

**LA ECONOMÍA NARANJA Y EL VALOR DEL ARTE
EN LA SOCIEDAD CONTEMPORANEA**
The Orange Economy and the Value of Art in Contemporary Society

Luis M. Ramos

Universidad de Panamá, Facultad de Humanidades, Panamá.

luism.ramos@up.ac.pa, <https://orcid.org/0000-0001-5602-4384>

Mario Tuñón

Universidad de Panamá. Centro Regional Universitario de San Miguelito, Panamá.

mario.tuñon@up.ac.pa, <https://orcid.org/0009-0002-3175-756X>

Fecha de recepción: 21/10/2024

Fecha de aceptación: 18/11/2024

DOI <https://doi.org/10.48204/J.cc.n1.a6781>

Resumen

Este artículo se propone documentar el valor del arte en la economía naranja y la sociedad, adoptando un enfoque holístico e interdisciplinario. A través de un análisis profundo, explorar las corrientes epistemológicas de la economía, desde lo clásico a lo contemporáneo, que han dado forma a la comprensión de este vínculo, que emerge como una disciplina que busca comprender los desafíos de la economía naranja, oportunidades y sostenibilidad en el escenario del mundo creativo. Se adentra en el análisis de la producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales, desentrañando el valor que estos poseen en el entramado social y económico. El diálogo y las perspectivas de los diversos autores han contribuido a la epistemología sobre la relación entre el arte, la economía naranja y la sociedad.

Palabras claves: Economía naranja, industria cultural, valor del arte, Industrias Creativas, sociedad contemporánea
--

Summary

This article aims to document the value of art in the orange economy and society,

adopting a holistic and interdisciplinary approach. Through an in-depth analysis, we will explore the epistemological currents of economics from the classical to the contemporary that have shaped the understanding of this link, which emerges as a discipline that seeks to understand the challenges of the orange economy, opportunities, and sustainability in the creative world scenario. It delves into the analysis of the production, distribution and consumption of cultural goods and services, unraveling the value they have in the social and economic framework. The dialogue and perspectives of the various authors have contributed to the construction of knowledge about the relationship between art, the orange economy and society.

Keywords: Orange economy, cultural industry, value of art, creative industries, contemporary society

I. Introducción

Producto de la globalización y los actuales cambios, es necesario que la economía también evolucione, adaptándose a los nuevos mercados. En virtud de ello, los especialistas han decidido dividir la economía por sectores, asignándole a cada uno un color distintivo. El padre de esta teoría es Sala (2016), quien, en busca de hacer más atractiva esta ciencia y que todos puedan comprenderla, decide crear un programa de televisión donde se cuenta a través de anécdotas y usando un traje de un color en específico. (González, A. G. 2020).

Sin embargo, nuevos procesos y herramientas han surgido y se han introducido en distintos planes de acción para encarar los desafíos mundiales, regionales y locales, especialmente aquellos enfocados en el desarrollo y crecimiento sostenibles, con “una visión diferente”. Un ejemplo de estos innovadores mecanismos es la clasificación de la

economía por colores.

Naranja, verde y azul, por ejemplo, son algunos de los colores que destacan en estas actividades económicas. “La economía de colores nos ayuda a resolver la presión medioambiental (economía verde), al respecto, el Programa de la ONU para el Medio Ambiente (PNUMA) ha definido como “aquella economía que resulta en un mejor bienestar humano y equidad social, reduciendo significativamente los riesgos ambientales y las escaseces ecológicas”; mientras los mares y océanos (economía azul)” de acuerdo con el Banco Mundial (BM), como parte del enfoque de desarrollo verde y resiliente, también apoya el crecimiento económico, la inclusión social y la preservación y mejora de los medios de vida, mientras protege la salud costera, marina, de agua dulce y oceánica para garantizar la integridad y estabilidad de los mares y zonas costeras a largo plazo y por último la economía naranja la cual es una de las más nuevas y con mayor potencial.

Según Sala (2016), el nombre de esta es por una frase del famoso cantante Frank Sinatra: "Orange is the happiest color" ("El naranja es el color más feliz"). Igualmente, es un color asociado a la creatividad, a la parte cultural desde los inicios de la humanidad, empezando por el antiguo Egipto, y aunado a eso, es representativo del Halloween. Por su parte, Buitrago y Duque (2013) fueron los primeros autores en etiquetar la economía de la creatividad y la cultura como la economía naranja, por ser el color que identifica a ese sector (González, A. G. 2020).

