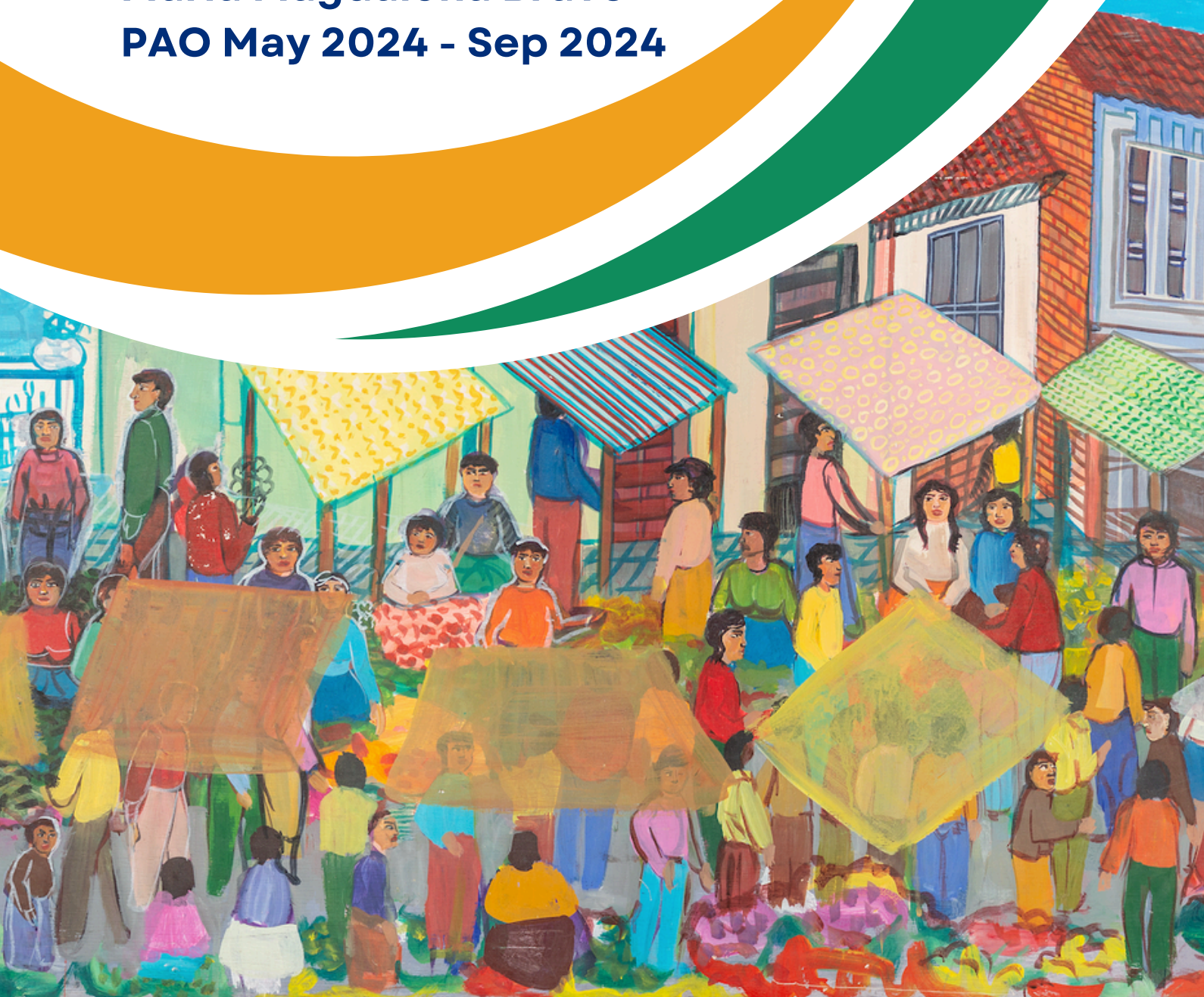




Proyecto de Investigación

Visibilidad de los artistas
ecuatorianos en los medios
culturales

María Magdalena Bravo
PAO May 2024 - Sep 2024



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO PARA EL DESARROLLO “ISPADE”
INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN
EVALUACIÓN DE PROPUESTAS DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN
PAO MAYO - SEPTIEMBRE 2024
DATOS GENERALES

TEMA DEL PROYECTO	Visibilidad de los Artistas Ecuatoriano en los Medios Culturales
FECHA DE INICIO	06 – 05 – 2024
FECHA DE FIN	27 – 09 – 2024
RESPONSABLE(S)	María Magdalena Bravo

MATRIZ DE EVALUACIÓN
Instrucciones:

1. Asignar una puntuación de 0 a 5 para cada criterio (0: muy deficiente - 5: excelente). Se pueden incluir valores decimales.
2. Acompañar cada puntuación con comentarios específicos que expliquen la calificación y proporcionen recomendaciones de mejora.
3. Sumar las puntuaciones y calcular el promedio para obtener la calificación final del proyecto.
4. Se considerará aprobada una propuesta si obtiene una calificación igual o superior a 3.5.

Criterio de evaluación	Descripción	Calificación	Observaciones
Innovación	La propuesta es original y creativa, aportando soluciones novedosas al problema planteado. Puede incluir la creación o mejora de un producto, servicio o proceso.	4	La investigación aborda un problema poco explorado en Ecuador, proponiendo estrategias innovadoras para mejorar la visibilidad de los artistas en los medios culturales, especialmente en entornos digitales.
Rigor científico	La propuesta se basa en un marco teórico sólido y fundamentado, con metodología adecuada y viable.	4	El estudio está respaldado por un análisis riguroso de la transformación del periodismo cultural, entrevistas con expertos y



			revisión de fuentes académicas relevantes.
Contribución al Conocimiento	La investigación amplía el conocimiento en el área de estudio, ya sea mediante la generación de nuevos conceptos, validación de teorías o aplicación práctica de conocimiento.	5	El proyecto contribuye a la comprensión del impacto de la digitalización en la difusión del arte ecuatoriano y plantea soluciones prácticas para mejorar la presencia de los artistas en los medios culturales.
Impacto	La investigación tiene el potencial de generar cambios significativos en la academia, la industria o la comunidad, con resultados replicables y transferibles.	4	Los hallazgos pueden ser utilizados por medios de comunicación, gestores culturales y artistas para mejorar la difusión del arte ecuatoriano, además de servir como referencia para futuras investigaciones.
Factibilidad	Evaluación de la viabilidad técnica, económica y logística del proyecto, considerando los recursos disponibles.	5	La metodología del estudio es viable y los recursos requeridos son accesibles, aunque la recopilación de datos de medios impresos y entrevistas con artistas puede presentar algunos desafíos.
Participación estudiantil	La propuesta integra a los estudiantes de manera activa, alineando sus actividades con los resultados de aprendizaje y el campo de conocimiento de su carrera.	N/A	
Total (promedio):		4,6	

Nota: Esta matriz está diseñada para garantizar una evaluación objetiva y rigurosa de las propuestas de investigación. Se recomienda a los evaluadores proporcionar comentarios detallados para fomentar la mejora continua de los proyectos.

Para la aprobación de las propuestas de los proyectos de investigación, se tiene los siguientes rangos de calificación:

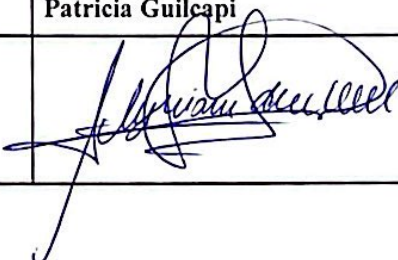
Calificación	Resultado
4 – 5	Aprobado
3,5 – 4	Aprobado con cambios
Menos de 3,5	No aprobado





Resolución de aprobación:

Aprobado con 4.6, se considera un proyecto excelente.

Elaborado por: María Magdalena Bravo	Revisado por: Patricia Guilcapi
	

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO PARA EL DESARROLLO “ISPADE”
INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN
PROPUESTA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PAO MAYO - SEPTIEMBRE 2024

1. DATOS GENERALES

TEMA DEL PROYECTO	VISIBILIDAD DE LOS ARTISTAS ECUATORIANOS EN LOS MEDIOS CULTURALES
FECHA DE INICIO	06 – 05 – 2024
FECHA DE FIN	27 – 09 – 2024
RESPONSABLE(S)	Magdalena Bravo

EJES DE ACCIÓN Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

EJES DE ACCIÓN	LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	(x)
Herramientas metodológicas y pedagógicas en la educación tecnológica	Desarrollo de enfoques pedagógicos innovadores para la enseñanza tecnológica.	
	Implementación de herramientas digitales y metodologías activas en el aula.	
	Evaluación de la efectividad de diferentes enfoques pedagógicos en la formación tecnológica.	
	Nuevos lenguajes de programación	
	Métodos de aprendizaje tecnológico a partir de lo lúdico.	
	Investigación sobre métodos que permitan a los estudiantes convertirse en emprendedores.	
	Metodologías diversas para el trabajo en equipo.	
	Nuevas metodologías de evaluación para la etapa de titulación.	
	Posibilidades metodológicas del uso de la inteligencia artificial en la educación técnica.	
Cultura, arte y tecnología	Exploración de sinergias entre la tecnología y las expresiones artísticas y culturales.	x
	Promoción de la creatividad y la innovación a través de proyectos interdisciplinarios.	x
	Investigación de cómo la tecnología puede preservar y enriquecer el patrimonio cultural.	
	El arte como activador de la creatividad en la educación tecnológica.	
	Inteligencia artificial en la creación artística.	
	Innovación temática de la Inteligencia artificial en las semanas culturales del ISPADE.	
	Inteligencia artificial en la preservación del patrimonio cultural.	
	Narrativas generadas por Inteligencia Artificial.	
	Impactos socio-culturales de la Inteligencia Artificial.	
	Educación cultural asistida por Inteligencia Artificial.	
	Inteligencia Artificial en la preservación de dialectos y culturas ancestrales.	
	Identificación de oportunidades de trabajo para técnicos y tecnólogos en el mercado laboral actual.	

