron rasgos mestizos.</li> <li>– Algunos artistas pintaban figuras en primer plano, con fondos de estructuras arquitectónicas o paisajes, por ejemplo Miguel de Santiago</li> </ul>
	<b>Técnicas</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Se continuaron pintando cuadros al óleo.</li> <li>– Aparecieron pinturas del claroscuro (tenebrismo).</li> <li>– La gama de colores fue variada; los colores más utilizados fueron los ocre y verdes.</li> <li>– Se mantuvo el uso del albayalde en la base de preparación y de las resinas naturales para el barniz</li> </ul>
	<b>Principales exponentes</b>
	<p>A partir del siglo XVII, surgieron grandes exponentes de la pintura, tanto por la calidad de su conjunto como por la personalidad de sus autores.</p> <p>A finales del siglo XVII y principios del XVIII, se destacaban como pintores Miguel de Santiago y Nicolás Xavier Goríbar.</p> <p>De entre las obras de esa época, sobresale la serie de la vida de San Agustín realizada por Miguel de Santiago, que actualmente se encuentra en el Convento de San Agustín</p>

CRONOLOGÍA PINTURA	
<p><b>Siglo XVIII</b></p> <p>El siglo XVIII representó un mayor esplendor para la Escuela Quiteña, tanto en pintura como en escultura, pues existieron mayores aportes locales.</p>	<p><b>Temas y Representaciones Iconográficas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Se continuó con la temática religiosa y profana; se pintaron miniaturas y retratos.</li> <li>– Las escenas fueron representadas con gran naturalidad y con contrastes lumínicos.</li> <li>– Los personajes tuvieron mayor movimiento y se evidenciaba un buen estudio de la anatomía.</li> </ul>
	<p><b>Técnicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Se continuó con la técnica tradicional de la pintura al óleo y las técnicas mixtas, es decir con la mezcla de dos técnicas pictóricas, como por ejemplo el óleo con el temple.</li> <li>– Se utilizaban colores intensos como rojo, azul, verde y amarillo. Además, comenzaron a aparecer las decoraciones con dorados en los ropajes de los personajes, aureolas, corona y rayos, como en las pinturas de la Virgen y los santos.</li> <li>– El trazo en el dibujo y las pinceladas fueron más delicadas y las escenas fueron representadas con gran naturalidad, con contrastes lumínicos.</li> <li>– Se destacaron los encarnes en los rostros y aparecieron las veladuras (transparencias) en los atuendos de los personajes</li> </ul>
	<p><b>Principales exponentes</b></p>
	<p>En este siglo, se destacaron Bernardo Rodríguez (1666-1740) y Manuel Samaniego y Jaramillo, Nicolás Javier Goríbar, Antonio Astudillo, Antonio Salas, entre otros.</p>

**Fuente:** Elaboración Propia a partir de INPC (2011)

## 2.7 Escultura

“La escultura quiteña es la hija del acertado maridaje de dos colosos: España la de la reconquista y Quito la de los señores étnicos. Paisaje, raza, y espíritu quiteños, fecundaron en su matriz la simiente trasplantada por los advenedizos de allende los mares, por aquellos hombres que con coraje y valentía trajeron a estas tierras, la cultura renacentista de Occidente. España fue el padre y Quito fue la madre; encarnado los conocimientos plásticos importados, con la habilidad y fuerza vital típicamente propios, quiteñizaron el arte” Escudero (2007, p.55).



La escultura tiene su origen en la imaginería. Tras la conquista espiritual de América, Felipe II dispuso un decreto con respecto al culto de los santos y uso de las imágenes. “Que se debe tener y conservar, principalmente en los templos, las imágenes de Cristo, de la Virgen Madre de Dios y de otros santos, y que se les debe dar el correspondiente honor y veneración, no porque se crea que hay en ella divinidad o virtud alguna por la que merezcan el culto, o que se las deba pedir alguna cosa, o que se haya de poner la confianza en las imágenes, como hacían en otro tiempo los gentiles, que colocaban su esperanza en los ídolos; sino porque el honor que se da a las imágenes, se refiere a los originales representados en ella” Vargas, (1960, p.118).

La necesidad de adorar y amar a Dios a través de las imágenes y de practicar la piedad una vez que llegaron al Nuevo Mundo, los misioneros suscitaron la instrucción religiosa a través de estas figuras. “En los alardes de pasajeros para América constan referencias concretas a imágenes de Cristo y de la Virgen, procedentes de los talleres de Sevilla” Vargas (1960 p.119).

De la posesión del mismo rey Carlos V, El Padre Francisco Martínez Toscano quién era sucesor del Padre Montenegro, se trasladó a Quito, la imagen de nuestra Señora del Rosario para la Iglesia de Santo Domingo. Así como ésta fueron transportadas otras más.

Según Santo Tomás Moro “las imágenes de Cristo y de los Santos los ha aceptado la Iglesia por tres motivos: Primero, para instruir a los rudos, que se sirven de las representaciones como de las páginas de un libro; segundo, para afianzar, con su espectáculo continuo, en la memoria el misterio de la encarnación y los

ejemplos de los Santos; y tercero, para estimular la devoción, que se insinúa el alma por la vista mejor que por el oído” Vargas, (1949, p.63).

La imaginería debe interpretar las verdades para hacerlas asequibles y plasmar las representaciones para que impresionen y conmuevan. Por tan importante labor, el pueblo español hizo de este arte, la expresión del alma nacional y para representarla se valió de la Escultura. “Más práctico que metafísico, más concreto y realista que amante de la abstracción, halló en la escultura el medio de plasmar sus ensueños religiosos, de dar perfil humano a los episodios divinos, de encarnar las prácticas de la ascética, de escenificar el nacimiento y la pasión de Cristo, de vivir su religión a través del culto a sus imágenes” (Vargas, 1949, p.63).

Por ser el arte una necesidad fue relevante introducirlo a través de la pedagogía. En el caso de la imaginería, el autor dice que desde la época de la llegada de los españoles ya se utilizaban las imágenes. En 1570, la Diócesis dispuso características generales para éstas: “...no debían ser profanas sino religiosamente representativas. Se previno a los Sacerdotes de indios que si viesen que tuvieren crucifijos e imágenes de Nuestra Señora o de los Santos les den a entender que aquellas son una manera de escritura que representa y da a entender a quién representa y que les han de tener en mucha veneración y cuando rezaren a las imágenes pasen adelante con el entendimiento a Dios, a Santa María y a los Santos...” (Vargas, 1949, p.64).

Los protagonistas de estas obras fueron maravillosos escultores imagineros de madera que usaron las técnicas del encarnado y estofado, por lo que demandaron de la asistencia de los maestros pintores. Implantaban contratos en los que se estipulaban detalladamente cada uno de los acabados que el cliente solicitaba.

Uno de esos ejemplos fue el contrato de Diego Valentín Díaz y Gregorio Fernández para la Sagrada Familia de la Cofradía de la Pasión de Valladolid.

“Primeramente las encarnaciones de todas tres figuras mate dando a cada una el color de la encarnación que convenga conforme a la parte, del niño como niño y la Virgen imitando a la encarnación de San José como hombre, diferenciando como más convenga: pintando los ojos en cristal y retocando los cabellos de la imagen del niño con oro molido y los del santo con color, de suerte que queden muy bien plateados...” (Vargas, 1960, p.126).

La escultura viene del término esculpir es decir, “restar volumen a una materia sólida para configurar, mediante decidido esfuerzo, una imagen interna” (Vargas, 1978, p.180).

La imitación de modelos y cánones europeos fue la práctica artística de los indígenas en los primeros años. Sin embargo, con el paso de los años, en los talleres y obradores quiteños “se produjeron imágenes de gran calidad, con personalidad propia y características estilísticas unitarias en el conjunto, la “escuela quiteña””(Escudero, 2007, p.5).

La religiosidad que se moldeó con la llegada de la religión católica en el Ecuador requería de imágenes para colonizar esta vez la fe de los nuevos adeptos. Para manifestar a estas necesidades devocionales se constituyeron talleres. Inicialmente la escultura se trabajaba en madera, ya que no había mármol y la piedra no resultaba apropiada para esculpir finamente.

Se empezaba la obra primero con el proceso de doración de la estatua con oro laminado, después se la bruñía con el fin de otorgar un abrillantamiento superior al oro, y se pintaba; luego, con una punta de metal, se limaba para dar la

aparición del oro situado en el fondo. Tales líneas finas de oro originaban un resultado bellísimo y de exclusiva riqueza. Escudero X. (2007)

La manufactura de las esculturas quiteñas en madera policromada era de semejante reconocimiento, que no estaban para decorar las iglesias y conventos quiteños, además la firma se expandió por regiones tales como Perú, Colombia, Cuba, Chile, México, Venezuela, Panamá, Italia y España. Escudero X. (2007)

Escudero menciona que a pesar de que este arte andino fue clásicamente de influencia europea, el sello quiteño es extremadamente notorio primordialmente en escultura, donde las imágenes religiosas están representadas con fidelidad los mandatos iconográficos, éstos reflejan el rasgo socio racial de la sierra fruto del mestizaje.

La escultura de Quito como ya se ha mencionado inicialmente; es una mezcla de elementos manieristas, mudéjares con platerescos y barrocos.

En el caso del manierismo; éste pronuncia el cambio de mentalidad occidental en el siglo XVI, contrario al barroco que pronuncia un lenguaje puro de religión católica. Los españoles Diego de Robles y Luis de Rivera, fueron los primeros escultores que forjaron sus nombres en la escultura colonial quiteña de esta época. La escultura quiteña de aquellos años se caracterizó por su minimalismo; no exenta de rigidez.

“El siglo XVI estaba animado de un espíritu religioso de sentido comunitario y de interés docente. Los artistas, llamados entonces artesanos, sin exigencias de carácter económico, consagraban su esfuerzo a interpretar y dirigir la piedad del pueblo” Escudero (2007, p.57).

Tres clases de escultores se distinguieron para el siglo XVII en Quito : los iniciales compuestos por el maestro escultor y sus aprendices, quienes labraban, moldeaban, revestían la madera y doraban los retablos. El segundo grupo había estado compuesto por el maestro imaginero y sus oficiales, su trabajo era la policromía de imágenes de devoción popular y a la talla. Posteriormente está el grupo del tallador y sus ayudantes, quienes se dedicaban a los relieves mayoritariamente.

Aparece un gran escultor, Padre Carlos. Había un escultor que podía plasmar elementos dolorosos y dramáticos. “Escultores y talladores barrocos lucieran con libertad su imaginación creadora. En los cielos rasos se tallaron encaprichados artesonados mudéjares: San Francisco, la Catedral, Santo Domingo; las columnas se embellecieron con resaltes de figuras geométricas y lazos realizados en estuco y aplicados; arcos y bóvedas se cubrieron con artesones de estuco dorados” (Rodríguez, 1993, p.70).

Fue necesario que transcurrieran 200 años para que la imaginería mestiza realizara sus propias obras. En el siglo XVIII la escultura criolla obtuvo fuerza, originalidad y se independizó. Por primera vez el artista fue capaz de expresarse de modo independiente, se liberó de los rígidos lineamientos contrarreformistas.

Esta permutación, dio inicio la luz, el movimiento y el color. En este periodo fue que la escultura quiteña se elevó en su máximo esplendor, sobrepasó a la pintura. La Escuela Quiteña testificaba su personalidad y multiplicaba obras de carácter muy original e imponente, éstas llamaban la atención del mundo, para Hernán Rodríguez (1993), la Virgen de Legarda es una de las obras más substanciales.

En la escultura quiteña neoclásica predominaron apliques sobre tableros recubiertos con pan de oro, combinado con esmaltes blanquecinos vetados, según Escudero.

Debido a que eran considerados trabajos de taller; los escultores no solían firmaban sus obras. Su objetivo era únicamente glorificar a Dios, demostrando desinterés en plasmar su nombre, no existía vanagloria. Como afirma Escudero, la escultura se transformó así en un arte anónimo por excelencia.

“Fueron, en gran parte, manos sin nombre las que realizaron lo que llamamos el arte colonial”, escribió Filoteo Samaniego en 1993 cuando era embajador de Ecuador en El Cairo, Egipto.

Para Escudero; El escultor tenía dotes de carpintería para que la construcción de su obra desde el principio esté de acuerdo al croquis, trabaje adecuadamente la madera y la ensamble; el diseño se lo aplicaba usando moldes sobre la pieza de madera preparada. A parte que el dibujo técnico les ayudaba a la concepción de ideas, con ello resolvían la división de rectas, circunferencias, polígonos y ángulos.

La madera después de las calcas era sometida al picado con formones y gubias a golpe de mazo para pulir y tener acabados de primera.

“El oro (amarillo o blanco) y la plata, fundidos y modelados hasta ser transformados en láminas extremadamente delgadas (pan) por los batihojas eran aplicados de dos maneras diferentes que no han variado desde el siglo XVI hasta el presente: 1. Oro al agua y, 2. Oro al barniz o a la mixtión. La primera era y es la más común” (Escudero, 2007, p.103).

Hoy en día la elaboración ojos de vidrio tipo cascarón con el proceso tradicional continúa. Se calienta un ladrillo al fuego, en la mitad anteriormente se hace una concavidad circular del tamaño del globo del ojo, prontamente se coloca sobre esta superficie un pedazo de vidrio, preferible de foco, al fundirse por el consecuencia del calor gana la forma deseada.

En la escultura, como en el resto de las artes, se aplicaron varias técnicas como la policromía, el encarnado y el estofado. La primera se lograba a través de pintar y decorar una estatua o un relieve con varios colores.

El encarnado consistía en dar a la imagen el color de carne en el rostro y demás partes del cuerpo. Para conseguir el terminado brillante del encarne, en el arte quiteño se empleaba la vejiga del borrego.

“Esta, cubriendo las cerdas largas de un pincel, mojada en agua, era nuevamente humedecida con saliva, se frotaba la superficie ya pintada, fundiéndose los colores. Como resultado se obtenía un bruñido (grado superlativo de pulimiento) sumamente atractivo. Mientras que el estofado fue una técnica que simulaba las suntuosidades del brocado en el vestuario de las imágenes, dibujando flores y arabescos con pan de oro y óleo rojo, verde, amarillo y azul sobre amplias zonas y cenefas ya coloreadas” (Escudero,2007, p.108).

Aproximadamente en 1700-1800, la escultura se caracterizó por el preciosismo y el lujo estético de decoración. Esta época fue la era del color, las imágenes demostraron un ropaje de riqueza tonal.

La decoración de las iglesias se las realizaba bajo un concepto de rápida comprensión de la doctrina cristiana; “como por ejemplo, la representación de ángeles de tez oscura, pómulos pronunciados y cabellera larga de color

negro, adornados con tocados, collares y zarcillos, fisonomía y atavío totalmente andinos”(Escudero, 2007, p.95). La especialización quiteña fue la escultura religiosa.

Acerca de los escultores quiteños muy poca o ninguna documentación ha sobrevivido excepto por algunos nombres estelares como el de Bernardo de Legarda, hombre multifacético que se dedicó a la escultura, imaginería, orfebrería y pintura. Fue el artífice del siglo de oro en la escultura quiteña, maestro que dirigía a doradores, policromadores y talladores y que también pintaba y esculpía.

En 1734 talló una Inmaculada para el nicho central del retablo de la iglesia de San Francisco. No solo se dedicó a crear, sino también a enseñar. Su casa, situada al frente de la plaza de San Francisco se convirtió en uno de los más importantes talleres de la época. Entre los años de 1748 y 1751 dibujó y talló el retablo mayor de La Merced.

La escultura más representativa es la versión de la Inmaculada con alas. En 1762, Legarda fue elegido como síndico del gremio de los escultores y pintores. En el Libro nuevo de Recibo de la Cofradía de Nuestra Señora del Rosario consta como uno de los veinticuatro notables de la capital, junto a condesas, marqueses y condes.

Otra de las figuras importantes de este arte fue Manuel Chili, más conocido como Caspicara a quien la historia le atribuye grandiosas imágenes religiosas. Una de sus obras es la Virgen del Carmen, la cual se encuentra en el museo franciscano Fr. Pedro Gocial. Esta obra se caracteriza por sus perfectas proporciones atómicas, por su talla pictórica, su encarnación porcelanizada y expresión



humanizada. Para Escudero, parecería que Caspicara hubiese conocido la moda italiana sin previas escalas en España.

“La escultura quiteña de la Colonia no puede entenderse sino como una Escuela, con todo lo que ello implica, es decir, lo que los antiguos traspasan a los nuevos” (Rodríguez, 1993, p.81).

Caspicara aprendió mucho de Legarda y llevó la escultura quiteña desde donde la había dejado el maestro.