Si bien es cierto que el arte es una expresión de lo que hemos sido, somos y seremos. El ser humano ha creado, convivido y comercializado con arte desde los principios de la humanidad. De este modo, a lo largo del tiempo, distintas civilizaciones y circunstancias han sido plasmadas en formas de arte únicas para cada momento de la historia. (Fernández de Araoz Sáenz, B. 2020).

El arte ha sido una parte integral de la sociedad humana desde el principio de los tiempos. Ha servido como una forma de expresión, comunicación, reflexión y entretenimiento. A lo largo de la historia, el arte ha evolucionado junto con las sociedades, reflejando sus valores, creencias y desafíos; sin embargo, el arte sigue desempeñando un papel importante en el avance de la economía y la sociedad.

II. El arte: motor de la industria creativa de la economía naranja

El arte es un pilar fundamental de la economía naranja. Su capacidad de fomentar la innovación y la creatividad lo convierte en un motor de desarrollo de beneficios socioeconómicos. Al transformar ideas en productos únicos, el arte no solo genera empleo y oportunidades para emprendedores, sino que también enriquece el tejido cultural de las comunidades; adicionalmente, promueve prácticas sostenibles. La propiedad intelectual asociada a las obras artísticas brinda un marco legal para monetizar la creatividad y proteger los derechos de los autores.

Sin lugar a duda, las industrias creativas y culturales se entienden como aquellos “sectores de actividad que tienen como objeto principal la creatividad, la producción o reproducción, la promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (UNESCO, 2010). Otros términos utilizados para enmarcar este concepto aluden a economía naranja, economía creativa, industrias culturales, entre otros.

La economía naranja se define como el "conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual" (Buitrago y Duque, 2013). Este concepto, promovido por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), abarca industrias creativas que incluyen la música, el cine, la moda, el diseño y otras

áreas culturales que generan valor a través de la creatividad y la innovación.

En los postulados económicos clásicos, las dimensiones del entorno artístico exploraron las corrientes epistemológicas de los distintos autores, como enfocaban el arte y la economía. Autores como Gary Becker en su libro "The Economics of Art" (2008) aplicaron los principios de la economía neoclásica al estudio del arte, examinando la demanda y la oferta de arte, el comportamiento de los artistas y coleccionistas, y el papel del arte como inversión. Mientras Rupert W. Cordwell, en su libro "The Economics of Art" (2013), ofrece una visión general completa de la economía del arte, desde la producción y el consumo de arte hasta el impacto del sector cultural en la economía general.

Por otro lado, Bruno Frey, en su libro "Art and Economics" (2005), explora la relación entre el arte y la economía desde una perspectiva institucionalista, analizando el papel de las instituciones culturales, como los museos y las galerías, en el mercado del arte.

Por consiguiente, Allan Draganić y Sanja Bogojević: en su libro "Economics of Art and Culture" (2016), Draganić y Bogojević ofrecen una perspectiva internacional sobre la economía del arte, examinando las experiencias de diferentes países y regiones, por lo tanto, el arte tiene un valor económico significativo, tanto en términos de la producción y venta de obras de arte como del impacto del sector cultural en la economía general.

Sin embargo, en la experiencia de la economía naranja en América Latina y el Caribe (ALC), las estimaciones muestran que las Industrias Creativas y Culturales (ICC) representan alrededor del 2.2% del PIB regional, equivalente a ingresos de US\$124 billones. De igual manera, el sector creativo genera un aproximado de 1.9 millones de empleos (Ernst & Young, 2015).

Las ICCs tienen un gran potencial en ALC, especialmente en los adultos jóvenes, ya que la edad media de esta región oscila entre los 22 y 23 años y los 35-36 años (CIA,

2010). De acuerdo con una encuesta desarrollada por el BID, la edad de un emprendedor creativo promedio es de 35 años y el 23% de los emprendedores es autodidacta (BID, 2018). Con respecto a cifras sobre flujos comerciales internacionales, en el periodo de 2003-2012, la economía creativa representó un total de 2% de exportaciones de productos en la región de ALC.

