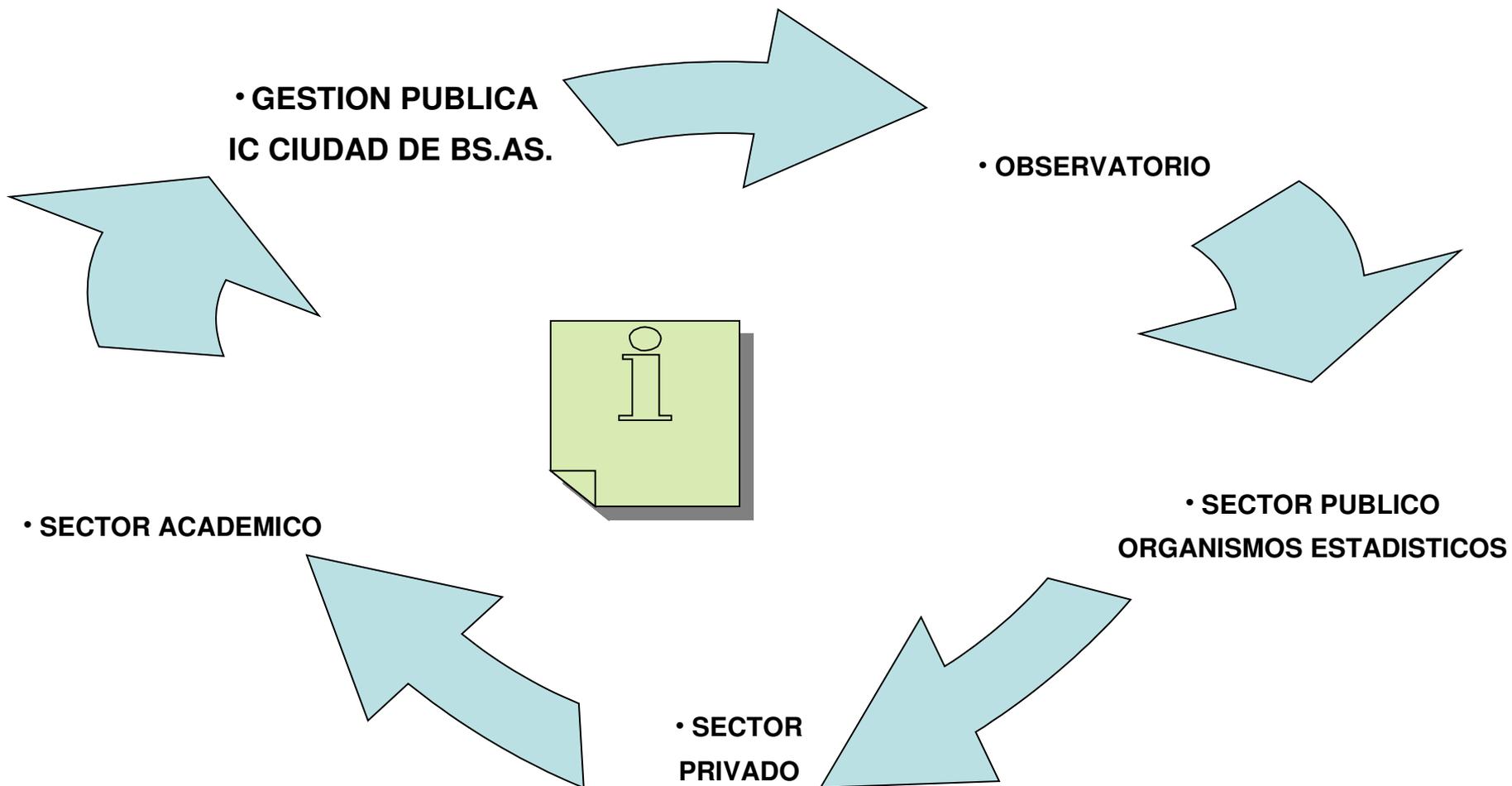
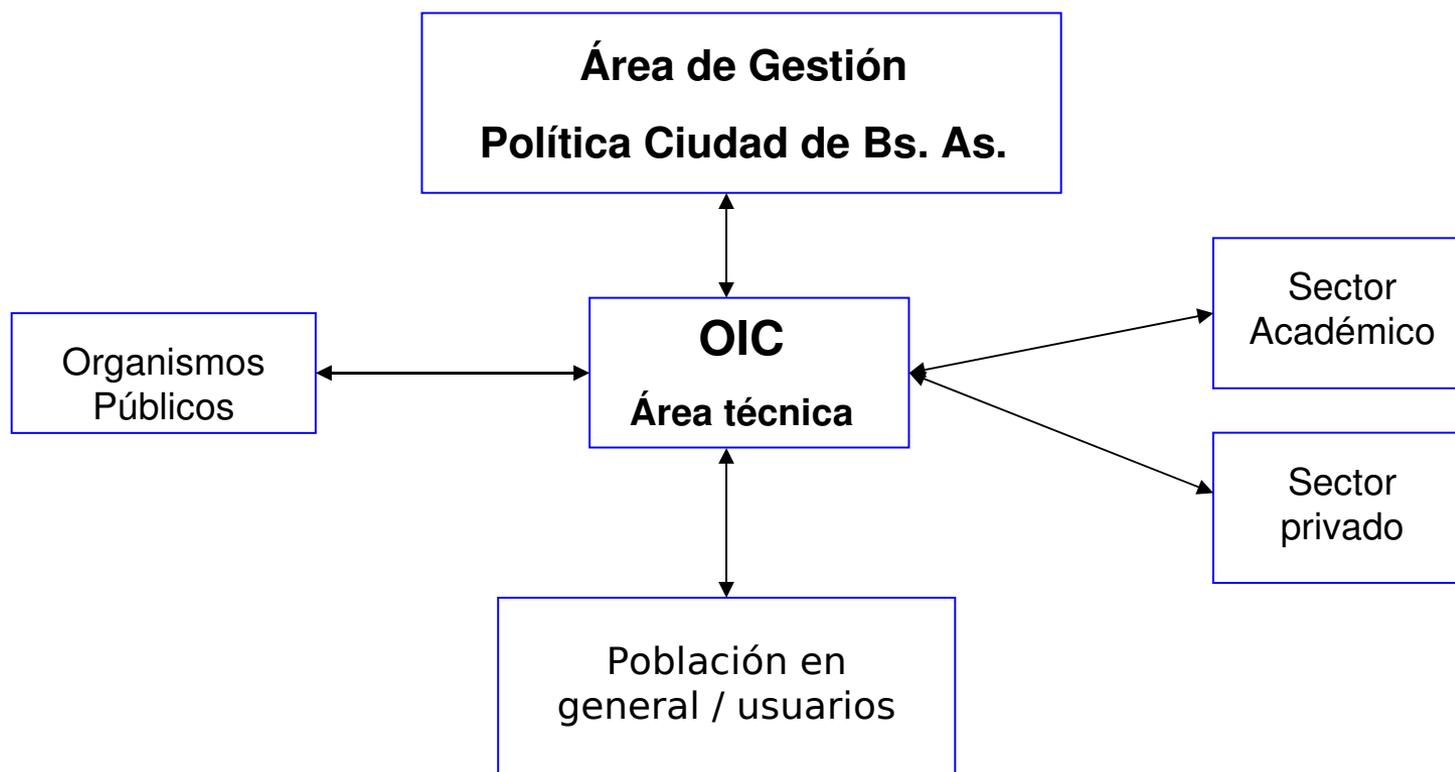