Campo laboral, trabajo y emprendimiento	Desarrollo de programas de emprendimiento y formación en habilidades empresariales.	
	Evaluación de la demanda de habilidades técnicas en sectores específicos.	
	El emprendimiento como fuente principal para la generación de ingresos.	
	Emprendimiento e Inteligencia Artificial	
Ética	Discusión sobre la importancia de la ética en la tecnología y la investigación.	
	Desarrollo de políticas y prácticas éticas en investigación.	
	Reflexión sobre el impacto ético de la tecnología en la sociedad.	
	Ética y representación en la Inteligencia Artificial cultural.	

2. INTRODUCCIÓN

La visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios culturales es un factor clave para el desarrollo del sector artístico y la proyección del talento nacional tanto a nivel local como internacional. A lo largo de la historia, el periodismo cultural ha desempeñado un papel fundamental en la promoción del arte, ofreciendo espacios para la crítica especializada, la difusión de exposiciones y el reconocimiento de artistas emergentes y consagrados. Sin embargo, en la actualidad, el panorama mediático ha cambiado radicalmente debido a la digitalización, la transformación del consumo de información y la crisis del periodismo tradicional.

Este estudio busca analizar cómo los medios culturales contribuyen a la visibilización de los artistas ecuatorianos, identificando las oportunidades y desafíos que enfrentan en la era digital. A medida que los periódicos y revistas han reducido o eliminado sus secciones culturales, los artistas han debido recurrir a nuevas estrategias de difusión, como redes sociales, plataformas digitales y colaboraciones con medios independientes. Esta transición ha generado tanto ventajas como limitaciones en la manera en que se comunica el arte ecuatoriano.

Históricamente, los medios de comunicación han sido aliados fundamentales en la difusión del arte. Suplementos como Cartón Piedra de El Telégrafo, Artes Cultura de La Hora y revistas culturales como Mundo Diners han permitido la documentación, el análisis y la divulgación del trabajo de artistas plásticos, músicos, escritores y creadores en general. Sin embargo, con la crisis del periodismo impreso y la priorización de contenidos más rentables, la presencia del arte en los medios tradicionales ha disminuido significativamente.

Este cambio ha afectado de manera particular a los artistas ecuatorianos, quienes ahora enfrentan el reto de promocionar su trabajo en un entorno digital saturado de información y dominado por algoritmos que privilegian el contenido viral sobre la profundidad analítica. Aunque las redes sociales han democratizado el acceso a la difusión artística, también han generado una competencia intensa por la atención del público, lo que obliga a los artistas a desarrollar estrategias de autopromoción y branding digital para destacar.

Otro desafío importante es la falta de espacios para la crítica especializada en los medios digitales. Mientras que en el pasado los periódicos y revistas ofrecían reseñas y análisis de obras de arte, en la

actualidad este tipo de contenido ha sido reemplazado en gran medida por publicaciones promocionales o entrevistas breves. Esto afecta la manera en que el público percibe el arte, reduciendo la posibilidad de generar debates profundos sobre las tendencias artísticas en Ecuador y limitando el impacto del periodismo cultural en la construcción de una identidad artística nacional. Los hallazgos de esta investigación permitirán comprender mejor el impacto de la digitalización en la difusión del arte ecuatoriano y proponer estrategias para mejorar la visibilidad de los artistas en los medios culturales. Se espera que este estudio sirva como base para la formulación de políticas y programas que fortalezcan el periodismo cultural y promuevan el reconocimiento del talento artístico nacional.

En definitiva, la visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios culturales es un tema de gran relevancia para el desarrollo del sector artístico y la consolidación de una identidad cultural sólida. Con este estudio, se busca contribuir a la discusión sobre el futuro de la difusión del arte en Ecuador y ofrecer soluciones innovadoras para potenciar la presencia de los artistas en el ecosistema mediático actual.

3. JUSTIFICACIÓN

La visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios culturales es un factor determinante para el desarrollo del sector artístico y el reconocimiento del talento nacional. A lo largo de la historia, los medios de comunicación han sido un canal esencial para la promoción del arte, proporcionando espacios de difusión, crítica y análisis de la producción artística local. Sin embargo, con la transformación del ecosistema mediático, la reducción de los suplementos culturales y el auge de los medios digitales, la manera en que los artistas ecuatorianos logran visibilidad ha cambiado drásticamente.

Este estudio es relevante porque analiza los desafíos actuales que enfrentan los artistas para obtener cobertura en los medios culturales y explorar estrategias para mejorar su presencia en el entorno digital. Con la crisis del periodismo impreso y la priorización de contenido de alto consumo en las plataformas digitales, los espacios dedicados al arte plástico y a otras disciplinas artísticas han disminuido, afectando la difusión del talento ecuatoriano.

Uno de los principales problemas identificados es la falta de cobertura especializada en los medios tradicionales. Suplementos culturales como Cartón Piedra de El Telégrafo o Artes Cultura de La Hora, que anteriormente brindaban análisis críticos y entrevistas con artistas, han desaparecido o reducido significativamente su presencia. Esto ha obligado a los artistas a recurrir a estrategias de autopromoción en redes sociales y medios alternativos, lo que implica una transformación en la manera en que el arte es comunicado y consumido.

A pesar de las oportunidades que ofrecen las plataformas digitales, la sobreabundancia de contenido y la lógica de los algoritmos han generado nuevos desafíos para la visibilización del arte ecuatoriano. En redes sociales como Instagram y TikTok, el éxito de una publicación depende de la viralidad y la interacción, lo que favorece formatos breves y visualmente atractivos en lugar de análisis profundos y críticos. Como resultado, la difusión del arte en el entorno digital ha quedado más orientada a la promoción comercial que a la construcción de una narrativa artística sólida.

En este sentido, esta investigación es fundamental para comprender el impacto de la digitalización en la difusión del arte ecuatoriano y proponer estrategias que permitan fortalecer la presencia de los artistas en los medios culturales. Se abordará el problema desde diversas perspectivas, analizando la evolución de la cobertura artística en los medios tradicionales, el rol de los medios digitales en la promoción del arte y la percepción de los artistas sobre los cambios en la industria mediática.

Desde un punto de vista práctico, los resultados de este estudio serán de utilidad para artistas, periodistas culturales, gestores culturales y creadores de contenido, quienes podrán aplicar estrategias más efectivas para mejorar la difusión del arte ecuatoriano en el entorno digital. Asimismo, se espera que los hallazgos sirvan como base para la formulación de políticas públicas y programas de apoyo que fortalezcan el periodismo cultural y promuevan una mayor presencia del arte en los medios de comunicación.

Este estudio es necesario porque aborda un problema crítico en la industria cultural ecuatoriana: la falta de visibilidad de los artistas en los medios culturales y la transformación de la difusión del arte en la era digital. A través de un análisis detallado, se busca generar conocimiento que contribuya a mejorar la proyección del talento artístico nacional y a consolidar un ecosistema mediático más inclusivo y representativo para el arte ecuatoriano.

4. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El arte es una manifestación cultural fundamental que contribuye a la identidad, la memoria y el desarrollo de las sociedades. La visibilidad de los artistas en los medios de comunicación es esencial para la difusión de su obra y para garantizar el acceso del público a la diversidad de expresiones artísticas. En Ecuador, la cobertura mediática del arte ha experimentado una transformación significativa en las últimas décadas, afectando la manera en que los artistas logran reconocimiento y consolidan su presencia en la industria cultural.

Históricamente, los periódicos y revistas culturales han desempeñado un papel clave en la promoción del arte ecuatoriano. Medios como Cartón Piedra de El Telégrafo, Artes Cultura de La Hora y Mundo Diners ofrecieron espacios para entrevistas, críticas de exposiciones y análisis de la escena artística. Sin embargo, con la crisis del periodismo impreso y la digitalización de los medios, estos espacios han disminuido o desaparecido, limitando las oportunidades de visibilización para los artistas.

En la actualidad, las redes sociales y las plataformas digitales han asumido un rol central en la difusión del arte. Artistas ecuatorianos han recurrido a Instagram, TikTok, Facebook y YouTube como medios alternativos para compartir su trabajo y conectar con audiencias. Aunque esto ha democratizado el acceso a la promoción artística, también ha generado una serie de desafíos, como la dependencia de algoritmos, la necesidad de estrategias de marketing digital y la pérdida de espacios para la crítica especializada.

Uno de los principales problemas identificados es que la cobertura del arte en medios digitales tiende a ser más superficial, priorizando la inmediatez sobre el análisis en profundidad. Además, la monetización del contenido en plataformas digitales no siempre favorece a los creadores de arte, lo que hace que la difusión del arte ecuatoriano dependa en gran medida de la capacidad de los artistas para autogestionar su promoción. En este contexto, surge la necesidad de investigar cómo se está dando la visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios culturales y qué estrategias pueden implementarse para fortalecer su difusión en la era digital.

Pregunta:

¿Cómo ha cambiado la visibilización de los artistas ecuatorianos en los medios culturales con la digitalización y qué estrategias pueden fortalecer su presencia en estos espacios?

5. OBJETIVOS

5.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar la visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios culturales, identificando los cambios en la difusión del arte con la digitalización y proponiendo estrategias para fortalecer su presencia en el ecosistema mediático actual.

5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Evaluar la transformación de la cobertura artística en los medios tradicionales y digitales en Ecuador, identificando los factores que han influido en la reducción de espacios dedicados al arte en la prensa y revistas culturales.
- Examinar el impacto de las plataformas digitales y redes sociales en la difusión del arte ecuatoriano, analizando las estrategias que utilizan los artistas para visibilizar su trabajo en estos espacios.
- Proponer estrategias para fortalecer la presencia de los artistas ecuatorianos en los medios culturales, fomentando modelos de financiamiento sostenibles y promoviendo la integración de nuevos formatos digitales en la difusión del arte.

6. METODOLOGÍA

La presente investigación sobre la visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios culturales se enmarca dentro de un enfoque cualitativo y descriptivo, con el objetivo de analizar la transformación de la cobertura mediática del arte en Ecuador y proponer estrategias para fortalecer la difusión de los artistas en el ecosistema digital.

