



# TO BE OR NOT TO BE

DISTRITOS  
CREATIVOS Y CULTURALES

Conexiones  
Creativas

Accede al **contenido exclusivo**  
para los miembros de la Plataforma de  
Distritos Creativos y Culturales América-Europa.

[https://cccreativas.com/  
portfolio/plataforma-  
distritos-creativos/](https://cccreativas.com/portfolio/plataforma-distritos-creativos/)



**TO BE OR NOT TO BE**  
Distritos Creativos y Culturales  
América - Europa  
Volumen 1

Estos textos son el resultado de la edición de las conferencias y presentaciones del I Encuentro de Distritos Creativos y Culturales América-Europa (2020) liderado por Conexiones Creativas.

**Dirección:** Conexiones Creativas

**Edición:** Angélica Hernández

**Diseño:** Evelin Guevara

**Agradecimientos:** a los autores, sin cuyas valiosas aportaciones esta publicación no hubiese sido posible y al equipo de Conexiones Creativas.

© de los textos, sus autores

Las opiniones y contenidos expresados por los autores no representan necesariamente la posición de la CORPORACIÓN CCCREATIVAS y, en consecuencia, no se hace responsable de ellas.

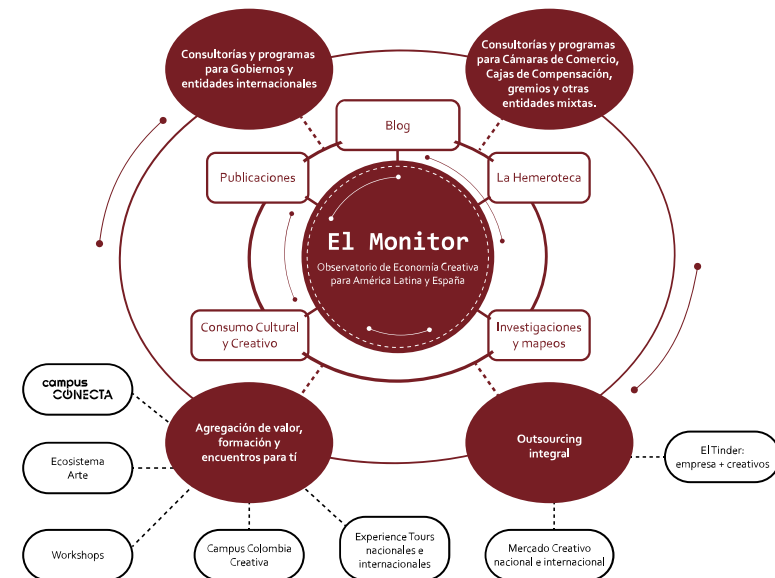
## Conexiones Creativas

Conexiones Creativas abre su agenda de trabajo en 2013 con Campus Colombias, el primer campamento de industrias creativas y culturales que se hizo en Colombo reuniendo a más de 1400 creadores y emprendedores durante 3 días y gestando 91 proyectos. Ese inolvidable nacimiento estuvo acompañado por Ferran Adrià, Toto la Momposina, Mercedes Salazar, Simón Vélez, César López y otras muchas potentes voces.

De ese día a hoy, acumula una valiosa experiencia con el sector privado y el público; tanto en Colombia, Europa y Estados Unidos.

Somos un equipo de profesionales con experiencias potentes, con la capacidad de asegurar que los proyectos tengan el impacto y la calidad que desean nuestros aliados y clientes gracias a la combinación de un excelente nivel en los contenidos, una potente red, una valiosa relación en estos años con la prensa nacional y a una dinámica propia (web, redes sociales, free-press, whatsapp business, sistema de mailing con 15 mil contactos y muchas más herramientas).

Nuestros frentes de trabajo son:



Conexiones Creativas en su calidad de Think & Do Tank en Economía Creativa en Iberoamérica ha liderado proyectos como los siguientes:

- Actividades de la mano de Interarts Europa.
- Cámara de Comercio de Cali y Comisión Regional de Competitividad: diseño y ejecución en 2016 del lanzamiento del programa Cali y Valle Creativo.
- Cámara de Comercio de Barranquilla: programa de formación para 80 empresarios del Cluster de Turismo de Eventos de Negocios e incubación para 10 de ellos, 2020.
- Encuentro Distritos Creativos América-Europa 2020 con 200 líderes. Ya estamos preparando la versión 2021.
- Programa de incubación en 2021 para 20 empresas el sector creativo y cultural de Antioquia (Comfama, EIPauer).
- Dos proyectos especiales de formación para el emprendimiento cultural ejecutados para el IDARTES (Bogotá), uno de los cuales

estuvo basado en la metodología Pentagrowth y que sirvió para el lanzamiento del Festival Bogotá Creativa en octubre, 2017; y el otro sobre estrategias digitales integrales para creadores bajo el título DE LOS LIKES A LOS NEGOCIOS.

- Bogotá un ecosistema para crear y crecer, desarrollado para la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte de Bogotá, programa integral en pro del Ecosistema Creativo y Cultural incubando a más de 400 emprendedores entre mayo y noviembre de 2019. En 2020 benefició a más de 1000 creadores; y la versión 2021 avanza con paso firme.
- Publicación anual sobre los ecosistemas creativos y su impacto en los territorios, apoyada por el Ministerio de Cultura en 2019, 2020 y 2021.
- Consultoría con la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia los años 2019-2020 en el diseño y ejecución de la Estrategia y Narrativa del cuatrienio 2020-2024 en materia de economía creativa en la Región.

- Diseño y ejecución de programas de formación para el emprendimiento cultural para la Fundación Social en Cartagena y Medellín, para Interactuar, para la Fundación Sura, la Universidad Industrial de Santander, Comfama, Comfenalco Antioquia, entre otras instituciones.
- Múltiples Workshops nacionales e internacionales diseñados y comercializados.
- 5 ediciones anuales de Ecosistema Arte, único encuentro profesional de las artes visuales y plásticas en Iberoamérica. Ya estamos preparando la 6ta edición para este 2021.
- Becarios del programa de iNNmersión internacional en Londres con la Aceleradora School for Creative Startups (2016) apoyada por INNpulsá.
- Beca de transferencia de conocimiento con y desde entidades europeas (Francia, Holanda y Bélgica) en torno a los mapeos y cartografías de los ecosistemas creativos y culturales (2020).
- Becarios del programa de Líderes de la Economía Naranja de Colombia financiada por la Secretaría de Estado de EEUU.
- Desde nuestra línea de negocios llamada El Monitor adelantamos investigaciones, mapeos y monitoreos a la medida; además de un trabajo de pedagogía en pro del Ecosistema desde La Hemeroteca, las publicaciones, el blog, etc.
- Y diseñamos, lanzamos y comercializamos potentes Experience Tours nacionales e internacionales para empresarios y gestores entre 2018 y 2019 (Medellín, Cartagena, Miami y Barcelona) y en 2021 ya tuvimos uno con empresarios en una isla del Caribe y en diciembre volveremos a Miami en el marco de Art Basel y todas las ferias de arte y diseño.

Adicional a esto prestamos servicios de consultoría directamente a las empresas del ecosistema creativo y cultural:

# Conexiones Creativas

El aliado de tu empresa u organización en

**ESTRATEGIA, MARCAS,  
DISEÑO DE EXPERIENCIAS Y NUEVAS  
OPORTUNIDADES DE NEGOCIO**

5 años acompañando a más de 10.000 empresas, creadores y organizaciones de Iberoamérica son nuestra mejor carta de presentación.

## Tenemos para tu Organización:

Programas de formación a la medida.  
Consultorías a profundidad con metas pactadas.  
Experience & Transformation Tour.

**MÁS DE 70  
EXPERTOS  
MUNDIALES  
A TU ALCANCE**

## Los temas en los que somos realmente buenos:

- 4 Estrategia y macro tendencias.
- 5 Nuevas oportunidades de negocio.
- 6 Palancas de Crecimiento Exponencial.
- 4 Personalidad de Marca.
- 5 Estrategia Comunicacional.
- 6 Diseño de Experiencias Omnicanales.

Hemos trabajado con organizaciones como Corferias Caribe, Expreso Brasilia, Mundo Único, Cámara de Comercio de Barranquilla, Munditur, Huevos & Escobas, Castañer, Enjoy Fit, Festival Loop, Hoteles Movich, Fundación Sura, Créame o Comfama.

¿Cuándo nos tomamos un café y hablamos de tus retos?

## También hemos trabajado con ellos:



Estamos listos a construir contigo:

proyectos@cccactivas.com | +57 3043889693  
@CCCreativas www.cccactivas.com



# PLATAFORMA DE DISTRITOS CULTURALES Y CREATIVOS

Platform for Cultural  
& Creative Districts

AMÉRICA - EUROPA

## LA PLATAFORMA incluye:

- Encuentro anual
- Misiones a Distritos
- Intercambios y gestión de proyectos entre los miembros.
- Encuentros trimestrales abordando los temas que inquietan a los miembros: gobernanza, sostenibilidad, urbanismo, financiación, homogeneización, gentrificación, integración social, ecosistema creativo y cultural, etc.
- Publicaciones y contenidos exclusivos para miembros.

# INDICE



■ <b>DISTRITOS CREATIVOS DE AMÉRICA Y EUROPA, SER O NO SER... TO BE OR NOT TO BE</b> .....	14
Por: Conexiones Creativas.	
■ <b>1. LOS DCC NO SON NOVEDAD, PERO ESTÁN EN AUJE</b> .....	17
Por: Odile Soulard. Investigadora Líder de L'Institut Paris-Region.	
■ <b>2. EL BRONX DE BOGOTÁ ES UN DISTRITO CULTURAL</b> .....	21
Por: Mauricio Agudelo. Asesor de Despacho de la Secretaría de Cultura de Bogotá y Líder del Equipo de Economía Creativa. Adriana Padilla. Ex Directora de la Fundación Gilberto Alzate Avendaño - FUGA y actual Viceministra de Cultura.	
■ <b>3. UN LLAMADO A LA REGENERACIÓN HURMANA Y EL DISEÑO HURMANO</b> .....	25
Por: José Francisco García. Development Manager de City Lab - Instituto Europeo de Diseño (IED).	
■ <b>4. LA IMPROBABLE HISTORIA DE UNA CIUDAD PEQUEÑA</b> .....	29
Por: José Feuerstein. Director Fundación Plades, Frutillar Ciudad Creativa.	
■ <b>5. TORONTO: TRES EXPERIENCIAS, DIVERSIDAD CULTURAL Y RACIAL</b> .....	33
Por: Sally Han. Manager of Cultural Partnerships for Toronto's Economic Development and Culture Division.	
■ <b>6. FOLLOW THE BARRIO, EL MENSAJE DE POBLENOU A BARCELONA</b> .....	37
Por: Claudia Costa. Directora Creativa y co-fundadora de la Asociación Poblenou Urban District.	

