



## CONVOCATORIA

### Presentación de propuestas de artículos y ensayos académicos sobre consumos culturales en América Latina para la publicación de un libro

#### Antecedentes

El Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura de la Universidad de las Artes publicó en el año 2021 Trabajadores de la Cultura, condiciones y perspectivas, el primer libro de la serie PRISMAS con contribuciones de investigadores y periodistas culturales sobre los resultados de las Encuestas de condiciones laborales de trabajadores de la cultura. Las encuestas consistieron en un ejercicio de levantamiento de información estadística realizado durante los años 2020 y 2021, con el apoyo de diversos actores e instituciones del sector cultural ecuatoriano.

En esta ocasión, el Observatorio propone abrir una nueva línea investigativa a partir de la publicación -en Ecuador- de los resultados de la 1era Encuesta de Hábitos Lectores, Prácticas y Consumos Culturales<sup>1</sup>, por parte del Ministerio de Cultura y Patrimonio, lo cual constituye un hito en la corta historia de las estadísticas culturales del país. En otros países de la región, también constatamos una oleada de iniciativas de implementar ejercicios cuantitativos para conocer y monitorear las variaciones del consumo a nivel nacional: por ejemplo, en 2022 se cumplen en Colombia<sup>2</sup> 10 años del primer levantamiento de encuestas bianuales de consumos culturales; otros casos representativos recientes a nivel regional se pueden encontrar en Argentina<sup>3</sup> (2017), Chile<sup>4</sup> (2017), Costa Rica<sup>5</sup> (2016), Uruguay<sup>6</sup> (2014), Venezuela<sup>7</sup> (2015) y México<sup>8</sup> (2004, 2010, 2012 y 2020) quizás el país latinoamericano con mayor tradición en la implementación de este tipo de mediciones.

---

<sup>1</sup> Ministerio de Cultura y Patrimonio de Ecuador (2022). *1era Encuesta de Hábitos Lectores, Prácticas y Consumos Culturales*

<sup>2</sup> Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia (2020). *Encuesta de Consumo Cultural*

<sup>3</sup> Ministerio de Cultura de Argentina (2017). *Encuesta Nacional de Consumos culturales*

<sup>4</sup> Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (2017). *Encuesta Nacional de Participación Cultural*

<sup>5</sup> Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica (2016). *Encuesta Nacional de Cultura. Principales resultados*

<sup>6</sup> Observatorio Universitario de Políticas Culturales (2014). *Tercer Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural*

<sup>7</sup> Ministerio del Poder Popular para la Cultura de Venezuela (2015). *Imaginario y consumos culturales*

<sup>8</sup> Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2004 y 2010). *Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumos Culturales*; Instituto Nacional de Estadística y Geografía con la colaboración del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2012). *Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México* y Coordinación de Difusión Cultural de la UNAM (2020). *Encuesta Nacional sobre Hábitos y Consumo Cultural*.



# BSERVATORIO

## de Políticas y Economía de la Cultura

Por un lado, los resultados de este tipo de encuestas pueden constituirse como un punto de renovación<sup>9</sup> para el análisis sólido y heterogéneo de las diferentes características estructurales del consumo cultural en América Latina: la preminencia y efectos del consumo de entretenimiento *mainstream*, las inequitativas condiciones de acceso al arte y al patrimonio en una región marcada por la desigualdad socio-económica, las múltiples formas y las preferencias de consumo cultural interseccional, los nichos y las resistencias expresadas a través del consumo en la diversidad cultural, la volatilidad de consumos culturales en función de los vaivenes económicos de la región, y de otros fenómenos siempre vigentes como las deficiencias de la acción estatal en los ámbitos de creación y potenciación del consumo cultural entre varias otras.

Por otro lado, la información levantada sobre esta coyuntura denota cambios fuertes debido a los impactos en el acceso a la cultura derivados de los cada vez más vigentes efectos de la transición digital y de la emergencia de las economías de plataforma para ciertos subsectores del campo artístico y del entretenimiento, de la convergencia de periodos de depresión económica sostenida con recurrentes crisis políticas y protestas sociales en varios países latinoamericanos, del agravamiento de la situación a causa de la prolongada vigencia de la pandemia del Covid19, entre otras circunstancias que singularizan este periodo.

Por tanto, consideramos determinante el aporte que se puede realizar desde los sistemas de información nacionales y desde los espacios universitarios, periodísticos y de gestión cultural a través de la generación de datos y el aporte que la investigación puede realizar para profundizar los diagnósticos y establecer un estado de situación del consumo cultural en la región. Además de los aportes que se puedan realizar con estos insumos al ciclo de planificación de políticas públicas para mejorar las condiciones de consumo y acceso a la cultura, tomando en cuenta que actualmente a lo largo de la región las herramientas de política para la cultura que se han privilegiado son las del fomento a la producción artística. También, resulta interesante pensar en cómo los estudios centrados en los consumos pueden aportar a la planificación de artistas y gestores y cómo pueden proveerles de herramientas de identificación de necesidades y tendencias.

