

La disruptiva economía naranja y su importancia económica en México

José Arnulfo Jaime Martínez, Jesús Hernández, Laura Gatica, Emma Rosa Cruz, Kathia Luis, Sandra Salgado, Isaac Rodríguez y Anette Xicoténcatl

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Puebla, Puebla, México

jaitinez@gmail.com, master7@live.com.mx, eralekat@gmail.com, emmarc2001@yahoo.com.mx, kathialg@gmail.com, sandraa.salgado@gmail.com, isaacfiscal@hotmail.com, anettexicotencatl@gmail.com.

Abstract— This study explores the relationship between art, culture, and the economy, focusing on the Creative Economy, which encompasses the Economy of Art, the Creative Economy, and the Cultural Economy. It highlights the economic value of art and creativity, beyond their role as pure entertainment. The research employs a qualitative approach to analyze relevant bibliographic sources, revealing that the Mexican cultural sector significantly contributes to the GDP, generating 737 billion pesos and creating 1.3 million jobs. Additionally, it explores the disruptive characteristics of the art market and its growth potential, emphasizing the economic importance of creative activities in Mexico.

Keyword— *Orange economy, authenticity of art, artistic investments, cultural heritage, economic contribution.*

Resumen—El presente estudio explora la relación entre el arte, la cultura y la economía, enfocándose en la Economía Naranja, que abarca la Economía del Arte, la Economía Creativa y la Economía Cultural. Se destaca el valor económico del arte y la creatividad, más allá de su función como mero entretenimiento. La investigación emplea un enfoque cualitativo para analizar fuentes bibliográficas, revelando que el sector cultural mexicano contribuye significativamente al PIB, generando 737 mil millones de pesos y creando 1.3 millones de empleos. Además, se exploran las características disruptivas del mercado del arte y su potencial de crecimiento, subrayando la importancia económica de las actividades creativas en México.

Palabras clave—*Economía naranja, autenticidad del arte, inversiones artísticas, patrimonio cultural, aportación económica.*

I. INTRODUCCIÓN

En el desarrollo de las sociedades y de sus épocas, el mundo del arte y la cultura es fascinante por su capacidad creativa y por el legado que va heredando. El arte sorprende las miradas, desafía la razón, conmueve el espíritu y estimula el pensamiento.

Ha sido una novedad que la economía se ocupe de analizar el impacto del arte y la cultura no solo como fuentes de entretenimiento sino también como generadoras de valor económico. El acontecimiento disruptivo es el surgimiento de la Economía del Arte, la Economía Creativa y la Economía Naranja como ramas de la ciencia económica.

La Economía del Arte tiene que ver con la producción de mercancías artísticas y de servicios con alto valor creativo. Además, se relaciona con la cultura, la cual puede considerarse como bien público.

La distribución de estas mercancías y servicios artísticos se realiza mediante la gestión de las casas de subasta, galerías, ferias de arte, museos, dealers y consultores.

A su vez, el consumo se efectúa por parte de los coleccionistas, amantes del arte y público en general.

El Mercado del Arte es el ámbito en el que se desarrolla la producción, distribución y consumo, donde las obras artísticas son mercancías con características extraordinarias y de perfección. El objetivo de esta

investigación es examinar las transformaciones significativas de la economía naranja, con el fin de destacar el valor económico del arte y la cultura.

II. METODOLOGÍA

En esta investigación se aplicó el enfoque cualitativo bajo los métodos exploratorio- descriptivo y documental. Se exponen los aspectos teóricos que sustentan y definen el fenómeno investigado, mediante la revisión de libros, revistas y artículos relacionados con el tema.

III. REVISIÓN TEÓRICA

A.-Obras de arte disruptivas

En su naturaleza propia las obras de arte son disruptivas al romper los estilos convencionales. Pablo Picasso utilizó la técnica del cubismo (1907), mientras que el arte abstracto (1910) en las pinturas de Wassily Kandinsky, un estilo en el que se abandona la expresión figurativa o realista para expresar un sentido abstracto a través de líneas y colores variados marca también una disrupción. Esta disrupción implica una creación audaz que rebasa límites, rompe con las reglas establecidas, y genera una ruptura brusca, ofreciendo soluciones innovadoras. A esto se suma el hecho de que el arte más exitoso es aquel capaz de producir atracción inmediata y asombro.