Las actividades de diseño como arquitectura, joyería, vidriería, interiores, moda y juguetes representaron un 61.2% de las exportaciones creativas de ALC, seguido por las actividades editoriales que fueron el 13.4%. La actividad que ha alcanzado una alta tasa de crecimiento fue la de los medios grabados y videojuegos que, en 2012, tuvo un crecimiento de 7.8%, en comparación de 0.7% en 2003 (BID, 2017 con cifras de UNCTAD). La televisión genera un tercio de la totalidad de los ingresos de las ICC en ALC. Datos del 2013 muestran que Argentina y Colombia se encuentran entre los 5 primeros exportadores del mundo y el cine es un sector clave en Argentina, Brasil y México. Más de 400 películas son producidas al año en esta región (Ernst & Young, 2015).

De acuerdo con los datos de Panamá a través del INEC (2016). Encuesta entre Empresas No Financieras 2. INEC (2016). Balanza de pagos de Panamá y anuario de comercio exterior 3. MICI (2019). Registro de obras - Año 2018. Dirección General de Derecho de Autor del Ministerio de Comercio e Industrias, la economía naranja en Panamá ha producido 463 empresas en distintas actividades en la industria audiovisual 27 empresas, fonográfico 40 empresas, operadores de turismo cultural 92 empresas, artes escénicas 87 empresas, deportes 46 empresas, 164 empresas de multimedia; esto ha generado 157 millones en servicios y 17 millones en bienes.

Por otro lado, en el estudio del Centro Nacional de Competitividad. Estudio de caso:

Las Industrias Creativas y Culturales en Panamá (o la “Economía Naranja”) en el año 2019; los resultados muestran que para el 2016, la producción estimada de las industrias creativas subyacentes representó el 1.2% de la producción total de la economía.

Figura 1.

Países de América Latina con mayor adopción de criptomonedas

Sector de la Economía Naranja	Número de empresas	Producción en Servicios (Millones)	Producción en Bienes (Millones)
Audiovisual	27		
Fonográfico	40		
Turismo Cultural	92		
Artes escénicas	87		
Deportes	46		
Multimedia	164		
Total de la Economía Naranja	463	157	17

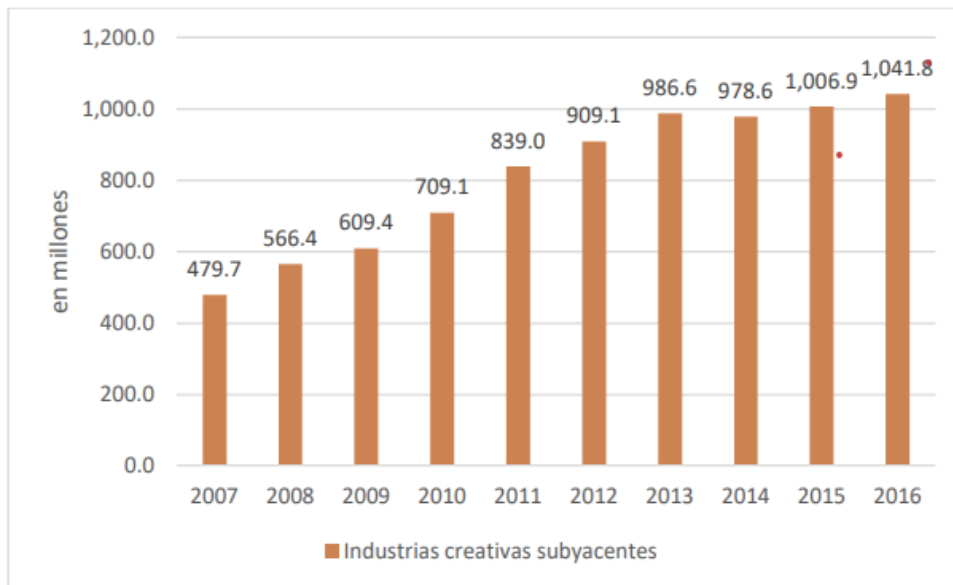
Fuente: Durán, R., & Piper, R. Las Industrias creativas y culturales en Panamá.

A nivel desagregado, los servicios de publicidad representaron el 64.0% y las actividades de servicios sociales creativos el 36% de la producción total de las industrias creativas subyacentes. Al desagregar las actividades de servicios sociales creativos: los servicios de cine, radio y televisión y otros espectáculos con el 22.1%; servicios de agencias de noticias y de bibliotecas, archivos, museos y otros servicios culturales con un 7.5% y otros servicios creativos de esparcimiento con el 6.3%.

