

## Cultura en Renglones, del Observatorio

Cultura en Renglones es un espacio dedicado al periodismo de análisis e investigación sobre las dinámicas y procesos en el campo del arte y la cultura. Sus líneas de trabajo son: arte y ciudad; políticas de fomento, legislación sobre cultura; seguridad social; condiciones laborales; cultura y territorio; consumos culturales; arte y educación, entre otras.

Para la propuesta de artículos en la sección de Cultura en Renglones hemos preparado un formato de guía, de tal forma que los colaboradores puedan ajustar su texto en estructura y extensión y, además, nos faciliten la información necesaria para la publicación de su artículo en redes sociales.

Los textos recibidos serán leídos por la editora y de ser seleccionados, se comunicará al autor/autora. De existir la necesidad de replantear alguna sección del artículo, la editora se pondrá en contacto con el autor/autora. Una vez definida una versión final de la propuesta escritural, pasará a corrección.

## Artículo referencial para colaboradores del Observatorio

**Andrés Gribnicow: Creer en el arte y en su capacidad para solucionar problemas**

*Las economías creativas en Latinoamérica se presentan como una posible salida a la crisis actual. Su potencial de crecimiento y la naturaleza inagotable de las ideas que las sustentan hacen de este sector la promesa del porvenir. Sin embargo, entender cómo las producciones artísticas pueden mejorar nuestra calidad de vida, mientras les permiten a sus creadores subsistir de su producción, es aún un asunto que los gobiernos locales deben poner en el centro del debate actual.*

Por Ana María Crespo/ [@laana\\_mary](#)

Hablar de un recurso inagotable, que se alimenta del ingenio humano para generar riqueza, puede sonar un tanto utópico, pero este sector existe y se conoce como economías creativas. La pandemia ha tenido un doble impacto en este campo: por un lado, nos ha mostrado la vulnerabilidad de los artistas y proyectos culturales, pero por el otro, ha dejado claro que el arte es vital para nuestro bienestar. Ante esta aparente contradicción nos queda preguntarnos cómo desde la elaboración de políticas públicas el estado tiene una responsabilidad urgente con los creadores y la sociedad, y de qué manera lo creativo puede articularse con otros sectores para multiplicar su efecto transformador en lo social.

La [Unesco](#) ha declarado al 2021 como el Año Internacional de la Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible. De acuerdo a su sitio web, el 3 % del PIB mundial depende de la creación de películas, libros, obras de teatro, canciones, entre otras

**Comentado [AMCO1]:** El título debe incluir la palabra principal alrededor de la cual gira el artículo. Extensión recomendada de hasta 16 palabras.

**Comentado [AMCO2]:** Sumilla: Contiene una suerte de resumen del artículo y busca atraer al lector. Debe contener hasta 70 palabras.

**Comentado [AMCO3]:** La extensión del cuerpo del artículo puede ser de entre 700 a 1000 palabras.

producciones relacionadas a lo artístico, es más, afirman que \$ 2,25 billones son generados anualmente por las industrias culturales y que 30 millones de personas tienen un empleo en este medio. Sin embargo, es necesario contrastar estas cifras, que presentan un panorama bastante alentador, con lo que ocurre en el Ecuador y que el Observatorio de Economía y Política de la Cultura del Instituto Latinoamericano de Investigación en Artes (ILIA), de la Universidad de las Artes, presentó a manera de resultados preliminares de su segunda encuesta de condiciones laborales. Llama la atención en especial el que exista una tendencia marcada hacia el pluriempleo: un 33 % de los encuestados afirma ejercer dos trabajos culturales al mismo tiempo y un 15 % hasta más de tres actividades. Y es aún más difícil de entender que de estas actividades que se ejercen, un 18 % no recibe remuneración alguna, mientras que un 54 % afirma que solo una de las actividades que realiza es remunerada.

El especialista argentino en políticas culturales Andrés Gribnicow delineaba las posibilidades de las Economías Creativas en el segundo día del Encuentro de Políticas y Economía de la Cultura, desarrollado entre el 21 y el 25 de junio de 2021. En un diálogo con Pablo Cardoso, director del Instituto Latinoamericano de Investigación en Artes (ILIA), Gribnicow, quien entre 2017 y 2019 ocupó el cargo de Secretario de Cultura y Creatividad (2017-2019) de Argentina, comentaba cómo desde una perspectiva gubernamental el sector cultural puede atravesar otros estamentos para potenciar su impacto, pese a haber “sido tratado como cosmético, de adorno...”.



Gribnicow es especialista en políticas culturales y entre 2017 y 2019 fue secretario de Cultura y Creatividad de Argentina. Foto: Twitter de Andrés Gribnicow.

### La cultura, un sector **estratégico**

Pensar la gestión de lo cultural como una actividad que solo puede proporcionar experiencias de ocio a los ciudadanos es una forma muy limitada de entender los distintos potenciales del arte en diálogo con la medicina, lo urbano o lo educativo. Gribnicow mencionaba a Insitus, una convocatoria exitosa que tuvo lugar en Puebla, México, donde urbanistas y artistas urbanos intervinieron con color zonas peatonales para lograr que los conductores disminuyan la velocidad y así reducir el número de siniestros viales.

**Comentado [AMCO4]:** La imagen debe ir referenciada con nota al pie que describa la situación/persona y su fuente.

**Comentado [AMCO5]:** Es importante incluir intertítulos para dividir las secciones de nuestro artículo. Uno o dos es deseable.

