



UNIVERSITARIA AGUSTINIANA
UNIAGUSTINIANA
Es crear en ti

El reconocimiento de las Industrias Culturales y Creativas como catalizador de su desarrollo exportador

Luis David Rodríguez Romero: Integrante SINI.

Andrea Carolina Redondo Méndez: Politóloga.

C. Andrés Pinzón Muñoz: Profesional en Comercio Internacional



NACIONES UNIDAS



REDLAS

Red Latinoamericana y del Caribe
para la Investigación en Servicios



**KONRAD
ADENAUER
STIFTUNG**

ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification



Resuelven
problemas y
crean cohesión
social



Los clústers son la
expresión
particular de la
economía cultural

WHY?

Utilizan la
creatividad
como materia
prima

Catalizadoras de
todo tipo de
emprendimientos

Aporte ICC al
empleo y PIB





El dinamismo y la transversalidad de la economía creativa brinda una multiplicidad de oportunidades y escenarios de acción para los representantes y protagonistas del sector, y para la sociedad en general, al ofrecerle actividades para lograr un escenario más equitativo basado en la apropiación de un conocimiento creativo.

La generación de ingresos desde el funcionamiento de las industrias culturales, a nivel global, y desde 2015 muestran que “los que más ingresos obtienen son la televisión (477.000 millones de usd), las artes visuales (391.000 millones), y los periódicos y revistas (354.000 millones). Con 29,5 millones de puestos de trabajo, las icc dan empleo al 1% de la población activa mundial. Los tres mayores generadores de empleo son las artes visuales (6,73 millones), los libros (3,67 millones) y la música (3,98 millones)” (Unesco, 2015, p. 2).



METODOLOGÍA

REVISIÓN LITERARIA

- * Descriptores: Industrias Culturales, Economía Naranja, Cultura, Cine, Música, Artesanías.
- * Aplicando filtros en años (2000-2018)
 - * Áreas temáticas relacionadas.
- * Documentos que sean de revistas.

REVISTAS CON AL MENOS UN ARTICULO DE ICC

- * Barrido para determinar según el título que revista ha publicado al menos una vez un artículo con relación a los descriptores

CARACTERÍSTICAS PROPIAS DE LAS REVISTAS

- * País de origen y categoría de las ICC
- * # documentos publicados y citas.
- * # artículos que estudian la palabra clave
- * Cite Score y Cuartil

Construcción bibliográfica de las ICC

PALABRA CLAVE	No. RESULTADOS	No. RESULTADOS EFECTIVOS	% EFECTIVIDAD
Industrias Culturales y Creativas	25	25	100
Economía Naranja <input type="checkbox"/>	0	0	0
Cultura	2764	427	15
Cine	989	432	44
Música	803	404	50
Artesanías	15	15	100

Bajo Volumen de Investigación:
 1. ICC como Hobby
 2. Desconocimiento del concepto

“Economía Naranja” el resultado de artículos publicados en la base de datos de referencia fue cero.

Cine el más investigado: 989 artículos.
 Artesanías las menos investigadas: 15 artículos

Ecosistema Investigativo

Palabra: Industrias Culturales y Creativas - Cultura

Temáticas	Perspectivas Investigativas
Culturas ancestrales	Turismo cultural
Sociología de la cultura	Mercado global cultural
Cultura estética	Arte popular tradicional
Prensa deportiva	Bibliometría cultural
Cultura y desarrollo económico	Economía cultural
Mercados turísticos	Inclusión social
Cultura global	Políticas culturales
Industrias culturales	Concepto de cultura

La cultura desde varios enfoques:
 Turismo, Política, Economía, Arte,
 Mercado, Inclusión.