La evolución de la producción de la industria creativa subyacente con relación a la producción total ha disminuido su representación, bajando del 1.5% en el 2011 a un 1.2% en el 2016. Que se traduce a una reducción de 0.3 puntos porcentuales en 5 años. En este mismo sentido, la evolución de la producción de la industria creativa subyacente en la economía ha ido tomando fuerza a través de los años, pasando de una producción de B/. 479.7 millones en el año 2007 hasta alcanzar una producción de B/. 1,041.8 millones en el año 2016. Prácticamente, e la industria duplicó su producción en la economía en una década. (ver figura 2)

Figura 2.

Evolución de la producción de la industria creativa subyacente en la economía: 2007-2016



Fuente: elaboración de CNC con datos del INEC.

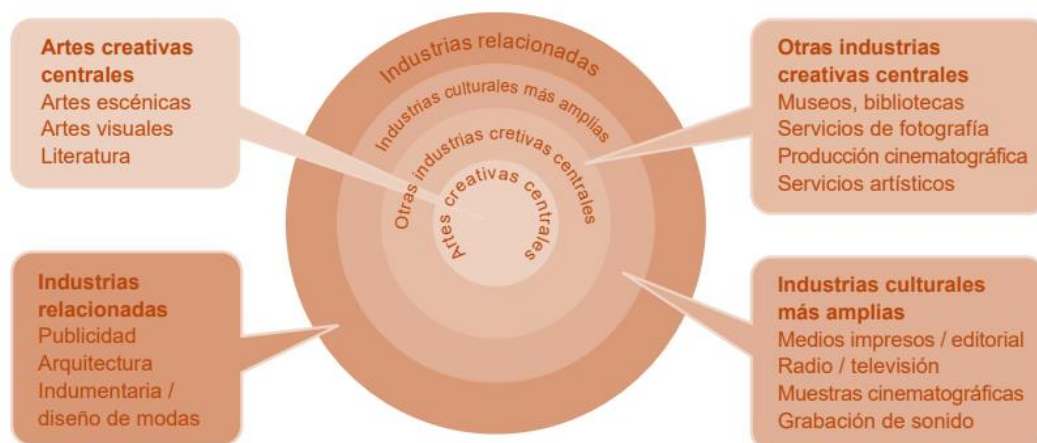
En la figura 2, se puede observar un crecimiento exponencial en el periodo 2007-2012, empujado por el crecimiento económico que se dio en dicho periodo, de la misma; pero en el periodo 2013-2016 se percibe su desaceleración. Las aproximaciones que se realizaron para determinar la contribución de las industrias creativas y culturales en Panamá muestran que sí tienen importancia para la economía. Es determinante contar con las estadísticas adecuadas para tener con certeza cuál es el impacto en el país y poder visualizar mejor a la industria creativa y cultural. Esto contribuirá a dirigir mejor políticas públicas que impacten de forma directa en la industria para poder potencializarla. (Durán, R., & Piper, 2019)

Por lo tanto, la economía creativa o "naranja" es cada vez más reconocida como un motor del desarrollo económico en América Latina y el Caribe (Benavente 2017). Este sector abarca diversas actividades artísticas y culturales, incluidas las artes visuales y escénicas, la música y el patrimonio inmaterial, que pueden generar oportunidades de

empleo, especialmente para los jóvenes, y potenciar el turismo en las ciudades creativas (Sánchez 2020). Si bien la economía naranja presenta un potencial significativo, enfrenta desafíos en su definición, medición y fallas del mercado (Benavente 2017). Para abordar estas cuestiones, se propone un enfoque sistémico utilizando el concepto de "ecosistema creativo", enfatizando la necesidad de políticas que estimulen simultáneamente la oferta, la demanda y la interacción entre los actores del ecosistema (Benavente 2017).

La integración de la tecnología en las empresas creativas varía, ya que algunos emprendedores utilizan servicios en línea, aplicaciones móviles y redes sociales, mientras que otros dependen de equipos convencionales, lo que resalta las diversas necesidades tecnológicas dentro del sector (Rodríguez 2023). En consecuencia, Throsby (2008) definió un modelo de círculos concéntricos, que en el centro alberga esas industrias cuyo contenido cultural se concibe como relativamente alto comparado con su valor económico, y con capas que se extiende hacia la periferia en las que el contenido cultural descende frente al valor económico.

Figura 3.
Evolución de la producción de la industria creativa subyacente en la economía:2007-2016



Fuente: Benavente, J. y Grazzi, M. (2017).