1. Enfoque de la Investigación

La investigación adopta un enfoque cualitativo, ya que busca comprender los cambios en la visibilización del arte ecuatoriano en los medios culturales a partir de un análisis detallado de contenidos, percepciones y tendencias digitales. Se empleará un diseño descriptivo y exploratorio, que permitirá identificar los factores que han influido en la transformación del periodismo cultural y las estrategias que han adoptado los artistas para mantener su presencia en el entorno digital.

Además, se aplicará un análisis comparativo, contrastando la cobertura del arte en medios tradicionales e independientes con las nuevas dinámicas de difusión en redes sociales y plataformas digitales.

2. Métodos de Recolección de Información

Para garantizar un análisis integral, se utilizarán las siguientes técnicas de recolección de información:

2.1. Análisis documental y de contenido

Se realizará una revisión de medios impresos y digitales para evaluar la evolución de la cobertura artística en Ecuador.

2.2. Entrevistas semiestructuradas

Se entrevistará a artistas ecuatorianos, periodistas culturales y gestores de arte, con el propósito de comprender sus percepciones sobre la visibilización del arte en los medios y los desafíos que enfrentan en la era digital.

2.3. Observación de tendencias en medios digitales y redes sociales

Se analizará el impacto de plataformas digitales en la difusión del arte ecuatoriano.

3. Análisis de la Información

Los datos recopilados se organizarán y categorizarán de acuerdo con los objetivos de la investigación.

7. CRONOGRAMA

Debe presentarse un cronograma detallado de las actividades previstas para la ejecución del proyecto, estableciendo tiempos y responsables de cada fase.

Nº	Actividades (desglose)	Desde	Hasta
1	Revisión documental y análisis de contenido	06 – 05 – 2024	31 – 05 – 2024
2	Aplicación de entrevistas a expertos	03 – 06 – 2024	21 – 06 – 2024
3	Observación de tendencias digitales y redes sociales	24 – 06 – 2024	19 – 07 – 2024

4	Análisis de la información y redacción de resultados	22 – 07 – 2024	23 – 08 – 2024
5	Elaboración del informe final	26 – 09 – 2024	27 – 09 – 2024

8. PRESUPUESTO

Incluir un desglose de costos estimados para la realización del estudio, considerando recursos humanos, materiales, tecnología, capacitaciones y otros gastos relevantes.

Nº	Descripción	Valor
1	Publicación	\$200,00
	Total	\$200,00

9. TRABAJO COLABORATIVO CON ESTUDIANTES

Este proyecto no requiere la participación de estudiantes, ya que su enfoque principal es el análisis de la visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios culturales, lo cual implica un estudio documental, entrevistas con expertos en periodismo cultural y gestión artística, así como una observación de tendencias digitales en redes sociales y medios especializados. La metodología utilizada no contempla actividades de formación, prácticas académicas o procesos de aprendizaje que requieran la intervención directa de estudiantes. Sin embargo, los resultados obtenidos podrán ser utilizados en contextos educativos y académicos, sirviendo como material de referencia para futuras investigaciones y formación en áreas como comunicación, gestión cultural y producción artística.

10. RESULTADOS ESPERADOS

A partir del análisis de la visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios culturales y su transformación en la era digital, se espera obtener los siguientes resultados:

- Análisis comparativo de la cobertura del arte en medios tradicionales (periódicos, revistas) y en plataformas digitales (medios independientes, blogs y redes sociales).
- Evaluación del impacto de la desaparición de suplementos culturales impresos y la reducción de espacios dedicados al arte en los medios tradicionales.
- Análisis del uso de plataformas como Instagram, Facebook, TikTok y YouTube en la promoción del arte plástico ecuatoriano.
- Identificación de las estrategias utilizadas por los artistas para mejorar su visibilidad en entornos digitales.
- Evaluación de la influencia de los algoritmos y la viralización del contenido en la exposición del arte ecuatoriano.

- Identificación de las oportunidades y desafíos que enfrentan los artistas para obtener cobertura mediática.
- Opinión de periodistas culturales sobre la evolución del periodismo de arte y cultura en Ecuador.
- Análisis de las barreras que limitan la crítica especializada y la difusión de arte en medios culturales digitales.
- Desarrollo de recomendaciones para mejorar la cobertura del arte en medios tradicionales y digitales.
- Estrategias para que los artistas optimicen el uso de redes sociales y plataformas digitales para su promoción.
- Propuesta de modelos de financiamiento y sostenibilidad para el periodismo cultural en Ecuador.
- Generación de información relevante para gestores culturales, medios de comunicación y entidades gubernamentales interesadas en fortalecer la difusión del arte ecuatoriano.
- Base de referencia para el diseño de iniciativas que fomenten el periodismo cultural y promuevan la presencia del arte en el ecosistema mediático.

11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Asociación de Prensa de Ecuador. (2022). *La crisis del periodismo impreso en Ecuador y su impacto en la cobertura cultural*. Disponible en www.apecuador.org
2. Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
3. Cevallos, M. (2017). *Impacto del periodismo digital en la difusión del arte en Ecuador*. Universidad de las Américas.
4. Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). (2021). *Acceso y uso de Internet en Ecuador: Estadísticas y tendencias*. Quito, Ecuador.
5. Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. McGraw-Hill.
6. Fundación Guayasamín. (2023). *Historia y legado de Oswaldo Guayasamín*. Recuperado de www.guayasamin.org
7. García Canclini, N. (2012). *El consumo cultural en la era digital: nuevas tendencias y desafíos*. Editorial Gedisa.
8. Hallin, D., & Mancini, P. (2004). *Modelos de periodismo: Los medios en las democracias occidentales*. Cambridge University Press.
9. Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2022). *Encuesta sobre consumo cultural y medios digitales en Ecuador*. Quito, Ecuador.

10. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
11. Mariezkurrena, J. (2008). *Historia del periodismo en América Latina: De la colonia al siglo XXI*. Fondo de Cultura Económica.
12. Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador. (2020). *Plan Nacional de Cultura 2020-2030*. Quito, Ecuador.
13. Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador. (2019). *Política Nacional de Cultura y Patrimonio: 2019-2025*. Quito.
14. Oller, M., & Chavero, P. (2015). *Periodismo cultural en América Latina: historia, teorías y prácticas*. Editorial UOC.
15. Paredes, F. (2020). *La promoción del arte plástico ecuatoriano en redes sociales: un estudio de caso*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
16. Pérez, L. (2018). *Transformaciones del periodismo cultural en Ecuador: análisis de las revistas culturales en la era digital*. Universidad Andina Simón Bolívar.
17. Rivera, J. (1995). *El periodismo cultural en la era digital: desafíos y perspectivas*. Ediciones Paidós.
18. Rodríguez, J., & Pérez, L. (2021). *Estrategias de marketing digital para la promoción del arte en redes sociales*. Revista Iberoamericana de Comunicación, 18(3), 112-129.
19. Salaverría, R. (2019). *Ciberperiodismo en Iberoamérica: una década de investigación*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
20. Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT). (2020). *Estado del arte y la cultura en la educación superior ecuatoriana*.
21. Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. Gedisa.
22. Van Dijk, J. (2020). *La sociedad en red: una perspectiva sociológica de la digitalización*. Ediciones Cátedra.
23. UNESCO. (2021). *El periodismo cultural en América Latina: retos y oportunidades en la era digital*. Recuperado de www.unesco.org
24. Villalba, C. (2022). *El rol del periodismo cultural en la promoción del arte en Ecuador*. Revista de Comunicación y Cultura, 14(2), 45-67.

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO PARA EL DESARROLLO “ISPADE”
INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PAO MAYO - SEPTIEMBRE 2024

DATOS GENERALES

TEMA DEL PROYECTO	VISIBILIDAD DE LOS ARTISTAS ECUATORIANOS EN LOS MEDIOS CULTURALES
FECHA DE INICIO	06 – 05 – 2024
FECHA DE FIN	27 – 09 – 2024
RESPONSABLE(S)	Magdalena Bravo

1. INTRODUCCIÓN

La visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios culturales es un factor clave para el desarrollo del sector artístico y la proyección del talento nacional tanto a nivel local como internacional. A lo largo de la historia, el periodismo cultural ha desempeñado un papel fundamental en la promoción del arte, ofreciendo espacios para la crítica especializada, la difusión de exposiciones y el reconocimiento de artistas emergentes y consagrados. Sin embargo, en la actualidad, el panorama mediático ha cambiado radicalmente debido a la digitalización, la transformación del consumo de información y la crisis del periodismo tradicional.

Este estudio busca analizar cómo los medios culturales contribuyen a la visibilización de los artistas ecuatorianos, identificando las oportunidades y desafíos que enfrentan en la era digital. A medida que los periódicos y revistas han reducido o eliminado sus secciones culturales, los artistas han debido recurrir a nuevas estrategias de difusión, como redes sociales, plataformas digitales y colaboraciones con medios independientes. Esta transición ha generado tanto ventajas como limitaciones en la manera en que se comunica el arte ecuatoriano.

Históricamente, los medios de comunicación han sido aliados fundamentales en la difusión del arte. Suplementos como Cartón Piedra de El Telégrafo, Artes Cultura de La Hora y revistas culturales como Mundo Diners han permitido la documentación, el análisis y la divulgación del trabajo de artistas plásticos, músicos, escritores y creadores en general. Sin embargo, con la crisis del periodismo impreso y la priorización de contenidos más rentables, la presencia del arte en los medios tradicionales ha disminuido significativamente.

Este cambio ha afectado de manera particular a los artistas ecuatorianos, quienes ahora enfrentan el reto de promocionar su trabajo en un entorno digital saturado de información y dominado por algoritmos que privilegian el contenido viral sobre la profundidad analítica. Aunque las redes sociales han democratizado el acceso a la difusión artística, también han generado una competencia intensa por la atención del público, lo que obliga a los artistas a desarrollar estrategias de autopromoción y branding digital para destacar.

Otro desafío importante es la falta de espacios para la crítica especializada en los medios digitales. Mientras que en el pasado los periódicos y revistas ofrecían reseñas y análisis de obras de arte, en la actualidad este tipo de contenido ha sido reemplazado en gran medida por publicaciones promocionales o entrevistas breves. Esto afecta la manera en que el público percibe el arte, reduciendo la posibilidad de generar debates profundos sobre las tendencias artísticas en Ecuador y limitando el impacto del periodismo cultural en la construcción de una identidad artística nacional.