# Observatorio de Industrias Creativas de la Ciudad de Buenos Aires

Río de Janeiro, 1 al 4 de diciembre de 2008



## ¿Qué es el OIC?



## PORQUE FUE CREADO EL OIC

- **Estado de situación de la información relativa a la Cultura y las IC al momento de iniciar el OIC su actividad:**
  - a) Escasa en organismos estadísticos públicos
  - b) Dispersa / fragmentada
  - c) Opaca / escasa confiabilidad
- **Razones de esta situación:**
  - a) Poca presencia del sector cultural en los cuerpos estadísticos públicos: falta de impulso desde la gestión cultural / percepción del sector como no relevante en términos económicos
  - b) Diversidad de fuentes privadas / parcial interés en su difusión

# PROPOSITOS DEL OIC

- Establecerse como referente de consulta tanto para la gestión pública como para los actores del sector.
- Contribuir a la visualización de la cultura como factor de importancia estratégica en términos de desarrollo económico y social para la Ciudad de Buenos Aires

# Limites de lo cultural

## Delimitar el campo de lo observable

Evolución

Industrias  
Culturales

Industrias  
Creativas

## INDUSTRIAS CULTURALES

### Definiciones

#### UNESCO

*“Se estima, en general que existe una industria cultural cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen conservan y difunden según criterios industriales y comerciales, es decir, en serie y **aplicando una estrategia de tipo económico, en vez de perseguir una finalidad de desarrollo cultural**” (UNESCO, 1982).*

*“Se convino en que este término se aplica a aquellas industrias que combinan la creación, producción y comercialización de contenidos que son inmateriales y culturales en su naturaleza. Estos contenidos suelen ser protegidas por el derecho de autor y pueden tomar la forma de bienes o servicios. **Esta doble naturaleza -cultural y económica - construye el perfil distintivo de las industrias culturales**”.*  
*(UNESCO, hoy)*

## INDUSTRIAS CULTURALES

### Definiciones

#### CAB -en base a UNESCO-

- **Su materia prima es una creación protegida por derechos de autor y fijada sobre un soporte tangible o electrónico.**
- En ellas se incluyen **los bienes y servicios culturales fijados sobre soportes tangibles o electrónicos** y producidos, conservados y difundidos en serie, **con circulación generalmente masiva.**
- Poseen procesos de producción, circulación y apropiación social.
- Están articulados a las lógicas del mercado y a la comercialización o tienen el potencial para entrar en ellas.
- **Son lugares de integración y producción de imaginarios sociales, conformación de identidades y promoción de ciudadanía**

*Fuente: Impacto económico de las industrias culturales en Colombia, Bogotá, Ministerio de Cultura/CERLALC/CAB, 2003.*

## INDUSTRIAS CREATIVAS

### Definiciones

#### UNCTAD

*“Comprenden el **ciclo de creación, producción y distribución de bienes y servicios que utiliza el capital intelectual como input principal**”. Se trata de un conjunto de **actividades basadas en el conocimiento, que se centra en las artes, pero no limitado a ellas**, potencialmente generadoras de ingresos. Los productos creativos pueden ser exclusivos o de producción masiva, ya que están en la encrucijada entre lo artesanal y los sectores económicos industriales y de servicios.*

*Fuente: Documento “Economía Creativa. Reporte 2008”. UNCTAD.*

#### UNESCO

*El sector “supone **un conjunto más amplio de actividades** que incluye a las industrias culturales, más toda producción artística o cultural, ya sean espectáculos o bienes producidos individualmente. Las Industrias Creativas son aquellas actividades **en las que el producto o servicio contiene un elemento artístico o creativo sustancial**”.*

*Fuente: Documento “Comprender las Industrias Creativas”, UNESCO.*

# INDUSTRIAS CULTURALES / CREATIVAS

## Delimitación de actividades que las componen

### UNESCO

#### Industrias Culturales

- Publicaciones / impresión
- Producciones
  - Cinematográficas
  - Audiovisuales
  - Multimediales
  - Fonográficas
- Artesanías
- Diseño

### UNCTAD / Reino Unido Industrias Creativas

IC Clásicas

+

- Arquitectura / Patrimonio
- Artes Escénicas y Visuales
- Software
- Moda

### EE.UU.

#### Industrias del Entretenimiento

IC Clásicas

+

- Deportes
- Juego

# INDUSTRIAS CULTURALES / CREATIVAS

## Delimitación actividades en el OIC

### Primera Etapa Industrias Culturales Directas

- ✂ Sector **Editorial** (Libros y publicaciones periódicas)
  - ✂ Sector **Fonográfico**
  - ✂ Sector **Audiovisual**
    - o Cine y Video
    - o Publicidad
    - o Radio y Televisión
- #### Indirectas y Conexas
- Industrias de insumos
  - Tecnologías conexas (TICs)
  - Servicios de Diseño
  - Servicios de Publicidad

### Segunda Etapa Industrias Creativas Industrias Culturales

- ✂ Libro
  - ✂ Música
  - ✂ Artes escénicas y visuales
- #### Industria Audiovisual y Medios
- ✂ Cine y Video
  - ✂ Radio y TV
  - ✂ Internet
- #### Industrias Diseño Intensivas
- ✂ Diseño Textil y Moda
  - ✂ Diseño Arquitectónico
  - ✂ Diseño Software
- #### Otros servicios cult/creat
- ✂ Publicidad
  - ✂ Museos, Bibliotecas, archivos

# FUNCIONES

## OBSERVATORIO DE INDUSTRIAS CREATIVAS



- **Brazo informativo** de la Dirección de Industrias Creativas en particular –y sus diferentes áreas- y de la gestión pública de la ciudad en general



- Servicio Público: **Difundir** la Información reunida y elaborada por diferentes medios de manera amplia

# OBJETIVOS GENERALES

## OBSERVATORIO DE INDUSTRIAS CREATIVAS

- **Conformar un sistema de información de las IC de la ciudad** generando alianzas con los organismos estadísticos públicos y las organizaciones del sector
- Dar cuenta de la **incidencia económica y social** de las IC en la Ciudad aportando a la **visualización del sector cultural como conjunto creativo/productivo**
- **Mapear las IC** y el grado de **concentración y diversidad** cultural
- Realizar **análisis cualitativos, estimulando al campo académico y de investigación** a realizar estudios relativos a las IC
- **Asegurar la difusión horizontal** de la información reunida o elaborada, democratizando el acceso a la misma.

