





Lo cultural: de la comunicación y otros demonios

Parfraseando a la obra de Gabriel García Márquez, realizamos un viaje que examina cómo la cultura, lejos de ser solo una preocupación marginal, se encuentra en el centro de la comunicación en Ecuador. Esta reflexión invita a repensar el papel crucial que juega en el bienestar y el desarrollo humano.



El verdadero desafío del Ministerio no es solo repartir fondos, sino también invertir en estrategias que lleguen a cada rincón del país.

Punto de partida: el arte y la cultura en Ecuador gozan de buena salud. El problema: se desarrollan en un sistema enfermo. Artistas, escritores, cineastas y gestores realizan propuestas y contenidos de calidad. Pero, lastimosamente, las condiciones en las que se desenvuelven no son las más propicias. Lo primero que hay que entender es que no se puede hablar de avances culturales en un país donde la precarización laboral es permanente.

Trabajar en el sector cultural implica una cadena, donde cada eslabón es determinante para que la misma esté bien soldada. Pensemos en un producto próximo a la mayoría de los ecuatorianos: un libro. Al momento de leerlo, te has preguntado: ¿cómo llegó a mis manos? Y es que la respuesta no puede limitarse a que un libro se reduce al proceso de escritura. Hablamos de que también hubo una edición y corrección de estilo de por medio. Alguien lo diseñó, lo maquetó y crearon su portada. La cadena no termina allí. Después viene la impresión. Y a eso hay que sumarle la distribución y la promoción para venderlo...

Si bien todo ejercicio humano contiene a la comunicación, la promoción (difusión) es el eslabón que implica una mayor presencia para que los públicos se enteren. La realidad es que cada proyecto cultural tiene el poder de generar impacto, pero solo si logra conectarse con su audiencia.

DEL INTERÉS Y COMUNICACIÓN DESDE LO INSTITUCIONAL...

Nuestra política refleja claramente el problema que enfrenta el sector cultural. Ahora, hagamos un ejercicio rápido de memoria. En el país

hemos tenido una serie de elecciones: ¿recuerdas a algún candidato hablando de arte y cultura en sus campañas? Seguro que no, ¿verdad? En los debates presidenciales, ¿la cultura era uno de los ejes temáticos? Tampoco. Si es que este ejercicio no te trae nada a la cabeza, vamos al presente: mientras *scrolleas* en Instagram o TikTok, ¿cuántas veces te cruzas con información cultural que venga del gobierno? Es raro, casi inexistente. Y la gran pregunta sigue siendo: ¿por qué no se invierte más en difundir contenido cultural? De hecho: ¿por qué los presupuestos en lo cultural se reducen?

Hablemos de números: en 2015, el Ministerio de Cultura y Patrimonio manejaba un presupuesto de 64,53 millones de dólares. Hoy esa cifra es un recuerdo lejano. En 2024, el presupuesto fue de apenas 27,8 millones. De ese monto, poco más de la mitad, unos 15,54 millones, se destinaron a apoyar proyectos culturales a través de concursos públicos. Esto incluye cine, música, teatro, literatura y más. En teoría suena bien, ¿no? Pero hay una queja recurrente: siempre ganan los mismos.

¿Por qué pasa esto? Bueno, algunos ya saben cómo llenar los formularios, qué documentos se necesitan y qué palabras usar para convencer. Mientras tanto, otros, especialmente los nuevos talentos, ni siquiera se enteran de que estos fondos existen. ¿Por qué? Porque la comunicación no está llegando. Tener una ventana en la página web o un tutorial perdido en YouTube no es suficiente para comunicar.

Imagina que estos fondos culturales se anunciarán con la misma energía que un tráiler de la nueva película de

Marvel o una nueva función de WhatsApp. Que, en lugar de buscar información en páginas difíciles de navegar, recibir notificaciones en tu celular, videos cortos en TikTok o incluso un mensaje claro y directo en tu *feed* de Instagram. Esa es la comunicación que necesitamos: accesible, creativa y capaz de conectar con todos, no solo con los artistas. Al final, la cultura nos pertenece a todos, y todos deberíamos estar informados sobre cómo fortalecerla y que cada proceso es transparente.

El verdadero desafío del Ministerio no es solo repartir fondos, sino también invertir en estrategias que lleguen a cada rincón del país. Si queremos que el arte y la cultura florezcan, es hora de que la difusión sea tan atractiva y masiva como cualquier meme viral.

¿QUÉ SUCEDE CON LA DIFUSIÓN DESDE LOS MEDIOS?