La disruptiva en la Economía del Arte refleja una situación diferente en la producción de objetos valiosos, en el comportamiento de la oferta y la demanda, así como en la fijación de precios.

En comparación con la economía clásica, la Economía del Arte presenta elementos disruptivos, ya que el arte como mercancía entra a un proceso de mercantilización más amplio que eleva su precio a niveles espectaculares.

Las variables de oferta y demanda que influyen directamente en el precio de las obras de arte, tienen que ver con el prestigio del artista, las valuaciones de los expertos, el renombre del vendedor, la exclusividad o rareza de la obra y finalmente las motivaciones subjetivas.

El precio de una pintura o escultura no solo está influenciado por su valor estético y la capacidad técnica del artista para alcanzar la perfección, sino también por el papel que desempeñan las casas de subasta, galerías y ferias de arte.

Las pinturas más vendidas suelen ser aquellas que transmiten alegría y emplean colores azules, rojos, naranjas, verdes o amarillos [11].

Por su parte, la escultura, como una de las principales expresiones de las artes plásticas, destaca por su tridimensionalidad al abarcar altura, anchura y profundidad.

B. Comercialización del arte

Los países líderes en el mercado internacional del arte son: Estados Unidos el 44%, Reino Unido 21% y China 19% [7]. Así mismo las casas Christie's y Sotheby's controlan el 98% de las subastas del mercado mundial [11].

Si bien las obras de arte tienen una importancia económica significativa para las élites con alto poder adquisitivo, donde el mundo del arte se asocia con status y exclusión, también desempeñan un papel fundamental en la cultura de la sociedad, al contribuir con un patrimonio destinado a ser preservado y transmitido.

La rentabilidad del Arte como bien tangible está relacionada con su aceptable liquidez, su bajo riesgo como activo al no depender de los ciclos de los mercados financieros, y su conexión con la riqueza personal, además de su rentabilidad sostenible. Factores que influyen en esta rentabilidad son la conservación de la obra, la reputación del artista, así como la honorabilidad y la confianza de los tenedores que comercializan la pieza.

Desde luego que una obra de alta calidad garantiza un atractivo rendimiento financiero. En la satisfacción del consumidor también hay un rendimiento emocional, estético y de estatus al poseerla. La comercialización en el Mercado del Arte significa que del precio final al artista le corresponda 50%, la comisión del galerista entre 40% y 50%, la comisión de los asesores es del 10%, las Casas de Subasta obtienen hasta 35% de comisión que se deduce del precio de martillo que es el precio de la puja ganadora de una obra en subasta [9].

El mercado del arte tiene como características propias la circulación de objetos valiosos únicos e individuales, cuya originalidad estética (calidad, creatividad y técnica del artista) destaca por su escasez y valor.

C. Aspectos relevantes sobre el arte y la economía:

“El arte es placer estético, creación de belleza, emociona, conmueve, transmite, muestra, entretiene, educa... Desafía la razón” [9].

“Ya sea por la intensa competencia o por el esfuerzo económico, hay algo irresistible en las obras difíciles de conseguir. Como el amor, estimulan el deseo” [11].

“El enfoque económico registra las preferencias individuales por el arte... el arte es lo que la gente cree que es... Un individuo obtiene utilidad del goce, es decir, del consumo, de lo que considera que es arte” [3].

“El Mercado del arte es diferente a los mercados de otros bienes y servicios principalmente porque la característica de cada pieza de arte es única e individual y esta falta de homogeneidad restringe severamente la sustitución y la equiparación entre esas piezas” [4].

IV. DESARROLLO

A. Economía del arte, cultura y la creatividad.

Analizar desde la economía al arte, la cultura y la creatividad, hace necesario tener claridad sobre los alcances del campo de estudio de estas actividades y especificar las definiciones de lo que se entiende por Economía de la Cultura, Economía del Arte, Economía Creativa y Economía Naranja

La Economía Naranja, considera el conjunto de actividades en el que las ideas se transforman en bienes y servicios culturales en cuyo valor se reconoce su propiedad intelectual. En su concepto amplio suma la Economía Cultural, la Economía del Arte y la Economía Creativa. El color naranja asocia la cultura, la creatividad e identidad [2].

Teniendo como referencia los estudios del BID [2] y la CEPAL [6], se presenta el desglose del campo de estudio que abarca la economía en relación con la cultura y las industrias creativas:

Las Artes visuales incluyen la pintura, escultura, fotografía, moda de alta costura.

Las Artes escénicas son aquellas referentes al teatro, danza, ópera, circos, conciertos, pasarelas de moda, entre otros.

El ámbito de la Economía de la Cultura es amplio, amplio, dado que incluye el patrimonio cultural, las artes visuales, escénicas, industrias creativas y el financiamiento público a través de políticas culturales gubernamentales [1].

Este campo reconoce la importancia del capital cultural en sus formas tangibles como sitios arqueológicos, edificios históricos, museos, pintura y escultura, así como en sus formas intangibles que incluyen tradiciones y valores culturales, literatura, música, danza y teatro.

La Economía del Arte se enfoca en el valor de las artes visuales, en particular la pintura y la escultura como activos valiosos por su originalidad y creatividad.

Se pone especial énfasis en la producción, distribución y consumo de estas obras que en el mercado del arte se convierten en activos de alta oferta y demanda por su valor estético y monetario. Pintura y escultura son piezas de gran aprecio en las artes visuales, logrando una notable liquidez y rentabilidad económica.

La Economía Creativa, tiene que ver con las actividades de producción, comercio, consumo y difusión basadas en el conocimiento, es decir, industrias que integran creatividad, tecnología y propiedad intelectual. Específicamente, considera los bienes y servicios relacionados con las artes visuales y audiovisuales, multimedia, diseño y el ámbito editorial [10].

Uno de sus principales propósitos consiste en impulsar un comercio inclusivo y desarrollar políticas públicas con un enfoque integral que coordine las acciones del sector público, privado, sociedad civil y sectores sin fines de lucro.

El Patrimonio cultural se refiere a los museos, galerías, artesanías, gastronomía, cine, música, bibliotecas, archivos, arquitectura, monumentos, sitios arqueológicos, festivales, carnavales, contenidos editoriales, audiovisuales y fonográficos.

Por su parte, el Diseño abarca diversas disciplinas como la joyería, la moda, el diseño de interiores, las artes gráficas y la ilustración.

En cuanto al Software de contenidos, podemos hablar de videojuegos, contenidos audiovisuales, contenidos digitales, publicidad, diseño de producto, diseño de empaque, y marketing.

En sentido amplio, la Economía Naranja abarca las siguientes actividades: artes visuales, artes escénicas, patrimonio cultural y patrimonio editorial (Economía Cultural); pintura, escultura, artes decorativas, antigüedades, arte en papel (Economía del Arte); así como el diseño, software de video y audio, contenido digital y publicidad (Economía Creativa).

B. Importancia económica del sector cultural mexicano

En el caso de México, el sector cultural que incluye diversas ramas y manifestaciones del arte, tuvo una importante participación económica durante 2021, ya que contribuyó con el 3% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional, equivalente a una riqueza generada de 737 mil millones de pesos, además de generar un millón trescientos mil empleos en el país [5]. Aunado a ello, como podemos apreciar en la Figura 1, se ha determinado que los sectores culturales que más contribuyen a esa riqueza son los Medios Audiovisuales con el 35% de aportación, las Artesanías con el 20.8%, además de la Producción Cultural de los Hogares con trabajo cultural voluntario y de comercio en la vía pública con el 20.6% de aportación y las actividades de Diseño y Servicios Creativos con el 8.5% de aportación. El resto de las actividades que muestra la Figura 1, aunque tienen una menor aportación en la riqueza generada por los sectores artísticos y culturales, no dejan de ser relevantes en la derrama económica que generan en el país.



Fig. 1. Distribución del PIB del sector de la cultura según clasificación funcional 2021 [5].