### 2.7.1 Principales obras partícipes

**TABLA 8 Principales obras partícipe- Iglesias, conventos y monasterios**

Sitio	Nombre Obra	Autor
<b>XVI</b>		
Iglesia de San Francisco	<i>San Antonio de Padua y San Diego de Alcalá</i>	Fray Pedro Gosseal
Claustro de San Francisco	<i>Nuestra Señora Virgen de los Remedios</i>	Fray Pedro Gosseal
Iglesia de Guápulo	<i>Virgen de Guadalupe</i>	Diego de Robles
Iglesia de San Francisco	<i>Remate del retablo mayor</i>	Diego de Robles
Convento de Santo Domingo	Santiago el Menor	Diego de Robles
Convento de Santo Domingo	Relieve de San Pablo	Diego de Robles
Iglesia de San Francisco	<i>El Bautismo de Cristo</i>	Diego de Robles, Luis de Ribera
<b>XVII</b>		
Convento de Santo Domingo	<i>Santo Domingo de Guzmán</i>	Padre Carlos
Iglesia de la Compañía	<i>El Calvario</i>	Padre Carlos
Iglesia de San Francisco	<i>San Pedro de Alcántara</i>	Padre Carlos
Iglesia de la Compañía	<i>San Francisco Javier</i>	Padre Carlos
Monasterio de San Roque	<i>Señor de la Agonía</i>	José Olmos
San Agustín	<i>Señor de la Agonía</i>	José Olmos
<b>XVIII</b>		
Iglesia de la Catedral	<i>Las Virtudes Teologales</i>	Manuel Chili (Caspicara)
Iglesia de la Catedral	<i>La Sábana Santa</i>	Manuel Chili (Caspicara)
Iglesia de San Francisco	<i>San Francisco</i>	Manuel Chili (Caspicara)

Iglesia de San Francisco	<i>Los Doce Apóstoles</i>	Manuel Chili (Caspicara)
Iglesia de San Francisco	<i>San Pedro de Alcántara</i>	Manuel Chili (Caspicara)
Iglesia de San Francisco	<i>La asunción de la Virgen</i>	Manuel Chili (Caspicara)
Iglesia de San Francisco	<i>La Impresión de las Llagas de San Francisco</i>	Manuel Chili (Caspicara)
Iglesia de San Francisco	<i>La Impresión de las Llagas de San Francisco</i>	Manuel Chili (Caspicara)
Iglesia de San Francisco	<i>Virgen del Carmen</i>	Manuel Chili (Caspicara)
Iglesia de San Francisco	<i>El Tránsito de la virgen</i>	Manuel Chili (Caspicara)
Iglesia de San Francisco	<i>Inmaculada Apocalíptica</i>	Bernardo de Legarda
Iglesia de La Merced	<i>Construcción, labrado y dorado retablo mayor</i>	Bernardo de Legarda
Iglesia de El Sagrario	<i>Mampara Labrada</i>	Bernardo de Legarda
Iglesia de Santo Domingo	<i>Mampara Labrada bajo el Coro</i>	Bernardo de Legarda
Iglesia de la Merced	<i>El Ecce Homo</i>	Bernardo de Legarda
Monasterio del Carmen Bajo	<i>Retrato Obispo Paredes de Armendáriz</i>	Bernardo de Legarda
Monasterio del Carmen Bajo	<i>Retablo de la Iglesia</i>	Bernardo de Legarda
Monasterio del Carmen Alto	<i>Dominación de la Virgen</i>	Bernardo de Legarda
Monasterio del Carmen Bajo	<i>Todas las Imágenes</i>	Sor María de San José Dávalos
Monasterio del Carmen Bajo	<i>EL Señor resucitado</i>	Sor Magdalena Dávalos
Monasterio del Carmen Bajo	<i>Santa Teresa</i>	Sor Magdalena Dávalos
La Merced	<i>Los Doctores de la Iglesia sobre pechinas</i>	Uriaco
La Merced	<i>La Trinidad</i>	Uriaco
Iglesia de la Compañía	<i>Columnas, Apóstoles y Jeroglíficos Inferiores</i>	Padre Leonardo Deubler
Iglesia de la Compañía	<i>Retablo Mayor</i>	H. Jorge Vinterer
Iglesia de la Catedral	<i>San Jerónimo</i>	Antonio Fernández

**TABLA 9 Principales obras participes- Museos**

Sitio	Nombre Obra	Autor
XVII		
Museo del Banco	Cristo Difunto	José Olmos

Central		
<b>XVIII</b>		
Museo de San Francisco	<i>El Tránsito de la virgen</i>	Bernardo de Legarda
Museo de San Francisco	<i>La Virgen del Carmen</i>	Bernardo de Legarda
Museo de Arte Colonial Casa de la Cultura Ecuatoriana	<i>Santa Rosa de Lima</i>	Bernardo de Legarda
Museo del Banco Central	<i>El Nacimiento</i>	Bernardo de Legarda
Museo del Banco Central	<i>La Divina Pastora</i>	Bernardo de Legarda
Museo del Banco Central	<i>La Madre del Amor Hermoso</i>	Bernardo de Legarda
Museo Jijón y Camaaño	<i>San Jerónimo</i>	Bernardo de Legarda

**Realizado por: el autor**

**TABLA 10 Cronología de la escultura**

<b>CRONOLOGÍA ESCULTURA</b>	
<p><b>Siglo XVIII</b> El siglo XVIII se considera el “Siglo de Oro” de la producción artística de la escuela quiteña, especialmente la escultura, se crean imágenes propias por la interpretación de los diferentes capítulos del Antiguo y Nuevo Testamento. Por ejemplo: la Virgen de Quito (Capítulo 12 del Apocalipsis de San Juan).</p>	<p align="center"><b>Temas y Representaciones Iconográficas</b></p> <p>– Los talleres tuvieron un crecimiento inusual dada la gran demanda de temas religiosos, tanto a nivel nacional como latinoamericano y europeo. América y Europa supieron admirar el talento y la habilidad de nuestros artistas. Sobre este aspecto, Navarro dice: “[...] en el transcurso de ocho años, de 1779 a 1787, se hubieron exportado, solo por el puerto de Guayaquil, 264 cajones de cuadros y estatuas y que este negocio perduro aún en la época republicana [...]”. La producción de imágenes dio lugar a cierta industrialización, al elaborar en serie elementos como máscaras de plomo, ojos de vidrio, etc.</p> <p>– Entre otras, se elaboraron básicamente imágenes con las siguientes temáticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• San Francisco</li> <li>• Santo Domingo de Guzmán</li> <li>• Asunción de la Virgen</li> <li>• San Juan de Dios</li> <li>• San Francisco con alas</li> <li>• Niños de Jesús</li> <li>• Nacimientos</li> </ul>
	<p align="center"><b>Características Generales</b></p> <p>Esta época dio lugar a magníficas escenografías, donde la teatralidad era parte fundamental en la evangelización del pueblo. Los personajes adquirieron realismo, pues se les incorporaron elementos naturales como cabellos humanos, cejas, uñas, ojos de vidrio, corazones palpitantes y se les dio movimiento en sus extremidades para situarlos en diferentes posiciones. De esta manera, el personaje cumplía una secuencia de acciones de acuerdo con el acto representado.</p>
	<p align="center"><b>Técnicas de Manufactura</b></p> <p>– Uso de aureolas y otros elementos no solamente elaborados en madera, sino que se incorporó el uso de metales y piedras preciosas.                      – Máxima expresión en movimientos corporales y de vestimenta.                      – Imágenes de proporciones naturales.                      – Encarne brillante.                      – Ojos de vidrio.                      – Uso de mascarillas de metal (plomo, plata).                      – Tela encolada.                      – Imágenes de vestir, candelero o de bulto.                      – Goznes.                      – Gran expresividad en el rostro (naturalidad y detalles).                      – Incorporación de atributos (elementos relacionados).</p>
	<p align="center"><b>Técnicas de decoración</b></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Realismo del personaje, la policromía y la decoración.</li> <li>– Los personajes adquirieron un extremo protagonismo. Fue la época de los colores llamativos, de la delicadeza del diseño, de la riqueza del pan de oro y de la plata, del apogeo del chinesco o corla y de la apariencia brillante de los encarnes.</li> <li>– En los tres cuartos de este siglo, predominó la tendencia netamente barroca y, en el último tercio, este estilo fue incorporando elementos del rococó en su decoración.</li> </ul>
	<p><b>Principales exponentes</b></p>
	<p>Entre los escultores más sobresalientes de este siglo se pueden citar a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Manuel Chili o Caspicara. La Sábana Santa de la Catedral, el Cristo resucitado (robado), el Niños Jesús, la Asunción de la Virgen, entre otras obras.</li> <li>– Bernardo de Legarda (+1773). La Virgen de Quito, el retablo mayor del monasterio del Carmen Bajo, la mampara de la iglesia de El Sagrario, etc.</li> <li>– Sor María de San José Dávalos (Riobamba, 1725-1801). Esculpió todas las imágenes del Carmen Moderno, a excepción del Señor de la Sangre de Cristo.</li> <li>– Sor Magdalena Dávalos (Riobamba). El Señor de la Resurrección y Santa Teresa, en el Carmen Moderno. – Uríaco. Doctores de las pechinas de la cúpula y La Trinidad del altar mayor de la iglesia de La Merced.</li> <li>– Padre Leonardo Deubler. Columnas, apóstoles y jeroglíficos inferiores de la iglesia de La Compañía.</li> <li>– H. Jorge Vinterer. Retablo mayor de la iglesia de La Compañía.</li> <li>– Torivio Ávila. Escultor en cera</li> <li>– Antonio Fernández. San Jerónimo y otras tallas de la Catedral</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia a partir de INPC (2011)

## **2.8 Los Oficios Tradicionales en Quito y su legado.**

“Quito, capital del Ecuador y de la provincia de Pichincha, ubicada a 13 Km, al sur de la Línea Equinoccial, al pie del volcán Pichincha y a 9200 pies (2805 m) sobre el nivel del mar”. Vargas (1982 P.23)

Las descripciones de Quito en el siglo XVIII y en la primera mitad del XIX, dan cuenta del desarrollo de lazos patrimoniales basados en la diferenciación de clases. Muestran una “ciudad plebeizada” en donde las formas culturales “escapaban de las normas” Kingman, (2008, p. 41) e incluso regulaciones de orden habitacional.

Quito es una ciudad, en suma, con un porcentaje muy importante de población flotante y sin residencia fija, a caballo entre el peonaje urbano y el rural, entre el vagabundeo y la marginación, entre el comercio informal y la práctica callejera de oficios varios. Kingman (2008, p.14)

La hacienda, la comunidad, el barrio, el grupo de parentesco o la actividad de cada individuo, delineaba un “sentido de pertenencia” entre los quiteños.

Un claro ejemplo, son las pinturas costumbristas de aquella época, en las que se describe la integración de la gente, sus relaciones y diversas ocupaciones: barbero, barrendero, cajonero, aguatero, carguero, vendedor de hierba o de leña, orientadas al registro de los tipos humanos que existieron en ese entonces, como resultado de la “búsqueda romántica del ser nacional representante de la propia diversidad, de los usos y las costumbres”. Íbidem (p. 104)

Todo un juego de relaciones se definía a partir de lo cotidiano; las personas no valían por sí mismos, sino que sobresalían por “pertenercer” a un grupo o por las redes de relaciones en las que se hallaban involucrados.

Su vida giraba en torno a una transformación cotidiana, la costumbre y el trato diario entre los distintos sectores configuraron la cultura de aquellas primeras ciudades y los oficios tuvieron gran fuerza dentro de ellas.

Se trataba de una población popular y humilde con un doble rostro: el mestizaje y el mundo indígena, ambos integrados por un carácter relativamente disperso. Y esto tanto al interior de las haciendas como de los pueblos de indios.

Las ocupaciones partían de la distinción de lo que pertenecía a lo “urbano” y a lo “no urbano”, pero así también, se reconocía a estos prestadores de servicios o gentes de oficio a ciertos grupos indígenas especializados en el comercio.

La ciudad se encaminaba al mundo rural que, constantemente, estaba direccionada a un tipo de economía regional basado en el sistema de hacienda y en el intercambio de bienes, servicios y mano de obra entre ciudad y campo.

En las zonas periféricas, al interior de las haciendas surgieron oficios especializados: planchadoras, lavanderas, jornaleros. Otros oficios se ubicaron en sectores centrales, tal es el caso de los picapedreros, alfareros, cesteros, albañiles, jardineros, arrieros. (Kingman, 2008)

Quito, poco a poco, empezó a constituirse como un “importante centro de producción de oficios” de base campesina, pero de orientación urbana y buena parte de producción industrial y de intercambio rural.

“Quito constituía un importante centro de acopio y comercialización de recursos primarios y bienes importados, así como de una producción de oficios. Buena parte de los abastos provenía de los campos de los alrededores [...] Otra parte era transportada por arrieros e indios cargueros de otras regiones y provincias o a menor proporción era arrieros e indios cargueros de otras regiones y provincias o a menor proporción era producida en las “cuadras”, “chacras” y “huertos” existentes en la misma ciudad. Kingman” (2008, p.123)

Se conoce incluso que algunas familias de artesanos que estaban ubicados hacia la periferia de la ciudad, poseían pequeños cultivos y criaban aves, cerdos, cuyes, ovejas y vacas.

En algunos casos, la actividad artesanal estaba a cargo de comunidades y familias campesinas asentadas en las cercanías de la urbe, que trabajaban temporalmente en actividades urbanas o intercambiaban sus productos en la ciudad. Las tareas en las que se ocupaban los miembros de la gente “plebe”, se realizaban en las calles, en las plazas públicas y en las puertas de las casas.

En particular, las dos plazas principales fueron la Plaza Mayor y la de San Francisco, utilizadas indistintamente como “espacios de representación de un orden jerárquico, o como espacio de intercambio y socialización entre distintos sectores”.<sup>25</sup> La



comercialización de los diversos productos agrícolas, animales y artesanales alcanzó un fuerte desarrollo en ambos lugares.

Quito, como parte de una cultura barroca daba lugar a encuentros permanentes entre los diversos estratos sociales, sincretismos, transculturaciones, cuya mejor expresión fueron los usos que se dieron a la plaza pública. Ibíden (p. 39, 40)

Entre la población indígena y mestiza surgieron comerciantes especializados que transportaban productos a la ciudad y de esa manera los arrieros empezaron a desempeñarse en Chillogallo al sur, Tumbaco y Pifo al oriente, San Antonio y Calacalí al norte.

La gente estaba acostumbrada a orientarse a actividades propias a su condición, los jardineros, barrenderos y porteros de los terratenientes eran más conocidos como los huasicamas o el cajonero, carguero, hierbero, leñador estaba representado por el indio de Nayón o Zámbez.

De esta manera el trabajo se penetraba en lo cotidiano para ponerse al servicio de la vida urbana, en la ciudad de Quito, el movimiento espacial de sus habitantes constituía una estrategia para mantenerse con vida y esto era necesario para obtener el sustento diario.

En el siglo XVIII, en los portales de la Plaza Mayor estaban ubicados negocios de cerería, confiterías, las primeras boticas y tiendas de comercio destinadas para las distintas capas sociales. Vargas (1982)

En 1833 ya era posible encontrar el registro de un buen número de inquilinos, especialmente gente con oficios (sastres, carpinteros, herreros) y abundantes vivanderas<sup>1</sup>, al igual que gente calificada como “pobre” pero a la cual no se asignaba un oficio.

Hacia 1870, en la medida en que las rentas se incrementaron, debido al fuerte desarrollo comercial y económico asentado en el centro histórico, fueron adoptando una forma monetaria creciente, que desarrolló la actividad mercantil a la par de los oficios, éstos empezaron a tener una mayor cabida social. El número de tiendas, negocios y talleres fue creciendo a tal punto que se podía distinguir una ciudad incorporada a una dinámica laboral muy amplia.

En 1873, la mayoría de la población del país se concentró en la Sierra centro norte, con su eje en Quito, donde la organización económica giraba en torno a la producción agrícola, ganadera, así como las actividades textiles y los oficios.

Para 1894, el comercio y los oficios revelan su auge, las actividades artesanales se habían multiplicado del mismo modo que eran varias las denominaciones que servían para clasificarlas. Buena parte de esas actividades era percibida como obra de arte al depender, no tanto de los instrumentos, sino de las habilidades de los artífices, mientras que otras eran el resultado de la necesidad de inventar ocupaciones nuevas para poder sobrevivir.

---

<sup>1</sup> Mujer que vende en el mercado de comestibles.

La historia cuenta sobre talleres de artesanos que se habían convertido en “industrias a domicilio” a las que estaban incorporados buena parte de la gente pobre como trabajadores.

No había fábricas en Quito, sino talleres. La sastrería funcionaba a partir de almacenes donde los modistos tomaban las medidas de los clientes, y a la tarde, acudían los sastres a ver si les encargaban las obras. Navarro (2007)

Los artesanos de la ciudad serían divididos en gremios, en los que se podía garantizar el ejercicio artesanal, así como también el cumplimiento de las obligaciones de trabajo. Cada uno de ellos tendría un maestro mayor que correría con el régimen del gremio y respondería por los trabajadores agremiados.

Así, zapaterías, sastrerías, carpinterías, relojerías, entre otros lugares, se definían por el número de aprendices que integraban los talleres, eran reconocidos por la calidad de sus servicios y productos, y según eso, el tipo de clientela a la que estaba dirigidos y en donde estarían ubicados. Navarro (2007)

Por un lado, constaron las actividades indiferenciadas que se trataban de comerciantes ubicados en distintos barrios y zonas de manera ambulatoria; y por otro, se podían encontrar las actividades diferenciadas, como los oficios, que eran dirigidos exclusivamente a un sector y un grupo social.

La demanda de la población urbana hacia estas labores, permitió que exista una influenciable tendencia por diversas actividades laborales.

“Actividades de producción artesanal y comercial que respondían del mejor modo a la economía de una ciudad que aún no se encontraba industrializada y abastecida por productos regionales, en circunstancias en las cuales los medios de transporte se encontraban poco desarrollados.” Navarro (2007)

Sin embargo, el 25 de junio de 1908, tras la llegada del ferrocarril a Quito, esta exitosa mirada para los artesanos y comerciantes cambió; el peso que tuvo este nuevo medio de transporte transformó a la capital y sus actividades cotidianas. “El ferrocarril fue como una inyección de vida para la ciudad colonial. Quito sintió desde entonces la necesidad de extenderse, de desarrugarse”. (Íbidem)

Así, jornaleros, jardineros, lavanderas, vendedores de verduras, alfareros y albañiles, figuraron dentro de la vida urbana, sin ser reconocidos como urbanos; únicamente eran considerados “seres de paso” que no tenían mayor relevancia dentro de las clases.