■ <b>7. NO ES NED FLANDERS, ES FLANDERS DC</b> .....	41
Por: Pascal Cools. Managing Director Flanders District of Creativity.	
■ <b>8. SAN IGNACIO, UN TERRITORIO HISTÓRICO CON VOCACIÓN PATRIMONIAL, CULTURAL Y EDUCATIVA</b> .....	45
Por: Hernando Gómez. Director del proyecto San Ignacio Distrito Cultural Patrimonial y Educativo. Sergio Restrepo. Director del Claustro Comfama.	
■ <b>9. LA CONFLUENCE, UN FESTIVAL, ¿UN DISTRITO CREATIVO?</b> .....	49
Por: Hyacinthe Pavlide. Senior advisor del CEO de ArtyFarty.	
■ <b>10. TALENTO + ESPACIO + RESILIENCIA = VALPARAÍSO CREATIVO</b> .....	53
Por: Mauricio Cifuentes. Director Valparaíso Creativo.	
■ <b>11. ¿CÓMO ES VIVIR EN LA CIUDAD DEL MAÑANA? LA RESPUESTA, LE HALLETROPISME</b> .....	57
Por: Jeanne Chevalier. Le Halle Tropisme.	
■ <b>12. LA CREATIVIDAD TAMBIÉN ES DEL INTERÉS DE LA EMPRESA PRIVADA</b> .....	61
Por: Jorge Piqué. Distrito C Porto Alegre.	
■ <b>13. UN DISTRITO CREATIVO EMPIEZA POR CONSOLIDAR EL ECOSISTEMA EN EL TERRITORIO</b> .....	65
Por: Ana Maya. Líder del ecosistema creativo y cultural de Comfama Erika Jaramillo. Directora de la Corporación Perpetuo Socorro.	



## DISTRITOS CREATIVOS DE AMÉRICA Y EUROPA, SER O NO SER... TO BE OR NOT TO BE

Por: Conexiones Creativas

*"La producción de diferencia de la naturaleza, el mestizaje, es indispensable para la evolución", Brigitte Baptiste, ecóloga y Rectora de la EAN.*

La sexta edición del encuentro Ecosistema Arte 2020, Distritos Creativos de América y Europa, ser o no ser, dejó profundas reflexiones entre los participantes, propició el intercambio de aprendizajes y contribuyó a integrar una red profesional; la cual enriquecerá el diseño, la gestión e implementación estratégica de los distritos creativos en ambos lados del Atlántico.

Es importante decir que tras reunir a más de mil líderes en las versiones anteriores, este encuentro ha sido el primero en versión 100% digital a raíz de la pandemia. Ésta ha afectado considerablemente al ecosistema cultural y creativo, y fruto del seguimiento y monitoreo que día a día hacemos, se escogió el enfoque de los Distritos Creativos debido al profundo impacto que tienen en diferentes áreas como:

- Las estrategias de planeación territorial.
- El diseño de políticas públicas.
- La formación de audiencias.
- El aceleramiento de los ecosistemas creativos.
- Las dinámicas urbanas.
- El consumo cultural.

El encuentro se ha enmarcado dentro una hipótesis planteada desde la misma organización del encuentro, que aviva la discusión y debate internacional en torno a una visión ecosistémica del universo de la creatividad y la cultural: no existe un distrito creativo sin un ecosistema cultural y creativo; si no, se trata solo de un gran esfuerzo inmobiliario.

Este enfoque se basa en que un ecosistema cultural y creativo reconoce la relación con un territorio, con la cantidad y variedad de especies/agentes presentes aportando valores agregados como la innovación, el conocimiento y la cultura.

En ese contexto teórico y práctico del quehacer de Conexiones Creativas, ha encontrado pares internacionales con quienes ha enriquecido la conversación y trabajado compartiendo reflexiones, modelos y proyectos. Por ejemplo, uno de estos es L'institut Paris-Region, que reconoce un ecosistema cultural y creativo que tiene en su corazón a los creadores y a las empresas de las industrias creativas-culturales pero, que a su vez, reconoce el rol de la oferta cultural, de las prácticas culturales propias asentadas y del consumo de productos culturales y creativos (con un rol fundamental del ciudadano); pues si no existe el ecosistema se cae por su peso la idea de un distrito cultural y creativo (DCC). L'institut Paris-Region también reconoce la conexión con otros sectores afines como el turismo o la educación; así como con los actores públicos, con el mecenazgo y con la participación de la empresa privada.

Algunos elementos comunes entre los ecosistemas, así como entre los diferentes casos que se reunieron como referencia para esta sexta edición de este encuentro profesional, son: la corresponsabilidad, como el caso Poblenu DC, porque un ecosistema es una comunidad de actores en interacción; la comprensión de que las relaciones e interconexiones son determinantes para el desarrollo y crecimiento sostenible de los DCC, como bien lo evidencia la intervención de Carabanchel Creativa; y por último, el fortalecimiento y sostenibilidad para que las dinámicas

sean saludables y generen bienestar económico, cohesión social y desarrollo territorial, de lo cual Frutillar Creativa -desde Chile- es un gran ejemplo.

Entonces, si no existe un ecosistema cultural y creativo o si existe la duda de si está lo suficientemente fuerte para poder hablar de distritos creativos, ¿cómo consolidarlo? En la intervención de Conexiones Creativas al respecto del tema que convoca el encuentro se ahonda en la propuesta del autor chileno Leonardo Maldonado, que habla de 6 palancas de activación de las que rescatamos la última, tal vez, por ser también un elemento recurrente durante los tres días de discusión y debate: la polinización cruzada, entendida como el mestizaje de la que son ejemplo ciudades como Helsinki o como Toronto para quienes la incidencia de otros universos es muy importante en el enriquecimiento del ecosistema, al motivar alianzas, co-creaciones y proyectos; en los que por supuesto también hay muchos retos.

Finalmente, Conexiones Creativas deja a manera de insinuación, una síntesis con cinco grandes pilares de cómo se consolida un ecosistema cultural y creativo, que queda disponible como herramienta de trabajo para distintos proyectos, que incluyen desde plataformas de observancia e información, hasta un mercado creativo y cultural que favorece la libertad creativa y que conecta al ecosistema con otros universos.



“  
LOS DISTRITOS CULTURALES  
SON UN INGREDIENTE PARA LA  
REVITALIZACIÓN TERRITORIAL, PARA  
AUMENTAR SU ATRACTIVO. SU  
LADO NEGATIVO ES LA GENTRIFICACIÓN  
DE LOS BARRIOS QUE LOS ACOGEN.  
”

Odile Soulard

Conexiones  
Creativas



● **LOS DCC NO SON NOVEDAD,  
PERO ESTÁN EN AUGE**

ODILE SOULARD | París, Francia

Investigadora Líder de *L'Institut Paris-Region*

La quinta versión del encuentro profesional Ecosistema Arte, Distritos Creativos de América y Europa 'to be or not to be', inició con una mirada global y panorámica de lo que son hoy los Distritos Culturales y Creativos (DCC). Guiada por Odile Soulard, esta conversación no solo partió de una caracterización común de los DCC, sino que puso sobre la mesa elementos comunes a las intervenciones que siguieron a lo largo del encuentro. Además, fijó un punto de vista crítico que dejó en evidencia la necesidad de conversar sobre este tema: "los distritos culturales y creativos no son

un fenómeno nuevo (...) pero están en auge porque los poderes públicos ven en ellos una forma de recuperar el territorio, de generar atraktividad y de crear en identidad", dice Soulard, partiendo del hecho de que la cultura es el principal componente cohesionador de estos procesos en la sociedad y que impacta en la educación, salud y seguridad de las personas y las comunidades. Esto particularmente conecta con el debate y la reflexión que planteó Conexiones Creativas a propósito de la temática del encuentro, puesto que ese carácter transformador de los distritos mediado

por la política, puede dejar ver vacíos y retos mucho más complejos desde el manejo y la operación de los distritos como territorios, a falta de la presencia vital de un ecosistema creativo y cultural que soporte esta estructura.

Desde *L'Institut Paris Region*, agencia de planificación urbana en la capital francesa, que aborda cuestiones del desarrollo regional con una mirada 360°, se han desarrollado cuatro investigaciones relacionadas con los distritos culturales y creativos, en las que se caracteriza el comportamiento de los mismos en la región de Ile-de-France, de Francia en general y de casos en distintas ciudades del mundo, además de identificar buenas prácticas y elementos comunes, fundamentales para el desarrollo de los DCC que Soulard compartió y que van desde: los activos locales pre-existentes en el contexto cultural local, las condiciones de accesibilidad, la programación de agenda y oferta cultural, el rol del sector inmobiliario en la construcción o adecuación de espacios de vivienda y trabajo, la revitalización de los territorios, la red dinámica de conexión del distrito hacia afuera, la gobernanza y financiamiento; elementos intrínsecamente ligados a las dinámicas de un ecosistema cultural y creativo.

Tomando como referente distintos DCC en el mundo, desde el Quartier des Spectacles en Quebec, pasando por el Quartier de la Création y el Quartier des Olivettes en Nantes, Saint Etienne en Francia, LX Factory en Lisboa hasta el

West Bank de Londres, la experta explicó los 5 modelos de gestión o gobernanza identificados al momento; resaltando este elemento como el aquel que da vida a los distritos creativos y permite su desarrollo. En estos territorios confluyen intereses divergentes y la gobernanza es la manera de organizarse para encontrar lugares comunes, además de que es un aspecto que evoluciona con el ciclo de vida de los distritos; característica que sin duda alguna genera nuevas perspectivas y puntos de vista sobre la elección del "modelo adecuado" y puede ayudar a que las distintas experiencias de distritos creativos en el mundo sean menos rígidas y estén más abiertas a considerar aspectos como el ADN y contexto de las áreas en las que se erigen como la clave para pensar su modelo de gestión ideal.

Soulard también puso sobre la mesa algunos riesgos comunes que las investigaciones de *L'Institut Paris Region* han identificado entre los DCC del mundo, no solo como señal de alerta a los proyectos de distritos que estén en proceso actualmente, sino también como reflexión para los ya consolidados sobre aspectos para los que es posible buscar estrategias y oportunidades de mejora, entre ellos: la homogenización, la financiación, especialmente si viene del sector público y la gentrificación, así como la participación del sector inmobiliario, la inclusión de la comunidad, de los creadores y de cada actor del ecosistema; punto que ejemplificó con el caso West Bank dentro del circuito de distritos creativos de Londres.

La charla de Soulard finalizó afirmando que, a pesar de los riesgos, los Distritos Culturales y Creativos son un gran atractivo para los territorios en términos de *storytelling* e identidad para las ciudades, de revitalización urbana y reintegración social, así como una herramienta para recuperar zonas periféricas; pero sobre todo considera la posibilidad de extender el ecosistema cultural y creativo y su oferta a toda la ciudad, favoreciendo la descentralización que activa económicamente distintos puntos de las metrópolis, generando más y mejores dinámicas para las mismas.

**Disfruta o revive su conferencia con el acceso exclusivo para los miembros de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa. Si aún no eres miembro aquí puedes saber más:**

<https://cccreativas.com/portfolio/plataforma-distritos-creativos/>





**EL BRONX, UN ESPACIO QUE SUFRÍA DIFICULTADES SOCIALES Y TERRITORIALES, FUE TRANSFORMADO. SE RESCATARON 1.600 PERSONAS Y SE DESMOVILIZARON ESTRUCTURAS CRIMINALES, SIN VÍCTIMAS. HOY SE CONSTRUYE ESTE PROYECTO, EL CUAL HALIDERADO 60 EVENTOS Y HA CONVOCADO A 27 MIL PERSONAS.**



**Conexiones  
Creativas**



**02**

### ● **EL BRONX DE BOGOTÁ ES UN DISTRITO CULTURAL**

**MAURICIO AGUDELO | Bogotá, Colombia**

Asesor de Despacho de la Secretaría de Cultura de Bogotá y Líder del Equipo de Economía Creativa.

