

# ANÁLISIS DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN COLOMBIA BASADO EN LA LEY 1834 DE 2017

ANALYSIS OF CREATIVE INDUSTRIES IN COLOMBIA  
BASED ON THE LAW 1834 OF 2017

DOI: 10.25100/n.v0i30.11669

David Gómez Vásquez<sup>1</sup>  
Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia  
davidgv09@gmail.com  
ORCID: 0000-0001-9546-6951

Leidy Ramírez Muñoz<sup>2</sup>  
Cobroactivo S.A.S.  
leidyramirez.m14@gmail.com  
ORCID: 0000-0003-3962-0541

**Recibido:** 20 de octubre de 2021

**Aprobado:** 14 de diciembre de 2021

ISSN en línea 2539-4355 / ISSN impreso 1900-9909

Este trabajo está bajo la licencia Creative Commons BY NC SA 4.0.

## ¿Cómo citar este artículo? / How to quote this article?

Vásquez, D. y Ramírez, L. (2021). Análisis de las industrias creativas en Colombia basado en la Ley 1834 de 2017. *Nexus*, (30), Artículo e30211669. <https://doi.org/10.25100/n.v0i30.11669>

**Resumen:** El análisis de las industrias creativas en Colombia basado en la ley conocida como Ley Naranja permite vislumbrar cómo en la última década el modelo de Economía Naranja ha tomado preponderancia en el país. De esta tendencia económica, surge la normatividad por la cual se busca fomentar las industrias creativas en el país; industrias que tienen su campo de acción en la propiedad intelectual y en la cultura nacional, considerada esta última desde nuestra Constitución Política de 1991 como un valor, principio y bien merecedor de especial protección y reconocimiento. A través de la revisión sistemática de literatura sobre la normativa, se evidenció la tarea que tiene el Estado de vincular los procesos culturales con las políticas sociales y económicas, implementando directrices que ayuden a la sostenibilidad y profesionalización de artistas, creadores y gestores culturales, lo que permitiría potenciar así el sector económico de la cultura colombiana.

**Palabras clave:** Cultura, Economía naranja, Industrias creativas, Ley naranja.

**Abstract:** The analysis of the creative industries in Colombia based on the act known as Orange Law, allows us to glimpse how in this last decade the Orange Economy model has become relevant in the country. Thanks to this economic trend, regulations that seek to promote creative industries in the country have arised; industries that have their field of action in intellectual property and national culture, defined as a value, a principle and a good, that deserves special protection and recognition, in the Political Constitution of 1991. Through the review of the literature available about this legislation, we highlighted the task of the State to link cultural processes with social and economic policies, implementing guidelines that may help artists, creators and cultural managers to sustain and professionalize, what would stimulate the cultural economy in Colombia.

**Keywords:** Culture, Orange economy, Creative industries, Orange law.



## Introducción

En Colombia, desde la Constitución de 1991, la cultura fue adoptada dentro del ordenamiento normativo como fundamento de nacionalidad, gracias a sus diversas manifestaciones que aportan al proyecto de construcción de identidad. Es así como en 1997 surge en el Congreso de la República la Ley 397, denominada Ley General de Cultura, que, dentro de sus principios y objetivos, determinados en su artículo primero, señala la intención de fomentar y estimular los procesos, proyectos y actividades culturales.

Dando seguimiento a la democratización de la cultura, el *Plan Nacional de Cultura 2001-2010* estableció la tarea del Estado de vincular los procesos culturales con las políticas sociales y económicas, seguido del documento Conpes 3162 de 2002, que determinó los lineamientos para la sostenibilidad de dicho plan, y que surgió como instrumento de planificación para identificar las bases políticas de competitividad y productividad de los sectores de las industrias creativas y el emprendimiento cultural. Paula Moreno Zapata, Ministra de Cultura para el 2007, redactó el *Enfoque de Gestión 2007-2010. Cultura para todos*, donde se posicionó el emprendimiento cultural como parte de los cuatro grandes ejes de acción del Ministerio. Por último, y bajo estos mismos parámetros, la *Política para el emprendimiento y las industrias culturales* del 2010 presenta los lineamientos, objetivos y retos que se deben tener en cuenta para las políticas que impulsen la industria cultural en el país (Ministerio de cultura, 2010a, pp. 6-7).