Sin embargo, la sociedad ciudadana no dejó de utilizar indígenas, tanto para el servicio personal, como para el cuidado de la urbe, buena parte de la población urbana estaba conformada por la servidumbre doméstica y aún jornaleros, artesanos y mercachifles, aparentemente independientes al mantener una fuerte relación con el orden jerárquico preponderante. (Íbidem)

### **2.8.1 Los oficios tradicionales de Quito en la actualidad**

Durante los últimos años, alrededor de 40 labores tradicionales; por ejemplo: hojalateros, fabricantes de tejuelos, hierbarteros, lavanderas, aguateros, entre ellos

importantes pintores como escultores importantes junto a sus talleres se han ido perdiendo en el paso del tiempo.

Juan Paz y Miño, indicó respecto a este tema que muchos de los oficios se han fundido con el proceso de desarrollo y modernidad experimentado por la urbe; y puso como ejemplo a los panaderos, que han existido siempre, pero que ahora se los puede reconocer como propietarios de negocios. Telégrafo (2014)

Las dinámicas de la nueva urbanidad ciudadana condujeron a que numerosas familias que habitaban en el Centro Histórico se movilizaran al norte de la ciudad desde inicios del siglo XX; semejante migración tuvo consecuencias en el sector, pues nuevos inquilinos llegaron a vivir a la zona, entre ellos cultores de oficios tradicionales.

Hoy, en las 308 manzanas que corresponden al Centro y es común observar negocios de diversos tipos: tiendas, panaderías, almacenes de ropa, restaurantes, farmacias, lugares de venta de artesanías, que de una u otra manera remplazaron o se fundieron con los oficios tradicionales de Quito.

Así mismo, otro factor que determina la convivencia y la pérdida de los oficios tradicionales en el Centro es el continuo retroceso de su uso con fines de habitación. En 20 años, unas 20 mil personas salieron de ese sector de la ciudad. “Los oficios también se ven afectados por el sistema capitalista, pues algunos no serán heredados porque resulta más fácil importar; por ejemplo, trompos de plástico; así se pierden los oficios”, apuntó Paz y Miño en Diario el Telégrafo (2014)

Sin embargo; no se han perdido en su totalidad los oficios, ejemplo de ello es La casa 989 del tradicional barrio La Ronda, existen artesanos que a pesar de una creciente

despreocupación por parte de la comunidad en el arte tradicional, mantienen el legado de la 'Escuela Quiteña', los cuales continúan fabricando objetos caracterizados ser elaborados a mano y por el exceso de detalles únicos.

José Luis Jiménez, maneja el arte de la taracea<sup>2</sup>, ha hecho un sinnúmero de bargueños (mueble con cajones secretos), cofres, marcos de cuadros y figuras religiosas para las iglesias quiteñas y también para cientos de extranjeros que han comprado sus obras como piezas artísticas particulares de Ecuador

"Hacer esto es rescatar la herencia tradición quiteña artística y frenar que este arte desaparezca. Los saben apreciar este trabajo entienden que aquí hacemos obras únicas que requieren de tiempo para construirse por los detalles que tienen y que ese es su valor agregado. Los quiteños hoy en día valoran poco este tipo de trabajos, son los extranjeros quienes se llevan los objetos sin regatear precios", sostiene. Jose Luis Jiménez en una entrevista realizada.

José Salazar en cuestión de la forja artística es un especialista dentro de la casa 989. Su trabajo consiste en modelar el hierro frío o caliente con golpes de martillo o cinceles para dar forma a candados, rejas, faroles, candelabros, y portallaves.

"El trabajo que hacemos es sinigual porque hacemos todo a mano: diseñamos los objetos, trabajamos las formas y realizamos los mecanismo de forma manual. Eso es lo que hace especial a lo que hacemos", afirma.

Salazar señala que lleva alrededor diez años realizando este oficio que lo aprendió en la escuela-taller Quito. Elabora objetos coloniales semejantes a los del siglo XVI. El

---

<sup>2</sup> Incrustación ornamental en madera de pequeños trozos de otras maderas o materiales, como concha o nácar:

artesano da detalle que la fabricación de candados es su especialidad, él mismo los diseña, con mecanismos de seguridad que a su criterio son más seguros que los que se comercializan actualmente en las ferreterías.

La ronda parece ser el “epicentro” de los oficios tradicionales en Quito debido a su popularidad que ha adquirido en los últimos años gracias a los proyectos del Fonsal, sin embargo en el proceso de investigación; se fue descubriendo que Santa Bárbara es un ejemplo que guarda escondidamente importantes talladores y pintores. Del mismo modo en San Marcos, donde muchos de sus protagonistas del arte al igual que muchos de los de la ronda, tuvieron una importante formación en escuelas taller que hoy en día lamentablemente ya no funcionan.

Marco Díaz, con su taller Sangurima ubicado en la parroquia de Santa Bárbara, es uno de los representantes vivos más fehacientes de en lo que a escultores con importante legado tradicional se refiere, él junto a otros artistas como Yolanda Cadena, Víctor Rivas entre otros; fueron el fruto de esta escuela taller Quito, que gracias a tal formación, son representantes activos además de la pintura, tallado, dorado, que embelesan la vista y los sentidos.

A pocas cuadras al norte del taller Sangurima, está el de Roberto Betancourt; él hace réplicas de la Virgen de Quito con madera y aluminio. Tarda 15 días en elaborar una copia exacta de la obra de Bernardo de Legarda. Su padre falleció cuando era pequeño y su familia quiso que aprendiera un oficio. Está totalmente en contra del cierre de la Escuela. “Hay muchos jóvenes como yo, por ejemplo, que no tienen recursos para pagar una carrera universitaria. Cuando uno es joven no sabe qué hacer con su vida y

la escuela abría sus puertas para que nos dedicáramos a aprender, a descubrir habilidades que ni siquiera sabíamos que teníamos. Afirma.

Hernán Jaramillo, es un herrero que toda su vida ha estado utilizando sus manos para forjar hermosas piezas de hierro con un despliegue de detalle alucinante. Su técnica la aprendió de su padre y durante años fue profesor en la Escuela Taller de Quito, centro educativo que fue manejado por el Municipio Metropolitano de Quito y el Instituto Nacional de Patrimonio en convenio con la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (Aecid), que cerró sus puertas hace más de un año, luego de que la agencia decidió suspender el financiamiento del proyecto. Telégrafo, (2014)

Este importante proyecto ascendía a un aporte económico de 200.000 euros anuales entre 1997 a 2011, la Aecid apuesta a promover este tipo de proyectos, pero una vez que se consolidan, es preciso que las instituciones públicas junto a los organismos locales garanticen una fuerte sostenibilidad a largo plazo. Este tipo de cooperaciones no solo ayudaba a mantener la identidad cultural, si no a implantar a muchos jóvenes sin recursos en el campo laboral.

Leonardo Zaldumbide, de la Fundación Gescultura, comentó al respecto: “Nosotros no tenemos una posición nostálgica de rescatar los oficios tradicionales. Pensamos que políticamente se debe respetar la transformación social de los mismos; es decir, que hay que analizar la cotidianidad de las personas que trabajan en estos oficios, desde sus necesidades, evidenciarlas y no interferir en las transformaciones”.



Recuperar y visibilizar los oficios tradicionales de la ciudad representa salvaguardar nuestra identidad. “En el Centro Histórico aún se puede visualizar varios y son parte de la cotidianidad de los quiteños; pero es necesario reconocerlos y valorizarlos”, comentó Doris Peñaherrera, encargada del proyecto Oficios tradicionales en la Ronda

## **2.8.2 Importantes actores de los oficios tradicionales como legado actual de la Escuela Quiteña**

### **Roberto Betancourt**

Roberto de 27 años, tiene su taller en una casa antigua de estilo andaluz de la parroquia de Santa Bárbara, sector donde alguna vez residió el pintor quiteño Miguel de Santiago. “El estudio de la anatomía es muy importante, siempre realizo ejercicios aparte para no dar margen a la equivocación cuando se esculpe” Afirma.

Para él; La Anatomía, ciencia que estudia el cuerpo humano, es una materia que debe manejar un escultor literalmente “de pies a cabeza”, por eso Roberto tiene un libro con figuras de esqueletos, rostros y demás aspectos corporales.

Detalla que un escultor practica tallando las principales partes del cuerpo que son cara, manos y pies, esto porque “se debe conocer cómo se llama un hueso y su ubicación, ya que cuando se hace una escultura eso se observa”.

Es por eso que cada una de las figuras que esculpe Betancourt, con formones y gubias, tienen un realismo impresionante porque un Cristo tiene el número exacto de costillas o los dedos de una mano se doblan como si imploraran por algo.

En la investigación de campo realizada, se pudo apreciar a Roberto tallando una réplica de la Virgen de Legarda, no cabe duda que es impresionante su nivel de detalle, la cantidad de herramientas, tipos de maderas como el nogal, el cedro, entre otras, y alrededor del taller un sinnúmero de obras terminadas y por realizar; cosa que evoca a los escultores del siglo XVIII.

Roberto es el más importante ejemplo del legado tradicional de la Escuela Quiteña, que a su corta edad maneja las técnicas de la escultura con exuberante exactitud y minuciosidad. “Gracias a la Escuela Taller Quito cerrada hace poco, encontré mi vocación, y lo mismo les sucedieron a cientos de jóvenes desempleados, es por eso que siempre estuve en contra de que se cierre ese importante centro de aprendizaje” afirma.

### **Marcelo Ruiz**

Don Marcelo Ruiz es uno de los artesanos más reputados en el sector de San Marcos, al punto que su obra ya ha sido tomada en cuenta para un sinnúmero de publicaciones y obras de difusión acerca del tradicional barrio. Se formó bajo la tutela del maestro Daniel Romero de quien heredó la habilidad y las destrezas necesarias para ejercer tan delicado oficio. De tal forma, logró ejercer el oficio primeramente como aprendiz y luego como artesano profesional desde 1972. Orgulloso se muestra un cartel realizado por una empresa ligada a HOLCIM, en el que se lo menciona como uno de los baluartes del barrio de San Marcos. Esta designación no es para menos, desde muy joven se ha especializado en escultura en madera, tallas, diseño y elaboración de muebles, bargueños y taracea.

Nacido el 31 de Mayo de 1959, Marcelo es descendiente de artistas de Ibarra, fue fuertemente influenciado por su tío, que era un gran escultor; pero afirma que más que haber aprendido directamente de un maestro; su habilidad ha sido una especie de legado que lo lleva en la sangre. Desde los 17 años lleva ya tallando, y entre su carrera ha hecho una serie de exposiciones importantes en los años setenta en Quito obteniendo grandes reconocimientos.

Llegó al barrio de San Marcos hace 35 años en 1982 y comenta que ha tenido un rol importante en el crecimiento del barrio. Uno de los trabajos que más se ha resaltado ha sido un retablo de altar de Iglesia de cuatro metros de alto por 12 de largo en la parroquia de Calderón. Y sus trabajos mayormente han salido al exterior como Italia, Estados Unidos, Europa e incluso China.

Claramente se puede ver en sus obras el manejo de las técnicas antiguas que ha usado en el proceso, tanto en la Pintura como en la Escultura, y actualmente tiene su taller en el convento de Santa Catalina.

### **José Barrera**

En el barrio San Marcos, hay un reducido taller, que pasaría desapercibido si no fuera por su colorido y olor a madera y pintura, el aroma del arte de ayer. José Barrera es el dueño de este peculiar negocio. Con 58 años, su pasión es la artesanía. A pesar que en un principio estudió para doctor, hoy ejerce lo que él llama “su vida”, el arte en la madera.

“Siempre tuve interés por las artesanías. Cuando estudiaba medicina tuve la oportunidad de acompañar a mi profesor a algunos claustros. El estar en contacto con

ese arte me motivó a cambiar de oficio”, recuerda Barrera, además de que se considera un autodidacta, pues su talento y afición los ha ido perfeccionando estudiando por su cuenta los libros de la Escuela Quiteña.

La Taracea es la técnica que ha desarrollado a la perfección y, con ella, elabora cofres y porta retratos, con incrustaciones de concha, cacho de toro, hueso, carey e hilos de plata, que son admirados y adquiridos por quienes visitan San Marcos, aunque la mayoría solo los trabaja bajo pedido.

Don José cuenta que su oficio lo desarrolló inspirándose en Bernardo Legarda, artista quiteño del siglo XVIII. Claramente se puede observar sobre su mesa de trabajo hay cinceles, cierras, punzones, una prensa y otras herramientas con las que crea verdaderas obras de arte. "Quiero reivindicar el trabajo de la Escuela Quiteña", afirma, para lo cual ha reproducido de las páginas de sus libros obras como el bargueño, una especie de cómoda, flores talladas para iglesias y cofres cuyos modelos son de la época de la colonia.

El artesano José Barrera, de 61 años, es uno de los estudiosos de la Quitología, concepto creado por el poeta Ulises Estrella hace 25 años y al que se unió hace 12 años. Para profundizar el estudio y conocimiento de la historia capitalina, Barrea empezó por investigar la información de la Escuela Quiteña. En ella se basa el artesano para sostener que la Virgen de Quito, obra de Bernardo Legarda, es una representación de la mujer quiteña, más no de la deidad.

Para sustentar su criterio, explica que las características físicas de la escultura se asemejan a las quiteñas del siglo XVIII.

Parte del trabajo quitológico de José Barrera es dictar charlas a niños en las escuelas del barrio de San Marcos. El año 2010, como parte de su labor académica, ejercitaba a los niños para que conozcan la riqueza cultural y tradicional del barrio. Varios encuentros sobre la historia de Quito, realizó el artista para cumplir ese objetivo. Además, Barrera constantemente es invitado por universidades, institutos y el Municipio de Quito para compartir sus conocimientos con la ciudadanía. Actualmente es coordinador del proyecto de la Quitilogía, que realiza una investigación sobre la vida de Marietta de Veintimilla, destacada política de la época.

### **Germán Campos Alarcón**

Germán Campos comenzó con el oficio a los 15 años de edad, según afirma su oficio es hereditario, y empezó desde su abuelo: Fernando Campos Rodríguez, quien era oriundo de la provincia de Chimborazo, de Calpi específicamente, su abuelo lo inculcó en el campo de la platería. Tuvo una fuerte influencia de importantes pintores y escultores desde niño pasando por la adolescencia-

Germán es especialista en la orfebrería con cada una de las técnicas tradicionales milenarias. Su taller se ubica en la Ronda en la Casa 989 de los Artesanos; según afirma; existe una iniciativa por parte de Quito turismo de apoyar a los artesanos; sin embargo para Germán al igual que muchos artesanos; el apoyo hacia ellos no es suficiente debido a que es un oficio hoy en día poco valorado teniendo en cuenta el nivel de sacrificio; es por ello que Germán aparte de tener su puesto en la Ronda, trabaja bajo pedidos; que es lo que en realidad le da para vivir según afirma.

### **César Simbaña**

César Oswaldo Simbaña Yanchapaxi, nace en Quito el 25 de Abril de 1980, su formación académica empieza en el Colegio Universitario de Artes Plásticas de la Universidad Central del Ecuador obteniendo en título de bachiller en Artes Plásticas con la especialidad de pintura en el año 1998; su licenciatura con las especialidades de pintura y grabado la obtiene en la Facultad de Artes de la Universidad Central del Ecuador en el año 2005; En la misma Facultad realiza un Diplomado Superior en Estudios del Arte en el año 2007.

César es un artista joven heredero de la Escuela Quiteña debido a su manera tradicional de trabajar con los materiales y la técnica, él junto a un reducido número de artistas

### **Andrés Burbano**

Andrés Iván Burbano Ureta nace 6 de agosto de 1986. Comienza sus estudios de arte a la edad de 12 años en taller Quitus con el artista Jhon Molina. A los 13 años ingresa al Centro Popular de Promoción Artística bajo la dirección del maestro Chikky De la Torre, enseñanza que tiene una duración de dos años y medio, realizando sus primeras exposiciones colectivas y descubriendo el manejo de técnicas. Luego ingresa con al taller del artista Pablo Tapia y de ahí al taller del maestro Mario Ronquillo. Es restaurador y museólogo, ha hecho varias exposiciones colectivas e individuales, además de varios premios de índole artística desde la pintura hasta la dirección de arte en cine y video.

Tato en pintura como escultura se le caracteriza principalmente por su manejo de técnicas tradicionales a pesar de los recursos tecnológicos existentes hoy en día,

además el manejo del simbolismo, el uso de elementos compositivos, y en ciertos casos el uso de la cromática que reflejan claramente una influencia marcada de los pintores protagonistas de los siglos XVI al XVIII.

### **Marco Díaz**

Marco Díaz nació en Quito en el año de 1970, creció en el barrio de Chimbacalle “con el ruido del tren” según manifiesta, tuvo importantes influencias desde niño por parte de grandes artistas escultores ibarreños que frecuentaban su barrio en esos tiempos. A medida que crecía al arte lo concebía tan solo como un hobby, hasta que en 1990 se le concedió una beca para entrar a estudiar en la escuela taller Bernardo de Legarda para formalizar sus estudios en pintura y escultura.

La formación que él iba adquiriendo de la escuela taller Bernardo de Legarda era valiosa, sus maestros fueron Neftalí Martínez y también Alfonso Rubio; quien éste es considerado como “El último Caspicara” por los especialistas en arte quiteño, a pesar de su avanzada edad; también los maestros José Yepez y Salomón Enríquez impartían cátedra; todos estos maestros son fuertes referentes en lo que concierne a escultura heredera de la Escuela Quiteña.

Junto a otros compañeros de la escuela taller Bernardo de Legarda como: Javier Escobar y Víctor Rivas, hábiles escultores que con el tiempo fueron perfeccionando sus

estilos, conformaron el taller Sangurima; en honor al artista Gaspar de Sangurima del siglo XVIII, este taller funciona hoy en día en el sector de Santa Bárbara. A este grupo de pintores en especial a Marco Díaz se le caracteriza por el uso de técnicas tradicionales como el encarnado, y el esgrafiado, haciendo de su taller un importante hito en los oficios tradicionales actuales.