**ADRIANA PADILLA | Bogotá, Colombia**

Ex Directora de la Fundación Gilberto Alzate Avendaño - FUGA y actual Viceministra de Cultura

Una de las ciudades más grandes de América Latina, pues congrega alrededor de 7 millones de habitantes en 20 localidades, es la protagonista de la segunda conferencia en el primer día de la quinta edición de Ecosistema Arte que acoge al primer encuentro de Distritos Creativos de América y Europa. Bogotá no solo fue relevante para el encuentro por ser la capital de Colombia, sino porque desde el 2018 la Secretaría de

Cultura ha venido trabajando en el desarrollo y consolidación de un ecosistema cultural y creativo más potente, conectado y además rentable, en vista de que actualmente la ciudad concentra el 61% del sector creativo, que aporta el 5,2% al PIB nacional y que en 2019 generó más de US \$3,8 billones; cinco millones más comparado con el sector de la construcción.

La metrópoli, usualmente comparada con iconos mundiales en distintas industrias, también tiene al Bronx; un territorio denominado así por su pasado gris, hoy en proceso de recuperación y transformación hacia el distrito cultural más relevante de casco urbano y de naturaleza implantada, que pretende conectar a los otros 11 distritos creativos que se han desarrollado de manera espontánea a lo largo del territorio, con la Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa desde una visión más ecosistémica.

El desarrollo de esta política pública no solo es la hoja de ruta de lo que hoy hace la ciudad para el ecosistema cultural y creativo, sino que es el fundamento teórico del hoy llamado Bronx DC. En una primera instancia Bogotá trabajó en la recolección y procesamiento de data del ecosistema, ejercicio que otros países hacen a nivel nacional y para conocer desde lo tangible el estado actual del ecosistema. Por otro lado, recopiló las necesidades de los actores y los factores comunes entre los modelos de gestión más eficientes y sostenibles de experiencias foráneas en materia de distritos creativos. Como resultado, la administración pública consideró elementos comunes de esos referentes para activarlos dentro de su política pública para el ecosistema cultural y creativo, entre ellos: incentivos tributarios, renovación urbanística de los espacios, concesiones y flexibilización del uso del suelo para facilitar las actividades.

Como muchos otros, Bronx DC está situado en un territorio recuperado por la Alcaldía Mayor de la ciudad, que tiene un pasado de violencia y deterioro social, cuenta con bienes de interés patrimonial, como la antigua facultad de medicina de la Universidad Nacional convertida luego en equipamiento militar, que tuvo que enfrentar un proceso de intervención social dejando un espacio más de 14 hectáreas de renovación urbana, 29 mil metros cuadrados construibles, 12 mil metros cuadrados de áreas útiles para la producción económica cultural y creativa, y más de 6 mil metros cuadrados de nuevo espacio público, además de cercanía al transporte público y opciones de conectarlo con dos distritos ubicados en el centro de la ciudad. Actualmente el territorio es gestionado por la Fundación Gilberto Alzate Avendaño -FUGA, entidad pública con más de 50 años de vocación artística y cultural, que articula la participación de distintos organismos estatales para el desarrollo y puesta en marcha de este distrito y desde donde se han gestionado las actividades para lograr el desarrollo del proyecto.

El caso de Bogotá es de especial interés para la conversación, no solo por la naturaleza de este nuevo distrito creativo, Bronx DC, promovido por el sector público pero para el que se está construyendo un modelo de gestión y financiación público-privada y en el que se están involucrando distintas agencias del estado, sino porque desde

su concepción se ha tratado de hacer partícipe a la ciudadanía (no sólo a quienes habitan los barrios aledaños) y al ecosistema en general con el objetivo de ir repoblando el territorio para la recuperación del área, así como acompañarlo de un proceso comunicacional necesario para que la ciudad lo valide y lo sienta como propio.

Es un caso que, a diferencia de otros, parte de un terreno en parte listo y abonado por el ecosistema creativo que vive en Bogotá y que se ha desarrollado con el trabajo de los propios creadores, de las organizaciones no gubernamentales y de los apoyos públicos, y que se consolida por iniciativa del gobierno local como parte de su estrategia de ciudad; lo cual podría garantizar de alguna manera el éxito del nuevo distrito cultural y creativo de la ciudad, que además está rodeado de una “vibra” de cooperación.

**Disfruta o revive su conferencia con el acceso exclusivo para los miembros de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa. Si aún no eres miembro aquí puedes saber más:**

<https://cccactivas.com/portfolio/plataforma-distritos-creativos/>



“

**LO INTANGIBLE ES TAN  
IMPORTANTE COMO LO FÍSICO.**

José Francisco García

”

**Conexiones  
Creativas**



03

## ● UN LLAMADO A LA REGENERACIÓN HURMANA Y EL DISEÑO HURMANO

JOSÉ FRANCISCO GARCÍA | Madrid, España

Development Manager de City Lab - Instituto Europeo de Diseño (IED)

“Principios básicos, Clarice”, decía Hannibal Lecter, reconocido personaje de ficción creado por el novelista Thomas Harris. Inspirado en el personaje y con una lista de principios básicos, José Francisco García compartió los conceptos y afirmaciones que son el centro de los proyectos creativos y de transformación urbana que dirige el City Lab del Instituto Europeo de Diseño desde Madrid. Muchos de estos conceptos con los que inició el recorrido por dos barrios icónicos de la ciudad en materia de creatividad, son comunes al desarrollo de los distritos

culturales y creativos que confluyeron en Ecosistema Arte, primer encuentro América-Europa de Distritos Creativos; la diferencia está en que estos principios fueron fundamentales para que, desde el City Lab, se definiera una metodología que está siendo aplicada actualmente en el Carabanchel Creativa, centrada en las personas y que les ha permitido tener una mejor gestión y resultados de los proyectos que luego -como expresa él mismo- resultan en la conformación de distritos culturales y creativos.

Estos puntos en común avivan el fuego de la conversación sobre los distritos culturales y creativos en América y Europa, algunos de ellos son: la necesidad de proyectar una **rentabilidad**, considerar los **barrios** como motores de desarrollo equilibrado de las ciudades, entender que el **tejido creativo** es una herramienta de transformación urbana y de participación ciudadana; lo cual conduce a una de las principales conclusiones de esta conferencia: no puede haber renovación y regeneración urbana, sin renovación y regeneración humana.

Un componente adicional fundamental, es la necesidad de integrar el uso de **nuevas tecnologías**, como la realidad virtual, para efectos de precisión y rapidez en procesos y resultados. Desde esta perspectiva, José Fran aporta a la reflexión su convicción de que no es necesario enfrentar conceptos, filosofías y metodologías en el desarrollo de proyectos creativos o de territorios como los distritos culturales, dice: “no hay tal cosa como lo económico vs. lo social o lo público vs. privado o global vs. local, la invitación es a tener la capacidad de articular proyectos equilibrados con lo mejor de cada pensamiento o modelo”.

El caso Paisaje Madrid, financiado desde lo público y en el que se aplicaron mejoras en el paisaje urbano para generar cohesión social en un barrio periférico, llevó al City Lab a crear una metodología de intervención en la ciudad que denominan ACORA:

**Activación** de procesos + **Conexión** de personas + **Aplicación de los resultados** para las comunidades/habitantes que participan en el proyecto. Es bajo este modelo, producto de la experiencia, que se trabaja actualmente Carabanchel Creativa, un barrio también descentralizado, en el que se ha llevado a cabo un proceso más profesional y cuidado desde la participación ciudadana, la articulación de los artistas y de la vida económica del territorio para revitalizarlo a partir de la memoria y de una dinámica económica, que lo ha convertido en un distrito cultural y creativo, que tiene un componente adicional y revolucionario -de cierta manera-: dice el experto, que es una experiencia de la que se puede hablar de **gentrificación positiva**, como resultado de la caracterización detallada de las distintas actividades económicas y comercios que, en lugar de abandonar el territorio, han evolucionado a la par del distrito para atender las necesidades de los nuevos habitantes.

Otra reflexión interesante de la intervención de José Fran, que también alude a la cultura pop, es que los gobiernos locales y las entidades -casi siempre estatales- a veces dificultan lo simple, así como muchas veces otorgan nombres rimbombantes a las cosas para generar visibilidad, que no siempre es bien entendida por la comunidad que habita los territorios. Esta vez José Fran alude a la sencilla enseñanza del maestro Yoda sobre el miedo, que lleva al odio, a la ira, el sufrimiento y al final, al lado oscuro, para decir que no hay

que tener miedo de ser claros con los habitantes y actores involucrados en los proyectos, de hacer las preguntas correctas, escuchar a las personas en los procesos participativos y de estar dispuestos a hacer ajustes de acuerdo con los resultados de la interacción las mismas. Es así como Carabanchel Creativa está siendo un proyecto exitoso, en el que poco a poco se están haciendo intervenciones -que él denomina de acupuntura- que han permitido rescatar y renovar espacios como plazas, canchas deportivas, edificios, entre otros, al tiempo que se ha ido recuperando la memoria del barrio, dotándolo de historias interesantes que hoy se comparten entre las distintas generaciones y que han dado lugar a intervenciones urbanas que hoy ponen a este territorio en el mapa de Madrid como un lugar interesante para recorrer.

Por último, José Fran compartió también algunas herramientas de valor que han sido fundamentales para el éxito de Carabanchel Creativa, que son parte de los procesos de la metodología ACORA y que se caracterizan por ser metodologías “vivas”; pues se enriquecen con datos que están al servicio de la comunidad, de las distintas organizaciones que gestionan el territorio, de los turistas que quieren ir a visitarlo, etc. y que dejó disponibles en su conferencia, para replicar y utilizar en el desarrollo de otros distritos culturales y creativos que estén en fase de planificación o bien para adaptarlas a procesos en territorios ya más establecidos. Sin duda,

José Fran, aporta una visión distinta conceptualmente hablando, al considerar que no se desarrollan distritos culturales y creativos, sino proyectos de base creativa que toman ese rumbo y que van construyendo y dinamizando el ecosistema cultural y creativo, en este caso, de la ciudad de Madrid al tiempo que impacta de manera positiva en el desarrollo económico de todo el territorio y de su gente.

**Disfruta o revive su conferencia con el acceso exclusivo para los miembros de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa. Si aún no eres miembro aquí puedes saber más:**

<https://cccreativas.com/portfolio/plataforma-distritos-creativos/>



“**LOS PEQUEÑOS TERRITORIOS PODRÍAN SER POCO “SEXYS”, PERO EL SISTEMA CREATIVO PUEDE SER ESE IMPULSOR PARA LA ATRACTIVIDAD TERRITORIAL... “DE CIUDAD PEQUEÑA A LABORATORIO”.**

José Feuereisen

**Conexiones  
Creativas**



**04**

## ● **LA IMPROBABLE HISTORIA DE UNA CIUDAD PEQUEÑA**

**JOSÉ FEUEREISEN | Frutillar, Chile**

Director Fundación Plades, Frutillar Ciudad Creativa

Ubicada 1000 kms al sur de Santiago de Chile, en la cuenca de la Patagonia y con 18 mil habitantes, Frutillar es una pequeña ciudad con una historia muy vinculada a las artes y la cultura, marcada por la llegada de colonos alemanes que trajeron consigo los cantos corales, manifestación que imprimió una identidad musical relevante hasta el día de hoy y que es un atributo particular sobre el que la ciudad ha generado oportunidades de desarrollo local. Frutillar cuenta una historia que es improbable para su tamaño y a pesar de ser poco atractiva en términos de inversión

privada y política, es parte de la red de ciudades creativas de la UNESCO y ha consolidado su ecosistema cultural y creativo alrededor de su herencia. ¿Puede entonces considerarse esta ciudad como un distrito cultural y creativo? Analizamos la experiencia, sin duda enriquecedora para otros territorios.