Palabra: Industrias Culturales y Creativas - Cultura

Artículo	Journal	Autor	Año	# de citas
Problemas de desarrollo de la cultura estética en los adolescentes mediante las artes decorativas y aplicaciones de Kazajistán	Opción	Kassimbekova, B., Tulekova, G., Korvyakov, V.	2018	13
Reflexiones sobre el mercado global del arte: implicaciones para la sociología de la cultura	Sociedade e Estado	Crane, D.	2009	12
Prensa, deporte y cultura de masas. El papel del periodismo especializado en el crecimiento social del deporte en Cataluña hasta la guerra civil (1890-1936)	Historia y Comunicac ión Social	Pujadas I Martí, X., Santacana I Torres, C.	2012	9
Una nueva defensa: una biografía cultural de la calidad en la pesca puertorriqueña	American Anthropologist	Griffith, D., Garcia-Quijano, C., Pizzini, M.V.	2013	8
La contribución de la cultura y las artes al desarrollo económico regional	Investigaciones Regionales	Prieto, LCH	2011	8

Análisis de la cultura por su
 contribución al desarrollo social y
 económico.

Ecosistema Investigativo

Palabra: Cine

Temáticas	Perspectivas Investigativas
Espacio de Ocio Urbano	Reestructuración de espacios
Producción y Distribución	Influencia en la gestión como Negocio
Cultura Estética	Proximidad Cultural y Geográfica
Sociología del Cine	Comportamiento Grupo Social
Ilustración de Historia	Arte de la Memoria
Socialización Familiar	Profundización de las relaciones sociales
Equipos de producción	Mejoras de Tecnología para la producción
Industrias de resultados	Relevancia de premios en el desarrollo
Producción	Modelos de Producción Cnematoográfico
Relaciones Internacionales	Coproducción entre países

La transformación del cine y su importancia por la coproducción entre países.

Palabra: Cine

Artículo	Journal	Autor	Año	# de citas
Through the Balkan States: Home movies as travel texts and tourism histories in the Mediterranean, c.1923-39	Tourist Studies	Nicholson, H.N.	2006	14
Fútbol y cine en el franquismo: La utilización política del héroe deportivo en la España de Franco	Historia y Comunicación Social	Simón Sanjurjo, J.A.	2021	9
Lost in Thailand': the popular geopolitics of film-induced tourism in northern Thailand	Social and Cultural Geography	Mostafanezhad, M., Promburom, T.	2018	8
Cine en construcción/'films in progress': How spanish and latin american filmmakers negotiate the construction of a globalized art-house aesthetic	Transnational Cinemas	Falicov, T.L.	2013	8
Mechatronic cine-film copying using transputer control	Mechatronics	Stoker, M., White, A.S.	2000	7

El cine como arte de la Memoria y su proximidad al conocimiento general de la cultura local.

Ecosistema Investigativo

Palabra: Música	
Temáticas	Perspectivas Investigativas
Relación interdisciplinaria	La relación de la música, la literatura y el arte
Entorno Laboral	Experiencia laboral en el entorno musical
Distribución	Medios de distribución
Identidad Cultural	La música como identidad de grupos sociales
Sociología de la Música	Uso de la música en procesos de reconstrucción social
Aportes de transformación	Transformaciones socioculturales en el desarrollo del lenguaje musical
Aportes educativos	La educación musical
Musicología	La Musicología
Nuevas formas de producción	Digitalización de la industria musical
Consumismo	Música como medio de consumo

Digitalización de la industria musical.
 La música como herramienta de uso transversal.

Palabra: Música				
<i>ARTICULO</i>	<i>REVISTA</i>	<i>AUTOR</i>	<i>AÑO</i>	<i># DE CITAS</i>
The emergence of music from the theory of mind	Musicae Scientiae	Livingstone, S.R.Email Author, Thompson, W.F.	2009	47
Empathy manipulation impacts music-induced emotions: A psychophysiological study on opera	PLoS ONE	Miu, A.C., Balteş, F.R.	2012	43
Did neanderthals and other early humans sing? seeking the biological roots of music in the territorial advertisements of primates, lions, hyenas, and wolves	Musicae Scientiae	Hagen, E.H., Hammerstein, P.	2009	33
The fundamental function of music	Musicae Scientiae	Schubert, E.	2009	31
The emotional antecedents to the evolution of music and language	Musicae Scientiae	Panksepp, J.	2009	29

La música y su conexión intersectorial:
 Cine, publicidad, eventos, etc.