### **Yolanda Cadena**

Yolanda Cadena nació en el año de 1968 en Quito, especializada en la técnica de laminado con pan de oro, pero también tiene destreza para la talla, la escultura y la restauración. Esa habilidad es perceptible en los crucifijos tallados que en muchas exposiciones las ha exhibido en su taller con la finalidad de mostrar el arte colonial a los turistas que visitan Quito. Cadena menciona que su habilidad para elaborar piezas artísticas con pan de oro la desarrolló en sus trabajos con la Orden de los Mercedarios. También reconoce que una de las personas que influyó en su carrera fue el maestro Alfonso Rubio, el último escultor de la Escuela Tradicional Quiteña Bernardo de Legarda.

### **José Luis Jiménez**

El maestro Jiménez es un escultor nacido en el año de 1976, tiene su taller en la casa 989 de la ronda junto a otros artistas y artesanos, sin embargo él es el único en la casa que realiza esculturas con fuerte influencia de la denominada Escuela Quiteña en lo



concerniente a Escultura. Elabora diseños únicos siguiendo la tradición de esta escuela, utiliza maderas finas como el nogal, el cedro, platuquero, roble, caoba, olivo, entre otras.

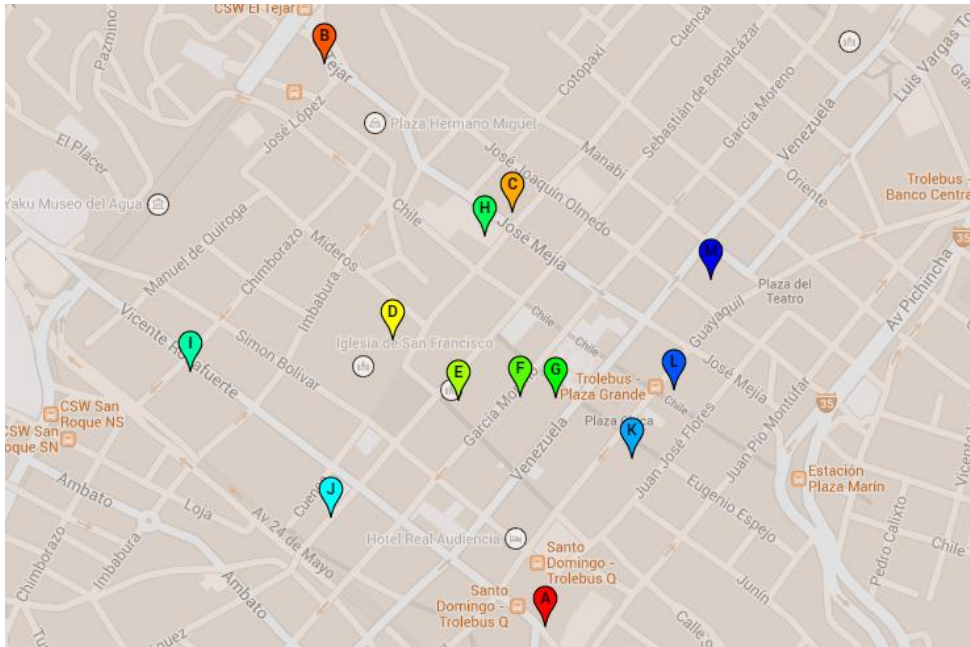
La Escuela Quiteña es el conjunto de manifestaciones artísticas que surgió durante la época de la Colonia y que tuvo varios campos de acción en torno a la elaboración de artesanías. “Nosotros estudiamos en la Escuela de Artes de Quito, que desapareció y ahora formamos la Escuela Quiteña, en la que realizamos objetos nuevos, pero bajo estas técnicas o las de envejecimiento” sostiene José Luis Jiménez.

Para José Luis, el rescate de una tradición quiteña muy importante como son los oficios, la elaboración de productos de manera artesanal y con técnicas laboriosas, pero que perduran en el tiempo y que son elaborados bajo la rigurosidad de la tradición.

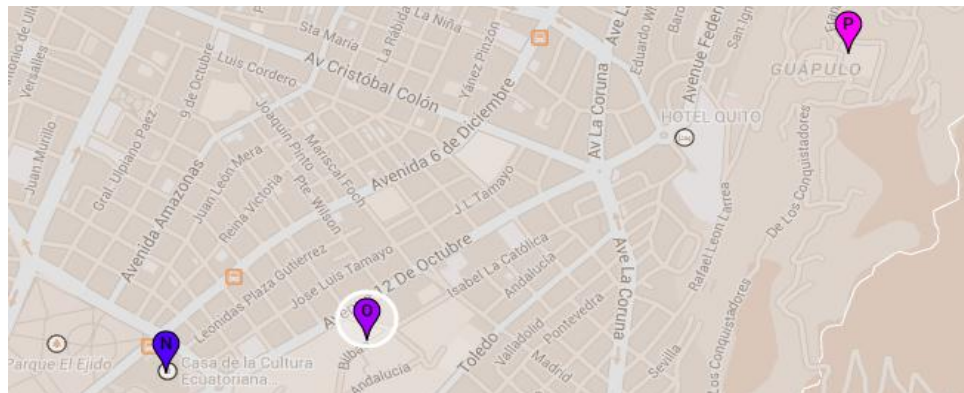
## **2.9 Levantamiento georreferenciado de las principales obras de la Escuela Quiteña y artífices de los oficios tradicionales actuales.**

### **2.9.1 Iglesias, conventos y museos**

#### **FIGURA 7 Iglesias, conventos y museos - Centro Histórico**



**FIGURA 8 Iglesias, conventos y museos - Norte y Guápulo**



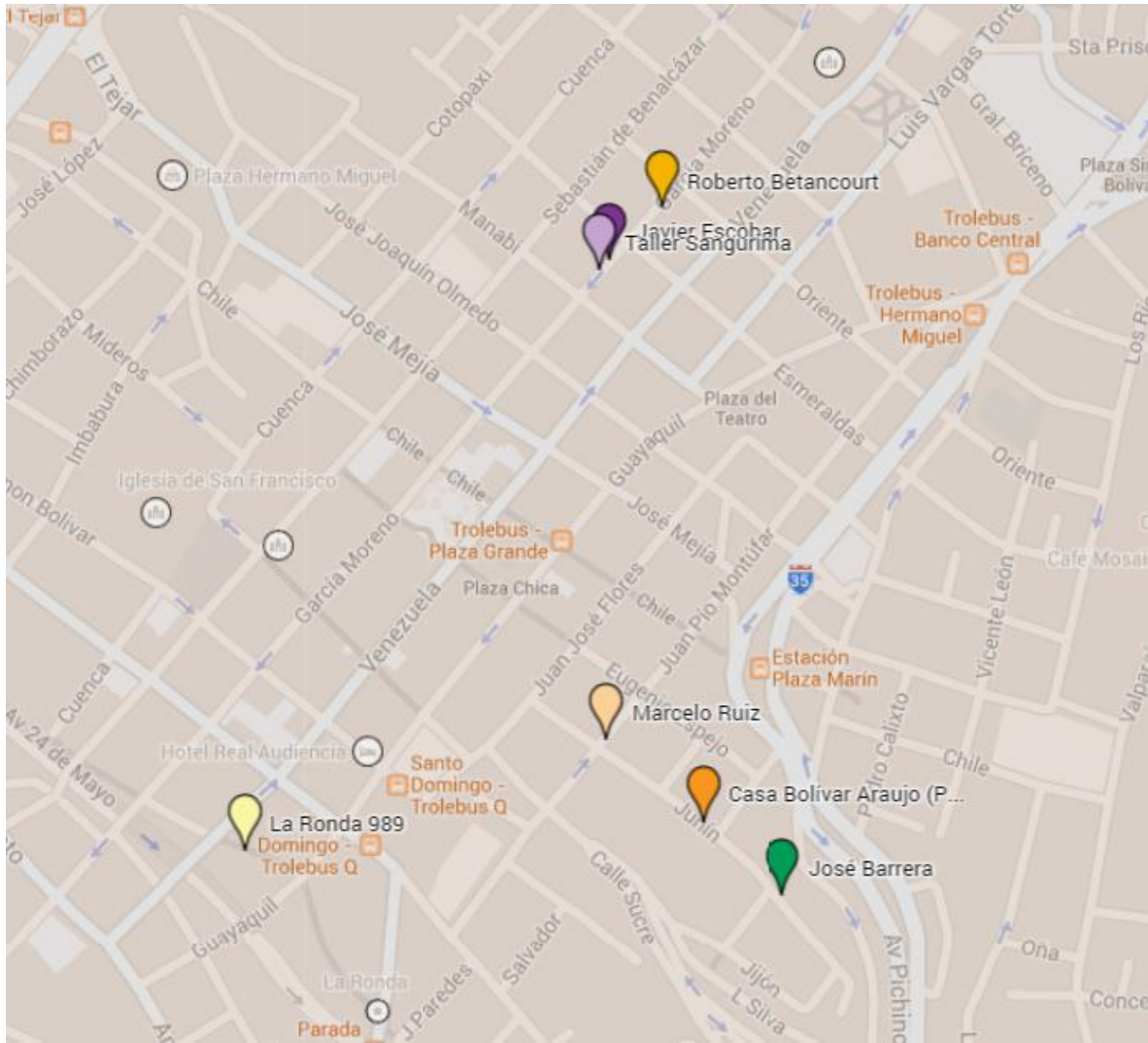
**TABLA 11 Leyenda de figuras**

Leyenda	
A	Convento de Santo Domingo
B	Recoleta de El Tejar
C	Museo de Arte Colonial

D	Iglesia de San Francisco
E	Iglesia de la Compañía
F	Iglesia del Sagrario
G	Iglesia de la Catedral
H	Iglesia de la Merced
I	Iglesia de San Roque
J	El Carmen Alto
K	Monasterio de Santa Catalina de Siena
L	Iglesia de San Agustín
M	Monasterio del Carmen Bajo
N	Museo del Banco Central
O	Museo Jacinto Jijón y Camaaño
P	Iglesia de Guápulo

**2.9.2 Talleres de los principales pintores y escultores influenciados por la Escuela Quiteña.**

**FIGURA 9 Ubicación de Talleres de Pintores y Escultores**



**FIGURA 10 Artistas y artesanos de la Escuela Quiteña actuales**

**ARTISTAS Y ARTESANOS DE LA ESCUELA QUITAÑA**

Roberto Betancourt	Escultor/Restaurador	Santa Bárbara
Javier Escobar	Escultor/Restaurador	Santa Bárbara-García Moreno y Esmeraldas (Taller Sangurima)
Marco Díaz y Victor Rivas	Escultura/Pintura	Santa Bárbara-García Moreno y Esmeraldas (Taller Sangurima)
César Cimbaña	Pintura	Casa Pintor Bolívar Araujo
Andrés Burbano	Pintura	Casa Pintor Bolívar Araujo
Yolanda Cadena	Talla en Madera/Escultura	Casa Pintor Bolívar Araujo
José Luis Jiménez	Taraceado, Escultura, pintura	La Ronda Casa 989 Manos en la Ronda (2do piso)
German Campos	Taraceado	La Ronda Casa 989 Manos en la Ronda
Marcelo Ruiz	Escultura/Pintura	Montufar y Junín
José Barrera	Taraceado	San Marcos (Junín 328 y Gutiérrez)

**Realizado por:** El autor

## Capítulo III

### 3. RESCATE DE LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS HABITANTES DEL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO.

#### 3.1 Introducción

Desde sus orígenes; es decir en las épocas coloniales; el arte quiteño consistió en un importante factor de incidencia en la identidad de los ecuatorianos y que ha representado el temperamento histórico del país. Disimuladamente el aborigen supo concebir una continuidad a su marcha milenaria, como resultado fue partícipe importante en el desarrollo de un nuevo arte. Mientras que el español se adaptó con su sentido plástico a una realidad ya existente, acoplándose a los medios que la naturaleza le ofrecía. De este modo es como se forjó el patrimonio cultural de esta sociedad. El fruto de tal sincretismo es la Escuela Quiteña.

Ése sincretismo resulta un importante hito, desde el cual empezaron a florecer un sinnúmero de talleres con artistas y artesanos de renombre dejando un fuerte legado artístico a lo largo de la historia; sin embargo con el paso del tiempo varios factores como el desarrollo tecnológico, la aculturación, la desvalorización de las artes y oficios tradicionales, entre otros factores; teniendo en cuenta de que el arte brinda identidad; han contribuido a que exista un significativo deterioro de este legado artístico actualmente; dando además como resultado una significativa carencia de identidad.

Hoy por hoy escasos son los artistas y artesanos que aún conservan ese remanente de la afamada Escuela Quiteña; ejemplo de ello es en la parroquia de Santa Bárbara; donde aún existe a manera fuertemente inadvertida la presencia de pintores, talladores,

doradores de alto legado y valía. Lamentablemente no existe un sistema de apoyo por parte de entidades que promuevan este tipo de rincones artísticos.

Sin embargo se ha puesto en marcha importantes proyectos bajo el mando de Quito Turismo, ejemplo de ello es el proyecto “Manos en la Ronda”; que busca incentivar la labor de los oficios tradicionales y darle su debida importancia a los mismos. Este tipo de proyectos ha resultado hasta ahora crecientemente favorable no solamente para el turismo, si no para la identidad de los habitantes, ahora el siguiente paso es que estas iniciativas se contagien hacia otros sectores menos populares y de gran potencialidad cultural.

Es por eso que en este capítulo se abordará el rescate de la identidad de los habitantes mediante un importante acercamiento y revalorización de la pintura y escultura colonial, junto a una serie de instrumentos que aportarán con la recuperación del conjunto de saberes tradicionales relacionados directamente a la Escuela Quiteña de Pintura y Escultura. Tales instrumentos involucrarán a la gente en un plano cercano con las técnicas, las leyendas, su impacto, su importancia en la religión, en la identidad cultural, los protagonistas actuales, el legado, entre otros.

Al mismo tiempo que el proyecto favorecerá las dinámicas del turismo en el centro histórico; otorgándole al área un resalte no solamente por sus iglesias, calles, monasterios o monumentos, sino por la importante y herencia cultural de las personas que lo habitan. Este proyecto podría proyectarse dentro de los planes de desarrollo turístico de Quito Turismo, también del IMPQ, Ministerio de Turismo, empresas culturales privadas, entre otros.

### 3.2 Objetivo

Realizar un plan estratégico que permita identificar el valor del patrimonio cultural, sus hitos y oficios tradicionales involucrados con la Escuela Quiteña de Artes, para el rescate de la identidad cultural.

### 3.3 Matriz de involucrados estratégica

**TABLA 12 Matriz de involucrados estratégica**

Involucrados	Interés	Problemas	Recursos	Mandatos
Investigador	Desarrollar estrategias de recuperación de identidad	Carencia de un inventario de artesanos y artistas.	Asesorías Bibliotecas Entrevistas Sondeos <u>Seguimientos</u> Conferencias	Establecer un plan factible que pueda ser llevado a cabo
		Desconocimiento en proceso de investigación.		
Artistas/ Artesanos	Trasmitir parte del legado histórico artístico a las personas	Carencia de un relacionamiento con moradores y especialmente turistas.	Talleres, Eventos Culturales, Ferias.	Planes de implementación, Acuerdos con involucrados.
	Que su arte sea reconocido y valorado	Falta de apoyo e interés por parte de las entidades culturales y el público.	Normativas  Ferias	Ley de Fomento Artesanal Patrimonial  Plan de desarrollo Metropolitano
Moradores	Involucramiento en el escenario turístico a desarrollarse	Falta de interés y amabilidad, poco manejo de información	Capacitación es Asesorías	Acuerdos con involucrados.
				Plan del Buen vivir
Visitantes	Conocer y vivenciar el arte quiteño de manera directa	Se sienten inseguros en ciertas partes del centro histórico	Guías Didácticas, Folletos, Guías	Ley de Turismo
Quito Turismo	Promover proyectos de promoción de los oficios tradicionales	Falta de presupuesto y organización	Capacitación es, Guías de recorridos, talleres	Ley de Cultura Ley de Turismo Ordenanzas



Fundación Ges-Cultura	Rescatar el patrimonio intangible del C.H.	Falta de presupuesto y apoyo de entidades públicas.	Inventarios y Registros	-Plan Metropolitano de Desarrollo -Mipro
Fundación Quito Eterno	Difusión del Patrimonio Cultural	Falta de recursos Apoyo de entidades públicas y privadas	Inventarios Y Registros	-Plan Metropolitano de Desarrollo
IMPQ	Incrementar el inventario del PCI	Incrementar el inventario de información	Presupuesto	Instructivos para fichas de inventario
	Salvuarda del patrimonio cultural inmaterial	Propuestas con entidades públicas	Establecer proyectos que ayuden a mejorar las relaciones	Uso de Guías Metodológicas
INPC	Iniciar el desarrollo de un registro de PCI	Problema en el desarrollo de propuestas	Contactos, experiencias, propuestas de ideas.	Ley de Patrimonio
Ministerio de Cultura y Patrimonio	Desarrollar un registro de PCI	Incrementar el inventario de información, y propuestas con entidades públicas	Presupuestos Publicidad	Ley de Cultura y Patrimonio.

**Elaborado por:** El autor

### 3.4 Salvaguarda del Patrimonio Cultural

El Plan de Salvaguardia es un instrumento de metodología el cual se lo usará en el plan para definir las estrategias pertinentes para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial y material: Oficios tradicionales de la Escuela Quiteña Pintura, Escultura, historia del Arte Colonial en Quito, y sus principales hitos materiales. Se lo va a utilizar como una herramienta que involucrará a distintas entidades que permitirá consolidar compromisos con la salvaguarda. INPC (2013)

Al ser un plan de gestión, este estudio procura dinamizar el turismo de las zonas de estudio, con la finalidad del centro no solamente esté consolidado por sus monumentos materiales, sino también considerando que el PCI que es parte fundamental de la actividad que se desarrolla como parte del crecimiento económico de la población. El propósito de la propuesta se basa en la continuidad de las manifestaciones del patrimonio inmaterial: basada en el respeto de sus valores o características patrimoniales y sobre todo, en la estrecha vinculación con el desarrollo social y económico como base de la mejora de la calidad de vida de los portadores de saberes y su comunidad.