En 2010 se inauguró el Teatro del Lago (ubicado en el sector Costanera), anfitrión de las Semanas Musicales y de toda una agenda cultural y artística que gira en torno a la música y robustece el circuito creativo con gran capacidad,

para el tamaño tan chico que representa el territorio. Este hito pone a Frutillar en el circuito nacional e internacional de música, generando entre 6% a 7% de las ventas totales de la ciudad y como anfitriona de más del doble de su población (11.500 habitantes) anual, producto de este gran evento de ciudad. La historia se pone mejor cuando, a pesar del florecimiento del sector Costanera, se empieza a pensar en el principal volumen de población de la ciudad, que vive en el sector Pantanosa o Frutillar Alto, caracterizado por cierta precariedad socioeconómica y de acceso a servicios públicos, carente de espacios verdes y con amplias diferencias en el acceso a educación y desarrollo sostenible, que refleja una compleja condición de la gran mayoría de ciudades de Chile y América Latina. Es ahí donde se origina la Fundación Plades, una organización público-privada que pone en marcha el proyecto Frutillar Ciudad Creativa y que trabaja en el desarrollo sostenible de toda la ciudad, desde el aspecto urbano y sociocultural para responder a la problemática de cómo la ciudadanía puede ocuparla mejor y cómo se pueden fortalecer sus procesos de formación a lo largo de los años.

Este caso en particular, tiene muchos elementos distintos al de otros distritos culturales y creativos; por ejemplo, aquí no se habla de una porción de territorio que hay que recuperar o de una periferia o de un distrito creativo como un lugar físico en el que sucede todo. Si bien el Teatro del Lago es un equipamiento determinante en muchos sentidos,

Frutillar es en sí el distrito cultural y creativo, el reflejo de un andamiaje mucho más grande que la ciudad -concebida desde lo público local y lo privado- supo explotar y poner a su favor, que nos es otra cosa que un ecosistema cultural y creativo muy sano, que se extiende a la totalidad del territorio. En esta experiencia llama mucho la atención que en su modelo de gestión encabezado por la Fundación Plades, es tradición que el Alcalde de turno sea el presidente del directorio de la Fundación; lo cual puede ser un riesgo y un seguro a la vez -si se tienen en cuenta los intereses políticos particulares- además de tener representación de los vecinos, antes privados de la ciudad, los creadores, entre otros, que conforman la mesa de Ciudad Creativa y que es el modelo de gobernanza en el que se comparten la agenda y las oportunidades para "remar" por el desarrollo sostenible de Frutillar desde el ecosistema cultural y creativo que allí se ha conformado.

Frutillar Ciudad Creativa, tiene además elementos que sin duda son comunes entre los distritos creativos, como por ejemplo el proceso constante de participación ciudadana en la agenda que conlleva su plan de desarrollo. Pero, es también un caso ejemplar que representa el ideal de un distrito en el que, lo que desde Conexiones Creativas llamamos polinización cruzada es fundamental para conseguir los objetivos que se han planteado como organización; siendo causa y consecuencia de la colaboración con otras ciudades creativas de

Chile y del mundo y que les ha permitido insertar el desarrollo de las habilidades creativas en la base de sus procesos de formación a la ciudadanía y de capacitación de los educadores de distintas áreas. Este componente garantiza la continuidad y el crecimiento del ecosistema cultural y creativo que ha hecho de Frutillar un laboratorio de sostenibilidad, en el que los aliados locales ponen horas de trabajo y conocimiento, mientras que la relación con organizaciones nacionales e internacionales les provee el financiamiento; lo que al final refleja el poder de la articulación y de la colaboración de cada miembro de la mesa creativa.

Por último, este componente es también lo que José Feuereisen considera es la clave de todo y que hace parte del entrelazamiento con otros sectores. La transferencia de la creatividad o la posibilidad de compartir las habilidades creativas con otros universos y dimensiones del desde lo social y local, configura el *mindset* artístico en la ciudadanía en los colegios y empresas, llevando a las personas a pensar diferente para avanzar en la posibilidad de hacer realidad lo que sueñan y "ese -asegura el experto- es un gran regalo que la cultura y las industrias creativas le han dado a Frutillar".

**Disfruta o revive su conferencia con el acceso exclusivo para los miembros de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa. Si aún no eres miembro aquí puedes saber más:**

<https://cccreativas.com/portfolio/plataforma-distritos-creativos/>





“

**NUESTRO ALCALDE ES UN ENTUSIASTA DE LAS ARTES Y LA CULTURA. ÉL ES UN GRAN DEFENSOR DEL ROL QUE LA CULTURA JUGARÁ DURANTE EL FINAL DE LA PANDEMIA AYUDANDO EN LA RECUPERACIÓN TANTO DE LA ECONOMÍA COMO DEL TEJIDO SOCIAL.**

Sally Han

”

**Conexiones  
Creativas**



**05**

● **TORONTO: TRES EXPERIENCIAS, DIVERSIDAD CULTURAL Y RACIAL**

**SALLY HAN** | Toronto, Canadá

Manager of Cultural Partnerships for Toronto's Economic Development and Culture Division.

Toronto es una de las principales ciudades, referente para muchas cosas en el mundo y lo es también para el caso de los Distritos Culturales y Creativos. Vive en un contexto que la posiciona como una de las ciudades más diversas racialmente hablando, con un 51% de su población nacida fuera del territorio. Esta condición, por sí sola genera otras particularidades muy interesantes, como que confluyen más de 180 lenguas y dialectos y 240 grupos étnicos, al tiempo que la ciudad recibe más de 100 mil inmigrantes por año y se posiciona como la más competitiva del mundo,

aportando el 18.5% del PIB de Canadá, a partir de actividades también muy relacionadas con la creatividad como el cine, la producción musical y la tecnología. En este contexto la ciudad aporta tres ejemplos de Distritos Culturales y Creativos, muy distintos en sus estructuras entre sí, que reúnen condiciones para su éxito y sostenibilidad, pero que enfrentan problemas comunes como el capital, la asequibilidad y además lo que en principio sería un gran insumo cultural: la justicia racial.

El caso de Toronto es uno de los más reveladores en cuanto a la reflexión que plantea el encuentro Ecosistema Arte: ser o no ser... Llamarse o no Distrito Cultural y Creativo cuando el territorio está desconectado del ecosistema, porque tal vez este no funciona como tal en determinadas áreas de la ciudad, como sí lo hace en otras en donde los DCC han surgido de manera espontánea. West Queen West, el Distillery District y el Bloor Street Cultural Corridor son tres territorios donde el arte, la cultura y la creatividad confluyen con todo este entramado de diversidad racial y de tradiciones que se enfrentan en mayor medida, quizá por el nivel de desarrollo económico de la ciudad, al papel que juega el sector inmobiliario no solo en el desarrollo de los distritos creativos, sino también en el desarrollo de la ciudad. En este aspecto cabe destacar la participación de otros actores que no son propios del ecosistema, pero que están volcados a este para balancear las dinámicas que necesariamente se generan entre la construcción de infraestructuras y equipamientos y la comunidad que habita los distritos, como es el caso de Artscape, una organización que concilia el desarrollo inmobiliario con las necesidades de espacio de vivienda y trabajo y de acceso a dichas facilidades por parte de las comunidades de artistas y habitantes de estos territorios y que ha sido ficha clave en la evolución de los distritos culturales y creativos en Toronto y en otras ciudades del mundo.

Los tres casos que trajo a colación Sally durante su intervención también tienen un reto común y distintivo del de otros distritos culturales del mundo y está estrictamente relacionado con el tema racial y la gentrificación que está casi siempre presente en el desarrollo de los distritos creativos. Más allá de describirlos desde su origen (los dos primeros espontáneos y el tercero inducido), sus modelos de financiación y gobernanza y otros aspectos comunes a los demás distritos que hicieron parte de Ecosistema Arte; el componente racial es transversal no solo a estos territorios sino a la estrategia de ciudad desde el punto de vista cultural, pues especialmente en West Queen West y Distillery District el factor cool está dominado por profesionales blancos y las demás comunidades raciales no se sienten identificadas en las expresiones artísticas y culturales que se producen allí. El gobierno local trabaja para incluir cada vez más ese aspecto de diversidad propio del territorio en la consolidación de los distritos, en vista de que son parte representativa de la composición del país, de su historia y patrimonio, especialmente quieren visibilizar y devolverle importancia a las comunidades de indígenas nativos que habitan el territorio desde hace más de 1.200 años.

Toronto es pues una ciudad que agrupa en estos tres territorios todos los elementos necesarios para la consolidación y desarrollo continuo como distritos culturales y creativos, especialmente porque allí habita el

ecosistema cultural y creativo, no solo los creadores; hay un ambiente de conectividad entre estos, la producción artística y cultural, el acceso y consumo de la misma y los servicios conexos que enriquecen las dinámicas creativas y el desarrollo económico de cada zona. Sin embargo, esta intervención hizo evidente una crítica muy interesante sobre los distritos culturales y creativos de origen inducido, a partir del caso del Bloor Street Culture Corridor, que está “desarrollado” sobre una vía o corredor que conecta grandes equipamientos culturales, como el Royal Ontario Museum y en el que se desarrollan eventos icónicos como el Gay Parade; pero en el que hay ausencia del ecosistema. Este fenómeno se da porque al haber equipamientos de gran tamaño e instituciones de amplio recorrido que los administran, que cuentan con el posicionamiento y la visibilidad necesaria para sí mismos se genera un ambiente carente de cooperación, en el que es difícil que los objetivos de desarrollo de pequeñas organizaciones y compañías se encuentren y conversen con los de las grandes que dominan la zona, aún siendo compatibles. Sin embargo, cuenta con las condiciones propias para que en el futuro se consolide verdaderamente como distrito cultural y creativo desde su funcionamiento y esencia, y que la ciudadanía lo identifique como tal y se apropie del mismo.

**Disfruta o revive su conferencia con el acceso exclusivo para los miembros de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa. Si aún no eres miembro aquí puedes saber más:**

<https://cccreativas.com/portfolio/plataforma-distritos-creativos/>



“ LA COMUNICACIÓN ES  
FUNDAMENTAL PARA VISIBILIZAR  
LA PROGRAMACIÓN Y ACTIVIDADES  
DEL DISTRITO COMO COLECTIVO. ”

Claudia Costa

Conexiones  
Creativas



● **FOLLOW THE BARRIO, EL MENSAJE  
DE POBLENOU A BARCELONA**

CLAUDIA COSTA | Barcelona, España

Directora Creativa y co-fundadora de la Asociación Poblenou Urban District

El segundo día del encuentro profesional Ecosistema Arte, Distritos Creativos de América y Europa, inicia con la conferencia de un distrito pionero: el Poblenou Urban District de Barcelona fue el que abonó el terreno para los otros que han florecido en la ciudad y tiene como característica principal el esfuerzo organizado de la misma comunidad de artistas que está detrás de su fundación.