Ecosistema Investigativo

Palabra: Artesanías

Temática	Perspectiva investigativa
Identidad	Políticas culturales
Tradicición	Culturas ancestrales como defensoras de patrimonios
Turismo y cultura	Aportes al desarrollo social desde la cultura artesanal
Especificidades artesanales	Inclusión social desde la cultura

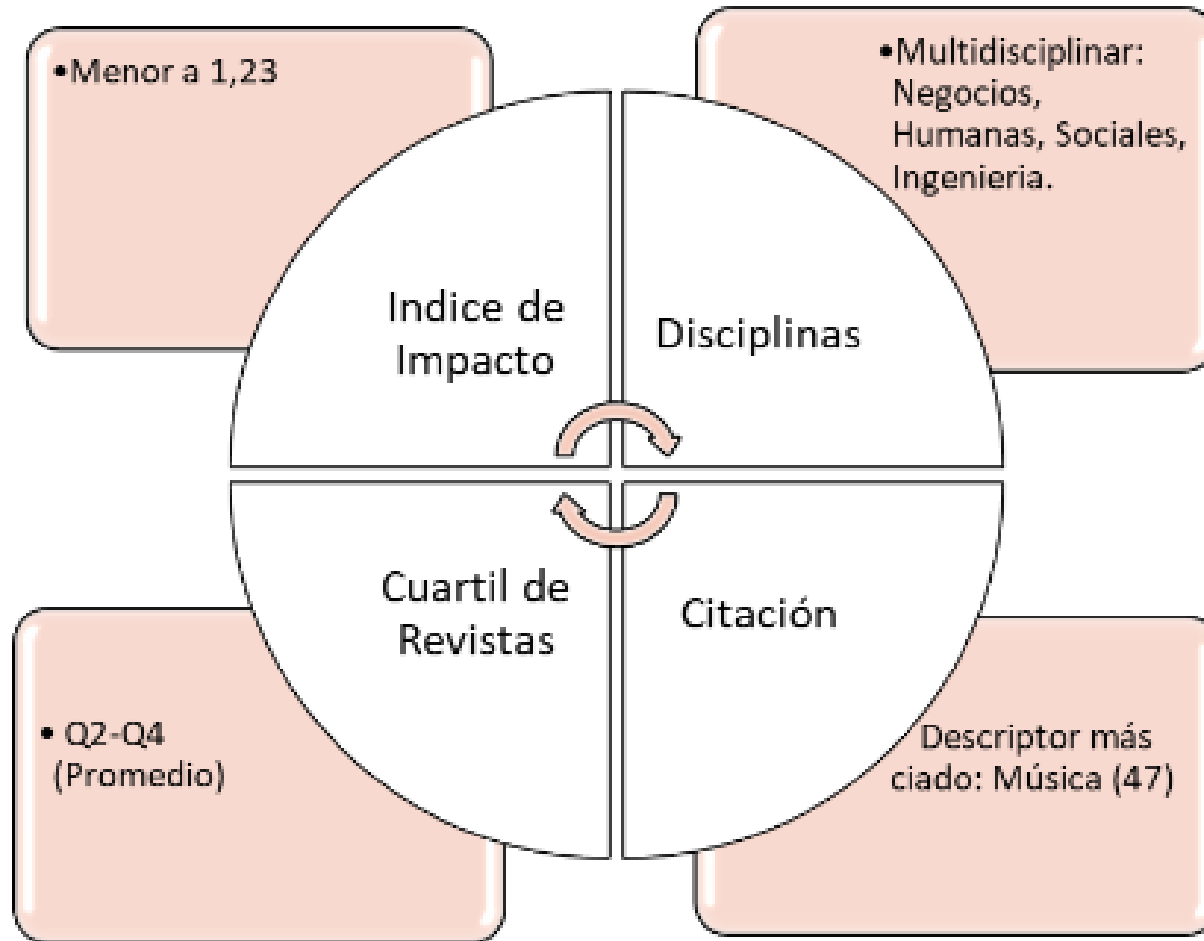
Catalizadoras de la publicidad y promoción de la cultura y patrimonio de los territorios.