#### **3.4.1 El Plan de Salvaguarda y sus criterios**

El estudio del plan de salvaguardia es trascendental tomar en cuenta que los favorecidos son directos, en la propuesta es la comunidad, moradores y organizaciones de las áreas de estudio, de tal modo el plan debe manifestarse según los fundamentos de salvaguarda los cuales en este caso son:

-Participativo: Los principales testigos de cumplimiento del plan son los moradores de los barrios involucrados. Actividades lúdicas como: representaciones teatrales, recorridos guiados por los mismos moradores, juegos para no olvidar los recorridos, son los recursos por los cuales los moradores pueden formar parte gracias a su trabajo y organización.

-Sustentable: se ha establecido compromisos reales y efectivos en este caso por parte de las comunidades de estudio, quienes tienen la intención de involucrarse, sin

descuidar sus actividades principales. De tal forma dieron a conocer que mientras este proyecto se pone en marcha se lo pueda realizar durante fines de semana y feriados, para no interrumpir su cotidianidad. El sector público por el contrario, ha realizado estudios que no han concluido, sin embargo esta propuesta será evaluada para formar parte de las propuestas de desarrollo. Este trabajo será de utilidad para fomentar la identidad especialmente en los barrios importantes del centro histórico donde hay incidencia de oficios tradicionales.

-Incluyente: cada uno de los barrios y sectores de involucramiento es decir; San Marcos, La Merced, San Roque, González Suárez y San Blas; sin embargo es preciso que se deba intercambiar la interculturalidad y todos se sientan parte de una sola entidad, no pueden existir limitaciones y diferencias. Cada uno de los barrios tendrá relaciones importantes y dinámicas de intercambio.

-Integral: La idea de que este plan sea integral se basa en el aspecto económico de los residentes, es decir que opten este tipo de emprendimientos como un sustento alternativo de ingresos a sus familias, haciendo importantes simbiosis con los otros sectores involucrados, y además promoviendo y preservando el patrimonio cultural del centro histórico.

-Dinámico: el patrimonio inmaterial lo es, por lo cual al tener actividades que permitan el compartir al turista con la comunidad y viceversa, es también fundamental evaluar y dar seguimiento continuo al trabajo desarrollado. Por lo tanto si el plan es tomado para ser ejecutado, deberá ser evaluado cada dos años y actualizarlo conforme se van incrementando políticas o nuevas resoluciones para el manejo de PCI.

### **3.4.2 Proceso y Técnicas**

#### **Etapas de aproximación**

La aproximación fue crucial para el desarrollo del trabajo. Se realizó un acercamiento a las áreas de estudio La Ronda, al Barrio San Marcos, a la parroquia de Santa Bárbara, González Suárez y San Blas, se estableció una investigación importante en cada sector donde yacían los sitios vinculados con el legado de la Escuela Quiteña actual. Hubo importantes diálogos con los artistas involucrados, los gestores culturales, entidades públicas entre otros.

Se llevó a cabo la investigación realizando visitas a importantes organizaciones vinculadas con el tema de patrimonio cultural material e inmaterial; se estableció una entrevista con la directora de producto turístico Doris Peñaherrera, directora de producto turístico del centro histórico y responsable del proyecto “Manos en la Ronda”, donde gran parte de los artistas y artesanos involucrados, fueron de gran apoyo para el proceso de investigación.

También se realizó un importante acercamiento con la dirección de restauración del Centro Cultural Metropolitano, Clara Cabrera y Patricio Ruales; juntos propiciaron excelente información sobre datos de artistas talladores y pintores actuales en el centro histórico de Quito.

Además el CCM, en coordinación con la Municipalidad: secretaría de cultura, organizaron los Talleres Abiertos Quito, del Proyecto VAQ (Verano de las Artes Quito); donde se sacó mucho provecho investigando la labor de muchos artistas quiteños.

Quito turismo fue también un aporte valioso en el proceso de investigación, ya que justamente en la etapa de aproximación realizaron la feria de Texturas y Sabores; donde participaron un pequeño número de artistas involucrados con los oficios tradicionales. Además que se estableció contacto con Diego Carrasco, consultor de desarrollo turístico artesanal, que subo brindar valiosa información.

Además se realizó un importante sondeo en los barrios y sectores involucrados, donde se adjuntaron importantes datos que se los mostrarán en el análisis situacional.

### **3.4.3 Análisis Situacional**

Esta etapa fue capaz de brindar la información necesaria para saber el nivel de conocimiento del morador del centro histórico sobre la Escuela Quiteña y los oficios tradicionales, qué tanta importancia además de representatividad le dan tanto los moradores como las entidades, y cuáles son los planes para establecer la salvaguardia y los parámetros respectivos.

Por medio del diagnóstico de este estudio, se pudo determinar cómo cada barrio, sus habitantes que lo componen, los oficios, su historia y leyenda, conforman un factor importante que brinda vital conocimiento sobre el matiz de cada barrio. Esto es muy importante ya que al momento de realizar la propuesta de la ruta de oficios, el visitante experimentará las peculiaridades de cada barrio.

La fundación Ges-Cultura, junto a un pequeño grupo de moradores del sector de San Roque, una de las áreas involucradas en nuestro estudio; han impulsado un proyecto que consiste en recorridos turísticos por el barrio y mostrar sus peculiaridades. El objetivo de esta ruta es rescatar el patrimonio intangible de la zona y demostrar que

sigue vivo, además de demostrar a la gente que el centro histórico no solamente es la Plaza Grande y la Ronda.

Otra fundación que tiene alta incidencia respecto a generar identidad en los habitantes es Quito Eterno, que posee valiosos programas educativos dirigidos para escuelas y colegios; para fomentar en los estudiantes el conocimiento de las leyendas y saberes tradicionales.

Una de ellas es la narración de los Saberes Ancestrales; que permite comprender las tradiciones andinas, concernientemente a aquellos oficios que aún existen y están a punto de extinguirse.

Tanto Ges-Cultura como Quito Eterno; debido a sus temáticas, estas dos organizaciones culturales tienen como sitios de incidencia ciertos horarios y zonas del centro histórico donde aún existe un margen importante de inseguridad y falta de un paisaje patrimonial amigable para el visitante. Los cuales impiden explotar y difundir a cabalidad el potencial turístico y cultural de los sitios.

Ambas organizaciones están plenamente dispuestas en emprender proyectos, siempre y cuando se considere el tema de la seguridad, y otros factores en los sitios de incidencia.

Otro proyecto es el afamado “Manos en la Ronda”, bajo el cargo de Quito Turismo; este proyecto en los últimos años ha dado un resalte importante a la calle La Ronda, dando a conocer importantes artistas y artesanos dentro las casas 989, 707 entre otras. El problema es que es limitado ya que se ha convertido en el “epicentro” de los oficios

tradicionales para los moradores y visitantes en general, cuando en realidad existen otros sectores con igual o incluso mayor potencial.

El Centro Cultural Metropolitano, que consta como parte de la secretaría de cultura del Municipio de Quito, también posee un proyecto llamado Verano de las Artes Quito (VAQ), donde en los pasados meses de Agosto del 2014 emprendieron el proyecto Talleres Abiertos Quito, que resultó ser una propuesta valiosa para dar difusión al patrimonio cultural tanto tangible como intangible del centro histórico de Quito.

Sin embargo hay que considerar que no les otorgan aún la relevancia digna a los oficios tradicionales concernientes a los herederos de la Escuela Quiteña, como resultado un número importante de artesanos quedaron fuera del proyecto, y solamente se formó parte a un número limitado de los mismos.

Debido a su alta incidencia en el proyecto a plantearse, cabe resaltar además que entidades como el Ministerio de Cultura, INPC y Quito Turismo; poseen un plan integral de gestión y conservación del convento de San Francisco. Que consiste en un detallado inventario de proyectos formales que tiene que ver además con el turismo y el patrimonio cultural en la Iglesia y Convento.

Entre esos proyectos consta un plan de creación del Bachillerato Artístico Colegio San Andrés como una nueva Escuela Quiteña de Artes y Oficios, planes de formación de turismo religioso, espacios para eventos culturales, turismo comunitario en barrios tradicionales, entre otros.

Este tipo de proyectos resultan favorables para el desarrollo de las rutas vivenciales, que requieren de un espacio que sea idóneo para eventos y proyectos culturales; sin

embargo estos proyectos a pesar de que constan dentro de los objetivos de varias entidades involucradas con el turismo y cultura, aun no las han puesto en marcha con la debida consecución suficiente para empezar a generar un importante nivel de difusión y conocimiento en los habitantes.

Por otro lado, fue necesario realizar un sondeo a los principales barrios del centro histórico donde se manifiestan los hitos de la Escuela Quiteña materiales, y además de los oficios tradicionales relacionados al movimiento, con la finalidad de averiguar qué tanto los moradores principalmente tienen conciencia de la histórica Escuela Quiteña de Artes y su legado en la actualidad. De esta manera el investigador podría tener conocimiento sobre qué tan importante como factor de identidad cultural resulta ser la Escuela Quiteña.

### **Estudio de Campo**

El sondeo consistió en una serie de preguntas distribuidas en cinco distintos barrios que son importantes debido a su patrimonio histórico-artístico: La Merced, González Suárez, San Blas, San Roque, y San Marcos.

Considerando que el universo y tamaño de la muestra resultó en 354 encuestas, se enfocó a realizar a 100 personas en un rango de edad de 19 a 35 años, este número de encuestas está basada en factores como tasa de emigración, interés por el patrimonio cultural, si realmente son residentes del centro histórico, qué tiempo llevan habitando el centro histórico entre otros, además se consideró que no en todo hogar del centro histórico existen jóvenes en el rango de 19 a 35 años que es de interés del investigador.



Los datos obtenidos dieron como resultado que la mayoría de Jóvenes que habitan el centro histórico no tienen un conocimiento cabal sobre la historia y legado actual de la Escuela Quiteña. Lo cual es preocupante debido a que este rango de edad es lo suficiente mente maduro como para estar abierto a querer indagar y conocer sobre la Escuela Quiteña.

Muchos son los factores de estos resultados; como la falta de difusión anteriormente mencionada y el escaso apoyo y gestión de proyectos por parte de las entidades para generar un nivel de conciencia ciudadana desde tempranas edades sobre la Escuela Quiteña.

Claramente este es un factor que frena o impide el desarrollo de una identidad basada en el legado artístico colonial.

Otro de los factores que explican estos resultados son los datos actuales del cabildo: señalan que más del 31% de los espacios de la parte antigua de la urbe está ocupado por el sector comercial; este proceso se generó a inicios de la década de los cincuenta, cuando ese sector de la ciudad adquirió su actual carácter netamente comercial.

Hoy, en las 308 manzanas que pertenecen al Centro es común observar negocios de todo tipo: tiendas, panaderías, almacenes de ropa, restaurantes, farmacias, lugares de venta de artesanías, que de una u otra manera remplazaron o se fundieron con los oficios tradicionales de Quito.

Esto demuestra que gran parte de los actuales habitantes del centro histórico, son residentes relativamente nuevos y otro gran número de ellos tan solo fluctúan el centro histórico ciertas horas debido a que rentan locales para sus negocios, cuando en

realidad habitan en zonas fuera del centro. Esto da a conocer el por qué el desconocimiento de la Escuela Quiteña, y además de la escasa y decreciente práctica de los oficios tradicionales.

Es por ello que además se plantean los siguientes ejes de dinamización:

### **Ejes de Dinamización y revitalización**

-Fortalecer las formas tradicionales de transmisión de saberes. Motivar a los moradores más antiguos a dialogar y pasar sus conocimientos, mediante la expresión, considerando que debe ser válida justificando que muchas de los oficios no han sido constadas como dentro de un inventario patrimonial.

-Generar espacios y/o fortalecimiento de espacios y organizaciones locales para la salvaguarda: Existen espacios como parques, plazas e instituciones educativas donde con el apoyo de la Fundación Quito Eterno, el Municipio, entre otras entidades y considerando a los moradores, se puede organizar eventos en los cuales hayan representaciones de personajes históricos, colocar pancartas o imágenes de las profesiones tradicionales.

### **Eje de comunicación, difusión, que comprende, entre otros:**

-Acceso al uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación

-Aplicación de Nuevas Tecnologías a la Educación

- Publicaciones con información concreta mediante impresos y medios visuales
- Talleres de transmisión de saberes, difusión e intercambio de experiencias

### **Eje promoción, fomento y protección**

- Buscar incentivos responsables y realizar reconocimientos
- Elaborar materiales de producción, fácil distribución, comunicación y circulación.
- Crear acciones integrales para garantizar derechos de transmisión, difusión y distribución.
- Fortalecer y capacitar a cada uno de los moradores.

Es trascendente tomar en cuenta que para este plan de salvaguardia, las actividades que involucren al visitante y al morador son parte de la recuperación de los oficios tradicionales, su difusión ayudan al cuidado y conservación de la transmisión de saberes tradicionales. Estos serán factores importantes en cuestión de generar identidad en los ciudadanos no solo los que habitan el centro histórico; si generando identidad en un contexto nacional.

#### **3.4.4 Rutas Vivenciales**

El aprendizaje Vivencial, brinda la posibilidad de extraer el propio estilo, capacidades, aptitudes y habilidades a través de distintas experiencias que las acciones formativas presentan. De tal forma, que se trabaja pero siempre desde lo que es, desde sus propias particularidades y desde la propia experiencia. Navarro (2014)

Turismo de experiencias en Patagonia (2014) una empresa que se dedica al turismo de experiencias señala que el turismo vivencial “Es el resultado de la integración de una herencia con infinitas experiencias de vida. La acumulación y articulación de estas experiencias son tan significativas, que en gran medida condicionan y hasta determinan aspectos tan importantes como la identidad, los talentos y debilidades, el tipo de relaciones, el carácter, la elección de una profesión y el desempeño en la misma, los sueños y aspiraciones.”

Las rutas vivenciales en este caso consisten en realizar un recorrido temático por cada uno de los principales barrios donde se halla el legado de la Escuela Quiteña y los oficios tradicionales en el centro histórico de Quito. La finalidad es que el tanto los moradores como los visitantes de los barrios que viven y fluctúan el casco colonial; no solo visiten el patrimonio cultural material e inmaterial; si no que además formen parte de ello experimentándolo de cerca mediante recorridos teatralizados, eventos culturales, y visita a los talleres de los artesanos.

Este involucramiento será trascendental para los moradores y visitantes, ya que este es el medio que servirá para adquirir una mayor conciencia del patrimonio cultural que los rodea en calidad de partícipes culturales, se generará un sentimiento importante de identidad y pertenencia mediante el patrimonio cultural material e inmaterial.

### **Ruta museo Fray Pedro Rosear**

Una de las razones por las cuales se consideró fundamental realizar una ruta en el museo Fray Pedro Gosseal se debe a la riqueza patrimonial que este sitio posee. El área involucra un fuerte antecedente relacionado con el surgimiento del arte colonial

quiteño, es en realidad un epicentro histórico referente al tema de investigación, de tal modo que resulta una herramienta fundamental para efectuar el propósito del estudio realizado.

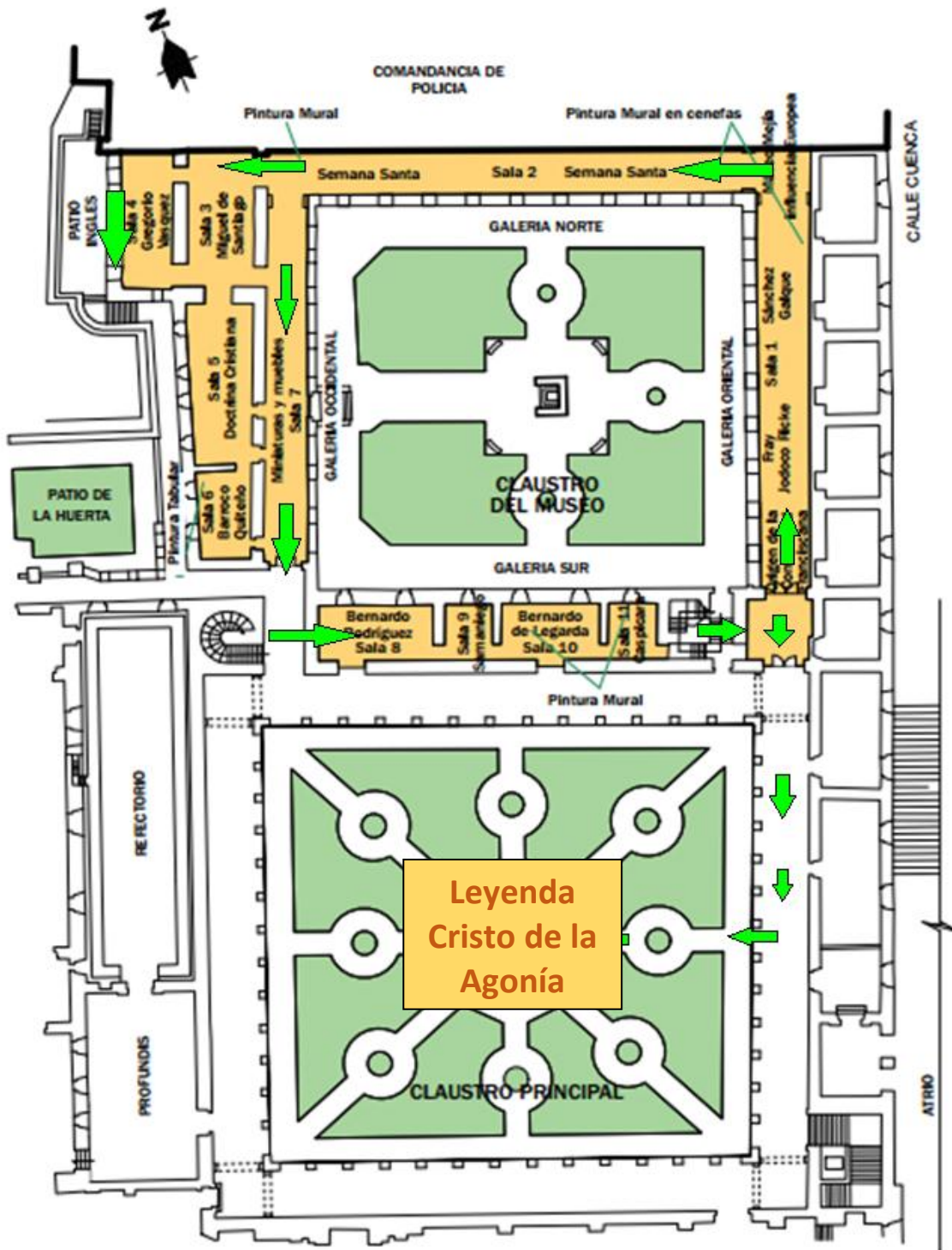
La ruta tiene una duración estimada de dos horas, y se basa en un recorrido museológico ordenado el cual comienza con la introducción de San Francisco de Asís, su vida y su legado mediante la serie pictórica en el inicio del recorrido. Continuará el recorrido dando importancia a Fray Jodoco Rique y Fraay Pedro Gocial con los comienzos del arte quiteño, la influencia europea, las esculturas de Caspicara. Luego se abordará la temática de la semana santa, y resto de obras de artistas del siglo XVIII como Bernardo de Rodríguez entre otros. Finalizará el recorrido con una dramatización de la leyenda “Cristo de la Agonía” de Miguel de Santiago en el patio del convento.