Poblenou UD está ubicado en el barrio que lleva su mismo nombre, en el Distrito de Sant Marti; una antigua

zona agraria que luego tuvo vocación industrial y que ha enfrentado dos momentos de transformación urbana desde finales del siglo pasado: el primero a causa de los Juegos Olímpicos de 1992 y posteriormente por el plan urbanístico 22@ que buscó vincular la zona al florecimiento de las nuevas tecnologías. A esto se suma que era llamado a ser el área de crecimiento de una ciudad ya densa y poblada, no sólo por disponibilidad de espacio, sino por asequibilidad con respecto a otros sectores ya desarrollados. En 2010, Claudia encuentra en Poblenou el

espacio perfecto para montar la galería de arte contemporáneo que también dirige y se instala en una antigua imprenta que se convierte en uno de los primeros espacios creativos en el centro del distrito, que empieza a crecer de manera independiente conforme con las tendencias del momento; convirtiéndose en un escenario de ciudad genuino con -actualmente- 150 asociados, dirigidos por un modelo de gobernanza que está enrocado en los creadores.

Como muchos de los distritos culturales y creativos del mundo, Poblenou Urban District tomó como referentes a algunos de los DCC más posicionados en su momento, como Wynwood en Miami, DUMBO en Brooklyn y Hackney District en Londres motivaron al grupo fundacional de Poblenou a ir más allá de sus propios emprendimientos creativos y conformar, en 2012, la asociación que dio paso a lo que hoy es un ecosistema cultural y creativo conectado con toda la ciudad de Barcelona y que generó también el desarrollo de otros distritos posteriores en el entramado de la capital catalana. Es así que Poblenou Urban District funciona como una asociación sin ánimo de lucro, de la que hacen parte los creadores y emprendedores que ocupan el distrito y que trabaja por visibilizarlo y por promover su producción, no sólo a través de una agenda cultural, sino también conectándolo interna y externamente con otros sectores para generar procesos de polinización cruzada, fomentar siner-

gias y cooperación, entre los miembros y con otros sectores que le den valor a la contribución de la cultura y creatividad en el desarrollo económico del distrito.

Como todos, Poblenou UD se enfrenta también a dificultades, una de ellas es la financiación y es este particular uno de los componentes más atractivos de esta conferencia. Gracias al trabajo que como asociación desarrolla el distrito y que lo ha posicionado no solo entre las audiencias, sino también en el circuito de ciudad y a nivel internacional, hoy cuentan con un modelo de financiamiento en cuatro ejes que le permite ser sostenible a través de los aportes de los asociados, de subvenciones que ha conseguido de entidades públicas como el Distrito de Sant Martí y de la empresa privada. Sin embargo, existe aún el reto de lograr que este último sector de la economía se comprometa mucho más con el ecosistema cultural y creativo a través de apoyo a largo plazo, transversal a la asociación y no solo por proyectos puntuales, como el Urban Festival, los Open Day/Night o los Window Art Circuits; que activan a toda la ciudadanía más allá del territorio en el que se instala el distrito y que se comunican de maneras disruptivas.

Con esta invitación a reflexionar que lanza Claudia a la empresa privada durante su intervención, va elaborando también un recorrido general por Poblenou Urban District que, operado por la asociación del mismo nombre, es ejemplo y referente del modelo

de gobernanza desde los creadores y desde su interés común por fortalecer el ecosistema al que pertenecen en vista de que les permite sostener y sustentar su vida en este territorio, en el que solo se han transformado individualmente, sino como una comunidad que hoy le representa al Distrito de Sant Martí desarrollo territorial, económico y social.

**Disfruta o revive su conferencia con el acceso exclusivo para los miembros de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa. Si aún no eres miembro aquí puedes saber más:**

<https://cccreativas.com/portfolio/plataforma-distritos-creativos/>





07

“  
NO SE TRATA DEL HARDWARE  
SINO DEL SOFTWARE: ARTICULAR  
E INVERTIR EN LAS PERSONAS.  
”

Pascal Cools

Conexiones  
Creativas

● NO ES NED FLANDERS,  
ES FLANDERS DC

PASCAL COOLS | Flanders, Bélgica

Managing Director Flanders District of Creativity

El segundo día del encuentro profesional Ecosistema Arte Distritos Creativos de América y Europa, definitivamente es el que avivó la llama de la discusión sobre lo que es y lo que debería llamarse -o no- distrito cultural y creativo. Esta conferencia es clave desde dos orillas: la primera concluye que lo que importa no es el hardware -aludiendo a la infraestructura- como ya se había mencionado en conversaciones como las de Toronto o Frutillar, sino que la clave está en el software, en las condiciones que hacen de un territorio un centro de desarrollo econó-

mico de base creativa y en las configuraciones para gestionarlo. Y desde una segunda orilla, retorna al elemento clave de la segunda jornada del encuentro, la polinización cruzada, como la necesidad de integrar al ecosistema cultural y creativo con otros sectores de la economía, con la inversión pública y privada para consolidarlo y generar a partir de éste, desarrollo económico para la ciudad o el territorio específico.

Es en este contexto en el que se da esta conferencia que inicia de manera jocosa aludiendo a lo que NO ES

Flanders. Claramente y como bien lo dice Pascal, no es Ned Flanders, como tampoco es un distrito creativo con una sede física o que está definido por unos equipamientos culturales e infraestructura. Es de un lado, un territorio descentralizado del gobierno belga con 6 millones de habitantes, ubicado en la región norte de Bélgica y que limita con Holanda. Tienen su propio gobierno y poderes exclusivos en cultura, educación, economía y emprendimiento, ciencia e innovación, comercio exterior, medio ambiente, urbanismo y espacios públicos. Por otro lado, es una organización que estimula y apoya la creatividad en toda la región desde 2004, cuando el Ministro de Economía y Empresas estableció que la creatividad debería estar en el centro del desarrollo modelo económico de Flanders, hasta entonces direccionado por la tecnología.

Es así como se inicia un proceso de monitoreo y relacionamiento con 11 regiones de distintas partes del mundo para ver cómo estaban estimulando la economía desde la creatividad y se creó el Districts of Creativity Network a través del que -aún hoy- comparten información y nace Flanders District of Creativity para bajar dichos insumos obtenidos y aplicarlos a la realidad territorial.

Más allá de su modelo de gestión como organización no gubernamental y sin ánimo de lucro cuasi autónoma (QUANGO, por su sigla en inglés), que cuenta con el gobierno sentado en la

dirección de la organización con una inversión por 2.4 millones de Euros, y que tiene permitido acumular sus rendimientos al ser privada y que a veces logra doblar la inversión estatal; el caso de Flanders es muy interesante porque evidencia lo que Odile Soulard afirmaba con vehemencia sobre la gobernanza: es cambiante, no estática y a lo largo del tiempo, la organización ha ido evolucionando en su quehacer de acuerdo con el desarrollo y crecimiento del ecosistema cultural y creativo que se dieron a la tarea de construir.

Bajo estas circunstancias, el proyecto de hacer de Flanders una ciudad creativa soportada por un ecosistema fuerte, que ha resultado en la consolidación del distrito cultural y creativo que es hoy, ha tenido tres etapas: la primera, entre 2005 y 2009 en el que el propósito era generar conciencia sobre la creatividad y hacer más creativos a los emprendedores. La segunda, de 2009 a 2017 en la que descubrieron un terreno interesante que favoreció la polinización cruzada y que les permitió definir el gran sector de las industrias culturales y creativas que, sin duda, fue un periodo en el que la experimentación y las sinergias fueron fundamentales para el presente de Flanders DC. Finalmente de 2017 a la actualidad, la creatividad se insertó en el *mindset* de Flanders y de su economía, y lograron pasar del terreno de la co-creación a lograr una ciudad creativa más emprendedora.

El proceso de Flanders DC aporta mucho desde la óptica del deber ser de un modelo de gestión o gobernanza, que además -desde una óptica general de todo el encuentro Ecosistema Arte, Distritos Creativos de América y Europa- se ha establecido como el ideal y el común denominador del grueso de los casos, la alianza público-privada por varios motivos: el más importante es que nace de un interés público (similar al caso de Bogotá DC) y pone toda la energía y grandes recursos a disposición del proyecto de ciudad. En segundo lugar, establece la organización que, si bien tiene obligación de responder por las inversiones, es también una entidad privada descentralizada, lo que facilita muchos procesos de cara a las investigaciones, las recomendaciones y las acciones estratégicas para desarrollar el proyecto, así como les imprime rigor a la hora de demostrar ante los tomadores de decisión por qué los caminos que proponen son los más adecuados para alcanzar los distintos objetivos.

Por último, Flanders DC también es un ejemplo muy relevante desde el acercamiento de tipo más de negocio y comercial. ¡Así es, de negocio! Esta organización entendió y le hizo entender al gobierno local que más allá de la infraestructura y de los equipamientos y los edificios, lo que importa es lo que denominaron #ReturnOnCreativity. Es decir, cómo ayudan a las industrias creativas y al ecosistema que han construido a ser sostenible y sustentable, para lo cual basaron nuevamente su

estrategia en la resolución de seis problemáticas, evolucionadas del periodo anterior, enfocadas en agregar valor a los emprendimientos de base creativa y sus productos. Entonces, Flanders DC se preocupa por generar actividades que van desde la generación de redes de valor, la consultoría y asesoría para cualquier persona que tenga una idea y que necesite ayuda y conexiones para desarrollarla, estimular el trabajo colaborativo y la cooperación, además de eventos -no tanto de tipo cultural- sino en los que generan ambientes seguros para interactuar con el sector financiero o inversionistas, donde además los emprendedores obtienen feedback, entre muchos otros.

Lo importante, como concluye Pascal Cools, es que el gobierno y los inversionistas privados comprendan que la cuestión es de hardware, de las configuraciones en las que se junta a los socios/personas correctas para que los negocios se desarrollen.

**Disfruta o revive su conferencia con el acceso exclusivo para los miembros de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa. Si aún no eres miembro aquí puedes saber más:**

<https://cccreativas.com/portfolio/plataforma-distritos-creativos/>



## CON EL DISTRITO CULTURAL SE PUEDE CUIDAR EL SENTIDO DE VECINDAD.

Hernando Gómez

Conexiones  
Creativas



08

### ● SAN IGNACIO, UN TERRITORIO HISTÓRICO CON VOCACIÓN PATRIMONIAL, CULTURAL Y EDUCATIVA

HERNANDO GÓMEZ | Medellín, Colombia

Director del proyecto San Ignacio Distrito Cultural Patrimonial y Educativo

SERGIO RESTREPO | Medellín, Colombia

Director del Claustro Comfama

Medellín, capital del Departamento de Antioquia, Colombia, ha sido referente de desarrollo del país desde el inicio de su historia y lo es nuevamente cuando del ecosistema creativo y cultural se habla.