Palabra: Artesanías

ARTICULO	REVISTA	AUTORES	AÑO	# DE CITAS
Characterizing elite midden deposits at moundville	American Antiquity	Knight Jr., V.J.	2004	27
Etnomatemáticas en Artesanías de Trenzado: Aplicación de un modelo metodológico elaborado	Bolema	Albanese, V., Oliveras, M.L., Perales, F.J.	2014	6
Género y comportamiento ambiental de los negocios de artesanías de barro	Gestión y Política Pública	Sánchez, P.S., Dominguez, M.L., de la Paz Hernández, J.	2010	4
Tourism, the state, and the marketing of traditional Andean Artesanías: Problematic encounters, pitfalls, and competing interests	CEDLA Latin America Studies	Meisch, L.A.	2009	4
The Art of Indigeneity: Aesthetics and Competition in Mexican Economies of Culture	Ethnos	Cant, A.	2016	3

Turismo y Artesanías, sectores aliados que incrementan el interés de terceros.

Nivel de reconocimiento de las ICC



No existe una citación permanente que fortalezca las investigaciones ya publicadas.

Aporte en la sinergia de profesiones y áreas temáticas que vinculan en una cadena de valor.

Tienen un nivel muy bajo de reconocimiento a nivel global.
Concepto y subsectores

Mapa Investigativo de las ICC

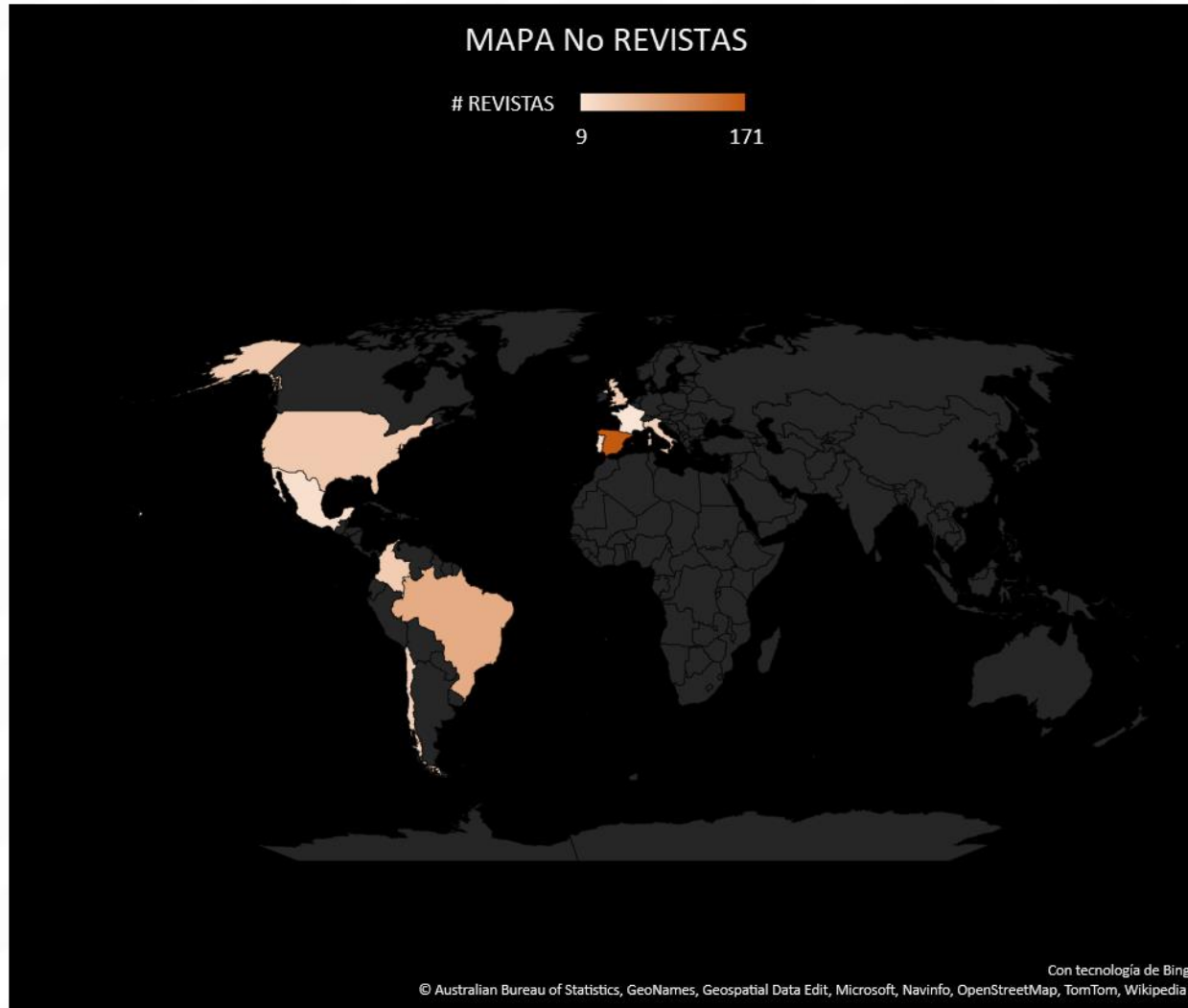
PAÍS	# REVISTAS	# ARTÍCULOS	CATEGORÍA
España	171	524	Artes y Humanidades / Ciencias Sociales
Brasil	76	193	Ciencias Sociales / Artes y Humanidades
Estados Unidos	42	70	Artes y Humanidades
Colombia	37	87	Artes y Humanidades / Economía
Reino Unido	37	71	Ciencias Sociales
Italia	33	72	Artes y Humanidades / Ciencias Sociales
Chile	30	84	Artes y Humanidades
México	16	26	Multidisciplinario
Portugal	16	21	Ciencias Sociales
Francia	9	20	Ciencias Sociales