III. Políticas Públicas para la Creatividad y la Innovación:

Las políticas públicas deben impulsar la economía naranja en América Latina y el Caribe. El modelo de Throsby se compone de cuatro círculos concéntricos:

- **Círculo Central:** Comprende las artes creativas centrales, donde se encuentran las actividades con el mayor valor cultural, como la música, el teatro y la literatura.
- **Segundo Círculo:** Incluye otras industrias culturales centrales que, aunque son menos culturales, todavía mantienen un vínculo significativo con el arte.
- **Tercer círculo:** Abarca las industrias culturales más amplias, que incluyen sectores como la publicidad y el diseño.
- **Cuarto círculo:** Contiene industrias relacionadas, donde el contenido cultural es aún más diluido y se integra en productos de consumo masivo.

Este modelo es fundamental para entender cómo las ideas creativas se originan en el núcleo de las artes (como la música, la literatura y las artes visuales) y se difunden hacia afuera a través de capas que representan diferentes niveles de contenido cultural y comercialización. El enfoque permite visualizar cómo las industrias creativas no solo generan valor cultural, sino que también contribuyen significativamente a la economía en general. Throsby enfatiza que el gasto en cultura debe ser considerado como una inversión en lugar de un costo, ya que fomenta la innovación y el desarrollo económico.

IV. Sociedad contemporánea y su relación con la economía naranja.

Hay dos formas de entender la economía del arte: por una parte, como la descripción de las fuerzas económicas que moldean el arte, y de las consecuencias económicas del arte, y, por otra parte, como la aplicación del análisis económico del arte a la comprensión de las actividades artísticas. Hemos dicho que este último enfoque de

carácter metodológico es el que deberían utilizar los economistas, porque sólo en ese campo disfrutan de una ventaja relativa. Esto no significa, claro está, que deban olvidarse los otros aspectos de los fenómenos artísticos, sino que las causas y consecuencias económicas deben ser analizadas desde la perspectiva de la elección racional, para así completar lo obtenido con otros enfoques, como el sociológico, el psicológico y el de la legislación del arte. (Frey, BS 2000).

Desde nuestra posición epistémica nos preguntamos: ¿cómo incide el arte, la economía naranja, en la sociedad actual? Desde los saberes sociales, el arte desempeña un papel fundamental en la forma en la que las personas piensan, sienten y se relacionan entre sí; por ello su influencia sobre la sociedad es más que significativa.

Una de las aportaciones más notables es la capacidad que tiene para provocar cambios sociales y políticos. Los artistas han utilizado su arte como instrumento de protesta y activismo, abordando temas como la desigualdad, la injusticia y la opresión. Mediante sus obras, han logrado llamar la atención sobre determinados problemas sociales y generar conciencia, movilizando a las personas hacia el cambio y la acción.

La influencia del arte también ejerce otra importante función en la sociedad: la construcción de identidades culturales. Al representar tradiciones, costumbres y narrativas locales, el arte fortalece el sentido de pertenencia y preserva la herencia cultural. Además, en el caso concreto del arte contemporáneo, este desafía y reinterpreta las normas culturales establecidas, cuestionando las ideas preconcebidas y promoviendo la diversidad y la inclusión.

En el libro "Performing Arts: "The Economic Dilemma" (1966), Baumol y Bowen analizan la "enfermedad de los costos" en las artes escénicas, argumentando que los costos de producción de estas obras aumentan más rápido que los ingresos por taquilla,

lo que genera un déficit estructural.

La relación entre el arte, la economía y la sociedad ha sido ampliamente estudiada por diversos autores y enfoques teóricos. Desde la sociología del arte, Pierre Bourdieu (2002) analiza cómo el gusto y las preferencias artísticas están fuertemente determinados por la posición social, mientras que Howard S. Becker (2008) estudia la organización de la producción artística y la construcción de los "mundos del arte".

Desde una perspectiva latinoamericana, Néstor García Canclini (1979) ha analizado los procesos de producción, circulación y consumo simbólico del arte, destacando la importancia de los contextos socioculturales.

Por otro lado, en el campo de la sociología del arte, se encuentran distintas posiciones epistémicas como Pierre Bourdieu: sus obras destacadas: "La distinción. En "Criterio y bases sociales del gusto" (2002) y "Las reglas del arte" (2002), analiza cómo el gusto y las preferencias artísticas están fuertemente determinados por la posición social.