## INSTRUMENTOS

## FUENTES

## OBJETIVOS

• Estadísticas del sector

- Organismos oficiales
- Cámaras, Sindicatos y asociaciones relacionadas

- Centralizar y sistematizar estadísticas
- Estimular “cultura” estadística del sector en organismos públicos
- Visualización de las IC como conjunto
- Objetivar con datos duros realidad del sector

• Investigaciones aplicadas, estudios de consumo cultural

- Estudios propios
- Investigaciones encargadas
- Encuestas propias y de terceros
- Bibliografía especializada

- Contar con diagnósticos y propuestas sectoriales
- Contribuir al diseño de políticas públicas
- Servicio al sector creativo y productivo local para la toma de decisiones
- Articulación con el sector académico

• Indicadores

- Datos secundarios organismos estadísticos y del sector. Estudios

- Herramienta de comprensión y orientación política
- Herramienta diálogo político / Argumentación política cultural

**PRODUCTOS**

**OBJETIVO**  
**Principal**

**USUARIOS**  
**Preferenciales**

**PORTAL WEB**

**Servicio público**

**Público en general**

**BOLETIN DIGITAL DE  
NOTICIAS**

**Orientar agenda gestión  
pública y agentes sector**

**Público especializado**

**PUBLICACIONES:**

**Revista Observatorio**

**Espacio de análisis**

**Sector Académico**

**Anuario**

**Visualización IC conjunto**

**Sector gubernamental**

**Serie Investigaciones**

**Diagnósticos sectoriales**

**Sector productivo**

**ENCUENTROS, FOROS  
y TALLERES**

**Capacitación  
Estimulo a organismos estadísticos**

**Integrantes de organismos  
públicos y privados**

**Aportar al pensamiento estratégico  
para el sector**

**Sectores productivo /  
académico / gubernamental**

**Principal**

 **+ La industria de la música**

**BAFIM 2008**

Del 4 al 7 de septiembre próximo se conc



**Breves+ Opción Libros**

 + TV novelas argentinas al e  
+ Ciudades virtuales en el pa

**Uruguay, reserva espacio de TVD al s**

La Unidad Reguladora de Servicios de Co

**Nacionales**

 **+Publicidad 1º semestre :**  
+ Festival de cine para la inf

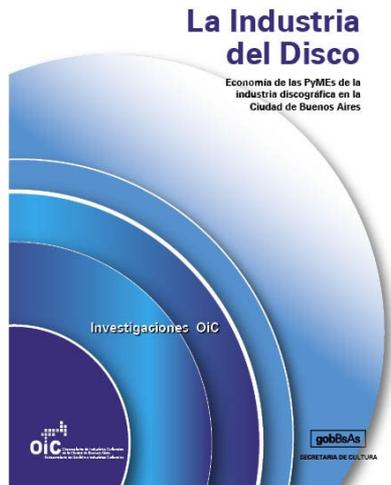
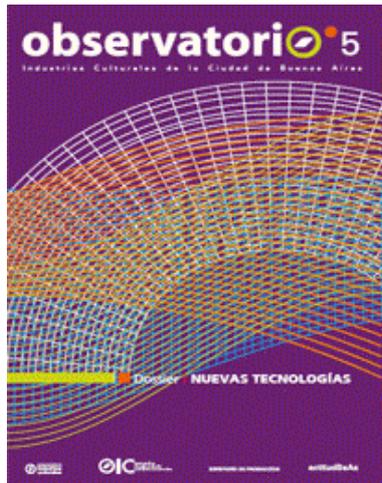


 **Internacionales**  
**+Televisión tridimensiona**  
+ Fibra óptica

+ USA, Fallo a favor del SW I

**Alemania, los videojuegos  
son parte la cultura**

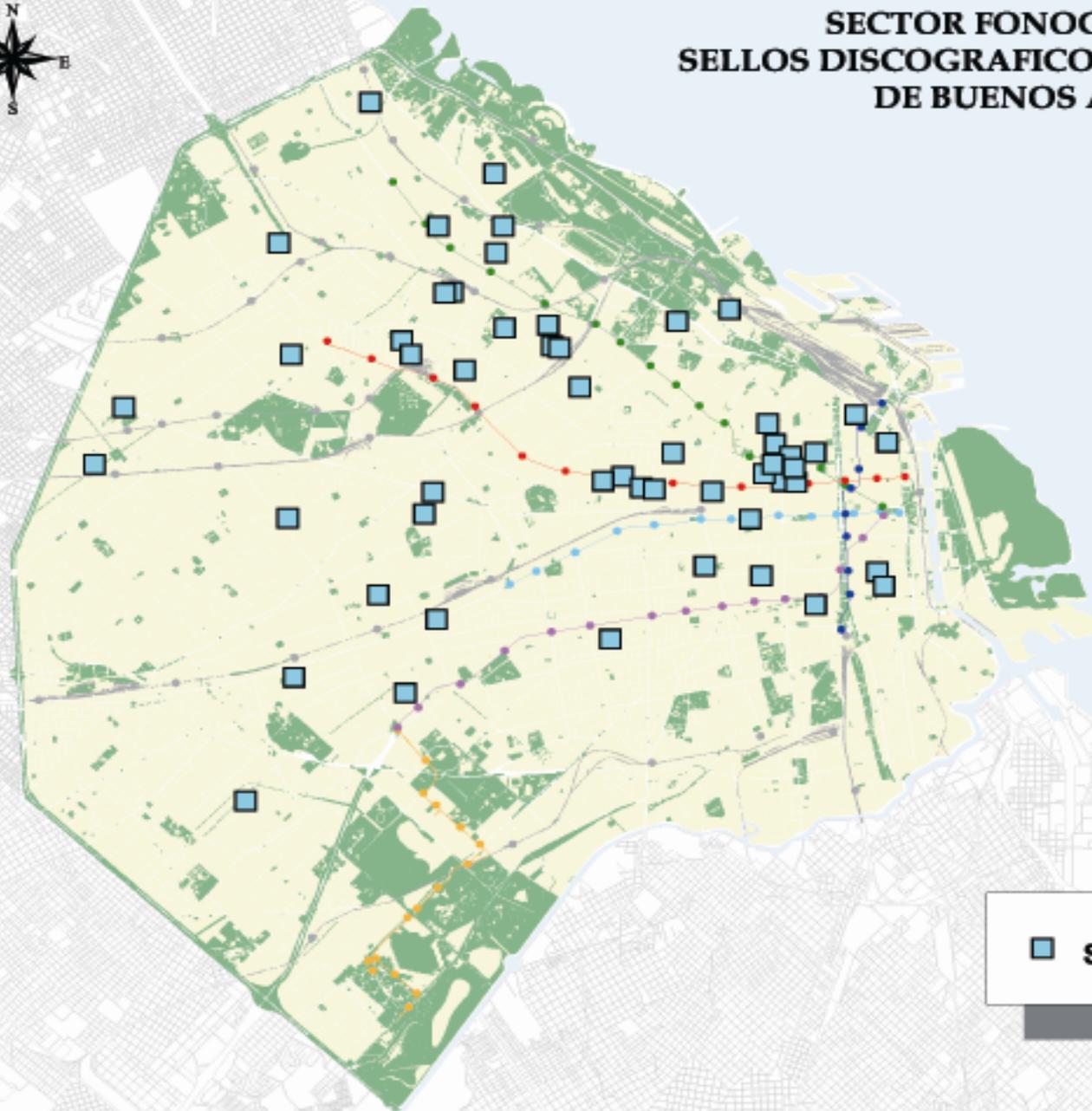
Alemania ha decidido incorporar a la Fed