Anclado en el centro histórico de esta ciudad, el distrito creativo y patrimonial San Ignacio está dotado de significado más allá del edificio, un claustro e iglesia que datan del año 1800, y que tiene como principales atractivos

que: primero, acoge al ecosistema del conocimiento, en coherencia con la historia detrás del territorio, singularidad presente también en el caso de Porto Alegre (Brasil); y segundo, su origen desde una preocupación del sector privado que generó espacios de conversación para encontrar intereses comunes y trabajo en equipo para luego articular al gobierno local de modo que el proyecto se incluyera dentro de la estrategia de economía creativa de la ciudad.

El territorio en el que se ubica el distrito creativo y patrimonial San Ignacio, ha sido históricamente uno basado en el conocimiento pues allí se establecieron instituciones educativas de gran valor en la constitución de Medellín como capital del Departamento de Antioquia, así como desde el proyecto educativo y de ciencia del país que trajo consigo el desarrollo de un ambiente propicio para la cultura y el arte; además la Universidad de Antioquia le ha acompañado como vecina en buena parte de su historia. Con el tiempo, esta área se convirtió en el centro histórico de la ciudad, que se rodeó de comercio convirtiéndose en una zona de relevancia económica, y que también sufrió las consecuencias de la época de la violencia, hecho que la fue despoblando poco a poco y convirtiéndola en un barrio inseguro. Años más tarde, fruto de la conversación entre la empresa privada, se conformó un grupo que decidió trabajar por recuperar el centro histórico de la ciudad y se puso en marcha el programa de intervención integral en el que se eligió el área de San Ignacio, que impacta y le presta servicios a más de 100 mil habitantes (entre residentes y estudiantes) de los barrios Boston, Bomboná, Colón y Candelaria y donde actualmente continúan existiendo la sede de la Universidad, además de una de las sedes de Comfama más dedicadas a la cultura, El Claustro.

San Ignacio es el centro cultural más grande de Antioquia y alberga un proyecto con el respaldo del sector

privado; que genera un vínculo muy importante con la ciudadanía -desde su logo que fue definido en conjunto con la gente que hace parte del territorio-; y que pudo articularse y llamar la atención del gobierno local en términos de financiación y de la puesta en marcha de acciones que han favorecido el desarrollo del distrito, como por ejemplo; la construcción y paso del tranvía, la recuperación del espacio público, la delimitación del sector como Área de Desarrollo Naranja y lo que esto representa dentro de la estrategia de ciudad, departamental y nacional. En San Ignacio, además de la riqueza cultural y educativa, es clave el patrimonio histórico. Con la Iglesia de San Ignacio y los dos claustros como edificios icónicos y centrales, el distrito reúne en 61 hectáreas, 21 espacios declarados como bienes de interés cultural, 6 claustros en total y 50 lugares de inspiración arquitectónica, que albergan 44 espacios culturales ya en funcionamiento, 10 bibliotecas, 12 grupos de teatro -8 de ellos con casas como sede-, 5 museos y galerías, 15 bares y cafés con contenido cultural, más de 3.000 sillas para espectadores y alrededor de 230 eventos al mes, tanto en espacios abiertos como cerrados, además de la oferta de agenda cultural y de espacios para la gente que integra El Claustro Comfama.

Desde el inicio del proyecto en 2017, El Claustro -visto como punto de encuentro de San Ignacio-, como la totalidad del distrito, puso a prueba los espacios para su diseño y planeación al tiempo

que se construyen. Esto supone un relacionamiento estrecho con los actores y habitantes del territorio, generando circulación económica, conservando a los habitantes actuales y logrando que regresen los que se habían ido para vivir de manera segura en un territorio que es vibrante en el día y en la noche, y que está incentivando el espacio público con una movilidad más tranquila, entre otros muchos aspectos.

**Disfruta o revive su conferencia con el acceso exclusivo para los miembros de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa. Si aún no eres miembro aquí puedes saber más:**

<https://cccreativas.com/portfolio/plataforma-distritos-creativos/>





“

LA CREACIÓN DE DISTRITOS CREATIVOS DEBE SER UN RIESGO Y UNA OBLIGACIÓN COMPARTIDAS POR DIFERENTES ACTORES: CREATIVOS, POLÍTICOS, INVERSIONISTAS Y EMPRESARIOS.

Hyacinthe Pavlides

”

Conexiones  
Creativas



09

● LA CONFLUENCE, UN FESTIVAL, ¿UN DISTRITO CREATIVO?

HYACINTHE PAVLIDE | Lyon, Francia

Senior advisor del CEO de ArtyFarty

Un barrio con herencia industrial, conformado por un territorio que confluye entre dos ríos, Ródano y Saona, es el protagonista de esta conferencia que, más allá de describir el proyecto y su origen, dejó conclusiones profundas sobre el deber ser de los territorios en debate: los distritos culturales y creativos; pero también, sobre el papel de los organismos públicos cuando deciden hacerlos parte de sus estrategias de gobierno. Es así que, para Hyacinthe Pavlides, Asesor de la Dirección de ArtyFarty, estos espacios podrían ser el fin de la creatividad.

La Confluence es un barrio de Lyon, Francia, que -como es común para los distritos culturales y creativos- estaba abandonado, deshabitado y además era refugio de problemáticas sociales. ArtyFarty, una organización sin fines de lucro cuyo lema es 'think culture, build future', organiza el festival de música electrónica *Nuits Sonores* y es allí donde tiene origen su relación con el proyecto La Confluence, pues en la búsqueda de escenarios, lograron el permiso de la municipalidad para llevar a cabo el festival en esta zona, la cual transformaron por completo y

convirtieron en una villa, que además le dio seguridad al recorrido que debían hacer los asistentes para llegar hasta donde la música sucedía. Este trabajo, desarrollado en conjunto con arquitectos y diseñadores, que transformó las aceras y las fábricas deshabitadas, le mostró a los tomadores de decisión de la ciudad lo que la cultura puede hacer por espacios como aquel y el uso que se le puede dar a las antiguas construcciones para generar unas dinámicas interesantes y rehabilitarlo. Hacia el año 2000 el objetivo del gobierno de Lyon era convertir la ciudad en un centro económico para el país, lo que permitió grandes inversiones en cultura y el desarrollo de eventos importantes como, la Bial de Danza y de Arte Contemporáneo, así como la construcción de la Opera House y el Museo de Arte Contemporáneo, dentro de La Confluence.

Sin embargo, el financiamiento del proyecto, la gestión y los intereses políticos fueron determinando la aparición de otros jugadores dentro del proyecto. Si bien la Alcaldía de Lyon creyó en el poder de la cultura, su interés también era económico y esperaba el retorno de esa gran inversión. En ese contexto se decide que la principal fábrica de La Confluence debería ser transformada en *Le French Tech Hub*, que además respondía a la estrategia de país de aquel entonces y para lograr un balance, el alcalde le otorga a ArtyFarty la gestión del proyecto, con el objetivo de extenderlo a áreas de trabajo y espacios de vivienda en los que la cultura

encontrara su lugar. Es así como, desde 2010 hasta ahora, se han ejecutado las inversiones necesarias para convertir el territorio en un lugar donde confluyen la tecnología, la cultura, el turismo, la creatividad, la innovación, en un acercamiento a las *startups* desde la economía. Este mismo proceso ha atraído nuevos jugadores, como el sector inmobiliario, interesado en la construcción de vivienda y a quienes desde lo público se les han otorgado licencias para el desarrollo de distintas zonas dentro del barrio, favoreciendo no solo la rehabilitación de los espacios sino también el encarecimiento de las zonas y la gentrificación de varios agentes culturales ya instalados en el distrito.

Ese último punto es lo que ha llevado a ArtyFarty a la conclusión más crítica, sobre el peligro que implica para la creatividad el poner en marcha un distrito cultural y creativo como parte de un plan o estrategia de gobierno. Además de que, paradójicamente, la misma situación los ha llevado a ser creativos desde la estructuración de un modelo de gestión transversal en favor de la cultura, en el que comparten el riesgo de asociarse con el sector inmobiliario para el desarrollo de los distintos proyectos o "acupunturas" - como José Fran García del City Lab IED le llama- que requiere el distrito y encontrar fórmulas, amparadas bajo la ley, para proteger a quienes desde el inicio habitaron el barrio nuevamente.

Actualmente ArtyFarty está convencida como organización de que la creatividad llega sin ser esperada, en cualquier campo, pero que también necesita acompañamiento y es allí, donde más que pensar más allá de un distrito como el territorio anunciado para que eso suceda.

Hyacinthe recuerda la pregunta de Odile Soulard en la primera sesión del encuentro: ¿qué podemos hacer desde los distritos para fortalecer la fábrica (el hub creativo y tecnológico), para hacer mejores a los creadores y para hacer de la creatividad algo sostenible? ArtyFarty afirma: "podemos cooperar y acompañar a quienes vienen con grandes ideas para tratar de proveer las herramientas necesarias, que hoy son escasas, para competir en esta realidad que Lyon enfrenta del sector inmobiliario; por eso pensamos que esta idea de desarrollar ciudades, distritos y hubs creativos puede ser el fin de la creatividad".

**Disfruta o revive su conferencia con el acceso exclusivo para los miembros de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa. Si aún no eres miembro aquí puedes saber más:**

<https://cccactivas.com/portfolio/plataforma-distritos-creativos/>



“

## TALENTO + ESPACIO + RESILIENCIA

Mauricio Cifuentes

”

Conexiones  
Creativas



10

### ● TALENTO + ESPACIO + RESILIENCIA = VALPARAÍSO CREATIVO

MAURICIO CIFUENTES | Valparaíso, Chile  
Director Valparaíso Creativo

Chile fue uno de los territorios más activos durante el encuentro profesional Ecosistema Arte, Distritos Creativos de América y Europa. Esta conferencia, además de reafirmar el potencial de territorios pequeños, reafirma también que la cultura es una herramienta social con un potencial increíble para desarrollar a nivel económico las ciudades y que su tamaño, puede verse como un gran atractivo: la figura o idea de laboratorio es una característica que todos los que hablan de distritos culturales y creativos deberían considerar; no solo a nivel conceptual, pues son territorios

vivos, sino también porque les permite poner en marcha proyectos que atraen inversión y que hacen uso del ecosistema creativo y que al final pone en marcha o activa un círculo virtuoso para la economía creativa. Tal es el caso de Frutillar, que vimos en detalle en el primer día de encuentro y que está consagrado en otro de los capítulos de esta publicación.

Un pequeño territorio portuario, al sur de Chile, que tiene una conexión especial con los materiales, como lanas y cobre, así como con la destreza y el

talento para manejarlos y crear, es el protagonista de esta conferencia.

Mauricio Cifuentes, Director Valparaíso Creativo, lo describe como una ciudad llena de artistas, con hitos en temas de desarrollo tecnológico, que se mantiene en movimiento gracias a su diversidad, una ciudad que se “embarca en el mundo y el mundo a su vez desembarca en ella”. Valparaíso alberga actualmente 54 festivales anuales y se ha posicionado en la industria de la música, lo que le valió la declaración de la UNESCO como ciudad musical. Es un ecosistema de talentos que, sin embargo, enfrenta muchos desafíos en materia de patrimonio, seguridad sísmica, plusvalía y otros de tipo social pues está poco habitada y los espacios se usan en su mayoría para comercio y bodegaje; pero tiene una población joven, revolucionaria y resiliente; lo que -desde una óptica positiva- es terreno fértil para que la economía creativa surja y se asiente.