Gribnicow también identifica la urgencia de plantear políticas públicas que no solo respondan a las necesidades de los artistas y creadores sino también del público, pues el arte tiene un impacto social y en ese sentido, los ciudadanos deberían tener una mayor participación en estos debates. Los creadores deben poder identificar cuáles son las necesidades de su público y a su vez deben conocer qué es lo que pueden ofrecer. Caben aquí algunas interrogantes: ¿Cómo lograr, por ejemplo, que el público local que es un ávido consumidor de producciones vía *streaming* como Netflix consuman producciones locales? ¿Es posible competir? Y más allá de remitirnos al cine, uno de los sectores con mayor número de organizaciones, la cuestión se asienta en cómo poner en circulación los bienes y servicios culturales y fomentar su consumo, y por qué no exportarlos.

Algo que el tiempo de pandemia nos ha enseñado es que el arte ha sido un pilar de nuestra salud mental durante el confinamiento. En este escenario, las economías creativas se presentan como un potencial paliativo para la crisis tanto emocional como económica que hemos atravesado. “¿Pueden las personas que consumen productos culturales tener una menor disposición a la enfermedad; y, en esa vía, ¿representar un menor gasto del Estado en este rubro?”, se pregunta Gribnicow y dice de inmediato que hacen falta más estudios para entender la relación entre el arte y la salud, y por supuesto indagar más sobre cómo el arte puede sanar nuestras ciudades, sanarnos.

El ponente argentino cerró su participación con un discurso bastante optimista, que nos alienta a pensar no solo en las múltiples dificultades que los artistas deben vivir en Latinoamérica, sino a creer en el arte y su “capacidad para solucionar problemas”.



Inaugurado en mayo de 2021, el [Fab Lab](#) es un laboratorio para el diseño y la fabricación de prototipos que aporten a la producción del conocimiento. Instalado en MZ14 (UArtes), es parte del Hub58, convenio entre 6 universidades para promover la investigación, la creatividad y la innovación. Foto: Archivo UArtes.

Si bien en Ecuador existe un respaldo económico por parte del Estado, mediante la asignación de fondos para proyectos artísticos, líneas de créditos y ciertos beneficios tributarios como el IVA cero para la prestación de servicios culturales/artísticos, una verdadera apuesta por las economías creativas sería posible si se las considerara como

un sector estratégico. Este enfoque exigiría, como señala Gribnicow, crear una agenda transversal entre ministerios, es decir que se elaboren proyectos colaborativos con los ministerios de Educación, Salud o Transporte; pues si nos proyectamos a que las economías creativas aporten un 3 % al PIB del Ecuador durante el 2021, este tendrá que ser un esfuerzo de los actores culturales, la empresa privada y el Estado.

ETIQUETAS: #ObservatorioUArtes, políticas culturales, covid-19, industrias creativas ecuador

Comentado [AMC06]: Incluir cinco etiquetas.

## Estructura del artículo, algunas recomendaciones

### El cuerpo

El manual del Diario El Telégrafo para los textos que se publican en la web, elaborado por María del Pilar Cobo González será nuestra guía para las pautas de estilo. En ese sentido, trabajaremos con la estructura de la pirámide invertida, es decir que la información más importante sobre el tema del que estamos escribiendo se debe consignar en los primeros párrafos. Al escribir el texto, las preguntas ¿qué?, ¿quién?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿por qué?, nos van a servir de guías para el desarrollo de nuestro artículo. Es recomendable que la extensión de los párrafos no sobrepase las cinco oraciones.

Con esto dicho, el cuerpo del artículo debe tener una introducción, desarrollo y conclusión. En la introducción se debe presentar la información que nos sumerja en el tema de forma clara y que resulte atractiva para el lector. Se podrían dedicar dos párrafos para responder a las preguntas medulares a partir de las cuales se hilará el resto del texto. No se recomienda iniciar con una cita.

El desarrollo expande más la información, en esta etapa podemos incluir estadísticas, citas de otros autores, e insumos visuales como infografías o fotografías para acompañar al texto. Durante el desarrollo podríamos proponer un estado de situación de la temática que abordamos, qué han dicho otros autores al respecto, que otros proyectos han abordado asuntos de esta naturaleza. La conclusión nos plantea los desafíos y oportunidades del tema en cuestión, ¿qué posibles soluciones podrían proponerse?, ¿qué actores deberían involucrarse para su resolución?, así mismo, podríamos plantear la posibilidad de continuar trabajando el tema en un segundo artículo.

Esta estructura no es una camisa de fuerza, cada temática exigirá su propia narrativa y en Cultura en Renglones estamos prestos a acompañarlos en la escritura y edición de su texto para hallar el mejor formato.

### **Hipervínculos**

Es necesario aprovechar las facilidades que nos brinda el internet e incluir enlaces hipertextuales que amplíen la información del artículo a través de textos, videos o podcasts, pero en particular, procuremos referenciar otras notas publicadas por Cultura en Renglones en relación al tema. Si hay documentos oficiales que sustenten lo que afirmamos en la nota, incluyámoslo porque nos permite tener un artículo más sólido.

### **Intertítulos**

Los intertítulos hacen más ligera la lectura en internet, se recomienda el empleo de intertítulos cada tres o cuatro párrafos. Deben ser cortos

### **Otras consideraciones**

- Para la publicación del artículo se requieren piezas visuales: fotografías o infografías, pero también podríamos incluir videos y archivos sonoros.
- Se deben enviar las imágenes por separado, es fundamental contar con una imagen destacada. Características: formato JPG, 1200 pixeles del lado más largo.
- Incluir una biografía de 30 palabras del autor/autora.
- Red social de autor/autora.

### **Contacto**

Cualquier consulta o comentario lo pueden realizar al correo: [ana.crespo@uartes.edu.ec](mailto:ana.crespo@uartes.edu.ec) o al número telefónico: 0981198855 (WhatsApp).