Mientras Howard S. Becker: su obra destacada: "Los mundos del arte" (2008) estudia la organización de la producción artística y la construcción de los "mundos del arte", y, por último, Niklas Luhmann: su obra destacada: "El arte de la sociedad" (2005), aporta la perspectiva de la teoría de sistemas a la sociología del arte.

En ese mismo orden de ideas, Buitrago y Duque (2013) plantean que la economía naranja está integrada por: La economía cultural, que agrupa las diferentes expresiones de arte y patrimonio, como son: La escultura, arquitectura, pintura, diseño de moda, fotografía, concierto, teatro, circo, museos, conciertos, parques y monumentos culturales, entre otros. Asimismo, la industria creativa, donde se encuentran las industrias culturales convencionales, las creaciones funcionales, nuevos medios y software. Al respecto

sostiene la UNESCO (2006) que:

Las expresiones culturales son, quizá, lo que mejor refleja, de manera tangible o intangible, la identidad de una comunidad determinada. Hoy en día, una buena parte de esas expresiones se materializan en las industrias culturales y creativas, las cuales traducen en palabras, en música, en colores o formas esas dimensiones privilegiadas del ser humano y las colocan al alcance del mayor número de personas posible. (p. 12).

Ese impacto social de la economía naranja se puede comprender a través de la consecución de algunos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), objetivos que buscan fomentar la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad.

La organización Sumarse, en su Boletín Semanal (29 de marzo del 2019), hace referencia a la vinculación de las industrias creativas y culturales con el ODS #12, la producción y consumo responsable, que tiene como meta el disminuir la producción de desechos, reciclar y reutilizar.

Al considerar otros de los ODS, identificamos que también se vincula al ODS #1, que busca el fin de la pobreza ya que pueden incorporarse a actividades no tradicionales que le permitan mejorar su calidad de vida; al ODS #9, que busca fomentar la innovación, lo que apunta a las industrias creativas al ser innovadoras y también tiene relación con el ODS #11, cuya meta es lograr que las ciudades sean inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles.

Por su parte, el investigador y consultor internacional en temas de creatividad e innovación, Gerardo Neugovsen, profundiza en las industrias creativas y culturales en Panamá. En una investigación que tiene en curso, ha llegado a la conclusión de que existe mucho potencial de la industria, a pesar de que la institucionalidad del país se encuentra desarticulada y los datos para medir la industria creativa son escasos.

V. Metodología esgrimida

Se desarrolló un marco metodológico completo y complejo para mejorar la comprensión del estudio documental epistemológico. Se utilizaron los enfoques de la construcción ontológica del artículo, que fueron los postulados económico, sociológico y arte. De todas las corrientes señaladas, se escogió la posición epistémica de los autores clásicos de la economía del arte, pero en especial los autores de la economía naranja. Mientras en el postulado sociológico nos quedamos con Niklas Luhmann, se caracteriza por concebir al arte como un sistema social autorreferencial y autónomo, cuya función es permitir a la sociedad observarse a sí misma de maneras novedosas a través de la comunicación artística; eso incluye otras disciplinas.

La investigación es del tipo analítica-documental, considerando que se busca conseguir información partiendo de lo que dicen los autores en sus investigaciones previas, las cuales van a ser analizadas, así como contrastadas.

Por otra parte, el diseño de la investigación es de tipo bibliográfico no experimental en virtud de que la información recolectada para el desarrollo de este artículo procede de documentos escritos con anterioridad y la variable objeto de estudio no es manipulada. Sobre este particular, Sabino (2002) expone que el diseño del tipo bibliográfico no experimental hace referencia a que los datos recolectados tienen su origen en documentos ya publicados. En ese mismo sentido, Palella y Martins (2006) manifiestan que una investigación es no experimental cuando las variables objeto de estudio no son objeto de manipulación deliberada por parte del autor. En ese sentido, la técnica utilizada para el desarrollo, análisis e interpretación de los datos obtenidos previamente es del tipo cuantitativo y cualitativo con un análisis crítico.

En virtud de que la fuente de información son investigaciones previas, basándose

en lo que otros autores han presentado anteriormente en relación con la variable objeto de estudio, cuyos resultados fueron plasmados a través de diversos materiales bibliográficos. Una variedad de bases de datos y bibliotecas digitales académicas, incluido Google Scholar, Scielo, Redalyc, Copernico, Open Access Button, Consensus, Latindex y el portal de revistas de la Universidad de Panamá.