Valparaíso Creativo, es un programa que hace de toda la ciudad un distrito cultural y creativo. Desde 2008, ésta ya trabajaba en política pública entorno a la economía creativa, pero fue en 2015 cuando desde el Ministerio de Economía se puso en marcha una estrategia de fomento al turismo, a partir del apoyo al emprendimiento y fortalecimiento del capital humano y capacidades tecnológicas de Chile, dando origen a Corfo, como organización de fomento productivo que a

su vez creó el programa Transforma, que trabaja con los gobiernos locales de cada ciudad del territorio nacional para identificar las ventajas competitivas de cada región. En ese contexto, nace Valparaíso Creativo, en completa coherencia con el ecosistema de talento que incuba y que actualmente potencia. Durante su desarrollo, ha sido importante no solo el rol de Corfo como entidad pública, sino también el de la Universidad, como DUOCUC, que junto a entidades privadas como ProChile apoyan el desafío de atraer inversión y actores privados, así como de conectar con el ecosistema de la región para articular el trabajo con las comunidades creativas. Es así como en los últimos 6 años se logró pasar de tener un 70% de exportación editorial y de artesanía, a ser un hub creativo conectado con la tecnología y en el que destacan: el diseño de videojuegos, los emprendimientos de base tecnológica y la industria musical (hoy está en la agenda de muchos organismos públicos pues durante pandemia jugó un papel fundamental en la digitalización y traspaso de archivos musicales a formatos de alta calidad, acordes con las tendencias mundiales).

La intervención de Mauricio por Valparaíso Creativo fue también muy importante por las reflexiones que generó. Sin duda, hizo mucho énfasis en los retos que enfrenta como ciudad y distrito creativo, no solo por adversidades de tipo natural que la marcan, como la seguridad sísmica que hoy

hace parte del ADN de la ciudad y que de cierta manera también influye en los procesos creativos, sino también porque el ‘estallido social’ de 2019 y luego la pandemia, han ralentizado y hecho aún más evidentes las dificultades que ya existían de base. Sin embargo, esto ha hecho que la juventud haya desarrollado un carácter resiliente que no solo ha fomentado la apuesta por la ciudad y por permanecer en ella, sino por también por cuidar de las estructuras o emplazamientos culturales y patrimoniales que son importantes para el desarrollo del distrito y finalmente, que todos estén apostando por los emprendimientos de base creativa como ventaja competitiva.

Para cerrar, Mauricio también llamó la atención de la audiencia trayendo a colación el Mercado Urbano Tobalaba, en Santiago, un proyecto de \$500 millones de dólares que hace parte de Chile Creativa y que Valparaíso Creativa observa como referente desde lo reflexivo, para abrir el debate sobre el fenómeno de grandes emplazamientos inmobiliarios que habilitan mercados creativos para “apoyar” al ecosistema, pero que tal vez son solo una moda con cierto grado de conveniencia política.

**Disfruta o revive su conferencia con el acceso exclusivo para los miembros de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa. Si aún no eres miembro aquí puedes saber más:**

<https://cccreativas.com/portfolio/plataforma-distritos-creativos/>



“

**COMPRENDER EL FUTURO DEL TRABAJO, CONSTRUIR LA CIUDAD DEL MAÑANA Y COOPERAR HORIZONTALMENTE. ESOS SON NUESTROS OBJETIVOS EN LE HALLE TROPISME, MONTPELLIER.**

Jeanne Chevalier

”

**Conexiones  
Creativas**



11

● **¿CÓMO ES VIVIR EN LA CIUDAD DEL MAÑANA? LA RESPUESTA, LE HALLE TROPISME**

**JEANNE CHEVALIER | Montpellier, Francia**  
Le Halle Tropisme

Desde el nombre de este espacio, que hace parte de un distrito cultural en Montpellier denominado ‘La Ciudad Creativa’, existen singularidades y conceptos nuevos que llaman la atención y que agregan valor a la definición de Distritos Culturales y Creativos. El protagonista de este caso es un espacio que habita lo que antes era un emplazamiento militar de la ciudad, erigido entre cuatro barrios priorizados, que vivieron muchos años separados por los muros de este complejo, con una sensación de “top secret” y que es parte de una apuesta de la ciudad por

conformar un gran barrio alrededor de las industrias culturales y creativas atrayendo a actores de la ciudad, de la región y del mundo para establecer allí sus negocios.

Desde hace 20 años, Illusion & Macadamia (I&M) fue creada como una asociación con el objetivo de complementar y direccionar a los operadores culturales en la economía de hoy, evolucionando a un grupo de cooperación que responde ante los cambios culturales, económicos, sociales, tecnológicos y de ambiente posicionado en el sector

de la economía solidaria. En 2017, la ciudad los contactó para hacer realidad un proyecto que hace parte de La Ciudad Creativa y que tiene como objetivo inicial atraer creadores, habitantes y público para darle vida a este distrito cultural y creativo, inducido en el centro de Montpellier y por un espacio temporal de 11.5 años -inicialmente-. Así es como crean la cooperativa Tropisme, que es quien ha gestionado el proyecto Le Halle Tropisme, un *fair place* -como lo llama la misma Jean Chevalier- o lugar diverso, accesible, con espacios pensados para vivir, crear, trabajar y convivir; es decir un espacio en el que se vive la ciudad del mañana y cuyo nombre hace alusión a un fenómeno natural y biológico que indica el crecimiento o cambio direccional de un organismo -normalmente una planta- como respuesta a un estímulo medioambiental externo: tropismo. Y sí que lo es, pues Halle Tropisme actúa como un espacio en el que se generan todo tipo de estímulos (medioambientales, espaciales, de público, entre otros) que ayudan al ecosistema creativo a desarrollarse y crecer de manera direccionada.

Le Halle Tropisme cuenta con 4.000 metros cuadrados que anteriormente se usaban para reparar vehículos y equipo militar, que fueron rediseñados y construidos de la mano de arquitectos e interioristas que aprovecharon materiales y dejaron algunos elementos como parte del ADN del antiguo uso del lugar. Este proyecto integra elementos como la generación de impacto social positi-

vo, profesionales y empresas de base creativa y la función social de la cultura a partir de un espacio habitacional, de trabajo y de promoción o divulgación que hace eco en la locación peculiar en donde está, con 230 residencias y 500 eventos ocurriendo en un ambiente creado para promover intercambios y mutualizaciones o mejor, lo que desde Conexiones Creativas hemos denominado polinización cruzada. Este componente es fundamental y es parte de los objetivos de la cooperativa que gestiona el lugar y son los mismos de I&M: el futuro del trabajo o cómo generar más y mejor empleo al tiempo que lo hacen estable y permanente, cómo involucrar a las personas y a la ciudad con el ecosistema y con 'La Ciudad Creativa' y cómo cooperar horizontalmente para enlazar a los creadores y al público desde la producción, la mediación y la transmisión de los productos y servicios culturales y creativos.

Este caso es también un ejemplo interesante de gobernanza, pues a pesar de que es un distrito inducido, Le Halle Tropisme es gestionado por una cooperativa, sin ánimo de lucro, que funciona bajo un modelo de gobernanza corporativa pues quien invierte en Tropisme tiene por derecho un voto en las decisiones e inversiones que se toman y los espacios que se crean dentro del territorio. El sitio funciona y se mantiene a partir de ingresos propios, como la renta de oficinas,

talleres y salas de reunión, el alquiler de las residencias y de la organización de eventos privados y corporativos, donde la agenda cultural y programación es producida por la misma cooperativa, con sus propios recursos y en coproducción con organizaciones involucradas o que habitan el lugar.

Le Halle Tropisme es un ejemplo atractivo desde muchas aristas. Es un lugar de experimentación en materia social dentro del ecosistema cultural y creativo, según Chevalier, pues su ubicación estratégica y la relación con el contexto de una ciudad ubicada entre las siete más grandes de Francia, que crece a un ritmo acelerado, con una porción interesante de inmigrantes y una vocación de investigación, educación, comercio y por lo mismo reconocida por la acumulación de nuevos negocios, es paradójicamente también una ciudad con altas tasas de desempleo; lo que -desde un punto de vista positivo- es coherente con los objetivos de los distritos creativos y su sentido de cohesión social, al estar ubicado en la convergencia de los cuatro barrios priorizados de Montpellier, donde se presentan dificultades como acceso a la cultura, a las oportunidades de formación y empleo, entre otras.

Como todos los territorios que han sido parte de estas sesiones, tiene retos no solo en materia social o desde el compromiso con los agentes del sector y *stakeholders*, o desde la pluralidad de sus audiencias: así como comunicar

todo lo que allí sucede de cara al público para hacerlo más fácil de comprender y también de acceder a toda la oferta; al tiempo que se guarda un balance entre la concepción del lugar como *venue* o escenario, y lugar de producción, de trabajo y de vivienda a la vez.

**Disfruta o revive su conferencia con el acceso exclusivo para los miembros de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa. Si aún no eres miembro aquí puedes saber más:**

<https://cccreativas.com/portfolio/plataforma-distritos-creativos/>





12

“  
**HAY QUE EVITAR LA  
“DISNEYLANDIZACIÓN” DE  
LOS DISTRITOS CREATIVOS.**

Jorge Piqué

**Conexiones  
Creativas**

● **LA CREATIVIDAD TAMBIÉN ES DEL  
INTERÉS DE LA EMPRESA PRIVADA**

JORGE PIQUÉ | Porto Alegre, Brasil  
Distrito C Porto Alegre

Todas las conferencias y casos de la quinta edición del encuentro profesional Ecosistema Arte han sido especiales e importantes para la conversación sobre los Distritos Creativos de América y Europa. Pero, un caso se apropió especialmente del debate en torno al concepto de distrito cultural y creativo y ese fue el presentado por Jorge Piqué, de Distrito C, ubicado en Porto Alegre, Brasil. Su intervención inició con una potente reflexión sobre las nociones que actualmente compiten entre sí por llegar a una definición de este concepto, de un lado, la de ciudad creativa de los

años 80 en Australia que hace referencia a una ciudad con una atmósfera estimulante que induce a la creatividad, con arquitectura icónica; desde la que se entiende que los planes de gobierno trabajen este aspecto de cara al turismo y al bienestar de los habitantes. Por otro lado, el que descansa sobre el concepto de economía creativa, en el sentido de que el ecosistema tiene ciertas características y sus productos y servicios se diferencian de los demás y el distrito se configura como un lugar en el que se concentran negocios de base creativa, artistas y creadores. Ambos conceptos,

dice Piqué, tienen dificultades: para el uno, el quedarse en lo estético y superfluo careciendo de contenido y para el otro, que puede tornarse como un *ghetto* creativo sin conexión con otros agentes.

Partiendo de estas dos consideraciones, Jorge Piqué, quien es fundador de la empresa UrbsNova, una agencia de innovación y diseño social, cuenta qué es y cómo está configurado el Distrito C de Porto Alegre; que es además una iniciativa de la agencia y que funciona en el centro de la ciudad brasileña desde el 2013. En este territorio la mitad de los participantes son empresas de base creativa y la otra mitad, actores de la economía del conocimiento y la economía de la experiencia, que son sectores muy cercanos a la economía creativa. Como la mayoría de los distritos, éste se encuentra en una zona que en el pasado, entre la década del 30 y el 40, fue de gran relevancia para el sector industrial y que luego por el flujo de la economía y el desarrollo de la ciudad se despobló, albergando únicamente problemáticas de tipo social. Fue esta la razón por la que surgió el Distrito C en Porto Alegre, ubicado en el cuarto distrito, concebido como un parque urbano abierto que contempla las tres economías (creativa, del conocimiento y de la experiencia) y agrupa aproximadamente 100 negocios y entre 200 a 300 personas involucradas en la red que generan alrededor de 1.500 empleos directos e indirectos y que sin duda alguna han ayudado a reactivar esta zona de gran importancia para la ciudad.