## Ejemplos de Mapeos realizados:

- Sectores de actividades de las IC (ejemplo: sector discográfico)
- Infraestructura Cultural Pública (bibliotecas, museos, centros culturales, etc.)
- Infraestructura Cultural Privada (cines y teatros)

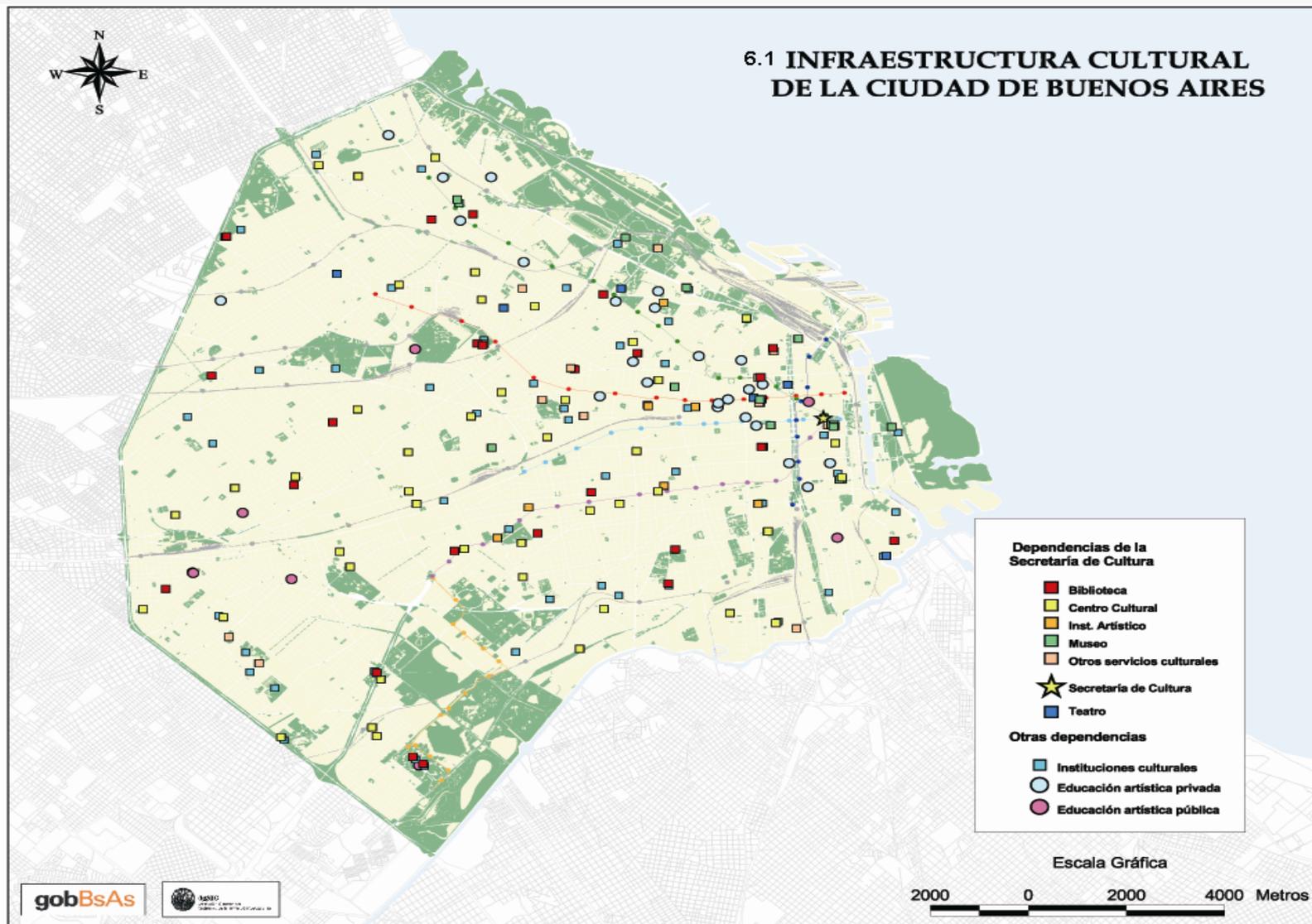
# SECTOR FONOGRAMAS SELLOS DISCOGRAFICOS DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES



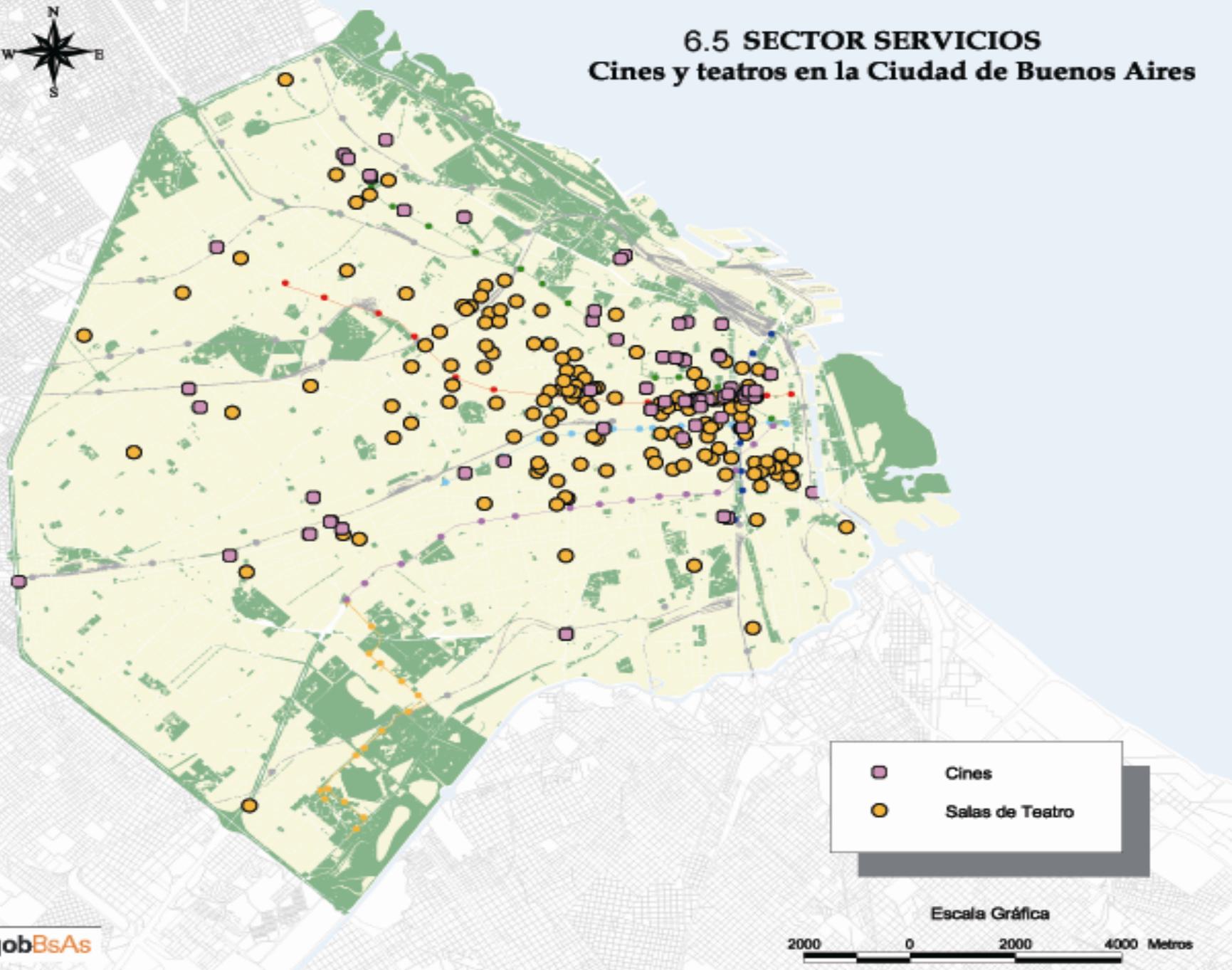
 Sellos discográficos

Escala Gráfica

2000 0 2000 4000 Metros



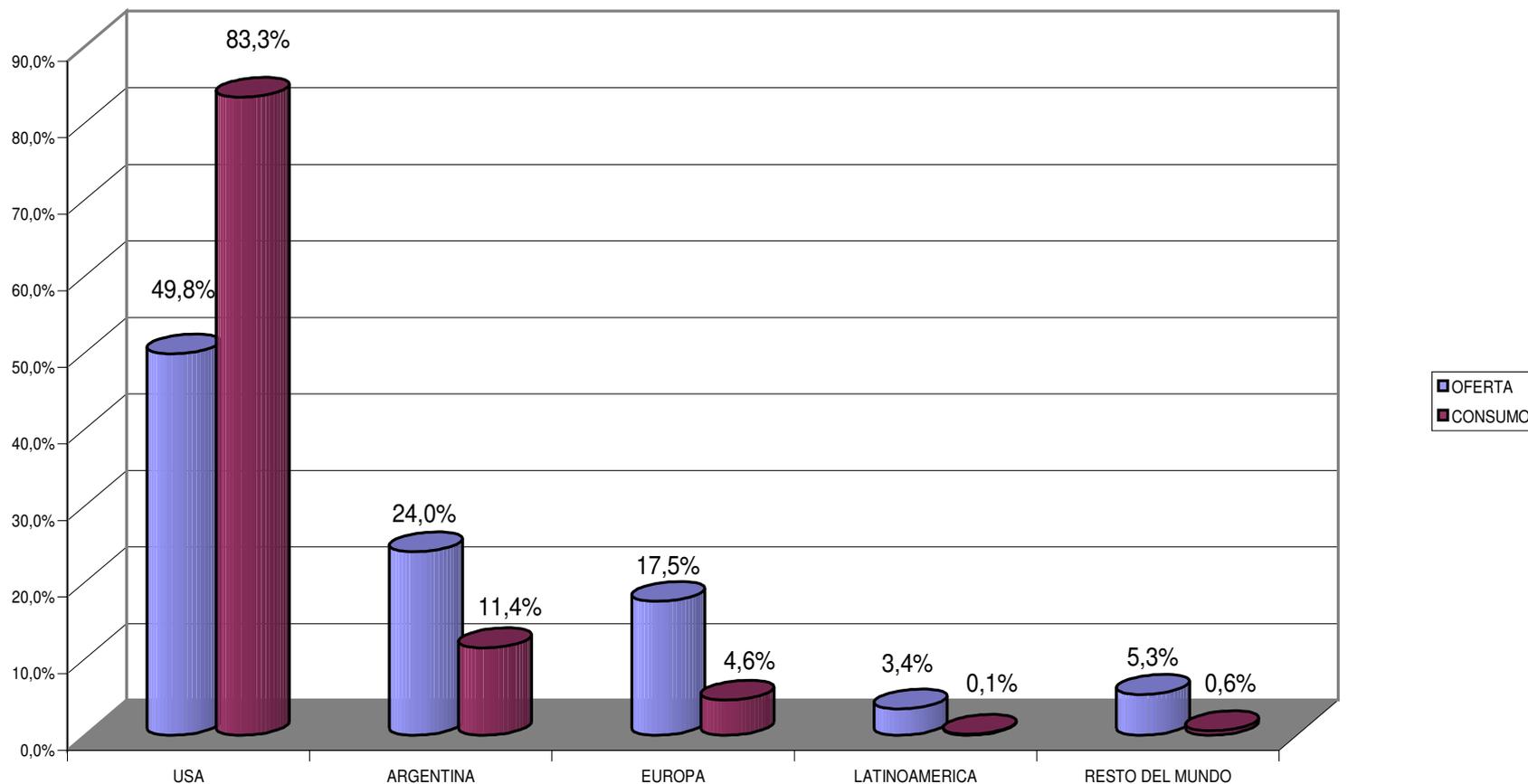
## 6.5 SECTOR SERVICIOS Cines y teatros en la Ciudad de Buenos Aires



## Ejemplos de Indicadores de:

- Diversidad Oferta / Consumo Cine
- Incidencia Social y Económica IC
- Evolución Sectorial