La técnica de la estrategia de análisis de datos consiste en búsqueda documental. Reexaminando bibliografías especializadas que respondían al objeto de estudio y que, en consecuencia, conformaron la construcción teórica del artículo documental descriptivo. Sobre este aspecto, Arias (2012) manifiesta que la investigación documental es aquella que está basada en la búsqueda, análisis, interpretación y contraste de datos secundarios sobre los resultados plasmados por otros investigadores en libros, ensayos, artículos, ya sea a través de medios impresos o digitales.

VI. Resultados y discusiones

La relación entre el arte, la economía y la sociedad ha sido ampliamente estudiada por diversos autores; en el caso de nuestro artículo, escogimos a Frey y Luckman porque ambos tienen algo en común: sus perspectivas en el marco de la institucionalidad que está adentrada en el sistema social del capitalismo cultural que se conjugan en los ámbitos señalados. y enfoques teóricos.

Aunque el capitalismo siempre ha promovido la homogenización cultural, el neoliberalismo, con su mundialización cultural y globalización económica, ha significado una renovada ofensiva en este proceso de construcción de una sola cultura, la planetaria.

Para el capitalismo, la diferencia es problemática y en consecuencia procura la homogenización cultural, para unificar patrones de consumo que posibiliten la producción

en serie y a gran escala de mercancías. (Bonilla, 2017), en ese sentido el arte representa dinero, transferencia, negocio, de acuerdo con su posición social que representa en el sistema capitalista.

Existen algunos desafíos que el sector debe abordar para aprovechar al máximo su potencial. La pandemia del COVID-19 evidencia varios de ellos: el empleo, la digitalización y nuevos modelos de negocio, el acceso a la financiación, entre otros.

El sector continúa siendo mayoritariamente informal en la región, y está lejos de ser una solución de empleabilidad estable. La incertidumbre laboral afecta el estado de los empresarios y artistas. También existe el reto de asimilar e integrar la digitalización y los nuevos modelos de negocio, con el fin de desarrollar nuevos y modernos productos y servicios, para reducir la brecha entre el saber tradicional y la tecnología.

Para el BID, muchas de "...las tecnologías emergentes, como la realidad virtual y la realidad aumentada, capturan los conocimientos tradicionales y comprometen a las nuevas generaciones en la producción creativa y cultural".

Por su parte, la falta de financiación e inversión continúa siendo un gran reto. La escasa formalización conlleva a que los bancos privados sigan desempeñando un papel secundario en su financiación. Otro desafío es el entendimiento y la incorporación de la protección de la propiedad intelectual, lo cual dificulta que los artistas y creativos protejan su trabajo contra reproducciones injustas.

A todo esto, se le suma la falta de infraestructura y apoyo gubernamental por parte de los gobiernos. Por ejemplo, en temas estructurales, como el acceso universal a internet y su vinculación a poblaciones artesanales, el acceso a los servicios financieros, servicios postales y redes de transporte. Igualmente, en apoyos gubernamentales, tanto fiscales como no fiscales, a manera de programas de formalización y desarrollo

empresarial, que se enfaticen en la adecuada administración, prácticas de buen gobierno corporativo, investigación efectiva de mercados, entre otras.

Se estima que la industria creativa subyacente, que es una parte de las industrias creativas, produce B/. 1,041.8 millones a la economía del país, representando el 1.2% de la producción nacional. Además, ocupa a 103,579 personas (aproximadamente). Adicional a eso, es la octava actividad en participación en el empleo nacional. Otro aspecto relevante es que el PIB per cápita de las personas ocupadas en ese sector está por encima del PIB per cápita nacional; por consiguiente, tiene un impacto social, contribuyendo a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. (Durán, 2019)

En el año 2023, se presentó la Ciudad de las Artes, lo que representa la primera tarea del Plan Estratégico Nacional en cuanto a la cultura, que es proporcionar un lugar de residencia a la Impresora de la Nación y la Editorial Mariano Arosemena. Por lo tanto, la Ciudad de las Artes se convierte en una antorcha cultural y un lugar cómodo y accesible para aquellos que quieren sumergirse en el maravilloso mundo de las artes. Cada edificio ha recibido el nombre de un artista destacado en cada campo, como el de Artes Plásticas, José "Pepe" Sarsanedas; el de Teatro, Jaime Ingram; el de Música, Margot Fonteyn; y el de Teatro Multifuncional, Aurea "Baby" Torrijos.