Es a raíz de estas iniciativas legislativas y del proyecto de ley impulsado por el actual presidente de la República, Iván Duque Márquez, y Felipe Buitrago —basados en el libro de autoría de ambos, *Economía Naranja: Una Oportunidad Infinita*—, que el 23 de mayo de 2017 se expide en el Congreso de la República la Ley 1834, denominada *Ley Naranja*. Esta normatividad adopta el término de “industrias creativas”, entendidas de conformidad con el artículo primero como aquellas que generan su propia cadena de valor vinculada a bienes y servicios de carácter cultural y creativo, fundamentadas en la propiedad intelectual. De este modo, la Ley 1834 se promulga con la intención de:

propiciar condiciones para generar empleo digno en el sector cultural, apoyar la materialización de nuevas ideas creativas y productos innovadores, fortalecer los saberes ancestrales, las prácticas del patrimonio cultural y la transmisión de conocimientos tradicionales. Fortalecer y crear mecanismos que permitan desarrollar el potencial económico de la cultura y generar condiciones para la sostenibilidad de las organizaciones y agentes que la conforman, en concordancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Ministerio De Cultura, s.f., p. 5)

Sus promotores, Buitrago y Duque, buscan definir la Economía Naranja como una oportunidad importante de crecimiento, resaltando la dimensión de su contribución a la creación de un entorno productivo. Para estos autores la economía y la cultura se relacionan directamente en el desarrollo económico del país, y para ello, proponen la implementación de siete estrategias, que tienen como finalidad responder a las falencias del sector. Las llamadas “7i” corresponden a las estrategias de información, institución, industria, infraestructura, integración, inclusión e inspiración, y se apropian además del concepto “mentefacturas” que encierra la necesidad de promover “mentes más creativas, las mejores ideas y los visionarios más osados” (Buitrago & Duque, 2013, pp. 155-160) que permitan crear, producir, distribuir y comercializar contenidos artísticos y culturales.

De este modo, se adopta el modelo de Economía Naranja en el país. El concepto se ha popularizado en lo que va corrido del siglo XXI en Colombia y Latinoamérica, pues desde hace diez años ha dado la oportunidad a diversos Estados de crecer económicamente. El éxito del modelo es más visible en países desarrollados que a través del aprovechamiento de la cultura, sus costumbres, el entretenimiento y toda la riqueza relacionada con la propiedad intelectual, han aumentado y generado valor agregado a su economía (Buitrago & Duque, 2013).

Se vislumbra entonces cómo la cultura tiene un gran impacto en la economía a través de diversas expresiones, producto de la creación: el cine, la literatura, la música, la publicidad, la moda, el desarrollo de software, entre otras, abarcados no sólo por el concepto de industrias creativas sino por el de nuevas tecnologías. Lo anterior permite superar la concepción política de que la cultura es un gasto estatal, y reconoce que es más bien una inversión rentable en los ámbitos social y económico (Rey, s.f., p. 58).

Es en este punto donde se enmarca el objetivo del presente artículo, en el cual se analizan las industrias creativas con base en la Ley 1834 de 2017. Para llevar a cabo el estudio, se realizó una delimitación de estas industrias Colombia, que permitió distinguir los términos que referencian las actividades, procesos y proyectos propios de cada una. Al mismo tiempo, se llevó a cabo un rastreo de los antecedentes de regulación y fomento de la norma.

Acto seguido, se analizó a profundidad la ley, lo que permitió conocer lo que ofrece esta normatividad basada en la Economía Naranja —en cuanto a características y objetivos— así como sus parámetros de la aplicabilidad, para culminar con el análisis normativo.

## Fundamentación teórica de las industrias creativas en Colombia

En la Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales de la UNESCO, MONDIACULT, que se celebró en la Ciudad de México en 1982, se formularon nuevas directrices para fomentar el desarrollo cultural y resaltar la importancia de las actividades y las formas de expresión del ser humano. Es allí donde surgió el concepto que define la cultura como

El conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias (UNESCO, 1982).

Esta definición fue adoptada en la Ley General de Cultura, Ley 397. En su artículo primero, que atribuye a la cultura la esencia de ser un “conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos, y que comprende más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y creencias” (Ley 397, 1997)

En 1998, la cultura y el desarrollo económico tuvieron su punto de relación más sobresaliente a nivel mundial, cuando en la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales para el Desarrollo, celebrada en Estocolmo, el debate internacional planteó que las políticas culturales debían ser implementadas con especial protección y promoción de la creatividad cultural, toda vez que la cultura es fuente del progreso humano, de identidad y de diversidad (Rey, s.f., p. 17).

A partir esta relación entre cultura y economía, el Ministerio de Cultura de Colombia comenzó a desarrollar en 2008 procesos para vincular a las personas del sector cultural con las industrias creativas y con emprendedores culturales, por medio de una política para el emprendimiento cultural, las industrias y el trabajo (Ministerio de Cultura, 2010a, p. 2).

La cultura, entonces, dejó de ser un aspecto que solo genera interés social y adoptó una finalidad fundamental dentro del desarrollo productivo, aportando identidad y diversidad al sector económico. Así, se comenzó a hablar de industrias creativas o culturales como una de las áreas de la cultura con mayor inmersión en la economía, específicamente la economía creativa, entendida como el nicho de mercado de la industria creativa.