<b>Tema</b>	<b>Subtema</b>	<b>Contenido</b>
1. Origen de la Comunidad Franciscana		Breves datos biográficos del Santo Fundador; crecimiento y expansión de la Orden en Europa y América; Terciarios y rama femenina: Santa Clara. Relación con Santo Domingo.
	a) Fray Jodoco Rique y Fray Pedro Gocial	Franciscanos que llegaron con los conquistadores; sacerdotes flamencos; creación de la escuela de artes y oficios; proceso constructivo del convento.
2. Influencia Europea		Situación artística en Europa; presencia de artistas y obras europeas en América; temas, técnicas y materiales introducidos.
	b) Semana Santa en Quito	Semana Santa sevillana; transposición a América; el arte al servicio de la religión; cofradías; aportes locales a temas, técnicas y materiales.
3. Miguel de Santiago		Datos biográficos; producción pictórica; las «series»; la copia y la creación; características estilísticas del autor; el trabajo gremial; La Inmaculada.
	c) Doctrina Cristiana	Función didáctica de la pintura religiosa; la influencia de la teología tomista; lo real y lo simbólico; el proceso de producción artística (preparación religiosa y técnica).
4. Barroco quiteño		Austrias y Borbones; cambios políticos, sociales, artísticos, filosóficos y religiosos del barroco europeo; repercusiones americanas; el barroco quiteño.
	d) Muebles y miniaturas	El cambio del formato artístico; la masificación de la producción y la exportación; el mueble en la colonia; modalidades de la taracea; presencia e influencia morisca.
5. Bernardo Rodríguez		Del anonimato a la autoría; de artesano a artista; datos biográficos; su producción; su estilo.
6. Manuel de Samaniego		Del barroco al rococó; cambios estilísticos; situación política y artística de finales de la Colonia; datos biográficos de Samaniego; su obra; su estilo.
7. Bernardo de Legarda		Situación gremial en la colonia; control administrativo y religioso; Legarda como artista multifacético; breves datos biográficos y de su producción; su estilo.
	e) Virgen de Quito	Orígenes iconográficos; análisis simbólico; hipótesis de las motivaciones antropológicas, históricas y políticas de creación quiteña y auspicio franciscano.
8. Caspicara		Transición política y artística hacia la Independencia; del gremio a la academia; datos biográficos de Caspicara; su obra; su estilo.

**TABLA 13 CONTENIDO MUSEOLÓGICO**

Fuente: Elaboración propia a partir de INPC (2011)

FIGURA 11 Ruta vivencial de La Escuela Quiteña en el museo Fray Fedro Gosseal



## **Ruta de los Artistas y Artesanos herederos de la Escuela Quiteña**

Este trayecto tiene la finalidad de involucrar de una manera muy cercana a los moradores y visitantes con los oficios tradicionales del Centro Histórico de Quito, de manera más específica; las personas visitarán los talleres de los artistas y artesanos que poseen fuerte legado tradicional. Tanto los moradores como los visitantes formarán parte de una de sus jornadas artísticas entablando un importante protagonismo en el desarrollo de cualquier obra artística. Es decir visitante y moradores serán partícipes, tanto en la visita de los recorridos como parte de la organización y seguimiento de las rutas.

El recorrido empezará en la parroquia de Santa Bárbara, ubicada al noreste del centro histórico, el primer hito a visitar es el taller del joven escultor Roberto Betancourt, que se encuentra cerca de la esquina de las calles García Moreno y Oriente. Se ingresará al establecimiento de su taller y los visitantes empezarán a familiarizarse con su práctica, sus materiales, y sus conocimientos mediante una muestra de realización de una de sus esculturas. Consecuentemente los visitantes junto a la guía y apoyo de los moradores empezarán a esculpir y tallar pequeñas maderas de nogal bajo la observación de Roberto.

Finalizada la visita del primer hito; visitantes junto al involucramiento de los moradores visitarán el taller Sangurima; ubicado a pocos metros al sur del taller de Roberto; ahí Marco Díaz junto a Javier Escobar y Víctor Rivas; contarán su historia sobre cómo han podido sobrevivir con el arte, dónde aprendieron. Y deleitarán a los visitantes con la demostración de la ejecución del policromado y la técnica del encarne a sus esculturas,



técnica tradicional de la Escuela Quiteña. Finalmente ellos formarán parte de la realización de una pequeña escultura adquirirán una pequeña noción de técnicas de escultura y policromía.

Luego se continuará caminando por la calle García Moreno con dirección sur, por donde se observarán importantes hitos como la iglesia de la concepción, la Plaza Grande junto al Palacio de Carondelet, se continuará visitando el Centro Cultural Metropolitano de ser necesario, y después se llegará hasta la calle Venezuela, donde se tomará en dirección sur oriental hasta llegar a la Calle La Ronda.

Una vez ahí se visitará la casa 989 donde se hallan importantes artesanos como José Luis Jiménez; quien es un importante tallador de mucha demanda en la ronda, debido a que para él es muy importante transmitir el legado de la Escuela Quiteña mediante la escultura, el no tendrá problema en mostrar a los visitantes el proceso de elaboración en una de sus esculturas.

Dentro de la casa 989, de igual manera se visitará el taller de Germán Campos; quién es un importante referente respecto al arte de la taracea, la talla y la escultura. Junto a su esposa darán una sólida explicación de cómo funciona su taller, sus técnicas, su historia, e involucrará a ciertas personas del público a participar en ciertos pequeños detalles de sus obras.

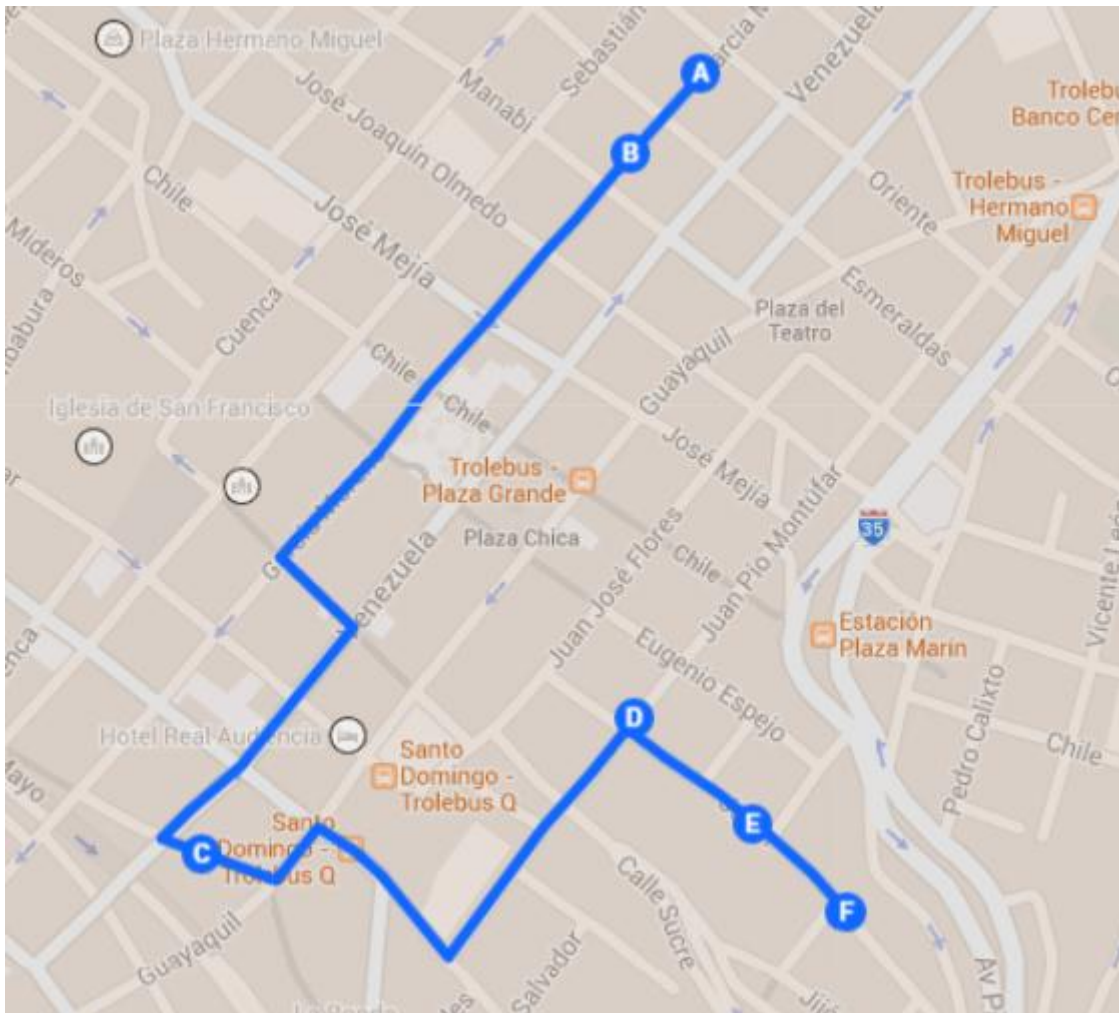
Consecuentemente después de una corta visita opcional por la ronda, se avanzará hasta el barrio San Marcos, en colaboración con los moradores y entidades que guiarán a las personas en el recorrido. El primer hito en el barrio será el taller del maestro Marcelo Ruiz; ubicado en las calles Montúfar y Junín, ahí en su pequeño local debido a

la carencia de suficiente espacio tan solo se limitará a narrar su historia, su papel en el barrio San Marcos, mostrará sus obras realizadas, y realizará una demostración con la restauración de un encargo de uno de sus clientes, detallará el uso de materiales y técnicas que utiliza, y hará participar a cualquier persona del público.

El siguiente hito será la casa de pintor Bolívar Araujo, una casa de estilo andaluz bien conservada ubicada en una esquina de la calle Junín, dentro del tradicional barrio San Marcos. Esta casa también es utilizada para realizar eventos culturales relacionados con las artes. Dentro del patio andaluz de la casa; los artistas de nuestro proyecto: Andrés Burbano, César Cimbaña y Yolanda Cadena tendrán un amplio espacio para dar a relucir sus obras, sus técnicas, e involucrarán fervientemente a los visitantes y moradores con el desarrollo de sus pinturas y esculturas. Ellos tratarán de ejemplificar técnicas tradicionales con el fin de que los visitantes y moradores se den cuenta del valor artístico de las técnicas de la Escuela Quiteña.

Finalmente para concluir el recorrido de los oficios tradicionales; se caminará escasas dos cuadras con dirección al oriente, al nivel de la plaza de San Marcos, allí se notará la presencia de un pequeño taller donde trabaja José Barrera. Siendo el no solamente un artesano, sino también un estudioso de la Escuela Quiteña; llenará de conocimientos a los visitantes sobre la historia del Arte Quiteño, finalizará el recorrido visitando la plaza de San Marcos, donde se realizarán eventos culturales afines en colaboración con los moradores y algunas entidades culturales.

**FIGURA 12** Ubicación de la Ruta vivencial de Artistas y Artesanos herederos de la Escuela Quiteña



**Fuente:** Elaboración Propia a partir de Google Maps Engine 2015

## FIGURA 13 Hitos de los artesanos

Ruta Artistas y Artesanos

 [A pie](#)

**A** Roberto Betancourt

**B** Taller Sangurima

**C** La Ronda 989

**D** Marcelo Ruiz

**E** Casa Bolívar Araujo (Pintor)

**F** José Barrera

**Realizado por:** El autor

## CONCLUSIONES

- Existen un importante recurso potencial en distintos sectores poco reconocidos del centro histórico de Quito, el desarrollo y difusión de los mismos depende tan solo de que haya una excelente gestión por parte de los organismos involucrados.
- Hay una significativa tasa de emigración histórica y actual de residentes del centro histórico que afectan a que la gente conozca de la realidad cultural y que los oficios tradicionales decaigan en la zona.
- Debido a una escasa gestión, hasta ahora La Ronda es la zona con mayor difusión y actividad de oficios tradicionales, se toma poco en cuenta a otros sectores con alta actividad artesanal pero poco reconocidos.
- Existe una escasa disposición por parte de los moradores en formar parte de proyectos culturales para sus barrios.
- La importancia cultural de los sectores que se han estudiado del centro histórico, concernientemente a oficios tradicionales no han conseguido que los turistas nacionales le den la importancia pertinente. En la mayoría de los casos son los extranjeros quienes valoran más las obras de arte legado de la Escuela Quiteña.
- Los jóvenes de ahora no tienen la suficiente conciencia del patrimonio cultural que los rodea y de su importancia.
- Existe una evidente falta de difusión de los productos culturales existentes por parte de las organizaciones pertinentes.

## RECOMENDACIONES

- Las entidades tales como la Municipalidad, Quito Turismo, INPC, entre otras deben tener una fuerte constancia y seguimiento en el desarrollo de sus proyectos relacionados con el patrimonio cultural.
- El centro histórico de Quito posee una potencialidad cultural inimaginable, pero es necesario que haya una buena gestión cultural por parte del Municipio de Quito.
- Los jóvenes deben vincularse más a la realidad del patrimonio cultural, debido a que en ellos se puede sustentar en gran parte el desarrollo de la identidad no solo del centro si no a nivel ciudadano.
- Es importante el involucramiento de los moradores de las áreas pertinentes donde se realizarán las rutas culturales, el morador juega un papel crucial en el desarrollo cultural de su zona.
- Se debe generar una cultura de involucramiento al PC tanto material como inmaterial en los moradores y visitantes.
- Los organismos pertinentes deben desarrollar espacios destinados a la cultura, para que los habitantes inviertan más tiempo de sus vidas en este ámbito, esto puede ser un importante factor generador de identidad.
- Las artes de los oficios tradicionales son dignas de valor y respeto, al igual que las personas que lo ejercen, ya que ellos, sus costumbres y conocimientos son parte de un patrimonio vivo o inmaterial.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. Á. (2004). *Fundamentos de marketing turístico*. México D.F.: Trillas.
- Ángel Justo Estebaranz. (30 de Septiembre de 2012). *Universidad de Sevilla*. Obtenido de <http://institucional.us.es/>
- Angulo, D. (1954). *Manual de Historia del Arte*. Madrid: E.I.S.A.
- Anónimo. (1991). *Coloristas Quiteños*. Quito: Graficsa.
- Armas Díaz, A. (marzo de 2007). En torno a la mercadotecnia urbana: reorganización y reimaginación de la ciudad. *Revista de geografía y CCSS*, XXII(712).
- artes, C. n. (2010). *guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable*. Santiago de Chile.
- Ashworth. (2005). Estudio e identificación del turismo cultural en CHile. Corporación Chile.
- Ayala, E. (2008). Nueva Historia del Ecuador. En E. A. Mora, *Resumen de la Nueva Historia del Ecuador*. Quito: Corporación Editorial Nacional.
- Bravo, B. (1965). *Quito monumental y pintoresco* . Quito, Pichincha, Ecuador: Universitaria.
- Carmen Camanero Izquierdo, M. J. (2008). Marketing del patrimonio cultural.
- Casalla, G. F. (2004). El Diseño de imagen de ciudad: Límites, obstáculos, necesidades, y oportunidades para las ciudades latinoamericanas. Medellín: Foro Internacional de City Marketing.
- Castells, M. (1997). *The power of identity*. Massachusetts: Blackwell Publishers.