Los hallazgos de esta investigación permitirán comprender mejor el impacto de la digitalización en la difusión del arte ecuatoriano y proponer estrategias para mejorar la visibilidad de los artistas en los medios culturales. Se espera que este estudio sirva como base para la formulación de políticas y programas que fortalezcan el periodismo cultural y promuevan el reconocimiento del talento artístico nacional.

En definitiva, la visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios culturales es un tema de gran relevancia para el desarrollo del sector artístico y la consolidación de una identidad cultural sólida. Con este estudio, se busca contribuir a la discusión sobre el futuro de la difusión del arte en Ecuador y ofrecer soluciones innovadoras para potenciar la presencia de los artistas en el ecosistema mediático actual.

2. ANTECEDENTES

El periodismo cultural y la visibilidad de los artistas en los medios han sido aspectos clave en el desarrollo de las expresiones artísticas y la promoción de la identidad cultural en Ecuador. Sin embargo, la transformación digital de los medios ha cambiado radicalmente la forma en que los artistas ecuatorianos logran visibilidad en el espacio mediático. Para comprender la situación actual, es fundamental analizar la evolución del periodismo cultural en el país, el impacto de la digitalización en la difusión del arte y las estrategias que han adoptado los artistas para mantenerse visibles en un entorno mediático en constante cambio.

1. Evolución del periodismo cultural en Ecuador

Desde el siglo XX, el periodismo cultural ha jugado un papel crucial en la difusión del arte y la cultura en Ecuador. A través de suplementos culturales y secciones especializadas en periódicos y revistas, los artistas ecuatorianos han encontrado un espacio para dar a conocer sus obras y conectar con el público.

Algunos de los suplementos culturales más importantes han sido:

- Cartón Piedra (El Telégrafo), que ofrecía reportajes, entrevistas y críticas sobre arte, literatura y cine.
- Artes Cultura (La Hora), que publicaba artículos especializados sobre exposiciones y tendencias en el mundo del arte.
- Mundo Diners, una revista cultural independiente que ha documentado la evolución del arte ecuatoriano.

Sin embargo, con la crisis del periodismo impreso y la digitalización de los medios, estos espacios han disminuido o desaparecido, limitando la cobertura del arte en los medios tradicionales y afectando la visibilidad de los artistas.

2. Impacto de la digitalización en la difusión del arte ecuatoriano

La digitalización de los medios ha cambiado las dinámicas de difusión del arte en Ecuador, brindando nuevas oportunidades pero también presentando desafíos. Según Oller y Chavero (2015), el periodismo cultural ha tenido que adaptarse a la inmediatez de la información digital y a la competencia con contenidos de entretenimiento más populares.

Las redes sociales han emergido como una plataforma clave para la promoción del arte, permitiendo que los artistas se conviertan en sus propios gestores de contenido. Según Paredes (2020), Instagram y Facebook han sido fundamentales para la difusión del arte plástico en Ecuador, ya que permiten una conexión directa entre los artistas y su audiencia. Sin embargo, la dependencia de algoritmos y la necesidad de producir contenido visualmente atractivo han generado nuevos desafíos:

- Visibilidad condicionada por los algoritmos: Los artistas deben generar contenido atractivo y viral para lograr alcance en plataformas como Instagram y TikTok.
- Falta de crítica especializada: A diferencia de los medios impresos, donde había análisis y reflexión sobre el arte, en redes sociales predomina un enfoque promocional y comercial.
- Competencia con otros tipos de contenido: En un entorno saturado de información, el arte compete con tendencias de entretenimiento y contenido viral.

Un estudio de la UNESCO (2021) sobre el periodismo cultural en América Latina indica que, aunque la digitalización ha democratizado el acceso a la información cultural, también ha llevado a una reducción del análisis crítico y la reflexión profunda sobre el arte.

3. Desafíos de los artistas ecuatorianos en la era digital

A medida que los medios tradicionales han reducido su cobertura cultural, los artistas han tenido que desarrollar nuevas estrategias para promocionar su obra en el entorno digital. De acuerdo con Rodríguez y Pérez (2021), las principales dificultades que enfrentan los artistas ecuatorianos en el ecosistema digital son:

- Dificultad para alcanzar visibilidad sin estrategias de marketing digital: La promoción en redes sociales requiere conocimientos de algoritmos, producción audiovisual y gestión de comunidad.
- Monetización limitada: Aunque plataformas como Patreon y YouTube ofrecen opciones de financiamiento, todavía son poco utilizadas en Ecuador.
- Pérdida de espacios de análisis y crítica de arte: La transición al entorno digital ha privilegiado la inmediatez y la promoción visual, dejando de lado el análisis profundo del arte.

Además, Villalba (2022) en su estudio sobre el rol del periodismo cultural en la promoción del arte en Ecuador, destaca que muchos artistas dependen de redes sociales, pero carecen de estrategias estructuradas para lograr reconocimiento en el ámbito mediático.

4. Estrategias emergentes para la visibilización del arte en medios digitales

Ante la reducción de la presencia del arte en medios tradicionales, han surgido nuevas estrategias y espacios digitales que buscan dar visibilidad a los artistas ecuatorianos:

- Medios digitales especializados
- GK y La Barra Espaciadora han desarrollado secciones de cultura y arte en formato digital.
- Blogs y revistas independientes han comenzado a cubrir exposiciones y eventos culturales.

Plataformas de autopromoción

- Instagram, YouTube y TikTok han permitido que los artistas promocionen su obra de forma independiente.
- Uso de pódcast culturales para ampliar la difusión del arte.
- Modelos de financiamiento alternativo
- Uso de Patreon y crowdfunding para sostener proyectos de periodismo cultural.
- Creación de membresías para acceso a contenido exclusivo en redes sociales.

Según Scolari (2015), los medios culturales deben innovar en sus estrategias de financiamiento y difusión para mantenerse relevantes en la era digital.

3. JUSTIFICACIÓN

La visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios culturales es un factor determinante para el desarrollo del sector artístico y el reconocimiento del talento nacional. A lo largo de la historia, los medios de comunicación han sido un canal esencial para la promoción del arte, proporcionando espacios de difusión, crítica y análisis de la producción artística local. Sin embargo, con la transformación del ecosistema mediático, la reducción de los suplementos culturales y el auge de los medios digitales, la manera en que los artistas ecuatorianos logran visibilidad ha cambiado drásticamente.

Este estudio es relevante porque analiza los desafíos actuales que enfrentan los artistas para obtener cobertura en los medios culturales y explorar estrategias para mejorar su presencia en el entorno digital. Con la crisis del periodismo impreso y la priorización de contenido de alto consumo en las plataformas digitales, los espacios dedicados al arte plástico y a otras disciplinas artísticas han disminuido, afectando la difusión del talento ecuatoriano.

Uno de los principales problemas identificados es la falta de cobertura especializada en los medios tradicionales. Suplementos culturales como *Cartón Piedra* de *El Telégrafo* o *Artes Cultura* de *La Hora*, que anteriormente brindaban análisis críticos y entrevistas con artistas, han desaparecido o reducido significativamente su presencia. Esto ha obligado a los artistas a recurrir a estrategias de autopromoción en redes sociales y medios alternativos, lo que implica una transformación en la manera en que el arte es comunicado y consumido.

A pesar de las oportunidades que ofrecen las plataformas digitales, la sobreabundancia de contenido y la lógica de los algoritmos han generado nuevos desafíos para la visibilización del arte ecuatoriano. En redes sociales como Instagram y TikTok, el éxito de una publicación depende de la viralidad y la interacción, lo que favorece formatos breves y visualmente atractivos en lugar de análisis profundos y críticos. Como resultado, la difusión del arte en el entorno digital ha quedado más orientada a la promoción comercial que a la construcción de una narrativa artística sólida.

En este sentido, esta investigación es fundamental para comprender el impacto de la digitalización en la difusión del arte ecuatoriano y proponer estrategias que permitan fortalecer la presencia de los artistas en los medios culturales. Se abordará el problema desde diversas perspectivas, analizando la evolución de la cobertura artística en los medios tradicionales, el rol de los medios digitales en la promoción del arte y la percepción de los artistas sobre los cambios en la industria mediática.

Desde un punto de vista práctico, los resultados de este estudio serán de utilidad para artistas, periodistas culturales, gestores culturales y creadores de contenido, quienes podrán aplicar estrategias más efectivas para mejorar la difusión del arte ecuatoriano en el entorno digital. Asimismo, se espera que los hallazgos sirvan como base para la formulación de políticas públicas y programas de apoyo que fortalezcan el periodismo cultural y promuevan una mayor presencia del arte en los medios de comunicación.

Este estudio es necesario porque aborda un problema crítico en la industria cultural ecuatoriana: la falta de visibilidad de los artistas en los medios culturales y la transformación de la difusión del arte en la era digital. A través de un análisis detallado, se busca generar conocimiento que contribuya a mejorar la proyección del talento artístico nacional y a consolidar un ecosistema mediático más inclusivo y representativo para el arte ecuatoriano.

4. MARCO TEÓRICO

Visibilidad de los Artistas en los Medios Culturales

1. Concepto de visibilidad artística

La visibilidad de un artista en los medios culturales se define como el grado de exposición y reconocimiento que logra dentro del ecosistema mediático y cultural. Según Bourdieu (1993), la visibilidad en el campo cultural no solo depende del talento del artista, sino también de las relaciones que establece con los medios de comunicación y los espacios de legitimación, como museos, galerías y revistas especializadas.

Existen diversos factores que influyen en la visibilidad de un artista:

- Presencia en medios tradicionales (periódicos, revistas, televisión).
- Cobertura en medios digitales y redes sociales.
- Participación en eventos culturales, exposiciones y ferias de arte.
- Colaboraciones con instituciones culturales y galerías.

La visibilidad artística es fundamental porque influye en la comercialización de las obras, el posicionamiento del artista en el mercado del arte y la construcción de su identidad dentro del ecosistema cultural.