**CINE. Gráfico 3f. Relación Oferta ( títulos) / Consumo (espectadores) por Origen del film (en porcentajes).  
ARGENTINA. AÑO 2006**



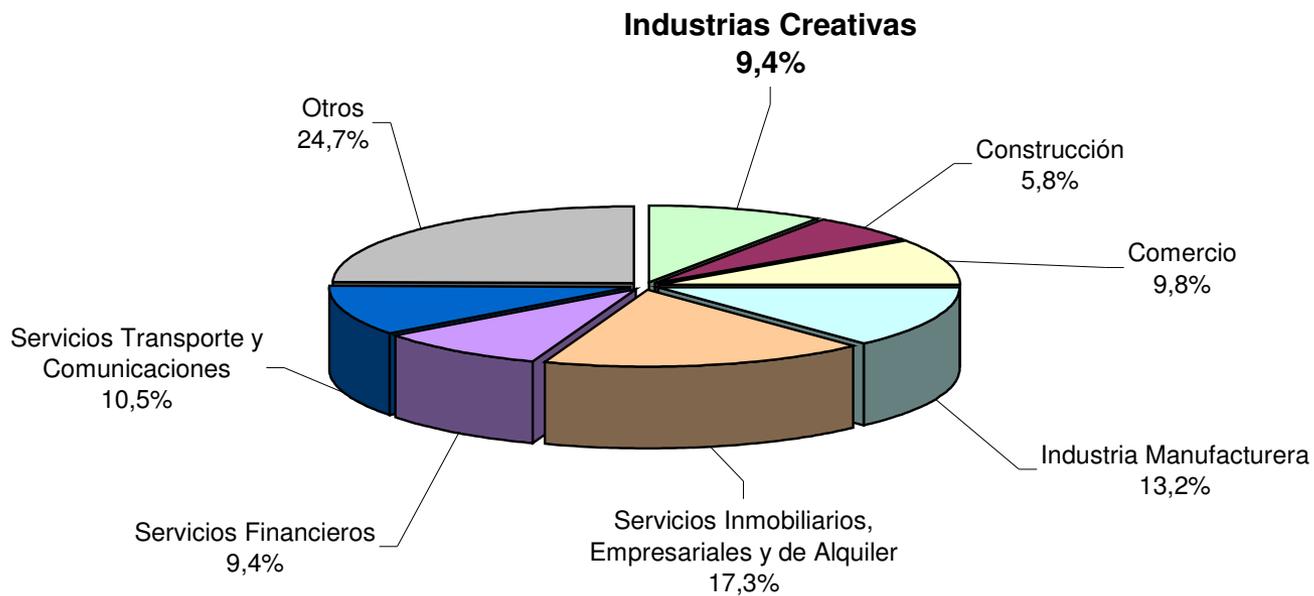
Fuente: Elaboración propia en base a datos de INCAA, actualizado al 17-01-07

**Empleo en Industrias Creativas  
Argentina y Ciudad de Buenos Aires. Año 2007**

DESCRIPCIÓN	ARGENTINA			CIUDAD DE BUENOS AIRES		
		Part. % total	Part. % sector		Part. % total	Part. % sector
<b>TOTAL EMPLEO</b>	<b>5.748.556</b>	<b>100%</b>		<b>1.455.803</b>	<b>100%</b>	
<b>TOTAL INDUSTRIAS CREATIVAS</b>	<b>267.559</b>	<b>4,7%</b>	<b>100,0%</b>	<b>138.674</b>	<b>9,5%</b>	<b>100,0%</b>
<b>INDUSTRIAS CULTURALES</b>	<b>57.550</b>	<b>1,0%</b>	<b>21,5%</b>	<b>28.892</b>	<b>2,0%</b>	<b>20,8%</b>
<b>EDITORIAL Y GRÁFICO</b>	48.398	0,8%	18,1%	24.598	1,7%	17,7%
Edición de libros, folletos..	7.128	0,1%	2,7%	5.410	0,4%	3,9%
Edición de periódicos, revistas ..	13.409	0,2%	5,0%	7.360	0,5%	5,3%
Impresión	22.260	0,4%	8,3%	8.897	0,6%	6,4%
Servicios relacionados con impresiones	5.133	0,1%	1,9%	2.565	0,2%	1,8%
Edición n.c.p.	468	0,0%	0,2%	366	0,0%	0,3%
<b>FONOGRÁFICO</b>	458	0,0%	0,9%	433	0,0%	0,3%
Edición de grabaciones	352	0,0%	0,1%	336	0,0%	0,2%
Reproducción de grabaciones	106	0,0%	0,0%	97	0,0%	0,1%
<b>SERVICIOS Y ESPECTÁCULOS CULTURALES</b>	8.694	0,2%	15,1%	3.861	0,3%	2,8%
Servicios teatrales, musicales y artísticos	3.336	0,1%	1,2%	2.415	0,2%	1,7%
Servicios de espectáculos artísticos y de diversión	5358	0,1%	2,0%	1446	0,1%	1,0%
<b>INDUSTRIAS DEL AUDIOVISUAL Y MEDIOS</b>	<b>73.490</b>	<b>1,3%</b>	<b>27,5%</b>	<b>36.528</b>	<b>2,5%</b>	<b>26,3%</b>
Servicios de transmisión de radio y tv (1)	57.745	1,0%	21,6%	26.504	1,8%	19,1%
Producción y distribución de filmes y video cintas	5.780	0,1%	2,2%	4.959	0,3%	3,6%
Exhibición de filmes y videocintas	2.987	0,1%	1,1%	1.110	0,1%	0,8%
Servicios de radio y televisión	6.978	0,1%	2,6%	3.955	0,3%	2,9%
<b>SERVICIOS CULTURALES Y CREATIVOS</b>	<b>21.921</b>	<b>0,4%</b>	<b>8,2%</b>	<b>14.205</b>	<b>1,0%</b>	<b>10,2%</b>
Servicios de agencias de noticias e información	873	0,0%	0,3%	575	0,0%	0,4%
<b>Servicios de Museos, bibliotecas, archivos</b>	2.049	0,0%	0,8%	529	0,0%	0,4%
Servicios de publicidad	18.999	0,3%	7,1%	13.101	0,9%	9,4%
<b>INDUSTRIAS DISEÑO INTENSIVAS I</b>	<b>114.598</b>	<b>2,0%</b>	<b>42,8%</b>	<b>59.049</b>	<b>4,1%</b>	<b>42,6%</b>
Servicios informáticos y actividades conexas	56.996	1,0%	49,7%	43.214	3,0%	31,2%
Servicios de arquitectura e ingeniería ....	57.602	1,0%	50,3%	15.835	1,1%	11,4%