A su vez, en la Figura 2 vemos que los sectores culturales mexicanos que más empleo nacional generan son, las Artesanías con el 37.7% de los puestos de trabajo del total generado por el sector Artístico y Cultural, la Producción Cultural de los Hogares con trabajo cultural voluntario y de comercio en la vía pública general el 17.7%, los Medios Audiovisuales 13.4%, así como las actividades de Diseño y Servicios Creativos con el 10.5% de puestos de trabajos generados. El resto de los sectores culturales que muestra la Figura 2 coadyuvan a una importante generación de empleos, mostrando su capacidad productiva y retributiva en el desempeño de estas actividades artísticas y culturales que general bienes y servicios valiosos para la sociedad



Fig. 2. Puestos de trabajo en el sector de la cultura según clasificación funcional 2021[5]

El mercado del arte mexicano, particularmente en lo referente a la pintura de artistas nacionales como activo valioso, presenta un rezago significativo en comparación con Estados Unidos y Europa. Se considera que su despegue formal comenzó en la década de 1990, con la pintura destacándose como la principal forma de comercialización dentro de las artes visuales.

Para entender el comportamiento del mercado del arte mexicano, se ha realizado un análisis a partir de un índice de precios considerando las obras de 29 pintores mexicanos entre 1989 y 2001. encontrando que dichas obras ofrecen un rendimiento similar al de los CETES, sin mencionar que la inversión en arte presenta menos riesgo que la bolsa de valores y su depreciación es inferior a la del oro [4].

Debido a su calidad única, las obras de arte pueden superar el valor promedio y alcanzar un valor exponencial. Tal es el caso de las obras de pintores mexicanos consagrados como Frida Kahlo, Francisco Toledo, Rufino Tamayo, Diego Rivera, Rafael Coronel, Ángel Zárraga, Carlos Mérida, José Luis Cuevas, Roberto Montenegro, Juan Soriano, entre otros.

V. CONCLUSIÓN

Si bien el arte es disruptivo al romper estilos y técnicas convencionales, a la vez que esboza y moldea nuevos tiempos, la economía ha trazado también un momento audaz e innovador para valorar la riqueza económica y de mercado generada por el arte, la creatividad y la cultura.

Así como el arte, la cultura y las actividades creativas son un mundo fascinante, también lo es su estudio desde la economía, que enriquece y valora la significativa contribución de estas actividades a la generación de riqueza del país.

REFERENCIAS

- [1] Arriaga Navarrete, R. y González Pérez C. R. (2016). Efectos Económicos del Sector Cultural en México. *Revista Análisis Económico*, 31(77) pagina 28, UAM Iztapalapa.
- [2] Buitrago, F. y Duque I. (2013). *La Economía Naranja*. Banco Interamericano de Desarrollo y Editorial Aguilar.
- [3] Frey, B. (2000). *La Economía del Arte*. Editorial La Caixa.
- [4] Galán de la Barrera, A., Galván Haro, K., Lozano, L.-M., Sánchez, O., & Gómez Maqueo, E. (2002). *Hablando en plata: El arte como inversión*. Editorial Océano.
- [5] INEGI (2022, 17 de noviembre). *Comunicado de Prensa No. 661/22*, Consultado el 14 de Agosto del 2024, en: <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/CSC/CSC2021.docx>
- [6] CEPAL. (2019). *La Economía Naranja: Qué es y Cómo Contribuye al Desarrollo Económico y Social*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Consultado el 20 de Agosto del 2024, en: [https://publications.iadb.org/es/publicacion/17293/politicas-publicas-para-la-creatividad-y-la-innovacion-impulsando-la-economia#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20naranja%20\(o%20creativa,Estado%20presentes%20en%20estas%20actividades](https://publications.iadb.org/es/publicacion/17293/politicas-publicas-para-la-creatividad-y-la-innovacion-impulsando-la-economia#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20naranja%20(o%20creativa,Estado%20presentes%20en%20estas%20actividades).
- [7] Ortiz Arellano, E. (2019). *Negocio global: El mercado internacional del arte* [Ponencia]. XXIV Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática, ANFECA.

- [8] Ortiz Arellano, E. (2021). *Geografía del Mercado Internacional de Obras de Arte: Las Casas de Subasta como Empresas Globales* [Ponencia] XXV Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática, ANFECA.
- [9] Reviriego, C. (2015). *El Laberinto del Arte*. Editorial Paidós.
- [10] Rodríguez Oliva, L. I. (2023), *Economía Creativa, Cultura como Bien Público y Desarrollo Sostenible*. UNESCO y Ministerio de Cultura de la República de Panamá.
- [11] Thornton, S. (2009). *Siete Días en el Mundo del Arte*. Editorial Edhasa.