Las revistas que más generan este contenido no son de ciencias económicas, sino que tienden a ser de líneas sociales

1er puesto (España): publicado 27 artículos en promedio
10mo puesto (Francia): un promedio de 1 artículo por año

Escasez investigativa de las ICC a nivel global.

Mapa Investigativo de las ICC



España, con mayor desarrollo de las políticas públicas, mayor interés por investigar y su desarrollo económico.

Brasil es el mejor a nivel LATAM.
Potencial turístico que logra vincular varios subsectores

En EEUU, las ICC han demostrado un nivel de resiliencia mayor sin apoyo público, pero con alto nivel de consumo y visión de los artistas.

Colombia ha reconocido su aporte macro y micro, enfocándose como estrategia país para lograr competitividad en el sector servicios

Bajo nivel de reconocimiento de las ICC



El bajo nivel de reconocimiento actual se puede catalogar como un obstáculo para el desarrollo exportador de bienes y servicios culturales

Promotor de ideas de negocio Born Global



Representa un mayor crecimiento de la competitividad y en esencia del desarrollo internacional de los países

ICC como integrador multisectorial.



Integración turismo, ingeniería, sistemas informáticos, etc.



Ecosistema de sinergia y oportunidades en Cadena de Valor

CONCLUSIONES GENERALES

ICC Reconocidas = Desarrollo Exportador de Servicios Creativos



La importancia de reconocer las ICC a nivel institucional permite el desarrollo económico y exportador de B y S culturales

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

Luis David Rodríguez Romero: Integrante SINI.
Andrea Carolina Redondo Méndez: Politóloga.
**C. Andrés Pinzón Muñoz: Profesional en Comercio
Internacional**



NACIONES UNIDAS

CEPAL



REDLAS

Red Latinoamericana y del Caribe
para la Investigación en Servicios



**KONRAD
ADENAUER
STIFTUNG**

ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification