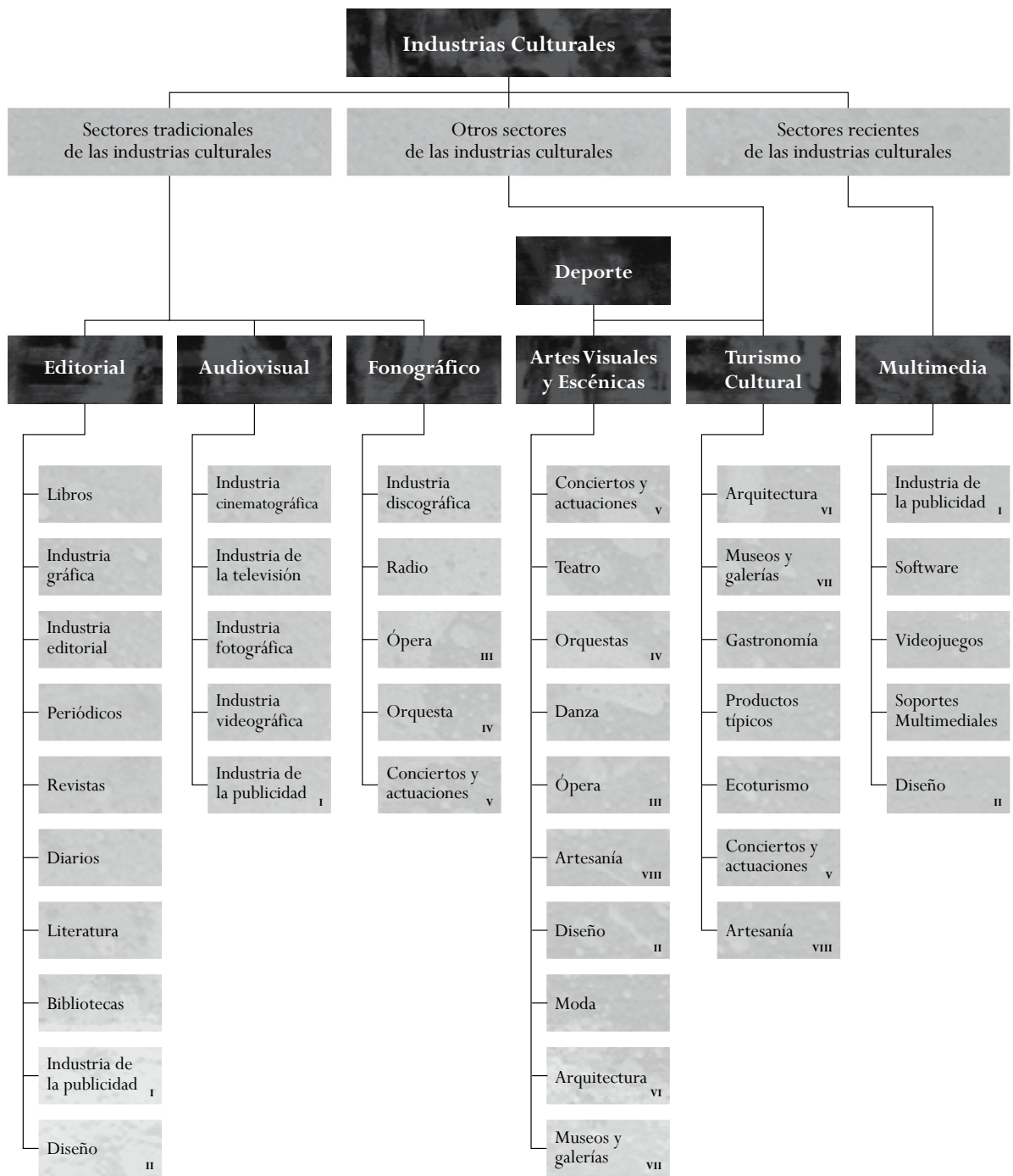
En su publicación *Cultura, comercio y globalización. Preguntas y respuestas* (2000), la UNESCO estableció que las industrias creativas o culturales representan bienes y servicios protegidos por el derecho de autor y que, en su mayoría, se relacionan con la creación, producción y comercialización. Estas industrias incluyen en su hacer

(...) la edición impresa y multimedia, la producción cinematográfica y audiovisual, la industria fonográfica, la artesanía y el diseño. En algunos países extienden este concepto a la arquitectura, las artes plásticas, las artes del espectáculo, los deportes, la manufactura de instrumentos musicales, la publicidad y el turismo cultural (UNESCO, 2000, p. 11).

Por otro lado, la Convención de la UNESCO sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales expone, en el artículo 14, un programa para la promoción de las industrias creativas en el que se busca facilitar el acceso de los países en vía de desarrollo a las actividades propias del mercado mundial y las redes de distribución internacional. En este sentido, se incentiva que las industrias en el campo cultural adquieran la connotación de internacionalidad para propiciar, a su vez:

(...) el surgimiento de mercados locales y regionales viables; adoptando, cuando sea posible, medidas adecuadas en los países desarrollados para facilitar el acceso a su territorio de las actividades, los bienes y los servicios culturales procedentes de los países en desarrollo; prestando apoyo al trabajo creativo y facilitando, en la medida de lo posible, la movilidad de los artistas del mundo en desarrollo; alentando una colaboración adecuada entre países desarrollados y en desarrollo, en particular en los ámbitos de la música y el cine (UNESCO, 2005, art. 14).

Las industrias creativas en Colombia, entonces, adquieren un valor fundamental para el desarrollo del país. Esto conlleva a que el Ministerio de Cultura en la *Política para el emprendimiento y las industrias culturales* (2010a), establezca un organigrama para las industrias creativas o culturales nacionales. Ver *Figura 1*.



- I** La industria de la publicidad pertenece primariamente al sector multimedia y secundariamente a los sectores editorial y audiovisual.
- II** El diseño pertenece primariamente al sector de las artes visuales y escénicas y secundariamente a los sectores editorial y multimedia.
- III** La ópera pertenece primariamente al sector de artes visuales y escénicas y secundariamente al sector fonográfico.
- IV** Las orquestas pertenecen primariamente al sector de artes visuales y escénicas y secundariamente al sector fonográfico.
- V** Los conciertos y actuaciones pertenecen primariamente al sector de artes visuales y escénicas y secundariamente al sector fonográfico.
- VI** La arquitectura pertenece primariamente al sector de turismo cultural y secundariamente al sector de las artes visuales y escénicas.
- VII** Los museos y galerías pertenecen primariamente al sector de turismo cultural y secundariamente al sector de las artes visuales y escénicas.
- VIII** Las artesanías pertenecen primariamente al sector de artes visuales y escénicas y secundariamente al sector de turismo cultural.

**Figura 1.** Organigrama de industrias creativas y culturales de Colombia.

Fuente: Ministerio de Cultura de Colombia. (2010a). Política para el Emprendimiento y las Industrias Culturales. Bogotá. [https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/politica-emprendimiento-industrias-culturales/Documents/13\\_politica\\_emprendimiento\\_industrias\\_culturales.pdf](https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/politica-emprendimiento-industrias-culturales/Documents/13_politica_emprendimiento_industrias_culturales.pdf)

En el año 2003, el Ministerio de Cultura de Colombia, a través del equipo central de economía y cultura del Convenio Andrés Bello, expuso cómo las industrias creativas en su definición se encuentran asociadas con el concepto de creación o de creatividad en una perspectiva amplia, la cual tiene el propósito de articular dimensiones como la cultura, el arte, la creación o la creatividad con otras tan concretas como la economía o el mercado, valiéndose de las creaciones protegidas por derechos de autor como materia prima; creaciones que producen bienes y servicios culturales fijados sobre soportes tangibles o electrónicos, y en los cuales se constituye una relación muy dinámica entre los procesos de producción del sector cultural y su uso social (Ministerio de Cultura de Colombia, 2003, p. 21). No obstante, fue a partir del 2008 que esta cartera desarrolló una política para el emprendimiento cultural, las industrias y el trabajo (Ministerio de Cultura, 2010a, p. 2).

El Ministerio de Cultura (2003) planteó que en el sector cultural existen límites dados por el papel social de éste y por la posibilidad de generar desarrollo económico, lo que se ha transformado en el tiempo y a través de la normativa, además del avance de la comunicación y la tecnología. Esta discusión es el fundamento del libro *La economía naranja. Una oportunidad infinita* —texto base para la creación de la ley 1834 de 2017— en la cual Buitrago & Duque pretenden que se supere la confusión que genera el acceso libre a la cultura, que no debería ser sinónimo de gratuidad. Pero la interpretación común parte del hecho de que la cultura, en su

conjunto, es tratada por la sociedad como un bien público, y los bienes públicos suelen ser víctimas de la tragedia de los comunes, es decir, del libre acceso para todos (2013, p. 93). Esta confusión genera un gran daño a los creativos, pues les niega al menos dos derechos fundamentales: primero, el reconocimiento de su actividad como un trabajo legítimo y, segundo, el derecho a una remuneración adecuada, la cual, según los autores puede ser cuantificada bajo el

modelo de Economía Naranja, entendida como “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 & Duque, 2013, p. 40).

El Ministerio de Cultura de Colombia, en el informe denominado *Impacto económico de las industrias culturales en Colombia*, destaca la existencia de relaciones complejas entre las lógicas del mercado, los procesos de creación y las formas de circulación social de los productos culturales. Este encuentro produce una serie de interrogantes alrededor de temas como la relación entre estandarización y diversidad cultural, la imposición de determinados productos y la invisibilidad de otros, el predominio de los criterios de rentabilidad y, en algunos casos, la disminución de las posibilidades



de manifestaciones culturales locales o minoritarias (2003, p. 21) Este mismo cuestionamiento se plantea en el informe *Economía Creativa* (2010) de las Naciones Unidas, en el que se resaltan las diferencias significativas de las industrias creativas asociadas con mercados, productos, tecnologías y sistemas de distribución donde se agrupan productores de las —pocas— grandes empresas, en contraparte con el gran número de microempresas que compiten en un mercado tan incierto que nadie sabe en realidad qué productos serán exitosos (Naciones Unidas, 2010, pp. 128-132)

De este modo, el carácter económico y productivo de las industrias creativas determina el acceso a la cultura, los ritmos y las dinámicas de producción, distribución y consumo, a la vez que establece los contenidos y los procesos culturales en su ámbito social.

## **Metodología**

La investigación está orientada por el paradigma cualitativo, que trata de analizar las aplicaciones, realidades, estructuras y dinámicas de un fenómeno y da como resultado la razón plena de un comportamiento y su manifestación (Martínez, 2006). Se aplicó la técnica de revisión sistemática de la literatura, que según la categorización teórica de Abela (s.f), es la manera en que se efectúa el estudio documental y reflexivo dentro de la investigación cualitativa. Esta revisión permite definir el tema, en qué términos se manifiesta y de qué manera ocurre.

La metodología responde al objetivo de la investigación: analizar las industrias creativas en Colombia con base en la Ley 1834 de 2017, a través de la descripción, interpretación y crítica del objeto de estudio, basados en un corpus de literatura que incluye los documentos *La Economía Naranja: Una Oportunidad Infinita* de Felipe Buitrago e Iván Duque Márquez, publicado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en 2013; *Las políticas culturales en Colombia: la progresiva transformación de sus comprensiones*, escrito por Germán Rey para el Compendio de Políticas Culturales y publicado en 2010; entre otros textos relacionados con las industrias creativas.

Se aplicó, además, un análisis normativo de la Constitución Política de Colombia de 1991, de la Ley 397 de 1997 —*Ley General de Cultura*—, el Plan Nacional de Cultura 2001-2010, el documento Conpes 3162 de 2002, el Enfoque de Gestión 2007-2010 *Cultura para todos y de las Políticas para el emprendimiento y las industrias culturales 2010* del Ministerio de Cultura.

Finalmente, para mostrar los resultados del análisis general, se propuso una reflexión que contrasta las teorías de los documentos estudiados y resalta la importancia de las industrias creativas como mediaciones en los procesos de la Economía Naranja. Esta reflexión señala los principios, lineamientos, objetivos y retos para el fomento y estímulo de los procesos, proyectos y actividades culturales.

## Discusión de los resultados

Los rastreos normativos realizados permiten identificar avances jurídicos y económicos que han tenido las industrias creativas en Colombia, así como evidenciar la importancia de éstas en el desarrollo del país.

En primer lugar hay que anotar que la UNESCO propone adoptar la descripción de industrias culturales admitida internacionalmente —y citada antes—: industrias culturales como sectores que traen consigo creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos de carácter cultural protegidos por el derecho de autor (2000, p. 11). Lo anterior da cuenta de que la Ley Naranja recoge los conceptos propuestos por UNESCO, que de hecho están consignados en el libro de Buitrago & Duque. En este último se identifican, visibilizan y cuantifican las economías creativas en el país a través de las industrias que lo conforman.

Surge así un interés por plantear lineamientos económicos en las industrias culturales, marcados por el protagonismo de los medios de comunicación y el comercio de bienes y servicios culturales. Los primeros abrieron nuevas posibilidades de circulación y comercialización; el conocimiento y la creatividad ahora se valen de los nuevos medios digitales de comunicación, que a su vez hacen posible que en el país se pueda desarrollar la cultura como una apuesta democrática y productiva, al garantizar también la protección de los derechos de autor (Ministerio de Cultura de Colombia, 2010b, p. 557).

La normatividad evidencia que el gobierno nacional entiende a la cultura como un sector que genera desarrollo, por tanto se propone tomar las medidas necesarias para exaltar, promocionar, incentivar, proteger y reconocer las industrias creativas, así como formular una Política Integral de la Economía Creativa —Política Naranja—, que desarrolle la Ley Naranja mediante la implementación de políticas que le apuesten a la dimensión económica de la cultura. Este conjunto de directrices deben implementarse mediante la participación de actores públicos, privados, sociales, gremiales y asociativos en el ámbito cultural, que cuenten con el uso de las nuevas tecnologías. De la misma manera, las políticas requieren desarrollos de fondos de capital que encuentren en los activos culturales, en la producción protegida por los derechos intelectuales y en el patrimonio inmaterial, la posibilidad de construir procesos de transformación productivos, que generen empleo y ganancias a partir de la explotación de los recursos culturales e, idealmente, fondos que promuevan la inclusión social, la diversidad y el desarrollo humano. Lo anterior pone de manifiesto la importancia de medir el impacto que tiene la cultura en la economía, al igual que en la construcción de una sociedad más cercana a los bienes y servicios culturales (González, 2015, pp. 86-100).

Para la implementación de la Ley 1834 de 2017, se establecieron siete estrategias que se denominaron las “7i”, las cuales se presentan en el artículo 5. Su objetivo es darle una efectiva aplicación a la norma, respondiendo a las falencias y retos a través de la implementación de *Información, Instituciones, Industria, Infraestructura, Integración, Inclusión e Inspiración*.

La primera estrategia que se expone en la ley es la **Información**, la cual nace de la necesidad de relacionar, según Duque & Buitrago, la cultura y la economía. La estrategia pretende involucrar economistas y expertos en análisis, de manera que estos puedan compartir experiencias y mejorar las prácticas dentro del sector cultural; es decir, generar información clave para promover mayores y mejores oportunidades de empleo dentro de estas industrias, a través del conocimiento y la experticia de profesionales en administración y campos afines, y así llegar a un avance importante en el reconocimiento de la identidad cultural de las sociedades (2013, p. 161-165), que fomente —además— el uso de bibliotecas, museos, librerías, sitios arqueológicos, entre otros. Con esta estrategia de información, la cultura podría, en cierto sentido, tener un mayor alcance e impacto en su consumo e irse consolidando como un sector base de la economía nacional.

Para establecer unos diagnósticos y unas mediciones económicas, el Ministerio de Cultura —en articulación con el DANE, la Dirección Nacional de Derechos de Autor, el Ministerio del Interior y de Justicia y el Convenio Andrés Bello— implementó la Cuenta Satélite del Sector Cultural, desarrollada en el artículo 6 de la ley 1834, a través de la cual se busca generar un sistema de información continuo respaldado por los departamentos de cuentas nacionales, en donde se seleccionan las actividades culturales que se encuentran en el sistema general y se estructura una contabilidad específica para su desarrollo. Con este mecanismo de cuenta Satélite, el MinCultura pretende ganar visibilidad de las dimensiones económicas de las actividades culturales, brindar información útil para la toma de decisiones de los organismos encargados de diseñar las políticas del sector y analizar el comportamiento económico de las industrias creativas, comparando su evolución en diferentes períodos de tiempo (Ministerio de Cultura, 2003, p. 196).

La segunda estrategia denominada **Instituciones**, que se desarrolla en el artículo 7 de la ley, busca coordinar la gestión administrativa de la cultura involucrando al sector público, privado, mixto y no gubernamental, a través de mecanismos de cooperación y coordinación para el progreso de la Economía Naranja, integrando la capacidad de gestión de las ONG a los procesos de agregación de valor, para que el paradigma de la gestión cultural pase del gasto a la inversión (Buitrago & Duque, 2013, p. 166-168).

Frente a la **Industria** —como tercera estrategia— se piensa en la necesidad de vincular personas creativas que aporten a la economía nacional buenas y mejores ideas, que sean innovadoras y vayan más allá de lo que se las posibilidades actuales.

La premisa es que las industrias creativas deben integrar contenidos, bienes y servicios creativos alrededor de un proyecto común de desarrollo social y económicamente sostenible, el cual requiere de una conversación constante entre los agentes involucrados, y que dicha conversación genere valor determinado por su contenido de propiedad intelectual (Buitrago & Duque. 2013, p. 169-175). Se establece entonces, como deber del Estado, facilitar los procesos de “importación y exportación de bienes y servicios vinculados a actividades creativas y culturales, facilitación migratoria, promoción de agremiaciones dentro del sector, administración adecuada de las sociedades de gestión colectiva y el establecimiento de incentivos estratégicos sectoriales, entre otras acciones” (Ley 1834, 2017, art. 8).

La construcción de vías, plazas, parques, estadios, puentes, coliseos, aeropuertos, y centros comerciales hace parte de la **Infraestructura** planteada como estrategia dentro de las “7i” (Ley 1834, 2017, art.5). Esta cuarta estrategia busca, además, incentivar avances en productos tecnológicos y procesos de innovación, como lo son la fibra óptica, antenas de radio, satélites y cables de cobre. También pretende generar acceso inclusivo a espacios que enriquecen y propician intervenciones artísticas y creativas (Buitrago & Duque. 2013, pp. 176-180). Para lograr los objetivos de Infraestructura, el gobierno nacional creará líneas de crédito y cooperación técnica para el impulso de la creación de infraestructura cultural y creativa a través de la Financiera del Desarrollo Territorial, FINDETER. A su vez, se establece que en las líneas de ciencia y tecnología de los Órganos Colegiados de Administración y Decisión (OCAD) se implementarán proyectos de impacto regional o municipal que estimulen los sectores de la Economía Creativa (Ley 1834, 2017, art. 9).

La quinta estrategia expuesta en la Ley Naranja, **Integración**, pretende fortalecer la relación entre el intercambio cultural y el intercambio comercial, promoviendo instrumentos internacionales que permitan el acceso de las industrias creativas a diferentes mercados a nivel mundial, todo bajo el marco de los tratados y obligaciones con suscritas y ratificadas por Colombia. Esta estrategia se desarrolla en el artículo 13 y, en otras palabras, consiste en que el Estado, a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y la consolidación de Mercados Integrados de Contenidos Originales (MICOS), facilite la participación de las industrias creativas y culturales en procesos de co-nutrición, co-creación, co-producción, co-distribución, co-protección, co-inversión y co-consumo (Ley 1834, 2017, art. 13).