- Cervantes, I. (2015). *Ciudades Patrimonio*. Obtenido de Artes: <http://cvc.cervantes.es>
- Christiana Renate Borchart de Moreno. (1998). La Audiencia de Quito: aspectos económicos y sociales (siglos XVI-XVIII). En C. R. Moreno, *La Audiencia de Quito: aspectos económicos y sociales (siglos XVI-*. Editorial Abya Yala.
- Coca, C. y. (Agosto de 2008). El concepto de Marketing: pasado y presente. *Revista de Ciencias Sociales*, 14, 391-414.
- Cohen, A. P. (1986). Symbolizing Boundries, identity and diversity in British culture.
- Colbert, F. &. (2003). *Marketing de las artes y la cultura*. Barcelona: Ariel.
- Contreras, C. (2005). *La revista mil y la conciencia de la identidad matancera*. Matanzas: Ediciones Matanzas.
- Cooley, C. (1922). Human nature and social order. New York: Scribner.
- Costa, J. (1993). *Imagen Global*. Madrid: Enciclopedia de diseño.
- Cuenca, A. L. (2013). El ABC del Patrimonio Cultural.
- De Elizagñarte, V. (2003). *Marketing de ciudades*. Pirámide.
- Diario El Comercio. (26 de Junio de 2011). ¿En realidad existió la Escuela Quiteña? *Tendencias*.
- Diario El Telégrafo. (18 de Mayo de 2014). Los oficios se debaten entre la tradición y el cambio (GALERÍA). *EL 31% DEL ESPACIO EN EL CENTRO HISTÓRICO CAPITALINO ES OCUPADO POR ACTIVIDADES COMERCIALES*.
- Enciclopedia Salvat. (1975). *Arte Colonial del Ecuador Siglo XVII – XVIII*. Quito: Salvat.
- Escobar, A. (2011). *Márketing Turístico*. Madrid, España: Síntesis.



- Escudero, V. (2000). *Historia y crítica del arte hispanoamericano Real Audiencia de Quito*. Abya Ayala.
- Escudero, X. (1991). *Historia y Leyenda del Arte Quiteño, Su Iconología*. Quito: Trama.
- Escudero, X. (2007). *Escultura Colonial Quiteña Arte y Oficio*. Quito: Trama.
- Fernández, G. (Febrero de 2004). La imagen de la ciudad como recurso para la gestión estratégica del desarrollo urbano. *Noticias Delnet*, 33, 41-49.
- Fonsal . (2007). *Arte Colonial Quiteño Renovado Enfoque y nuevos autores*. Quito: Trama.
- Fonsal. (2008). *El pueblo de Quito*. Quito.
- Friedman, R. (2000). Identidad e Imagen corporativa para comunas. (6), 1-45.
- Friedmann, R. (1995). Marketing Municipal: el ciudadano como cliente. *Revista Chilena de Administración Pública*(7), 1-50.
- García Rondón, I. (marzo de 2010). *ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL MARKETING COMO DISCIPLINA CIENTÍFICA*. Recuperado el Lunes de septiembre de 2013, de <http://www.eumed.net>: <http://www.eumed.net/ce/2010a/igr2.htm>
- García, A. M. (2008). *ubuntuone*. Recuperado el 18 de 10 de 2013, de Marketing de ciudades, El patrimonio y la cultura local: <http://ubuntuone.com/p/BUi/>
- Gomez, P. (Julio de 2003). *www.ehu.es*. Recuperado el 21 de Octubre de 2013, de La gestión de marketing de ciudades: <http://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/301.pdf>
- HARDOY, J. y. (1984). *El Centro Histórico de Quito. Evolución*. Quito: Edición del Museo del Banco Central del Ecuador.
- Hobsbawn, E. (1983). *Inventing Traditions*.

- Íbidem. (s.f.).
- INPC. (2011). *Guía de identificación de escultura*. Quito: Edicuatorial.
- INPC. (2011). San Fransisco una historia para el futuro. En A. INPC, *San Fransisco una historia para el futuro* (pág. 28). Quito.
- INPC. (2013). *Guía Metodológica para la salvaguardia del PCI*.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2011). Iglesia y convento de San Fransisco, o una Historia para el futuro. En A. M. INPC. Quito.
- J Enrique Bigné, X. F. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: Esic.
- Jaime Valencia. (2006). *Dos etapas estelares del arte ecuatoriano*. Quito.
- Keller, G. (1984). *Braucht ihr Unternehmen*.
- Kingman, E. (2008). *propone un estudio histórico que discute temas de patrimonio y la memoria de las ciudades*.
- Kotler P., K. L. (2006). *Dirección de Marketing*. (D. Edición, Ed.) México: Pearson Educación.
- Kotler, C. y. (2000). *Dirección de Marketing. Edición del milenio*. Madrid: Prentice-Hall.
- Kotler, P. (2011). *Marketing Turístico*. (A. Cañizal, Ed.) Madrid, España: Pearson Educación, S.A.
- Kutschinski, S. . (1993). Corporate Identity für Städte-Eine Untersuchung zur Anwendbarkeit einer Leitstrategie für Unternehmen auf Stade. .
- Levy, K. y. (1969). España.

- Malowany, J. (2004). Como impulsar el desarrollo, la creatividad y la competitividad de las ciudades a través del marketing. *Congreso Internacional Citymarketing*.
- Martinez, F. (s.f.). Sincretismo Religioso–Cultural En Las Artes Del Ecuador. *afase*, 211-220.
- Mead, G. (s.f.).
- Mead, G. (1934). *Mind, self and society*.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (Julio de 2011). *Ministerio de Cultura Ecuador*. Recuperado el 06 de 01 de 2015, de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/>
- Moliner. (2003). El Marketing relacional y el intercambio como . *ESIC Market*, 96, 274.
- Monistrol, R. (Diciembre de 2010). *BID textos universitaris de biblioteconomia i documentació*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2013, de Facultat de Biblioteconomia i Documentació Universitat de Barcelona: <http://bid.ub.edu/23/monistrol2.htm>
- Moreno, A. (1998). *ray Jodoco Rique y Fray Pedro Gocial Apostoles y maestros Franciscanos de Quito*. Quito: Abya Ayala.
- Navarro, E. C. (24 de Julio de 2014). *Eva Campos Navarro coach, psicóloga y escritora* . Obtenido de Eva Campos Navarro: [www.evacamposnavarro.es/coaching/aprendizaje-vivencial](http://www.evacamposnavarro.es/coaching/aprendizaje-vivencial)
- OIT. (2001). *Declaración de Otavalo. Turismo Comunitario sostenible, competitivo y con identidad cultural*. . Otavalo.
- OMT. (2008). *Actividad turística habitualmente empleados en Chile*. Obtenido de [www.turismomigrantes.cl/bicicleta.htm](http://www.turismomigrantes.cl/bicicleta.htm).
- OMT. (2008). Glosario de términos técnicos. En OMT.

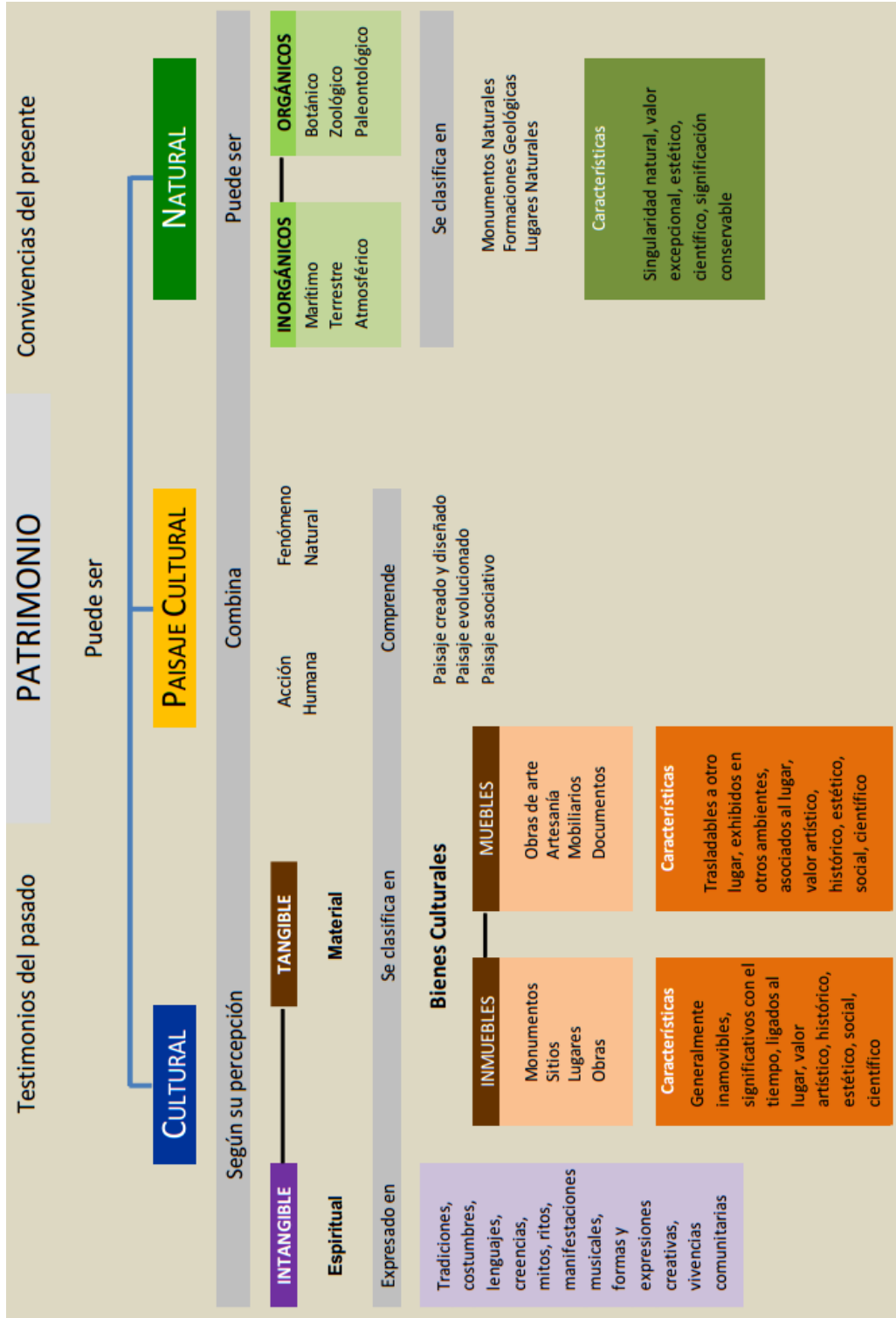
- OMT, O. E. (2001). *Cuenta Satélite del Turismo, recomendaciones sobre el Marco Conceptual*. . Luxemburgo, Madrid, París, Nueva York: Naciones Unidas.
- Organización Mundial del Turismo OMT. (26 de agosto de 2013). *Organización Mundial del Turismo OMT*. Obtenido de La demanda turística internacional supera las expectativas en la primera mitad de 2013 : <http://media.unwto.org/es/press-release/2013-08-26/la-demanda-turistica-internacional-supera-las-expectativas-en-la-primera-mi>
- Philip Kotler, G. A. (2007). *Fundamentos de Mercadotecnia*. México: Pearson Education.
- Revista Travesías. (julio de 2005). *Travesías*. Recuperado el 15 de Mayo de 2014, de Travesías Inspiración para viajeros: [www.travesias.com](http://www.travesias.com)
- Rey, M. (2008). *Fundamentos de marketing turístico*.
- Romero, A. (2008). *Marketing Municipal*. Madrid.
- Ruth Mora, J. P. (2012). Revitalización de los oficios tradicionales de la antigua Escuela Quiteña.
- SENATUR. (2008). Glosario de términos técnicos para actividades turísticas. Santiago de Chile.
- Serra, A. (2011). *Marketing Turístico*. Madrid, España: ESIC.
- Suárez, A. A. (2005). Lúdica, Agencia de comunicación y cultura.
- Sueiro, V. (Enero de 2003). Binomio ciudad.Cultura Urbana. *Revista Biblioteca Nacional José Martí*, 257, 119-131.
- T., D. G. (2010). *Dicendi*. Recuperado el 21 de Octubre de 2013, de Marketing, Cultura y Sostenibilidad.
- Tarragona, D. G. (2003). *Marketing Cultural. Una nueva forma de comunicación para las empresas*.

- Telégrafo, D. E. (18 de Mayo de 2014). Los oficios se debaten entre la tradición y el cambio (GALERÍA). *EL 31% DEL ESPACIO EN EL CENTRO HISTÓRICO CAPITALINO ES OCUPADO POR ACTIVIDADES COMERCIALES.*
- Torre, C. D. (2008). *Las Identidades: Una mirada desde la psicología.* La Habana: Ruth Casa.
- trendwatching. (2013). *trendwatching.com*. Obtenido de 10 TENDENCIAS DE CONSUMO CRUCIALES PARA 2013: <http://www.trendwatching.com/es/trends/10trends2013/>
- Turismo de experiencias en Patagonia. (5 de 09 de 2014). *Turismo de experiencias en Patagonia*. Obtenido de Viajar ahora tiene un sentido: [http://www.synapsis-patagonia.com/cursos/AV/AVAPUNTE\\_1.pdf](http://www.synapsis-patagonia.com/cursos/AV/AVAPUNTE_1.pdf)
- UIOOT. (s.f.). Estudio sobre las formas actuales y potenciales de los canales de distribución D.2.1. págs. 57, 58.
- UNESCO. (1982). conferencia mundial sobre Patrimonio Cultural. Mexico.
- UNESCO. (1982). DECLARACIÓN DE MÉXICO SOBRE LAS POLÍTICAS CULTURALES . México: UNESCO.
- UNESCO. (2008). *Estudio de identificación y caracterización de recursos, normativas y financieros disponibles para el desarrollo del turismo cultural en Chile.* Santiago de Chile.
- Unesco. (2012). *Unesco*. Recuperado el 11 de 04 de 2015, de [www.unesco.org](http://www.unesco.org)
- UNESCO. (1 de 3 de 2015). Obtenido de © UNESCO 1995-2012: <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?pg=00006>
- Vargas, J. M. (1949). *El Arte Quiteño en los siglos XVI, XVII y XVIII.* Quito: Romero.
- Vargas, J. M. (1960). *El Arte Ecuatoriano.* Quito: Biblioteca Ecuatoriana.

- Vargas, J. M. (1978). *La Iglesia y el Patrimonio Cultural Ecuatoriano*. Quito: Centro de publicaciones de la Pontífica Universidad Católica del Ecuador.
- Vargas, J. M. (1982). *La Iglesia y el Patrimonio Cultural*. Quito: Ediciones de la Universidad Católica.
- Vargas, J. M. (2006). *Arte Colonial Quiteño*. El cardo.
- Villafañe, J. (1998). *Imagen Global*. Madrid: Enciclopedia de Diseño.
- Ward, S. V. (1998). *Selling places: The marketing and promotions of towns and cities*. Londres: E&EN SPON.
- Ximena Escudero. (2009). *Historia y Leyenda del Arte Quiteño, su iconología*. Quito: TRAMA.
- Ximena Escudero Albornoz, J. M. (2000). *Historia y crítica del Arte Hispanoamericano, Real Audiencia de Quito: (siglos XVI, XVII y XVIII)*. Editorial Abya Yala.
- Zumba, E. (2012). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA . En E. Zumba.

# ANEXOS

## ANEXO 1 Cuadro resumen de clasificación del patrimonio



## **ANEXO 2 SONDEO**

### **SONDEO DE CAMPO SOBRE EL NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LA ESCUELA QUITEÑA EN LOS HABITANTES**

Se aplicó un sondeo en el área de estudio con el siguiente fin:

#### **OBJETIVO GENERAL**

Se ha realizado el siguiente sondeo con el fin de demostrar qué tanta conciencia tienen los habitantes de las áreas involucradas respecto al patrimonio cultural material e inmaterial que los rodea.

#### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Conocer que tanto conocimiento poseen los moradores respecto a la Escuela Quiteña.
- Saber el nivel de conocimiento los moradores sobre los talleres de oficios tradicionales que bordean sus barrios.
- Indagar sobre el nivel de importancia que le dan sus habitantes al patrimonio que poseen.
- Tomar como base las distintas opiniones descritas con el fin de mejorar una propuesta de rescate de la identidad de los habitantes.

#### **UNIVERSO Y TAMAÑO DE LA MUESTRA**

Se ha tomado como referencia los datos proporcionados por el Instituto Metropolitano de Patrimonio de Quito (IMPQ), debido a que el sondeo está enfocado principalmente a jóvenes entre 19 a 35 años, se recopiló la cifra total de jóvenes de ese rango de edad que habitan en los barrios involucrados en el estudio (San Roque, La Merced, San Blas, Gonzáles Suárez, y San Marcos), con un total de **4.602** hasta el censo del año 2010.

Rango de edad de 19-15



Barrio	Hombres	Mujeres
González Suárez	586	562
San Roque	751	737
La Merced	135	146
San Blas	578	543
San Marcos	306	258
	2.356	2.246
<b>Total</b>		<b>4.602</b>

Fuente: IMPQ 2010

## UNIVERSO / POBLACIÓN

Población: Una población es un conjunto de elementos (sujetos, objetos, entidades abstractas, etc.) que poseen una o más características en común, podemos encontrar dos tipos de poblaciones dependiendo del número de elementos de que consten: poblaciones finitas y poblaciones infinitas.

## TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la siguiente muestra se utilizó la fórmula del muestreo para universos finitos.