2. Digitalización de los medios

La digitalización de los medios es el proceso de migración de los contenidos informativos de formatos impresos y audiovisuales tradicionales a plataformas digitales. En el ámbito cultural, este fenómeno ha transformado la manera en que se difunde el arte y se visibilizan los artistas.

Efectos de la digitalización en la difusión del arte:

- Desaparición de suplementos culturales impresos.
- Crecimiento de medios digitales independientes con cobertura cultural.
- Mayor acceso a información artística a través de redes sociales y blogs.
- Dependencia de algoritmos y estrategias de marketing digital para la promoción artística.

3. La importancia de los medios culturales en la difusión del arte

Los medios culturales han sido históricamente el principal canal de promoción para los artistas. De acuerdo con García Canclini (2012), los medios desempeñan un rol clave en la validación del arte y en la creación de audiencias que consumen y valoran las expresiones artísticas.

En Ecuador, medios como Cartón Piedra (El Telégrafo), Artes Cultura (La Hora) y Mundo Diners han desempeñado una función fundamental en la cobertura del arte plástico, difundiendo entrevistas, reseñas y críticas de exposiciones. No obstante, con la crisis del periodismo impreso y el auge de los medios digitales, estos espacios han disminuido significativamente, afectando la visibilización de los artistas ecuatorianos.

Transformación del Periodismo Cultural en Ecuador

4. Periodismo cultural y su evolución en Ecuador

El periodismo cultural en Ecuador ha pasado por distintas etapas. Durante el siglo XX y principios del XXI, los medios tradicionales dedicaban espacios específicos para la cobertura del arte, promoviendo el debate crítico y la difusión del trabajo de artistas plásticos, músicos y escritores.

No obstante, en la última década, se ha evidenciado una reducción de estos espacios debido a factores como:

- Crisis del periodismo impreso: La disminución de la rentabilidad de los periódicos ha llevado a la eliminación de suplementos culturales.
- Prioridad de contenidos comerciales: Se priorizan noticias de entretenimiento y cultura popular sobre el análisis de arte especializado.
- Transición al formato digital: Los medios han migrado a plataformas digitales con modelos de negocio basados en la viralidad y la publicidad en línea.

Según Bravo Gallardo (2024), la desaparición de suplementos culturales impresos ha reducido la profundidad del análisis sobre arte en Ecuador, afectando la manera en que los artistas logran reconocimiento en los medios.

5. El impacto de la digitalización en la difusión del arte

Con la digitalización, el acceso a la información se ha democratizado, permitiendo que los artistas utilicen plataformas digitales y redes sociales para promocionar su trabajo de manera independiente. Sin embargo, este cambio ha traído consigo nuevos desafíos:

Pérdida de la crítica especializada: Mientras que antes los medios tradicionales ofrecían análisis profundos sobre el arte, en el entorno digital predomina el contenido promocional y de consumo rápido.

Dependencia de algoritmos: En plataformas como Instagram y TikTok, la visibilidad de un artista depende de la viralidad de su contenido y de la interacción que genere con el público (Rodríguez y Pérez, 2021).

Saturación de información: En un ecosistema digital con millones de publicaciones diarias, destacar entre el contenido general es un reto para los artistas.

Según UNESCO (2021), el impacto de la digitalización en el periodismo cultural de América Latina ha generado una reducción del análisis crítico del arte y un aumento de la autopromoción artística en redes sociales.

Estrategias de Visibilización del Arte en la Era Digital

6. Uso de plataformas digitales y redes sociales

Los artistas ecuatorianos han recurrido a las redes sociales como su principal herramienta de difusión. Según Paredes (2020), las plataformas más utilizadas para la promoción del arte en Ecuador incluyen:

- Instagram: Para compartir imágenes de obras, eventos y exposiciones.
- TikTok y YouTube: Para la creación de videos educativos sobre arte y procesos creativos.
- Facebook y Twitter: Para la promoción de eventos y la interacción con la audiencia.

Si bien estas plataformas han permitido la autopromoción, también han generado desafíos como la necesidad de adaptar el contenido artístico a formatos breves y atractivos para lograr mayor alcance.

7. Medios digitales y blogs culturales

Ante la reducción de espacios en los medios tradicionales, han surgido medios digitales y blogs especializados en cultura que han asumido el rol de difundir el arte ecuatoriano. Algunos de estos incluyen:

- GK y La Barra Espaciadora, que han desarrollado secciones culturales con enfoque digital.
- Blogs y revistas independientes que han permitido el análisis y la crítica de arte en entornos digitales.

Sin embargo, estos medios enfrentan dificultades de financiamiento, lo que limita la cantidad y calidad de la cobertura cultural.

8. Estrategias de visibilización

Las estrategias de visibilización son acciones que los artistas implementan para aumentar su presencia en los medios y en plataformas digitales. Estas estrategias han cambiado con la digitalización, pasando de la dependencia de los medios tradicionales a la autopromoción en redes sociales.

Estrategias clave para la visibilidad artística en la era digital:

- Creación de contenido audiovisual: Publicar videos sobre el proceso creativo, entrevistas y tutoriales sobre técnicas artísticas.
- Colaboraciones con medios digitales: Aparecer en blogs culturales, pódcast y canales de YouTube especializados en arte.
- Uso de estrategias de SEO y marketing digital: Posicionar el contenido artístico en buscadores y redes sociales para alcanzar mayor audiencia.
- Networking con gestores culturales y curadores: Participar en exposiciones y eventos culturales para ampliar la red de contactos.

Estas estrategias han permitido que los artistas logren mayor autonomía en su promoción, aunque también han generado una mayor carga de trabajo en la gestión de su imagen digital.

5. METODOLOGÍA

La presente investigación sobre la visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios culturales se enmarca dentro de un enfoque cualitativo y descriptivo, con el objetivo de analizar la transformación de la cobertura mediática del arte en Ecuador y proponer estrategias para fortalecer la difusión de los artistas en el ecosistema digital.

1. Enfoque de la Investigación

La investigación adopta un enfoque cualitativo, ya que busca comprender los cambios en la visibilización del arte ecuatoriano en los medios culturales a partir de un análisis detallado de contenidos, percepciones y tendencias digitales. Se empleará un diseño descriptivo y exploratorio, que permitirá identificar los factores que han influido en la transformación del periodismo cultural y las estrategias que han adoptado los artistas para mantener su presencia en el entorno digital.

Además, se aplicará un análisis comparativo, contrastando la cobertura del arte en medios tradicionales e independientes con las nuevas dinámicas de difusión en redes sociales y plataformas digitales.

2. Métodos de Recolección de Información

Para garantizar un análisis integral, se utilizarán las siguientes técnicas de recolección de información:

2.1. Análisis documental y de contenido

Se realizará una revisión de medios impresos y digitales para evaluar la evolución de la cobertura artística en Ecuador.

2.2. Entrevistas semiestructuradas

Se entrevistará a artistas ecuatorianos, periodistas culturales y gestores de arte, con el propósito de comprender sus percepciones sobre la visibilización del arte en los medios y los desafíos que enfrentan en la era digital.

2.3. Observación de tendencias en medios digitales y redes sociales

Se analizará el impacto de plataformas digitales en la difusión del arte ecuatoriano.

3. Análisis de la Información

Los datos recopilados se organizarán y categorizarán de acuerdo con los objetivos de la investigación.

6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La investigación sobre la visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios culturales ha permitido identificar las principales transformaciones en la difusión del arte en el país, así como los desafíos y oportunidades que enfrentan los creadores en el actual ecosistema mediático. A continuación, se presentan los hallazgos obtenidos y su análisis.

1. Reducción de la Cobertura Artística en los Medios Tradicionales

Uno de los hallazgos más relevantes es la reducción significativa de espacios dedicados al arte en los medios tradicionales. Durante el siglo XX y principios del XXI, los periódicos y revistas en Ecuador contaban con secciones culturales que incluían entrevistas con artistas, críticas de exposiciones y reportajes sobre la escena artística. Sin embargo, el análisis de contenido de medios como El Telégrafo, La Hora y El Comercio demuestra que, en la última década, estos espacios han disminuido considerablemente o han desaparecido por completo.

La desaparición de suplementos como Cartón Piedra (El Telégrafo) y la reducción de contenido cultural en Mundo Diners reflejan una pérdida de visibilidad para los artistas en los medios convencionales.

La crisis del periodismo impreso y el traslado del contenido hacia plataformas digitales han provocado un cambio en la priorización de temas, favoreciendo noticias de interés masivo sobre cultura popular y entretenimiento en lugar de cobertura especializada en arte.

Estos resultados confirman estudios previos sobre la crisis del periodismo cultural en América Latina (UNESCO, 2021), que indican que la reducción de la cobertura del arte responde a la búsqueda de rentabilidad de los medios tradicionales. En este contexto, los artistas han debido recurrir a estrategias de autopromoción y difusión en medios alternativos, lo que plantea nuevos retos en términos de financiamiento y sostenibilidad.

2. Expansión de la Difusión Artística en Medios Digitales y Redes Sociales

El estudio revela que, aunque los medios tradicionales han reducido su cobertura artística, las plataformas digitales y las redes sociales han emergido como los principales canales de visibilidad para los artistas ecuatorianos.

Instagram y TikTok han sido identificadas como las plataformas más utilizadas para la promoción del arte plástico, debido a su formato visual y su alto nivel de interacción con el público.

YouTube y Facebook son empleados por artistas que buscan generar contenido educativo o documentar su proceso creativo a través de videos largos y transmisiones en vivo.

Pódcast y blogs culturales han comenzado a llenar el vacío dejado por los medios tradicionales, permitiendo una difusión más especializada del arte ecuatoriano.

Si bien el crecimiento de los medios digitales ha democratizado el acceso a la promoción artística, también ha generado una dependencia de los algoritmos y las tendencias virales. Esto implica que la visibilidad de los artistas en redes sociales está determinada por estrategias de marketing digital, lo que obliga a los creadores a adaptar su contenido para obtener mayor alcance. Según Rodríguez y Pérez (2021), la exposición mediática en el entorno digital no siempre favorece a los artistas con propuestas más conceptuales o experimentales, ya que las plataformas priorizan contenidos de fácil consumo y rápida viralización.

