

La economía naranja: el valor de la cultura, la innovación y la creatividad.

Introducción.

El concepto de Economía Naranja es un conjunto de actividades que convierten las ideas creativas en bienes y servicios de alto valor. Muchas empresas relacionadas con la música, el teatro, la arquitectura, la televisión, los carnavales, el diseño, la radiodifusión, el arte, etc. tienen grandes oportunidades en una amplia gama de iniciativas. Tienen grandes oportunidades en una variedad de iniciativas. La Economía Naranja sirve para aprovechar el talento de los demás para intercambiar ideas y crear productos innovadores llenos de valor intelectual. Esto incluye (i) la economía cultural y las industrias creativas en la intersección de las industrias culturales tradicionales; y (ii) las áreas que apoyan la creatividad (Ardila, 2015).

¿Por qué una economía naranja? Según los creadores del concepto (Felipe Buitrago Restrepo, Asesor del Departamento de Cultura, Solidaridad y Creatividad del Banco Banco Interamericano de Desarrollo (BID)), la naranja se asocia a menudo con la cultura y la creatividad. El naranja se asocia con la cultura, el arte, los rituales y los eventos religiosos, y en algunas culturas incluso se asocia con el liderazgo, la creatividad y el bien social.

Desarrollo

Mucha gente no se da cuenta de que los actores, arquitectos, músicos, diseñadores y creadores de ideas en general tienen un enorme potencial para crear puestos de trabajo. Tanto es así que el 6,1% de la economía mundial depende de estas iniciativas. Si la Economía Naranja fuera un país, sería la cuarta economía del mundo, ocuparía el noveno lugar como explotador de bienes y servicios y representaría la cuarta fuerza laboral del planeta. Este importante motor de desarrollo, basado en el talento humano y en un rico patrimonio cultural, se llama: "La economía naranja".

Sólo en América Latina, la Economía Naranja genera más de 177.000 millones de dólares al año y emplea a más de 10 millones de personas, muchas de ellas jóvenes. La Economía Naranja propone que estos jóvenes vivan en "ciudades creativas", es decir, ciudades creativas donde las comunidades creativas se integren en torno a proyectos comunes de desarrollo social y economía sostenible.

Según el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, la economía naranja de Colombia representa alrededor del 3,3% del producto interior bruto (PIB) y crea 1,1 millones de puestos de trabajo, por encima de sectores como el café o la minería.

Comunicación. A través de la Ley 1834 de 2017, conocida como Ley Naranja, Colombia quiere "promover, fomentar y proteger las industrias creativas". Se definirán como aquellas industrias que generan valor a través de sus bienes y servicios basados en los derechos de propiedad intelectual". La creatividad se está convirtiendo en un factor cada vez más importante en el proceso de producción de la mayoría de las industrias y servicios tradicionales. Las tecnologías digitales ofrecen posibilidades ilimitadas para reproducir productos creativos, manipularlos y recrearlos en formas alternativas. A pesar del creciente interés que despiertan las industrias creativas entre los funcionarios y los académicos, muchos gobiernos aún no están convencidos de la importancia de dar prioridad a este sector y, por consiguiente, las industrias creativas no tienen prioridad en la asignación de fondos públicos. Sin embargo, cada vez son más los gobiernos que reconocen la importancia de las industrias culturales y desarrollan diversas estrategias a nivel nacional y regional para promover su desarrollo y difusión. Para apoyar este crecimiento, las estadísticas desempeñan un papel importante a la hora de proporcionar a los responsables políticos una comprensión más clara

del impacto de las industrias y de cómo el sector público puede crear un entorno más propicio para que estas industrias florezcan y crezcan. América Latina es probablemente la región más activa y dinámica del mundo para el estudio de las industrias creativas. El Convenio Andrés Bello (CAB), instituto regional de Bogotá dedicado a la promoción de la cultura, ha publicado muchos trabajos pioneros sobre el aspecto de las industrias creativas en las economías. A través del programa Economía y Cultura, el CAC trabaja con sus países miembros para mejorar los sistemas de información económica en el sector cultural. Con el apoyo financiero del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el personal técnico del CAC ha estado trabajando en una Guía Metodológica para la Implementación de la Cuenta Satélite de Cultura. Este documento complementa la experiencia y los esfuerzos del Instituto Nacional de Estadística (DANE) y del Banco Central de Chile, que también están trabajando en cuentas satélite específicas para el sector cultural. En Colombia, el Ministerio de Cultura ha publicado recientemente la "Guía para un Mapa Regional de Industrias Creativas", elaborada por el centro de investigación CRECE, con el fin de proporcionar una herramienta metodológica básica para la investigación de las industrias creativas. Elaborada en colaboración con el British Council, la guía trata de colmar la laguna de conocimientos a la que se enfrenta el Ministro de Cultura al intentar sensibilizar a las autoridades regionales sobre el uso de las industrias creativas locales como fuente de desarrollo económico y social. También se publicó un análisis económico de las industrias y actividades de derechos de autor y derechos conexos en el MERCOSUR y Chile. A petición de la OMPI, este proyecto de investigación evalúa la importancia económica de las industrias de derechos de autor y derechos conexos en esos países. El estudio se centra en la participación de estas industrias en el PIB, el empleo y la balanza comercial exterior, e incluye datos normativos e institucionales.