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

Dónde: Z= Constante

N=Universo o Población

P=Probabilidad a favor

Q= Probabilidad en contra

E= Error de estimación (precisión de resultados 6%)

N= Tamaño de muestra

$$n = \frac{1,96^2 * 4.602 * 0,5 * 0,05}{0,05^2 * (4.602 - 1) + 1,96^2(0,5 * 0,5)}$$

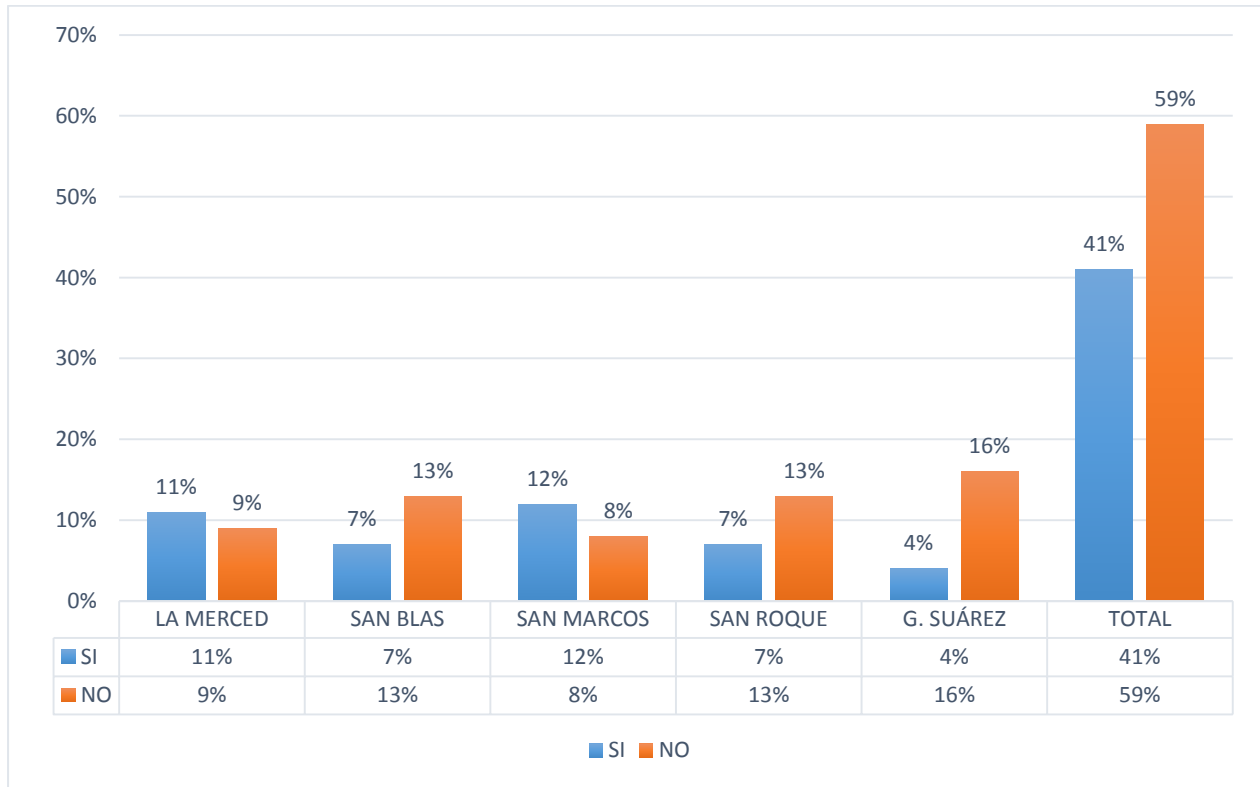
$$n = 354 \text{ encuestas}$$

De este resultado, se determinó un tamaño de muestra de **100 encuestas**, debido a que no todos cumplían con los requerimientos necesarios para abordar la investigación; tal determinación está basada en factores como:

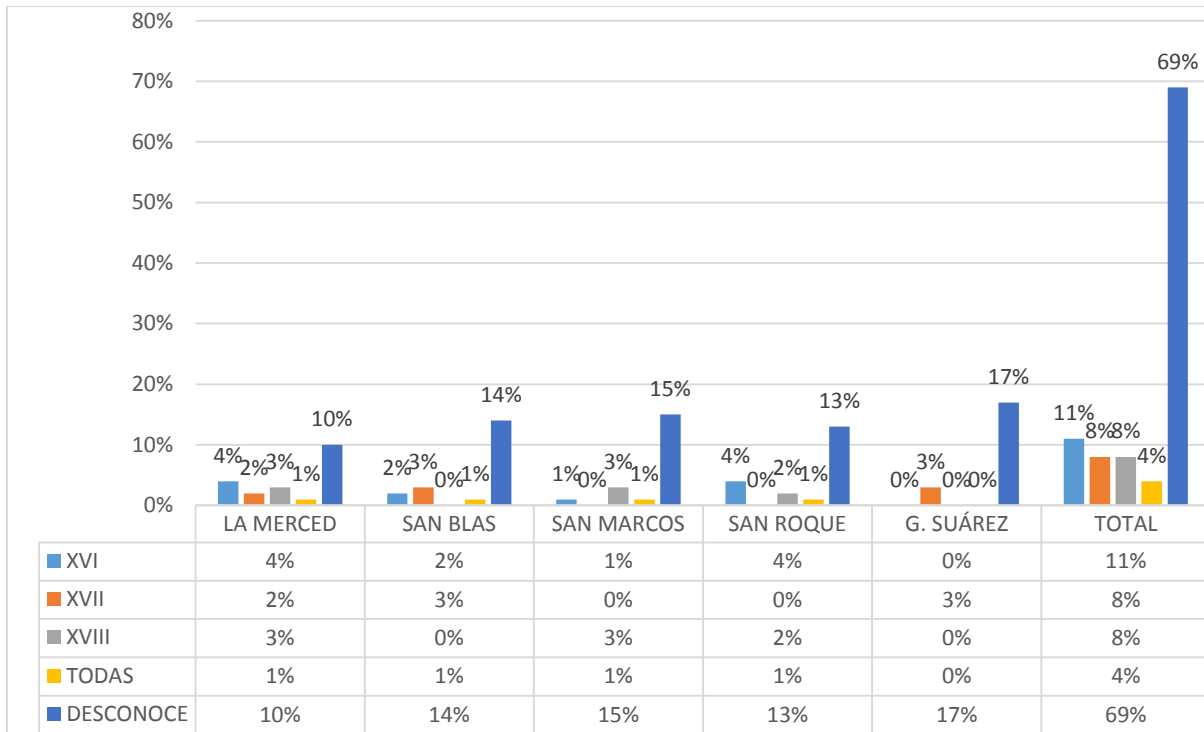
- El tiempo en que en que estas personas habitan el centro histórico.
- Si su involucramiento con el centro histórico es netamente comercial o no.
- La tasa de emigración existente hacia otros barrios y lugares.
- Cual es un nivel de involucramiento con sus barrios.
- El grado de interés que poseen.

Las encuestas fueron distribuidas para 20 personas en cada barrio pertinente, La Merced, San Blas, San Roque, González Suárez, y San Marcos, de rango de edad entre 19 a 35.

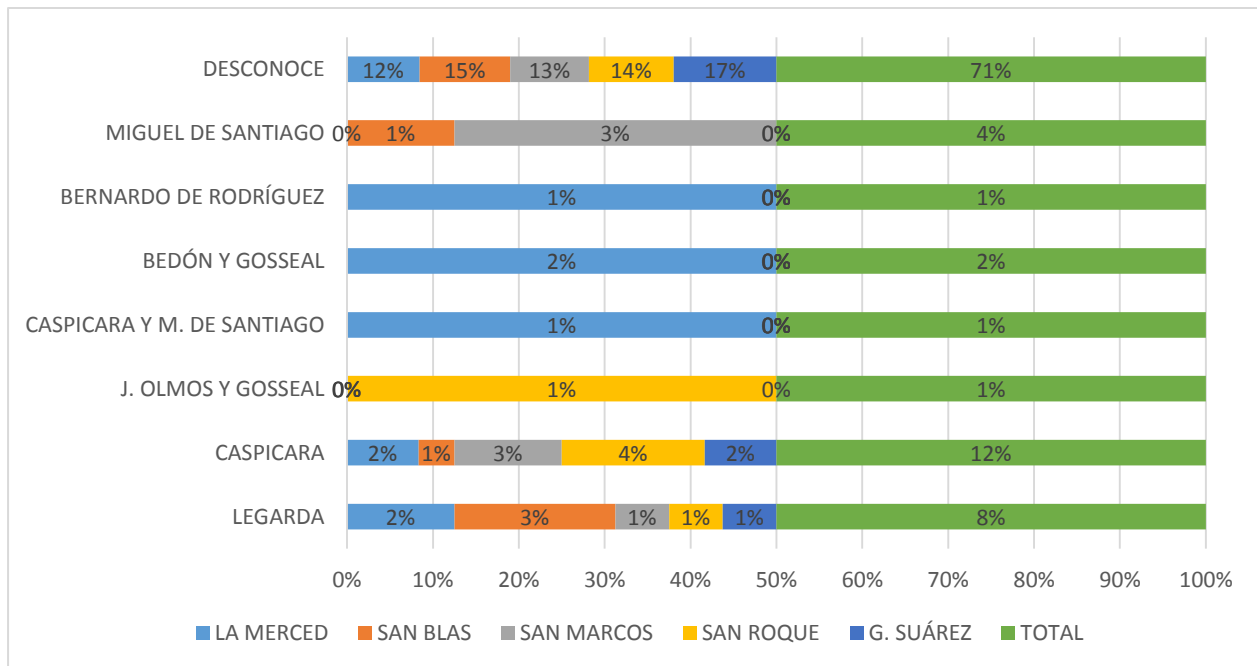
1.- ¿Conoce usted sobre la Escuela Quiteña?



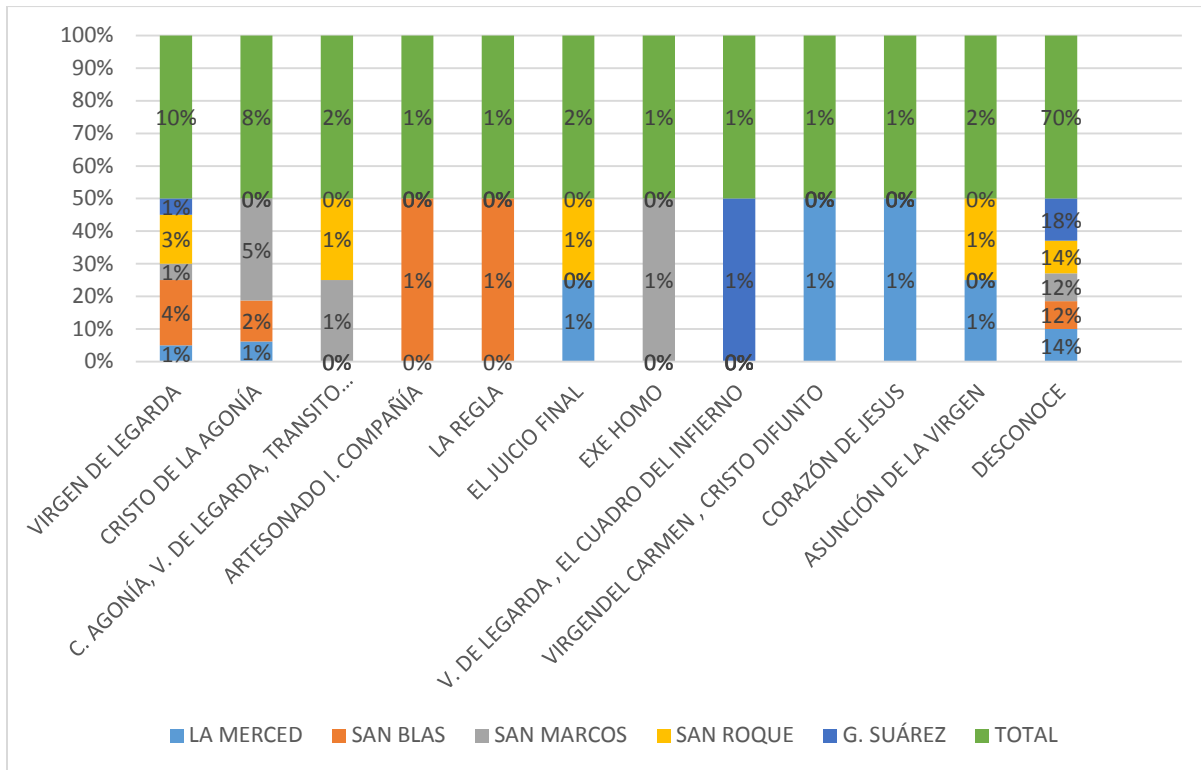
2.- ¿En qué siglos cree usted que tuvo lugar la Escuela Quiteña?



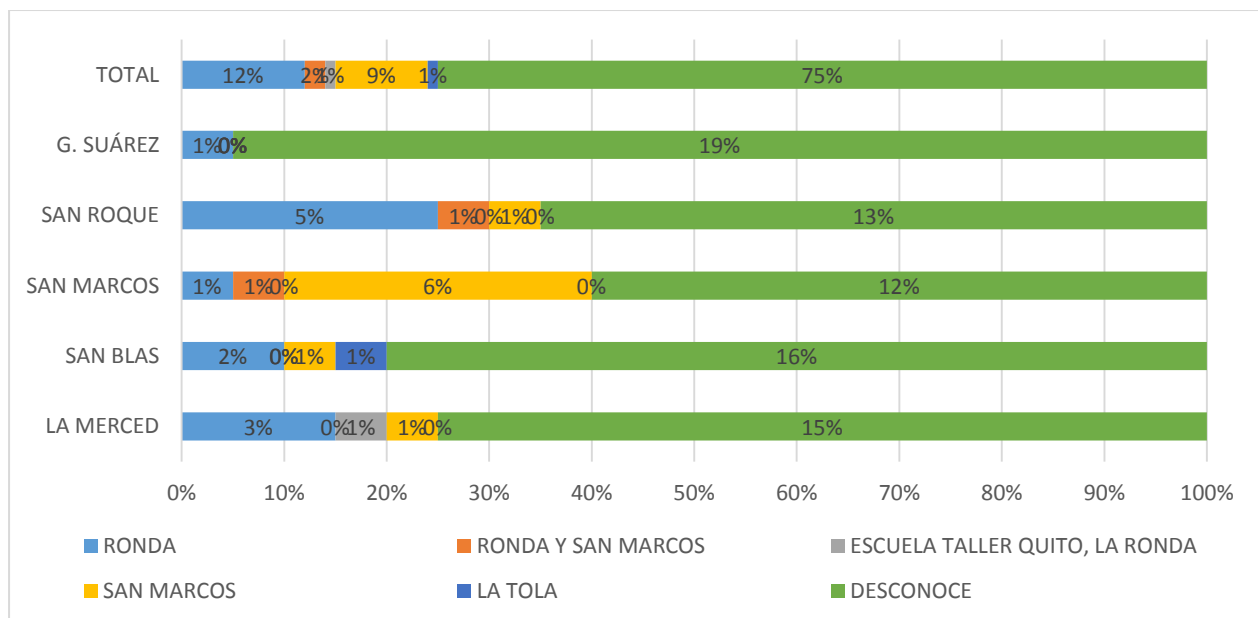
### 3.- ¿Conoce usted cuáles fueron sus principales exponentes?



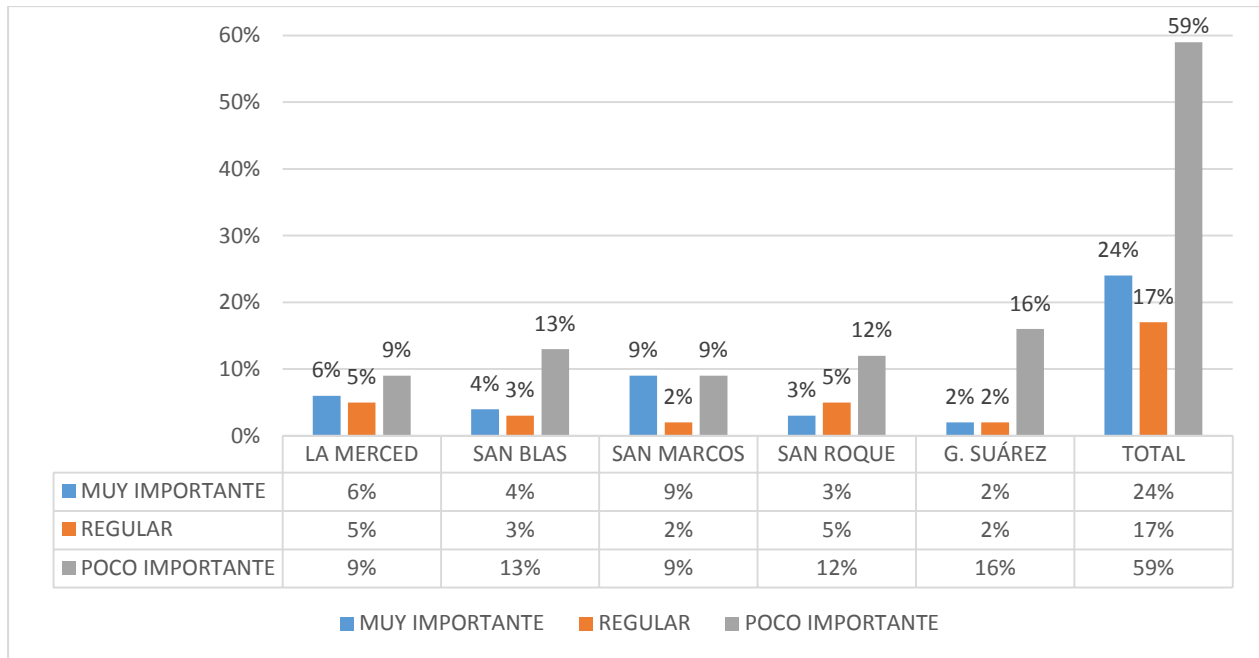
### 4.- ¿Mencione 1 a 2 obras de la Escuela Quiteña?



5.- ¿Conoce usted sitios o artistas en la actualidad donde se practiquen oficios de la Escuela Quiteña (Pintura, Escultura) en el centro histórico?



6.- ¿Qué tan importante cree usted que se deba instruir a las personas sobre los oficios que se practicaron en la Escuela Quiteña?



### ANEXO 3 TALLERES

#### Taller Sangurima





Roberto Betancourt





Marcelo Ruiz





José Barrera