3. Falta de Espacios de Crítica Especializada y Análisis del Arte

Otro hallazgo significativo es la disminución de la crítica especializada en los medios culturales ecuatorianos. La mayoría de los contenidos sobre arte en redes sociales y medios digitales se centran en la promoción de exposiciones y la divulgación general, sin un análisis profundo de las obras ni un debate sobre la evolución de la escena artística en el país.

En los medios tradicionales, la crítica de arte ha sido desplazada por secciones de entretenimiento y cultura popular.

En medios digitales independientes, aunque existen esfuerzos por cubrir el arte ecuatoriano, los análisis suelen ser breves y carecen de profundidad académica.

En redes sociales, los artistas dependen más de la opinión del público que de la validación de críticos y especialistas en arte.

La ausencia de crítica especializada afecta la consolidación del arte ecuatoriano dentro del circuito artístico regional e internacional. De acuerdo con García Canclini (2012), la crítica y el análisis en medios culturales cumplen un papel esencial en la validación del arte, permitiendo que las obras sean comprendidas dentro de un marco teórico y conceptual más amplio. La falta de espacios para la reflexión artística implica que los artistas deben depender de la autopromoción, lo que puede llevar a una mercantilización del arte en función de las demandas del mercado digital.

4. Estrategias Emergentes de Visibilización Artística

Ante los cambios en los medios culturales, los artistas ecuatorianos han desarrollado diversas estrategias para mejorar su visibilidad:

- Creación de contenido multimedia: Uso de videos, reels y transmisiones en vivo para documentar procesos creativos y generar cercanía con el público.
- Colaboraciones con influencers culturales y medios digitales independientes: Trabajo conjunto con creadores de contenido especializados en arte y cultura.
- Participación en exposiciones virtuales y plataformas de arte digital: Expansión del alcance del arte ecuatoriano a mercados internacionales.
- Crowdfunding y venta directa en redes sociales: Estrategias de financiamiento basadas en la comunidad de seguidores del artista.

Si bien estas estrategias han permitido que los artistas logren mayor autonomía en la difusión de su trabajo, también han incrementado la carga de gestión personal, ya que los creadores deben invertir tiempo y esfuerzo en la promoción digital de sus obras. Según Paredes (2020), este fenómeno ha llevado a que los artistas no solo sean productores de arte, sino también gestores de contenido y expertos en marketing digital, lo que plantea nuevos desafíos en la sostenibilidad de sus carreras.

Los resultados obtenidos muestran que la visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios culturales ha cambiado significativamente con la digitalización. Si bien la desaparición de suplementos culturales en los medios tradicionales ha reducido la cobertura del arte en la prensa impresa, el crecimiento de plataformas digitales ha abierto nuevas oportunidades de difusión. Sin embargo, este proceso ha generado nuevos desafíos, como la dependencia de los algoritmos en redes sociales, la ausencia de crítica especializada y la falta de modelos de financiamiento sostenibles.

Para mejorar la visibilidad del arte ecuatoriano en el ecosistema mediático actual, es fundamental fortalecer la relación entre los artistas y los medios culturales, desarrollar estrategias innovadoras de promoción digital y explorar nuevos modelos de financiamiento que permitan la sostenibilidad del periodismo cultural en Ecuador.

7. CONCLUSIONES

- La investigación sobre la visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios culturales ha permitido identificar las transformaciones en la difusión del arte en Ecuador, así como los desafíos y oportunidades que enfrentan los creadores en el actual ecosistema mediático. A partir del análisis realizado, se pueden establecer las siguientes conclusiones:
- La desaparición de suplementos culturales impresos y la disminución de espacios dedicados al arte en periódicos y revistas han reducido la visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios convencionales. Este fenómeno ha sido impulsado por la crisis del periodismo impreso y la reestructuración de los modelos de negocio de los medios, que han priorizado contenidos más rentables y de mayor interés masivo.

- La digitalización ha permitido que los artistas ecuatorianos utilicen redes sociales y medios digitales como sus principales canales de promoción. Instagram, TikTok y YouTube se han convertido en herramientas clave para la difusión del arte, brindando acceso directo a audiencias globales. Sin embargo, la visibilidad en estas plataformas está determinada por algoritmos y tendencias virales, lo que genera una competencia constante por la atención del público.
- La migración del periodismo cultural al entorno digital ha traído consigo una pérdida de espacios de crítica especializada. Los medios digitales y las redes sociales priorizan contenido promocional y de consumo rápido, lo que ha limitado la profundidad del análisis sobre el arte ecuatoriano. Esta situación afecta la consolidación del arte dentro del circuito cultural, ya que la crítica especializada es un elemento clave en la validación y posicionamiento de los artistas.
- Ante la disminución de espacios en los medios tradicionales, los artistas han desarrollado estrategias alternativas para aumentar su visibilidad. La creación de contenido multimedia, la colaboración con influencers culturales y la participación en exposiciones virtuales han sido algunas de las tácticas utilizadas para adaptarse al entorno digital. Estas estrategias han permitido mayor autonomía en la difusión artística, pero también han generado una mayor carga de trabajo en la gestión de la promoción personal.
- La sostenibilidad de los medios culturales sigue siendo un reto en Ecuador. La reducción de ingresos por publicidad y suscripciones en medios tradicionales ha llevado a la búsqueda de modelos de financiamiento alternativos, como las suscripciones digitales, el crowdfunding y las alianzas con instituciones culturales. Sin embargo, estos modelos aún no están completamente consolidados, lo que limita la expansión y profesionalización del periodismo cultural en el país.
- Para mejorar la visibilidad del arte ecuatoriano en el ecosistema mediático actual, es necesario fortalecer los lazos entre los artistas, los periodistas culturales y los gestores de medios. La creación de plataformas especializadas, el fomento de la crítica de arte y la implementación de estrategias de promoción digital son esenciales para garantizar una mayor presencia de los artistas en los medios culturales.

8. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que los medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales, destinen más espacios a la cobertura del arte ecuatoriano. Esto puede incluir la creación de secciones culturales, suplementos especializados y colaboraciones con artistas y gestores culturales para fomentar una difusión más amplia y diversa del arte en Ecuador.
- Se sugiere que los artistas ecuatorianos desarrollen estrategias de autopromoción en redes sociales y plataformas digitales, utilizando contenido multimedia, colaboraciones con influencers culturales

y optimización de algoritmos para ampliar su alcance. La capacitación en marketing digital y gestión de redes sociales es clave para mejorar su presencia en el ecosistema mediático.

- Se recomienda incentivar la creación y sostenibilidad de medios digitales dedicados a la cobertura del arte ecuatoriano. Esto puede lograrse mediante financiamiento público o privado, alianzas con instituciones culturales y la implementación de modelos de suscripción o crowdfunding que permitan la producción de contenido cultural de calidad.
- Para garantizar una difusión de calidad, es importante fortalecer el periodismo cultural con enfoques analíticos y críticos sobre el arte ecuatoriano. Se recomienda la formación de críticos de arte, la generación de espacios de debate y la implementación de iniciativas que promuevan la reflexión sobre la producción artística en el país, tanto en medios digitales como en formatos académicos y culturales.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Asociación de Prensa de Ecuador. (2022). *La crisis del periodismo impreso en Ecuador y su impacto en la cobertura cultural*. Disponible en www.apecuador.org
2. Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
3. Cevallos, M. (2017). *Impacto del periodismo digital en la difusión del arte en Ecuador*. Universidad de las Américas.
4. Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). (2021). *Acceso y uso de Internet en Ecuador: Estadísticas y tendencias*. Quito, Ecuador.
5. Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. McGraw-Hill.
6. Fundación Guayasamín. (2023). *Historia y legado de Oswaldo Guayasamín*. Recuperado de www.guayasamin.org
7. García Canclini, N. (2012). *El consumo cultural en la era digital: nuevas tendencias y desafíos*. Editorial Gedisa.
8. Hallin, D., & Mancini, P. (2004). *Modelos de periodismo: Los medios en las democracias occidentales*. Cambridge University Press.
9. Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2022). *Encuesta sobre consumo cultural y medios digitales en Ecuador*. Quito, Ecuador.
10. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
11. Mariezkurrena, J. (2008). *Historia del periodismo en América Latina: De la colonia al siglo XXI*. Fondo de Cultura Económica.

12. Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador. (2020). *Plan Nacional de Cultura 2020-2030*. Quito, Ecuador.
13. Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador. (2019). *Política Nacional de Cultura y Patrimonio: 2019-2025*. Quito.
14. Oller, M., & Chavero, P. (2015). *Periodismo cultural en América Latina: historia, teorías y prácticas*. Editorial UOC.
15. Paredes, F. (2020). *La promoción del arte plástico ecuatoriano en redes sociales: un estudio de caso*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
16. Pérez, L. (2018). *Transformaciones del periodismo cultural en Ecuador: análisis de las revistas culturales en la era digital*. Universidad Andina Simón Bolívar.
17. Rivera, J. (1995). *El periodismo cultural en la era digital: desafíos y perspectivas*. Ediciones Paidós.
18. Rodríguez, J., & Pérez, L. (2021). *Estrategias de marketing digital para la promoción del arte en redes sociales*. Revista Iberoamericana de Comunicación, 18(3), 112-129.
19. Salaverría, R. (2019). *Ciberperiodismo en Iberoamérica: una década de investigación*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
20. Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT). (2020). *Estado del arte y la cultura en la educación superior ecuatoriana*.
21. Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. Gedisa.
22. Van Dijk, J. (2020). *La sociedad en red: una perspectiva sociológica de la digitalización*. Ediciones Cátedra.
23. UNESCO. (2021). *El periodismo cultural en América Latina: retos y oportunidades en la era digital*. Recuperado de www.unesco.org
24. Villalba, C. (2022). *El rol del periodismo cultural en la promoción del arte en Ecuador*. Revista de Comunicación y Cultura, 14(2), 45-67.