Bibliografías

- Álvarez, S. O. (2019). Estrategia para el desarrollo de la competencia investigativa en estudiantes de básica primaria. Encuentros, 17(02), 95-107
- Arias, F. G. (2012). El proyecto de investigación. Editorial Universitaria.
- Baumol, W. y W. Bowen. On the Performing Arts: The Anatomy of their Problems, The American Economic Review, Papers and Proceedings 55, 1965, pp. 495-502.
- Baumol, W. y W. Bowen. Performing Arts. The Economic Dilemma, New York, Twentieth Century Found, 1966.

- Becker, G. y K. Murphy. A Theory of Rational Addiction, *Journal of Political Economy* 96, 4, 1988, pp. 675-700.
- Benavente, J. M., & Grazzi, M. (2017). Políticas públicas para la creatividad y la innovación: impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe. Washington DC: Banco Interamericano de desarrollo–BID.
- Benavente, J. y Grazzi, M. (2018). Vínculo entre Economía Naranja e Innovación. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de: <https://blogs.iadb.org/innovacion/es/vinculo-entre-economia-naranja-e-innovacion/>
- Benavides Silva, I A (2016), La epistemología y la objetividad del conocimiento en el campo de las artes plásticas y visuales y su aplicación en la Pedagogía del arte (Doctoral dissertation , Universidad Santo Tomás.
- Bourdieu, P. *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*, 1984, Cambridge, Harvard University Press, 1985.
- Buitrago, F. y Duque, I. (2013). La Economía Naranja: una oportunidad infinita. Washington, D. C.: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL. (2014). Cultura y desarrollo económico en Iberoamérica. Madrid.
- Durán, R., & Piper, R. Estudio de caso, Las Industrias Creativas y Culturales en Panamá, pp: 1-26
- Ernst & Young (EY) (2015). Cultural times The first global map of cultural and creative industries. Reino Unido: Ernst & Young Global Limited.
- Frey, B. *Art and Economics*, Heidelberg, Springer-Verlag, 2000. Publicado en español como *La economía del arte*, Barcelona, La Caixa, 2000.
- Frey, BS (2000). La economía del arte (nº 18). "la Caixa".
- Gielen, Pascal. 2014. El murmullo de la multitud artística: Arte global, política y posfordismo. Traducción a cargo de Hugo López-Castrillo & Alejandro Arozamena. Madrid: Brumaria
- González, A. G. (2020). Economía del siglo XXI: Economía naranja. *Revista de Ciencias Sociales* (Ve), 26(4), 450-464
- Horna, J. (2018, 28 de octubre). Acerca de la historia del cine panameño. Recuperado de www.laestrella.com.pa
- INDESA (Diamond, A. y Astudillo, J.) (2017). Industrias creativas y culturales en Panamá: diagnóstico del sector y relevancia económica. Washington, D. C.: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Madinabeitia, I. E. (2019). Las tres economías del sector artístico. *AusArt*, 7(2).

- Palella, S., & Martins, F. (2006). Metodología de la Investigación Cuantitativa (2.^a ed.). Editorial FEDEUPEL.
- Palma, L. La controversia entre cultura y mercado. Algunos elementos para la reflexión a propósito de la Convención de la UNESCO sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales, Cuadernos de Economía de la Cultura 6, 2006, pp. 71-84.
- Palma, L. Mercado del arte y economía de la cultura, Cuadernos de Economía de la Cultura 3, 2004, pp. 15-26
- Sabino, C. (2002). Diseño de investigación: un enfoque práctico. Editorial de la Universidad del Zulia.
- Sala, M. (2016). Economía en colores. Editorial Conecta.
- Sánchez, D. (2013). Epistemología de las artes. Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP)
- Throsby, D. 1994. "The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics." Journal of Economic Literature, 32(1):1-29.
- Towse, R. Why Has Cultural Economics Ignored Copyright?, Journal of Cultural Economics 32, 4, 2008, pp. 243-259.
- UNCTAD. Creative Economy Report: The Challenge of Assessing the Creative Economy towards Informed Policy-Making, New York, 2008, [http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf].
- UNESCO. (2006). Políticas para la creatividad: guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000220384>
- UNESCO. (2010). Políticas para la creatividad: Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas. París: UNESCO.
- Veblen, T. Teoría de la clase ociosa, 1899, México, FCE, 1995.