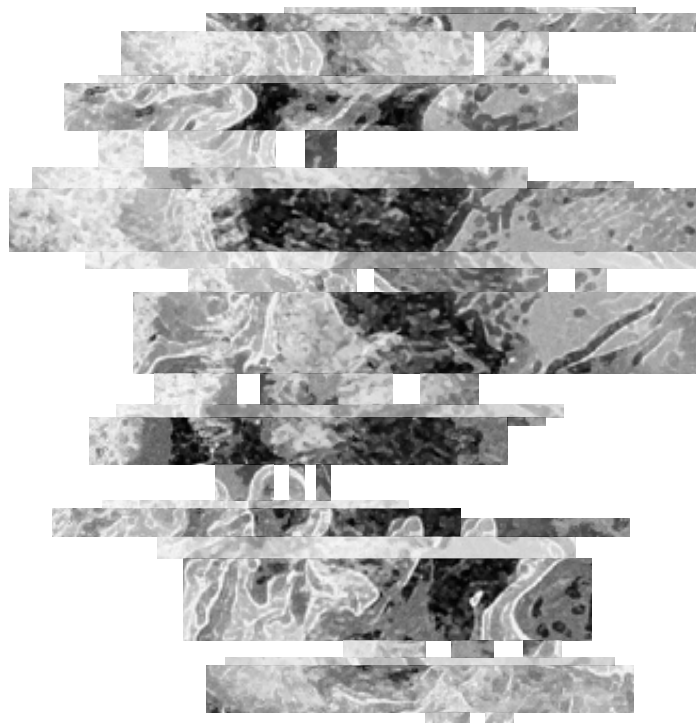
Con miras a transformar las industrias creativas en mecanismos que propicien la integración y resocialización, la estrategia número seis, **Inclusión**, fortalecerá el desarrollo de las artes mediante el reconocimiento y equipamiento de los espacios/ territorios donde se generan procesos creativos y comerciales, para catapultar la creación de identidades alternativas, regenerar el tejido social y cerrar brechas de inequidad:

A través de la difusión de contenidos locales independientes, se impulsarán vías de circulación tales como radio pública y comunitaria, tv pública, salas alternas de cine, librerías, espacios de circulación de música en vivo y artes escénicas habituales y no habituales y otros mecanismos de circulación de bienes y servicios culturales que beneficien principalmente la comercialización y consumo de contenidos locales y nacionales (Ley 1834, 2017, art. 5).

Para lograr las metas establecidas en esta estrategia, considerando lo consagrado en la Ley 115 de 1994, el Ministerio de Educación Nacional, en coordinación con el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y el Ministerio de Cultura, ofrecerán formación para el progreso cultural y creativo en los establecimientos educativos; así mismo, el SENA y la Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA), realizarán jornadas de capacitación sobre economías creativas (Ley 1834, 2017, art. 9).

Por último, la séptima estrategia denominada *Inspiración*, pretende promover un entorno que valore la experimentación y los diferentes mecanismos de aprendizaje, y que además permita la creación y participación de escenarios virtuales, locales, nacionales e internacionales que muestren el talento colombiano. La estrategia busca que dicho talento atraiga, se nutra y se premie. La inspiración busca celebrar la iniciativa y trabajar el cambio de prioridades: que las empresas dejen de obsesionarse con construir, comprar y poseer y, en su lugar, pongan la mirada en el talento, la innovación y la imaginación (Duque & Buitrago, 2013, pp. 187-192). Es importante destacar en esta estrategia, la iniciativa del gobierno colombiano de incrementar la inversión del capital semilla y el capital emprendedor para emprendimientos creativos, al igual que la creación de mecanismos de financiación para emprendimientos creativos bajo la dirección del Banco de Desarrollo Empresarial y Comercio Exterior, Bancoldex, (Ley 1834, 2017, art. 11).

Expuesto lo anterior, se puede concluir que la Ley 1834 de 2017 aboga para que las industrias creativas tengan un impacto positivo y de gran valor en la economía colombiana. Para esto, y de la mano de las “7i”, decreta la promoción del sello “Creado en Colombia” cuyo fin es la divulgación de los bienes y servicios creativos originados en el país, sello coordinado por el Consejo Nacional de Economía Naranja y la Comisión Intersectorial de Propiedad Intelectual, CIPI (Ley 1834, 2017, art. 14).



## Conclusiones

En Colombia, los avances normativos permiten que hoy se hable de industrias creativas en el contexto cultural y económico. La cultura, que un principio se entendía —más allá de las artes y las letras— como el conjunto de las características espirituales, materiales, intelectuales y afectivas propias de un grupo social, conforma ahora un área fundamental dentro del desarrollo económico del país, perteneciente a un nicho de mercado.

La economía creativa, conocida igualmente como Economía Naranja, por su parte, encierra directa o indirectamente todas las actividades que desarrollan bienes y servicios cuyo valor está determinado por la propiedad intelectual. La apuesta estratégica del gobierno nacional por el impulso y fomento de la Economía Naranja reconoce el aporte de la cultura, la innovación, la creatividad y el emprendimiento al crecimiento económico del país. Por esto, el desarrollo de la Ley Naranja llega como consecuencia de la revolución digital y los cambios experimentados en la economía mundial, y conduce a una economía del conocimiento y la información, que se fortalece en las fuentes de inteligencia, investigación y transformación digital de la sociedad.