Es interesante también ver cómo este distrito, al igual que Poblenuo UD o que Le Halle Tropisme, se autogestionan desde el *core* mismo del distrito, desde los creadores. En este caso, llama mucho la atención el origen mismo del distrito y es el interés por recuperar una zona de interés histórico y patrimonial de la ciudad, desde la empresa privada, en este caso UrbsNova, pero que no llega a construir grandes edificios llamativos que son una pieza de diseño en sí; sino que trabaja sobre el propósito de crear y generar una red de talento alrededor de economías que se complementan, al tiempo que se va recuperando el territorio desde su ADN y desde la belleza de sus espacios públicos; lo cual es de gran interés para el planteamiento de nuevas iniciativas.

En este sentido, desde UrbsNova se invita a los creadores y empresas a ser parte del distrito, como una especie de asociación flexible, que se contrae o expande dependiendo del momento y en la que -en la mayoría de los casos- es la empresa la que propone proyectos para todos y los participantes deciden si quieren ser parte o no de cada propuesta; además de que cada uno puede también traer proyectos a la mesa, fomentando la gestión individual, lo que atrae mucha oferta e inversión externa, configurando una dinámica interesante entre todos que permite lograr una agenda y oferta en el distrito. El pasado del territorio interesa mucho para el planteamiento de nuevas iniciativas.

Además del mix de economías que reúne, su modelo de gobernanza que también es una mezcla entre una privada y una asociación de quienes habitan el distrito, es muy interesante ver otros aspectos que van configurando un lugar intermedio entre los conceptos de distrito creativo y cultural que Piqué planteó al inicio y que hacen de Distrito C un territorio atractivo desde lo visual, pero también con contenido y un tejido creativo importante que está conectado entre sí y con la ciudadanía. Por ejemplo, tiene una oferta interesante de servicios conexos como bares, restaurantes y hoteles, que pasan por una curaduría para garantizar que desde su ADN aportan a la economía de la experiencia y al contenido creativo y cultural del barrio.

Finalmente, un elemento de gran valor en este caso y que vale la pena resaltar, es la tarea de mapeo y reconocimiento del territorio que fue determinante y puede ser ejemplo para otras experiencias, pues a diferencia de otras metodologías UrbsNova recorrió a pie las calles que configuran la zona del distrito para reconocer en primer lugar una población de base creativa asentada en el territorio, trabajando allí desde antes que la iniciativa surgiera. Este recorrido se complementó con dos expediciones con artistas y arquitectos para conocer a cada actor dentro del sector y posteriormente llevar a cabo los procesos de transformación y mejoría urbana (no de revitalización), atracción de nuevos emprendimientos, promoción del

contacto con otros distritos creativos y culturales del país y del exterior; así como la recuperación del patrimonio histórico y ambiental. Aspecto que guarda similitud con la metodología ACORA aplicada al caso Caravanchel Creativa en Madrid y que resulta, como lo hemos mencionado antes, en un proceso de gentrificación positiva que enriquece el territorio y lo estimula y dinamiza realmente.

**Disfruta o revive su conferencia con el acceso exclusivo para los miembros de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa. Si aún no eres miembro aquí puedes saber más:**

<https://cccreativas.com/portfolio/plataforma-distritos-creativos/>







**NO NOS INTERESA SÓLO TRABAJAR EN LA AGENDA CULTURAL DE MEDELLÍN. TAMBIÉN QUEREMOS CONTRIBUIR A FORTALECER SU ECOSISTEMA CREATIVO.**

Ana Maya



**Conexiones  
Creativas**



**13**

● **UN DISTRITO CREATIVO EMPIEZA POR CONSOLIDAR EL ECOSISTEMA EN EL TERRITORIO**

**ANA MAYA | Medellín, Colombia**

Líder del ecosistema creativo y cultural de Comfama

**ERIKA JARAMILLO | Medellín, Colombia**

Directora de la Corporación Perpetuo Socorro

Llegamos al final del tercer día de encuentro profesional en torno al tema Distritos Creativos de América y Europa y se cierra la sesión con Medellín como protagonista de esta conferencia, en la que se juntan dos voces para resaltar el hecho de que más allá de la delimitación física o espacial de una zona en la ciudad y de la intención de querer recuperar un territorio, lo importante es cómo consolidar -en este caso- el ecosistema cultural y creativo que le da vida al distrito. Para eso, es importante

destacar la cohesión de la empresa privada entre sí para sacar adelante el proyecto El Perpetuo Socorro, en donde es fundamental el rol de los empresarios, de organizaciones privadas al servicio de los ciudadanos como Comfama y de la academia con la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB) para materializar lo que hoy es un nuevo distrito cultural y creativo de la ciudad, cada vez más posicionado y referenciado en la mente de los creadores y de sus públicos.

El Perpetuo, es un barrio de 62 hectáreas en el centro de Medellín, vecino del Distrito San Ignacio, en el que viven menos de 10 habitantes y que tiene características territoriales claves, similares a las de otros distritos, en términos de problemáticas sociales, de acceso a movilidad sostenible y de conexión con la ciudad y con otros sectores, así como con emplazamientos culturales de gran relevancia. Al barrio llega Mattelsa, una empresa de base creativa que soñó el territorio y que lo habitó para luego invitar a otros actores a ser parte del sueño de crear un distrito verde, habitado por creadores que retribuyan a la ciudad y le cambie la realidad al barrio. En ese escenario invitan a Comfama, organización social que en Colombia se denomina como Caja de Compensación Familiar, que es un sistema creado para generar mecanismos de compensación a los trabajadores que reciben una remuneración menor y a quienes se les entrega a manera de servicios, bienestar. Entre muchos de los pilares sobre los que trabaja la entidad, la cultura ha sido muy fuerte y se ha acercado a sus afiliados con una agenda cultural enriquecida, que decidió extender hace tres años a los creadores, artistas y empresas que confirmaban esa agenda, desde programas de acompañamiento que coinciden con iniciativas de economía creativa como las del BID y con el interés particular del Gobierno Nacional.

En ese contexto, Mattelsa con su empresa y toda su filosofía y Comfama con La Bodega empiezan a activar el

territorio y a atraer al tejido creativo de Medellín a un nuevo distrito con todo el potencial y con disponibilidad de programas para acompañar el proceso tanto de los creadores y empresas, como de estimulación de la zona; logrando materializar toda la experimentación que el creador necesita para impulsar su proyecto y conectar al mismo tiempo con los públicos, al tiempo que desde La Bodega se conecta puntualmente al ecosistema con apoyos desde lo formativo y lo empresarial con programas de la entidad que hacen parte de su estrategia y apuesta por la cultura del Departamento de Antioquia, como ELPAUER; además de que ya la Alcaldía decretó el barrio como 'Área de Desarrollo Naranja' y Distrito Económico creativo de Medellín.

Esta dupla, que se complementa con la UBP desde la educación, conforma en términos de gobernanza la Corporación Perpetuo Socorro, que tiene como común denominador el bien colectivo para el desarrollo de este distrito creativo y articular los intereses de los habitantes actuales, los creadores, los visitantes y los inversionistas bajo el mismo propósito: "potenciar este territorio para que los creadores vivan, trabajen, progresen y la ciudad tenga un espacio verde para habitar".

Desde esta perspectiva y desde el 2017 avanza la apuesta del distrito creativo El Perpetuo Socorro, reafirmando el potencial cultural del centro de histórico de Medellín y su importancia para impactar la dinámica económica

de la ciudad aunque, como se explicó en el caso del Distrito San Ignacio, fue una zona rezagada dentro del plan de recuperación de los barrios y espacios públicos de la metrópoli antioqueña. El Perpetuo actualmente ha desarrollado 8 ediciones de su festival, iniciado por la Alcaldía y adoptado luego por la Corporación, en el que han reunido en todas sus versiones a 174 creadores y a más de nueve mil visitantes; y que ha recibido una inversión superior a los 845 millones de pesos registrando ventas por más de 200 millones. Así mismo, La Bodega Comfama alberga desde el 2018 una programación continua de Charlas Perpetuas, conciertos y mercados creativos entre otras actividades que suman más de 59 mil asistentes entre 2018 y 2019; además de públicos en otros formatos, pues la pandemia los retó a migrar contenidos al escenario digital a través de conversaciones y espacios de inspiración con podcasts y otros espacios digitales.

Para finalizar, tanto la jornada como estas memorias del encuentro profesional Ecosistema Arte, Distritos Creativos de América y Europa, hay que decir que este caso en particular es ejemplo de trabajo conjunto y colaborativo en el que cada miembro fundador pone desde su experticia y saber, las ideas, los recursos y las herramientas necesarias para movilizar la inversión en el territorio, los públicos y los habitantes, que finalmente constituyen el entramado del ecosistema cultural y creativo necesario para desarrollar el distrito. Dentro de quienes

se han sumado a El Perpetuo están empresas de reciclaje de materiales electrónicos que han aportado conocimiento en el desarrollo del distrito verde, centros comerciales y concesionarios de carros con quienes se han desarrollado proyectos de polinización cruzada y que conectan a los creadores con la demanda. Están en construcción algunos equipamientos, así como en constante mejoramiento el tema de la seguridad para desarrollar un barrio caminable y verde a través de microbosques, con opciones sostenibles de transporte como bicicletas, andenes amplios y la recuperación de sistemas de agua, promoción del reciclaje y reducción de la huella de toda la actividad que allí se realice; además de contar con actividades que integran a los habitantes propios del barrio y que permiten un proceso de gentrificación positiva, que en lugar de desconocerlos, los incluye y les da un espacio al tiempo que atrae a la ciudadanía que había olvidado por completo esta zona de la ciudad.

**Disfruta o revive su conferencia con el acceso exclusivo para los miembros de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa. Si aún no eres miembro aquí puedes saber más:**

<https://cccreativas.com/portfolio/plataforma-distritos-creativos/>



# PLATAFORMA DE DISTRITOS CULTURALES Y CREATIVOS

Platform for Cultural  
& Creative Districts

AMÉRICA - EUROPA

## LA PLATAFORMA incluye:

- Encuentro anual
- Misiones a Distritos
- Intercambios y gestión de proyectos entre los miembros.
- Encuentros trimestrales abordando los temas que inquietan a los miembros: gobernanza, sostenibilidad, urbanismo, financiación, homogeneización, gentrificación, integración social, ecosistema creativo y cultural, etc.
- Publicaciones y contenidos exclusivos para miembros.

Accede al **contenido exclusivo**  
para los miembros de la Plataforma de  
Distritos Creativos y Culturales América-Europa.

[https://cccreativas.com/  
portfolio/plataforma-  
districtos-creativos/](https://cccreativas.com/portfolio/plataforma-districtos-creativos/)





@CCCreativas

[www.cccreativas.com](http://www.cccreativas.com)