---

<sup>9</sup> El análisis de consumos culturales ha sido un tema que ha sido trabajado previamente por varios referentes de los estudios culturales latinoamericanos desde diferentes perspectivas. Algunas recogen enfoques globales del consumo cultural en la región: Sunkel, G. (Ed.). (2006). *El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación*. Convenio Andrés Bello, y el debate teórico y la investigación sobre consumos culturales: *El consumo cultural en México*: García Canclini, N. (Coord.). (1993). Por otro lado, otros se han aproximado a partir de enfoques disciplinares, etéreos, geográficos y/o en sus intersecciones: Güell, P., Morales, R. y Peters, T. (2011). *Una canasta básica de consumo cultural para América Latina. Elementos metodológicos para el derecho a la participación cultural*. Ediciones Universidad Alberto Hurtado; y Radakovich, R. y Wortman, A. (coord.) (2019). *Mutaciones del consumo cultural en el siglo XXI. Tecnología, espacios y experiencias*. Teseo.



## **Presentación de propuestas de artículos**

El Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura recibirá, para la elaboración de un libro, propuestas de artículos y ensayos académicos respecto de la temática del consumo cultural en América Latina que planteen abordar esta arista desde diferentes líneas de investigación y distintos enfoques metodológicos. Los manuscritos recibidos serán sometidos a un proceso de revisión por pares.

Como editores-compiladores del libro se contará con:

- Pablo Cardoso: Profesor-investigador de la Universidad de las Artes de Ecuador y Director del Instituto Latinoamericano de Investigación en Artes-ILIA, así como de su Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura.
- Marissa Reyes: Profesora-investigadora de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, coordinadora del Programa de Desarrollo Académico Economía y Cultura de la misma institución, así como miembro del Comité Directivo de la Red Universitaria de Gestión Cultural México (RUGCMx).

Para la presentación de propuestas se deberá entregar los siguientes elementos:

- Resumen del artículo (*abstract*) en el cual se especifique el tema, los alcances de la investigación y el enfoque metodológico que se seguirá (max. 350 palabras).
- Un CV actualizado de los/las autores/as que incluya los siguientes datos: institución a la que pertenece y correo electrónico.

Estos documentos deberán ser enviados al correo electrónico del Instituto Latinoamericano de Investigación en Artes: [ilia@uartes.edu.ec](mailto:ilia@uartes.edu.ec). Una vez aprobada la propuesta por parte del Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura, los postulantes tendrán un período de tres meses para la entrega del texto completo.

## **Postulantes**

La convocatoria está dirigida a docentes-investigadores (as), estudiantes de licenciatura y posgrado, profesionales del arte, la gestión cultural y el periodismo cultural, directores (as) de organizaciones culturales y funcionarios(as) públicos del sector de cultura y economía de cualquier nacionalidad.

## **Fecha de presentación de propuestas**

Los (as) participantes podrán presentar sus propuestas de artículos y ensayos académicos desde el 21 de julio de 2022 y hasta el 30 de septiembre de 2022.



### Selección de las propuestas

El proceso de aceptación de propuestas será realizado por un comité integrado por los editores-compiladores de la publicación, un representante de UArtes Ediciones, investigadores/as latinoamericanos/as invitados/as, y un representante de la OEI. Vale mencionar que el proceso incluye una revisión por pares, los cuales pueden realizar observaciones adicionales tras la entrega del texto completo.

### Publicación y honorarios

El reconocimiento de los trabajos seleccionados consistirá en:

- Publicación de los trabajos en un libro del Observatorio de Políticas y Economía de la Cultura.
- Se realizará el reconocimiento de honorarios por trabajo enviado, cuyo monto se determinará a partir del número de colaboraciones que integren la publicación.

El pago se realizará una vez entregada la versión final de los artículos.

### Cronograma

Fecha	Actividad
21 de julio a 30 de septiembre de 2022	Convocatoria abierta para recepción de propuestas
14 de octubre de 2022	Comunicación a investigadores seleccionados
18 de octubre de 2022	Reunión con equipo de investigadores seleccionados
19 de enero de 2023	Entrega de artículos
20 de enero a 21 de marzo de 2023	Lectura de pares y revisión editorial de artículos
Marzo-abril de 2023	Diagramación y otros procesos editoriales
Segundo trimestre de 2023	Lanzamiento de la publicación



**Consideraciones generales.**

- Los artículos de investigación deben ser inéditos y no estar comprometidos para su publicación en otro medio digital o impreso. Así también, los textos deberán estar elaborados bajo el formato y parámetros detallados en el anexo de la presente convocatoria, entre los que se encuentra el empleo del Manual de estilo Chicago Deusto.
- Los gastos de preparación y presentación de los artículos de investigación serán exclusiva responsabilidad de los/las postulantes.