De este modo, se comprenden las industrias creativas como base de un modelo económico, modelo que vislumbra el impacto sobre procesos productivos y de desarrollo que tendrían las expresiones artísticas, de creación y de creatividad, encauzadas a través de las industrias creativas. Estas industrias tienen un capital inagotable y desbordante en el país: la cultura, que se está transformando en una inversión rentable, que supera la concepción de gasto público y sale de la perspectiva de lo “gratis” y otras que no permiten articular la dimensión de explotación de los recursos culturales.

Cabe anotar que la Ley 1834 de 2017 se desarrolla en 14 artículos, toda vez que el artículo 15 expresa la vigencia y la derogatoria. De los anteriores, los primeros cuatro exponen los parámetros, definiciones y lineamientos para las industrias creativas y la aplicabilidad de la ley. Los restantes, del 5 al 14, establecen las estrategias para el fomento de las industrias creativas.

En el desarrollo de las estrategias, denominadas “7i”, se vislumbra la oportunidad de optimizar la formalización laboral con procesos e incentivar la generación de empleos y ganancias de calidad, las cuales garanticen la activación de la economía del país. Por otro lado, las estrategias resaltan la importancia de construir infraestructura que permita la integración e innovación cultural en un entorno apto para el emprendimiento. Otra oportunidad es la de generar armonías entre la comunidad y la industria creativa en el ámbito social y económico, promoviendo la inclusión social, la diversidad y el desarrollo humano, que permiten reivindicar y valorar el potencial de la cultura.



Así, las dinámicas económicas de las industrias creativas logran posicionar la calidad del talento nacional, el poder distintivo y la originalidad de las creaciones colombianas. Además, se puede prever cómo la normatividad genera ofertas culturales diversas y exportables. Para esto, es claro, se deben incentivar y diferenciar las necesidades de los creadores, productores culturales y demás agentes de la economía naranja, invertir en su productividad y lograr así la diversificación de la canasta de bienes y servicios culturales del país.



## Referencias

---

- Abela, J. M. (s.f). *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/02/Andreu.-analisis-de-contenido.-34-pags-pdf.pdf>
- Buitrago, F. & Duque, I. (2013). *La economía naranja: una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://books.google.com.co/books?id=I9N2DwAAQBAJ>
- González, E. (2015) El ecosistema de las industrias culturales en Colombia. *Revista UIS Humanidades*, 41(2).
- Martínez, M. (2006). La investigación cualitativa (síntesis conceptual). *Revista IIPSI*, 9(1). ISSN 1560-909X. [https://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/investigacion\\_psicologia/v09\\_n1/pdf/a09v9n1.pdf](https://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/investigacion_psicologia/v09_n1/pdf/a09v9n1.pdf)
- Ministerio de Cultura de Colombia & Equipo Central de Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello (2003). *Impacto económico de las industrias culturales en Colombia*. Bogotá: Convenio Andrés Bello, Colección Economía y Cultura, ISBN 958-698-128-2.
- Ministerio de Cultura de Colombia (2010a). *Política para el Emprendimiento y las Industrias Culturales*. Bogotá. [https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/politica-emprendimiento-industrias-culturales/Documents/13\\_politica\\_emprendimiento\\_industrias\\_culturales.pdf](https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/politica-emprendimiento-industrias-culturales/Documents/13_politica_emprendimiento_industrias_culturales.pdf)
- Ministerio de Cultura de Colombia (2010b). *Compendio de políticas públicas*. Bogotá. ISBN 978-958-9177-33-4.
- Ministerio de cultura de Colombia. ABC de la economía naranja (s.f). [https://economianaranja.gov.co/sources/files/cartilla\\_economia\\_naranja.pdf](https://economianaranja.gov.co/sources/files/cartilla_economia_naranja.pdf)
- Naciones Unidas. (2010). *Economía creativa: una opción factible de desarrollo*. UNCTAD/DITC/TAB/2010/3. ISBN 9780981661902.
- Rey, G. (s.f.). *Industrias culturales, creatividad y desarrollo*. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. Madrid. ISBN 978-84-8347-056-5.
- UNESCO. (1982). *Industria cultural: el futuro de la cultura*. México: Fondo de Cultura Económica y UNESCO.
- UNESCO. (2000). *Cultura, comercio y globalización. Preguntas y respuestas*. Bogotá, Unesco-Cerlalc. [https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultura\\_comercio\\_y\\_globalizacion.pdf](https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultura_comercio_y_globalizacion.pdf)
- UNESCO. (2005). *Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales*.

## Notas

---

<sup>1</sup> Abogado especialista en Derecho empresarial, diplomado en Conciliación extrajudicial en Derecho, diplomado en Docencia y didáctica universitaria, docente de cátedra de la Universidad de Antioquia.

<sup>2</sup> Abogada especialista en Derecho empresarial, diplomada en Conciliación extrajudicial en Derecho. Coordinadora jurídica en Cobroactivo S.A.S.