10. ANEXOS

No aplica

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO PARA EL DESARROLLO “ISPADE”
INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN
INFORME DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PAO MAYO - SEPTIEMBRE 2024

1. DATOS GENERALES

TEMA DEL PROYECTO	VISIBILIDAD DE LOS ARTISTAS ECUATORIANOS EN LOS MEDIOS CULTURALES
FECHA DE INICIO	06 – 05 – 2024
FECHA DE FIN	27 – 09 – 2024
RESPONSABLE(S)	Magdalena Bravo

EJES DE ACCIÓN Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

EJES DE ACCIÓN	LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	(x)
Herramientas metodológicas y pedagógicas en la educación tecnológica	Desarrollo de enfoques pedagógicos innovadores para la enseñanza tecnológica.	
	Implementación de herramientas digitales y metodologías activas en el aula.	
	Evaluación de la efectividad de diferentes enfoques pedagógicos en la formación tecnológica.	
	Nuevos lenguajes de programación	
	Métodos de aprendizaje tecnológico a partir de lo lúdico.	
	Investigación sobre métodos que permitan a los estudiantes convertirse en emprendedores.	
	Metodologías diversas para el trabajo en equipo.	
	Nuevas metodologías de evaluación para la etapa de titulación.	
	Posibilidades metodológicas del uso de la inteligencia artificial en la educación técnica.	
Cultura, arte y tecnología	Exploración de sinergias entre la tecnología y las expresiones artísticas y culturales.	x
	Promoción de la creatividad y la innovación a través de proyectos interdisciplinarios.	x
	Investigación de cómo la tecnología puede preservar y enriquecer el patrimonio cultural.	
	El arte como activador de la creatividad en la educación tecnológica.	
	Inteligencia artificial en la creación artística.	
	Innovación temática de la Inteligencia artificial en las semanas culturales del ISPADE.	
	Inteligencia artificial en la preservación del patrimonio cultural.	
	Narrativas generadas por Inteligencia Artificial.	
	Impactos socio-culturales de la Inteligencia Artificial.	
	Educación cultural asistida por Inteligencia Artificial.	
	Inteligencia Artificial en la preservación de dialectos y culturas ancestrales.	
	Identificación de oportunidades de trabajo para técnicos y tecnólogos en el mercado laboral actual.	

Campo laboral, trabajo y emprendimiento	Desarrollo de programas de emprendimiento y formación en habilidades empresariales.	
	Evaluación de la demanda de habilidades técnicas en sectores específicos.	
	El emprendimiento como fuente principal para la generación de ingresos.	
	Emprendimiento e Inteligencia Artificial	
Ética	Discusión sobre la importancia de la ética en la tecnología y la investigación.	
	Desarrollo de políticas y prácticas éticas en investigación.	
	Reflexión sobre el impacto ético de la tecnología en la sociedad.	
	Ética y representación en la Inteligencia Artificial cultural.	

2. INTRODUCCIÓN

La visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios culturales es un factor clave para el desarrollo del sector artístico y la proyección del talento nacional tanto a nivel local como internacional. A lo largo de la historia, el periodismo cultural ha desempeñado un papel fundamental en la promoción del arte, ofreciendo espacios para la crítica especializada, la difusión de exposiciones y el reconocimiento de artistas emergentes y consagrados. Sin embargo, en la actualidad, el panorama mediático ha cambiado radicalmente debido a la digitalización, la transformación del consumo de información y la crisis del periodismo tradicional.

Este estudio busca analizar cómo los medios culturales contribuyen a la visibilización de los artistas ecuatorianos, identificando las oportunidades y desafíos que enfrentan en la era digital. A medida que los periódicos y revistas han reducido o eliminado sus secciones culturales, los artistas han debido recurrir a nuevas estrategias de difusión, como redes sociales, plataformas digitales y colaboraciones con medios independientes. Esta transición ha generado tanto ventajas como limitaciones en la manera en que se comunica el arte ecuatoriano.

Históricamente, los medios de comunicación han sido aliados fundamentales en la difusión del arte. Suplementos como Cartón Piedra de El Telégrafo, Artes Cultura de La Hora y revistas culturales como Mundo Diners han permitido la documentación, el análisis y la divulgación del trabajo de artistas plásticos, músicos, escritores y creadores en general. Sin embargo, con la crisis del periodismo impreso y la priorización de contenidos más rentables, la presencia del arte en los medios tradicionales ha disminuido significativamente.

Este cambio ha afectado de manera particular a los artistas ecuatorianos, quienes ahora enfrentan el reto de promocionar su trabajo en un entorno digital saturado de información y dominado por algoritmos que privilegian el contenido viral sobre la profundidad analítica. Aunque las redes sociales han democratizado el acceso a la difusión artística, también han generado una competencia intensa por la atención del público, lo que obliga a los artistas a desarrollar estrategias de autopromoción y branding digital para destacar.

Otro desafío importante es la falta de espacios para la crítica especializada en los medios digitales. Mientras que en el pasado los periódicos y revistas ofrecían reseñas y análisis de obras de arte, en la actualidad este tipo de contenido ha sido reemplazado en gran medida por publicaciones promocionales o entrevistas breves. Esto afecta la manera en que el público percibe el arte, reduciendo la posibilidad de generar debates profundos sobre las tendencias artísticas en Ecuador y limitando el impacto del periodismo cultural en la construcción de una identidad artística nacional.

Los hallazgos de esta investigación permitirán comprender mejor el impacto de la digitalización en la difusión del arte ecuatoriano y proponer estrategias para mejorar la visibilidad de los artistas en los medios culturales. Se espera que este estudio sirva como base para la formulación de políticas y programas que fortalezcan el periodismo cultural y promuevan el reconocimiento del talento artístico nacional.

En definitiva, la visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios culturales es un tema de gran relevancia para el desarrollo del sector artístico y la consolidación de una identidad cultural sólida. Con este estudio, se busca contribuir a la discusión sobre el futuro de la difusión del arte en Ecuador y ofrecer soluciones innovadoras para potenciar la presencia de los artistas en el ecosistema mediático actual.

3. METODOLOGÍA

La presente investigación sobre la visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios culturales se enmarca dentro de un enfoque cualitativo y descriptivo, con el objetivo de analizar la transformación de la cobertura mediática del arte en Ecuador y proponer estrategias para fortalecer la difusión de los artistas en el ecosistema digital.

1. Enfoque de la Investigación

La investigación adopta un enfoque cualitativo, ya que busca comprender los cambios en la visibilización del arte ecuatoriano en los medios culturales a partir de un análisis detallado de contenidos, percepciones y tendencias digitales. Se empleará un diseño descriptivo y exploratorio, que permitirá identificar los factores que han influido en la transformación del periodismo cultural y las estrategias que han adoptado los artistas para mantener su presencia en el entorno digital.

Además, se aplicará un análisis comparativo, contrastando la cobertura del arte en medios tradicionales e independientes con las nuevas dinámicas de difusión en redes sociales y plataformas digitales.

2. Métodos de Recolección de Información

Para garantizar un análisis integral, se utilizarán las siguientes técnicas de recolección de información:

2.1. Análisis documental y de contenido

Se realizará una revisión de medios impresos y digitales para evaluar la evolución de la cobertura artística en Ecuador.

2.2. Entrevistas semiestructuradas

Se entrevistará a artistas ecuatorianos, periodistas culturales y gestores de arte, con el propósito de comprender sus percepciones sobre la visibilización del arte en los medios y los desafíos que enfrentan en la era digital.

2.3. Observación de tendencias en medios digitales y redes sociales

Se analizará el impacto de plataformas digitales en la difusión del arte ecuatoriano.

3. Análisis de la Información

Los datos recopilados se organizarán y categorizarán de acuerdo con los objetivos de la investigación.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La investigación sobre la visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios culturales ha permitido identificar las principales transformaciones en la difusión del arte en el país, así como los desafíos y oportunidades que enfrentan los creadores en el actual ecosistema mediático. A continuación, se presentan los hallazgos obtenidos y su análisis.

1. Reducción de la Cobertura Artística en los Medios Tradicionales

Uno de los hallazgos más relevantes es la reducción significativa de espacios dedicados al arte en los medios tradicionales. Durante el siglo XX y principios del XXI, los periódicos y revistas en Ecuador contaban con secciones culturales que incluían entrevistas con artistas, críticas de exposiciones y reportajes sobre la escena artística. Sin embargo, el análisis de contenido de medios como El Telégrafo, La Hora y El Comercio demuestra que, en la última década, estos espacios han disminuido considerablemente o han desaparecido por completo.

La desaparición de suplementos como Cartón Piedra (El Telégrafo) y la reducción de contenido cultural en Mundo Diners reflejan una pérdida de visibilidad para los artistas en los medios convencionales.

La crisis del periodismo impreso y el traslado del contenido hacia plataformas digitales han provocado un cambio en la priorización de temas, favoreciendo noticias de interés masivo sobre cultura popular y entretenimiento en lugar de cobertura especializada en arte.

Estos resultados confirman estudios previos sobre la crisis del periodismo cultural en América Latina (UNESCO, 2021), que indican que la reducción de la cobertura del arte responde a la búsqueda de rentabilidad de los medios tradicionales. En este contexto, los artistas han debido recurrir a estrategias de autopromoción y difusión en medios alternativos, lo que plantea nuevos retos en términos de financiamiento y sostenibilidad.

2. Expansión de la Difusión Artística en Medios Digitales y Redes Sociales

El estudio revela que, aunque los medios tradicionales han reducido su cobertura artística, las plataformas digitales y las redes sociales han emergido como los principales canales de visibilidad para los artistas ecuatorianos.

Instagram y TikTok han sido identificadas como las plataformas más utilizadas para la promoción del arte plástico, debido a su formato visual y su alto nivel de interacción con el público.

YouTube y Facebook son empleados por artistas que buscan generar contenido educativo o documentar su proceso creativo a través de videos largos y transmisiones en vivo.

Pódcast y blogs culturales han comenzado a llenar el vacío dejado por los medios tradicionales, permitiendo una difusión más especializada del arte ecuatoriano.

Si bien el crecimiento de los medios digitales ha democratizado el acceso a la promoción artística, también ha generado una dependencia de los algoritmos y las tendencias virales. Esto implica que la visibilidad de los artistas en redes sociales está determinada por estrategias de marketing digital, lo que obliga a los creadores a adaptar su contenido para obtener mayor alcance. Según Rodríguez y Pérez (2021), la exposición mediática en el entorno digital no siempre favorece a los artistas con propuestas más conceptuales o experimentales, ya que las plataformas priorizan contenidos de fácil consumo y rápida viralización.