Elaboración propia en base a datos del OEDE del MTE ySS en base a SIJyP

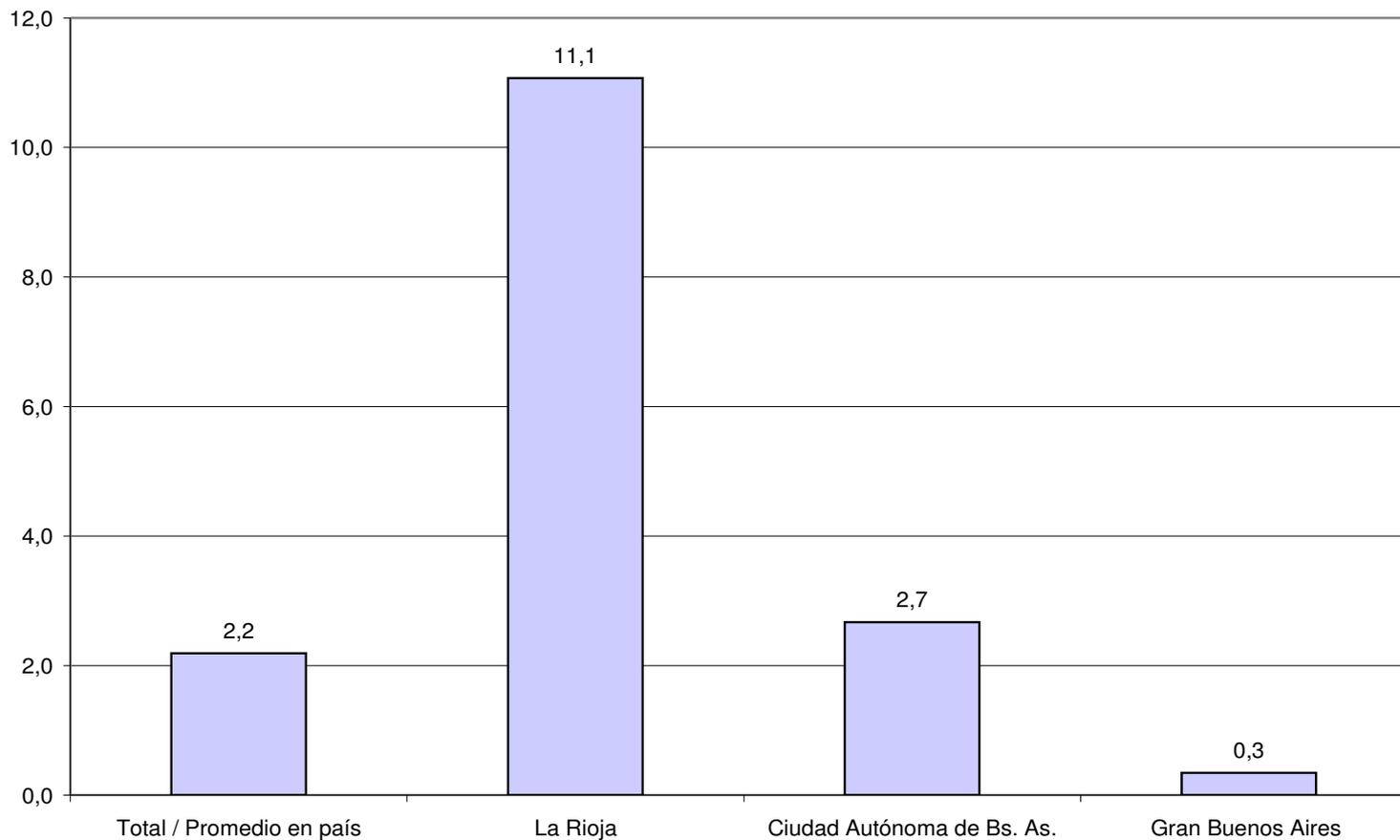
**Participación de las INDUSTRIAS CREATIVAS y principales sectores en la economía local.  
Según VA a precios Corrientes. Ciudad de Buenos Aires. Año 2007.**



## Índice de las Industrias Culturales en la Ciudad de Buenos Aires

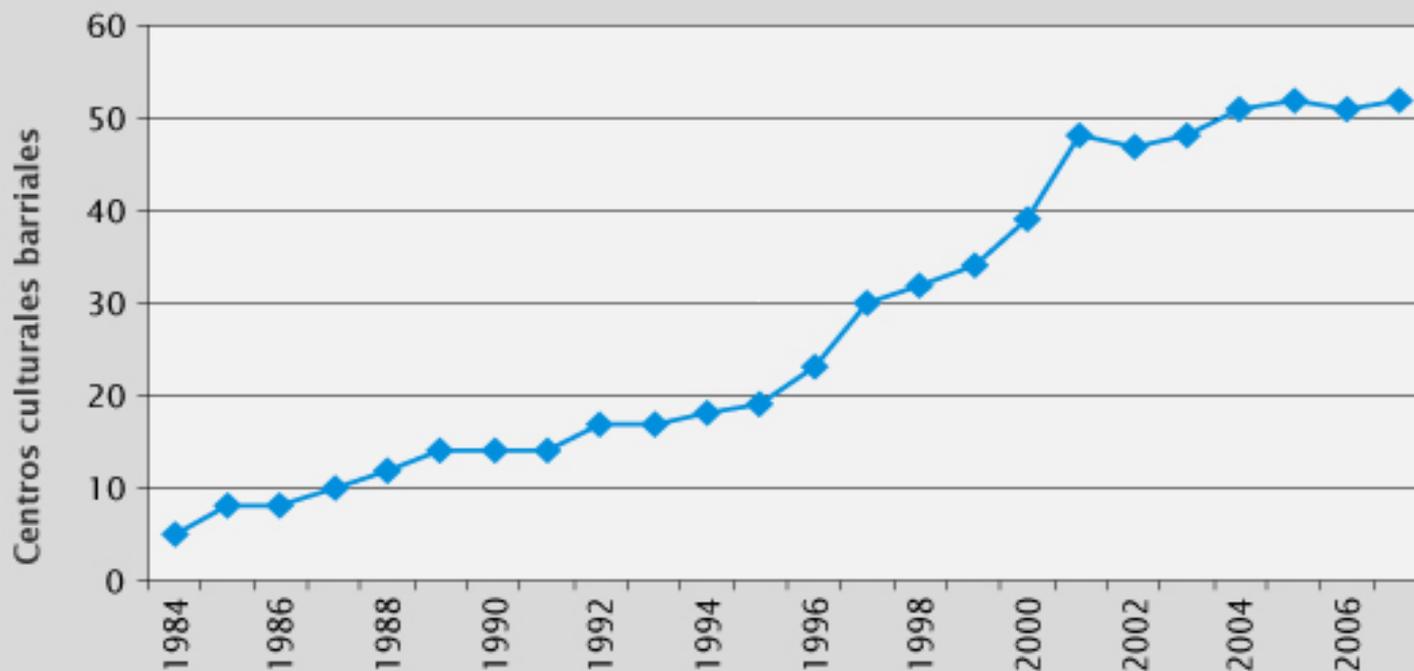
Sector	Part. sectorial	Índices				
		2003	2004	2005	2006	2007
<b>IIC</b>	<b>100,0%</b>	<b>100</b>	<b>120,04</b>	<b>134,40</b>	<b>152,74</b>	<b>165,48</b>
Libros	19,3%	100	138,97	156,69	190,16	213,30
Diarios y revistas	13,8%	100	106,32	108,14	110,96	109,29
Música	5,4%	100	117,90	141,70	151,58	159,27
Publicidad	12,5%	100	120,24	138,81	154,38	160,47
Cine	11,7%	100	119,50	113,67	121,92	134,12
TV cable	4,0%	100	105,14	112,05	120,05	128,28
Videos	5,0%	100	131,21	163,75	204,60	204,74
Internet	5,6%	100	114,89	136,13	153,40	178,67
Radio y televisión	22,7%	100	114,42	134,97	155,74	174,04