En los últimos años, en Ecuador se ha observado una notable disminución de la presencia de contenidos culturales en los medios de comunicación. A medida que el consumo de noticias se ha concentrado en lo político y en la seguridad, así como lo cultural se ha enfocado en el entretenimiento y en los espectáculos, muchas secciones de cultura que antes gozaban de mayor protagonismo han sido relegadas, prácticamente han desaparecido.

Esta transformación responde en parte a la creciente competitividad -y sobrevivencia- entre los medios, que buscan atraer a la mayor audiencia posible, lo que ha llevado a priorizar la cobertura de eventos populares, la farándula y los temas que generan mayores 'likes'. ■ ■ ■





Lo cultural, a diferencia de otros sectores, rara vez será rentable en términos económicos inmediatos, ya que su valor no puede medirse solo a través de ganancias financieras o índices de audiencia. Sin embargo, es justamente la cultura la que ha forjado a las sociedades, dándoles identidad, cohesión y sentido. Son las expresiones culturales las que preservan las tradiciones, las lenguas, las creencias y las narrativas colectivas que conectan a las generaciones pasadas con las presentes. un testimonio del pasado, sino una herramienta para comprender y dar forma al presente y al futuro.

Las secciones de cultura son el canal por el cual los ciudadanos tienen acceso a diversas expresiones que, de otra manera, podrían no llegar al gran público. En un mundo donde la información se consume a gran velocidad, es necesario reconocer el valor de las secciones de cultura, no solo como un espacio de entretenimiento, sino como un pilar de educación, reflexión y conexión social. De ahí la importancia de recuperar este espacio dentro de los medios de comunicación para garantizar una ciudadanía que, además de informada, sea culturalmente consciente.

¿POR QUÉ HABLAR DE PRECARIZACIÓN?

La Universidad de las Artes lleva tiempo investigando lo que pasa con los trabajadores del sector cultural en Ecuador. ¿Sabías que tienen un proyecto llamado el "Termómetro Cultural"? En 2020, este reflexionó en cómo la pandemia golpeó fuerte a los artistas y gestores culturales. Por ejemplo, el 84% de ellos dijo que su

situación laboral empeoró, y solo el 28% tenía ingresos estables. Pero esos ingresos tampoco eran gran cosa: entre 400 y 750 dólares al mes. ¿Crees que se puede vivir con eso?

¿Y qué hicieron muchos para sobrevivir? Pluriempleo. Transformarse en pulpos haciendo varias actividades y así obtener un mayor ingreso. Más de la mitad tuvo que buscar dos o más trabajos, como dar clases, hacer freelance o hasta manejar un taxi. Además, casi el 85% no recibió ni un centavo de ayuda del Estado. Imagínate tratar de crear arte mientras luchas por pagar las cuentas.

Aunque existen fondos concursables para financiar proyectos, no deben ser la única herramienta de apoyo. El Estado necesita pensar en estrategias que lleguen a todos, no solo a quienes logren ganar estos fondos. Por ejemplo, hay un incentivo tributario interesante: las empresas pueden deducir hasta el 150% de sus gastos al patrocinar eventos culturales. Suena bien, ¿no? El problema es que pocas empresas saben que esto existe porque casi no se ha comunicado.

Otro avance es el Registro Único de Artistas y Gestores Culturales (RUAC), que ayuda a visibilizar al sector. Pero, seamos sinceros, esto no soluciona los problemas de fondo, como la falta de seguridad social o ingresos dignos para los artistas. No se puede menospreciar que existan incentivos para los artistas, pero qué sucede si no pueden ser atendidos en casas de salud o contar con una jubilación.

Los trabajadores de la cultura se enfrentan a una tragedia silenciosa:

precariedad laboral. Es un drama que ocurre mientras todos estamos distraídos en la avalancha de información diaria. Entonces, ¿qué realmente se debería difundir? Y, también, ¿qué estoy dispuesto a consumir?

Aún así, hay esperanza. El teatro, el cine, las artes visuales y el mundo editorial siguen demostrando que, aunque las cosas sean difíciles, el talento y la pasión no se rinden. Piensa en esto: la próxima vez que mires una obra, asistas a un concierto o compres un libro (de preferencia de un autor nacional), recuerda que detrás hay personas que están apostando todo por la cultura. Y, ¿no sería genial que esto se difunda y te enteres para que lo disfrutes? ■

por **Damián De la Torre Ayora**
Periodista cultural