3. Falta de Espacios de Crítica Especializada y Análisis del Arte

Otro hallazgo significativo es la disminución de la crítica especializada en los medios culturales ecuatorianos. La mayoría de los contenidos sobre arte en redes sociales y medios digitales se centran en la promoción de exposiciones y la divulgación general, sin un análisis profundo de las obras ni un debate sobre la evolución de la escena artística en el país.

En los medios tradicionales, la crítica de arte ha sido desplazada por secciones de entretenimiento y cultura popular.

En medios digitales independientes, aunque existen esfuerzos por cubrir el arte ecuatoriano, los análisis suelen ser breves y carecen de profundidad académica.

En redes sociales, los artistas dependen más de la opinión del público que de la validación de críticos y especialistas en arte.

La ausencia de crítica especializada afecta la consolidación del arte ecuatoriano dentro del circuito artístico regional e internacional. De acuerdo con García Canclini (2012), la crítica y el análisis en medios culturales cumplen un papel esencial en la validación del arte, permitiendo que las obras sean comprendidas dentro de un marco teórico y conceptual más amplio. La falta de espacios para la

reflexión artística implica que los artistas deben depender de la autopromoción, lo que puede llevar a una mercantilización del arte en función de las demandas del mercado digital.

4. Estrategias Emergentes de Visibilización Artística

Ante los cambios en los medios culturales, los artistas ecuatorianos han desarrollado diversas estrategias para mejorar su visibilidad:

- Creación de contenido multimedia: Uso de videos, reels y transmisiones en vivo para documentar procesos creativos y generar cercanía con el público.
- Colaboraciones con influencers culturales y medios digitales independientes: Trabajo conjunto con creadores de contenido especializados en arte y cultura.
- Participación en exposiciones virtuales y plataformas de arte digital: Expansión del alcance del arte ecuatoriano a mercados internacionales.
- Crowdfunding y venta directa en redes sociales: Estrategias de financiamiento basadas en la comunidad de seguidores del artista.

Si bien estas estrategias han permitido que los artistas logren mayor autonomía en la difusión de su trabajo, también han incrementado la carga de gestión personal, ya que los creadores deben invertir tiempo y esfuerzo en la promoción digital de sus obras. Según Paredes (2020), este fenómeno ha llevado a que los artistas no solo sean productores de arte, sino también gestores de contenido y expertos en marketing digital, lo que plantea nuevos desafíos en la sostenibilidad de sus carreras.

Los resultados obtenidos muestran que la visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios culturales ha cambiado significativamente con la digitalización. Si bien la desaparición de suplementos culturales en los medios tradicionales ha reducido la cobertura del arte en la prensa impresa, el crecimiento de plataformas digitales ha abierto nuevas oportunidades de difusión. Sin embargo, este proceso ha generado nuevos desafíos, como la dependencia de los algoritmos en redes sociales, la ausencia de crítica especializada y la falta de modelos de financiamiento sostenibles.

Para mejorar la visibilidad del arte ecuatoriano en el ecosistema mediático actual, es fundamental fortalecer la relación entre los artistas y los medios culturales, desarrollar estrategias innovadoras de promoción digital y explorar nuevos modelos de financiamiento que permitan la sostenibilidad del periodismo cultural en Ecuador.

5. CONCLUSIONES

- La investigación sobre la visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios culturales ha permitido identificar las transformaciones en la difusión del arte en Ecuador, así como los desafíos

y oportunidades que enfrentan los creadores en el actual ecosistema mediático. A partir del análisis realizado, se pueden establecer las siguientes conclusiones:

- La desaparición de suplementos culturales impresos y la disminución de espacios dedicados al arte en periódicos y revistas han reducido la visibilidad de los artistas ecuatorianos en los medios convencionales. Este fenómeno ha sido impulsado por la crisis del periodismo impreso y la reestructuración de los modelos de negocio de los medios, que han priorizado contenidos más rentables y de mayor interés masivo.
- La digitalización ha permitido que los artistas ecuatorianos utilicen redes sociales y medios digitales como sus principales canales de promoción. Instagram, TikTok y YouTube se han convertido en herramientas clave para la difusión del arte, brindando acceso directo a audiencias globales. Sin embargo, la visibilidad en estas plataformas está determinada por algoritmos y tendencias virales, lo que genera una competencia constante por la atención del público.
- La migración del periodismo cultural al entorno digital ha traído consigo una pérdida de espacios de crítica especializada. Los medios digitales y las redes sociales priorizan contenido promocional y de consumo rápido, lo que ha limitado la profundidad del análisis sobre el arte ecuatoriano. Esta situación afecta la consolidación del arte dentro del circuito cultural, ya que la crítica especializada es un elemento clave en la validación y posicionamiento de los artistas.
- Ante la disminución de espacios en los medios tradicionales, los artistas han desarrollado estrategias alternativas para aumentar su visibilidad. La creación de contenido multimedia, la colaboración con influencers culturales y la participación en exposiciones virtuales han sido algunas de las tácticas utilizadas para adaptarse al entorno digital. Estas estrategias han permitido mayor autonomía en la difusión artística, pero también han generado una mayor carga de trabajo en la gestión de la promoción personal.
- La sostenibilidad de los medios culturales sigue siendo un reto en Ecuador. La reducción de ingresos por publicidad y suscripciones en medios tradicionales ha llevado a la búsqueda de modelos de financiamiento alternativos, como las suscripciones digitales, el crowdfunding y las alianzas con instituciones culturales. Sin embargo, estos modelos aún no están completamente consolidados, lo que limita la expansión y profesionalización del periodismo cultural en el país.
- Para mejorar la visibilidad del arte ecuatoriano en el ecosistema mediático actual, es necesario fortalecer los lazos entre los artistas, los periodistas culturales y los gestores de medios. La creación de plataformas especializadas, el fomento de la crítica de arte y la implementación de estrategias de promoción digital son esenciales para garantizar una mayor presencia de los artistas en los medios culturales.

6. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que los medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales, destinen más espacios a la cobertura del arte ecuatoriano. Esto puede incluir la creación de secciones culturales, suplementos especializados y colaboraciones con artistas y gestores culturales para fomentar una difusión más amplia y diversa del arte en Ecuador.
- Se sugiere que los artistas ecuatorianos desarrollen estrategias de autopromoción en redes sociales y plataformas digitales, utilizando contenido multimedia, colaboraciones con influencers culturales y optimización de algoritmos para ampliar su alcance. La capacitación en marketing digital y gestión de redes sociales es clave para mejorar su presencia en el ecosistema mediático.
- Se recomienda incentivar la creación y sostenibilidad de medios digitales dedicados a la cobertura del arte ecuatoriano. Esto puede lograrse mediante financiamiento público o privado, alianzas con instituciones culturales y la implementación de modelos de suscripción o crowdfunding que permitan la producción de contenido cultural de calidad.
- Para garantizar una difusión de calidad, es importante fortalecer el periodismo cultural con enfoques analíticos y críticos sobre el arte ecuatoriano. Se recomienda la formación de críticos de arte, la generación de espacios de debate y la implementación de iniciativas que promuevan la reflexión sobre la producción artística en el país, tanto en medios digitales como en formatos académicos y culturales.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Asociación de Prensa de Ecuador. (2022). *La crisis del periodismo impreso en Ecuador y su impacto en la cobertura cultural*. Disponible en www.apecuador.org
2. Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
3. Cevallos, M. (2017). *Impacto del periodismo digital en la difusión del arte en Ecuador*. Universidad de las Américas.
4. Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). (2021). *Acceso y uso de Internet en Ecuador: Estadísticas y tendencias*. Quito, Ecuador.
5. Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. McGraw-Hill.
6. Fundación Guayasamín. (2023). *Historia y legado de Oswaldo Guayasamín*. Recuperado de www.guayasamin.org
7. García Canclini, N. (2012). *El consumo cultural en la era digital: nuevas tendencias y desafíos*. Editorial Gedisa.
8. Hallin, D., & Mancini, P. (2004). *Modelos de periodismo: Los medios en las democracias occidentales*. Cambridge University Press.

9. Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2022). *Encuesta sobre consumo cultural y medios digitales en Ecuador*. Quito, Ecuador.
10. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
11. Mariezkurrena, J. (2008). *Historia del periodismo en América Latina: De la colonia al siglo XXI*. Fondo de Cultura Económica.
12. Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador. (2020). *Plan Nacional de Cultura 2020-2030*. Quito, Ecuador.
13. Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador. (2019). *Política Nacional de Cultura y Patrimonio: 2019-2025*. Quito.
14. Oller, M., & Chavero, P. (2015). *Periodismo cultural en América Latina: historia, teorías y prácticas*. Editorial UOC.
15. Paredes, F. (2020). *La promoción del arte plástico ecuatoriano en redes sociales: un estudio de caso*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
16. Pérez, L. (2018). *Transformaciones del periodismo cultural en Ecuador: análisis de las revistas culturales en la era digital*. Universidad Andina Simón Bolívar.
17. Rivera, J. (1995). *El periodismo cultural en la era digital: desafíos y perspectivas*. Ediciones Paidós.
18. Rodríguez, J., & Pérez, L. (2021). *Estrategias de marketing digital para la promoción del arte en redes sociales*. Revista Iberoamericana de Comunicación, 18(3), 112-129.
19. Salaverría, R. (2019). *Ciberperiodismo en Iberoamérica: una década de investigación*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
20. Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT). (2020). *Estado del arte y la cultura en la educación superior ecuatoriana*.
21. Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. Gedisa.
22. Van Dijk, J. (2020). *La sociedad en red: una perspectiva sociológica de la digitalización*. Ediciones Cátedra.
23. UNESCO. (2021). *El periodismo cultural en América Latina: retos y oportunidades en la era digital*. Recuperado de www.unesco.org
24. Villalba, C. (2022). *El rol del periodismo cultural en la promoción del arte en Ecuador*. Revista de Comunicación y Cultura, 14(2), 45-67.

8. ANEXOS

No aplica