**Cantidad de MUSEOS Públicos cada 100.000 hab.  
Argentina, Ciudad de Buenos Aires y extremos. Año 2006**



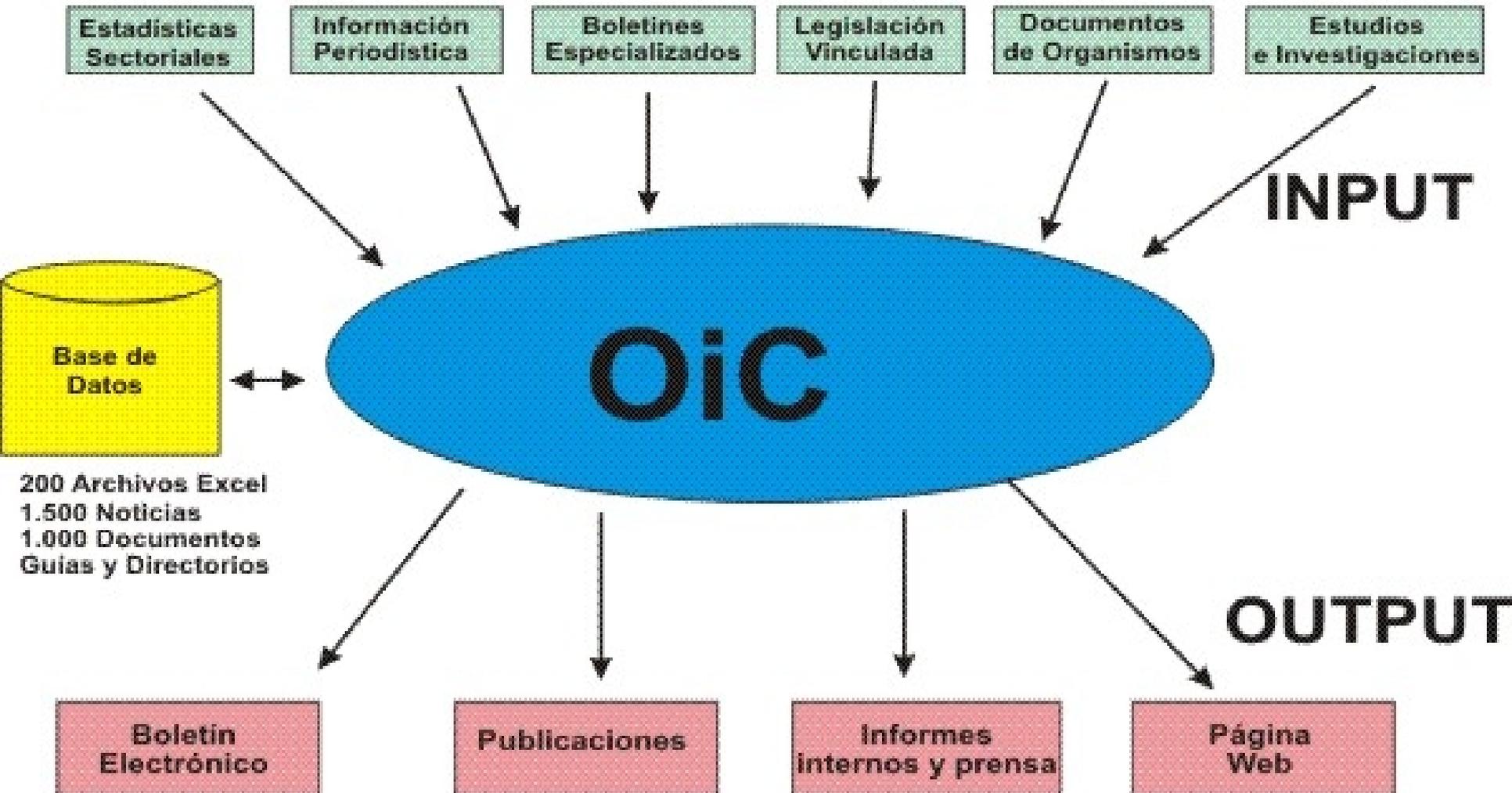
Fuente: Sinca

**Gráfico 5** Cantidad de centros culturales barriales. Ciudad de Buenos Aires.  
Años 1984/2007



**Fuente:** Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA) sobre la base de datos del Ministerio de Cultura. Dirección de Promoción Cultural.

## SISTEMA DE INFORMACIÓN



Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO



## INDUSTRIAS CULTURALES

Libro  
Música  
Artes visuales  
Artes escénicas  
Servicios culturales (museos,  
bibliotecas, archivos, etc.)

## INDUSTRIAS DE DISEÑO

Diseño textil e indumentaria  
Diseño gráfico / digital  
Diseño Software  
Diseño industrial  
Diseño arquitectónico

## INDUSTRIA AUDIOVISUAL

Medios:  
TV - Radio  
Nuevos medios: Internet  
Cine  
Video  
Publicidad

OPCION LIBROS  
DISCOGRAFICAS

CENTRO METROPOLITANO  
DE DISEÑO

INCUBA – IMDI – GESTION DE DISEÑO

BASET

OBSERVATORIO DE INDUSTRIAS CREATIVAS

Area de Decisión Política

Area de Coordinación y Ejecución

Area de Difusión Aplicación y Análisis



## Referencias:

Dirección: Villarino 2498 (C1273AEB)  
Barracas, Ciudad de Buenos Aires  
(+54) 11 4126 2988

[www.buenosaires.gov.ar/observatorio](http://www.buenosaires.gov.ar/observatorio)

[observatoriocultural@buenosaires.gov.ar](mailto:observatoriocultural@buenosaires.gov.ar)