



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

ADN MÁS PRODUCTIVAS

Hacia la sostenibilidad de las Áreas de Desarrollo Naranja

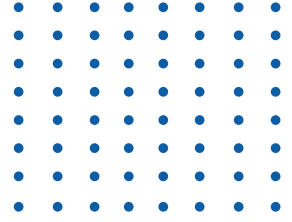
KIT DE HERRAMIENTAS

Un proyecto de:



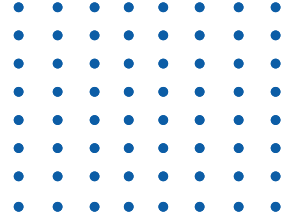
Operado por:





ÍNDICE

● Introducción	03
● Caracterización de los distritos creativos y culturales	05
● Diagnóstico. Hazlo tú mismo	07
● Ecosistema: agentes comprometidos con el distrito	10
● Cómo consolidar un distrito creativo y cultural	11
● Casos nacionales analizados	15
● Casos para aprender	27
● Red de distritos creativos y culturales de Colombia	46
● Multimedia	50
● Anexos	52



INTRODUCCIÓN

Los distritos creativos y culturales no son un fenómeno nuevo pero están en auge. En Colombia son más de 98 de estas unidades de gestión cultural con impacto territorial y administrativo.¹ Su función principal debe ser conocer, acompañar y activar a los agentes que componen los ecosistemas en los que se soportan: artistas, creadores, emprendedores y empresarios, es decir, las unidades creativas y productivas. El objetivo es consolidar los procesos de creación, producción, circulación, distribución y acceso de públicos a las manifestaciones, servicios y productos que se gestan en ellos.²

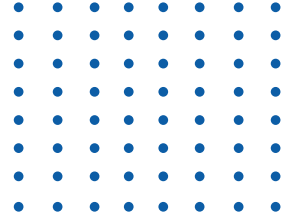
A nivel mundial los distritos han demostrado su capacidad para fortalecer procesos de cohesión social, recuperar o generar procesos de identidad cultural, y aportar a la dinámica económica de los territorios. Fomentan la creación de empleo; permiten integrar las vocaciones locales, sus patrimonios y dinámicas culturales con otros sectores productivos y diferentes geografías; consolidan narrativas que agregan valor a las ciudades estimulando su proyección y reconocimiento, atrayendo visitantes y turistas, y articulando el territorio con mercados.

En Colombia, los distritos creativos y culturales son comprendidos en relación con unos espacios geográficos muy precisos que se delimitan y reconocen mediante decisiones administrativas de los entes territoriales o a través de instrumentos de ordenamiento territorial. Globalmente sin embargo, se identifican formas muy diversas de relacionamiento entre los distritos y los espacios en los que se despliegan. Esta relación puede ser tan definida como un edificio, una calle o una manzana, o ser tan amplia como un barrio, una ciudad o un país entero.

No puede existir en realidad un distrito creativo sin un ecosistema cultural y creativo vivo, dinámico. De no ser así, se trata de distritos de papel o de ejercicios inmobiliarios especulativos. Las prácticas creativas y culturales constituyen el núcleo motor de los distritos. Su centralidad es la que les otorga a los distritos su peso específico, y es éste el que determina su vocación, el tipo de bienes y servicios que lo caracterizan, las dinámicas sociales, los empleos que se van a generar en su interior, y los discursos que permiten su proyección. Es ese núcleo articulador el que determina los impactos comunitarios y sociales de un distrito.

1. <https://economianaranja.gov.co/areas-de-desarrollo-naranja-adn/#>

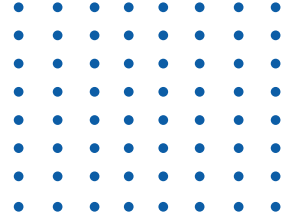
2. Para ampliar los contenidos sobre Ecosistemas Creativos, véase: AAVV (2020). Ecosistemas Creativos. Conexiones Creativas. <https://cccreativas.com/wp-content/uploads/2020/11/Ecosistemas-Creativos-2020-Volumen3-Conexiones-Creativas.pdf>



En reconocimiento de lo anterior, este **Kit de herramientas** ha sido cuidadosamente escrito, editado y diseñado por Conexiones Creativas en el marco del programa **ADN Más Productivas** del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y Colombia Productiva, con el objeto de entregar recursos útiles a los profesionales, coordinadores y directores que están vinculados con la gestión de los distritos creativos y culturales en Colombia. Estos materiales entonces permitirán: identificar la singularidad de un distrito (*Caracterización*); *determinar el estadio en el que se encuentra* (diagnóstico); conocer a los agentes asentados y/ o vinculados (*Ecosistema*); diseñar una Ruta estratégica orientada a consolidar un distrito creativo y cultural; aprender de otros casos y modelos de gestión; y comprender la importancia de la colaboración y la asociatividad (*Red*).

Los contenidos que aquí se recogen condensan la gran experiencia que deja la **asistencia técnica realizada en el 2022 a 12 de los más de 98 distritos** existentes en el país en temas como: **diagnóstico, modelo de operación y sostenibilidad, visión estratégica, identidad y comunicaciones**. Pero también consignan aprendizajes que Conexiones Creativas ha cosechado en los últimos 5 años, período en el que se han liderado ejercicios como: la única Plataforma de distritos creativos y culturales América-Europa; el acompañamiento a la Red de Territorios Creativos de Chile y la mentoría a dos de dichos territorios (2020-2021); el activo rol en la gestación del Distrito Creativo Perpetuo Socorro (Medellín) entre el 2018 y el 2019 desde Bodega/Comfama; la investigación y escritura de cinco (5) publicaciones sobre los ecosistemas y distritos creativos (2017 - 2021); la beca recibida por parte del Ministerio de Cultura de Colombia en el 2019 y que permitió estudiar a fondo los modelos de gestión de 10 distritos creativos de Francia, Bélgica y Holanda; y la relación profesional con distritos creativos de España, Italia, Brasil, Argentina, Ecuador, Chile y Estados Unidos.

Esperamos que estas herramientas contribuyan a afianzar, estimular y vigorizar el potente carácter transformador que tienen los distritos en Colombia y contribuir de ese modo a enfrentar y superar los retos connaturales a su existencia.



Caracterización de los distritos creativos y culturales. ¿Qué hace único a cada distrito?

En los distritos creativos y culturales resultan de central importancia características y situaciones como:

- Los activos culturales pre-existentes en el contexto local.
- Las dinámicas de un ecosistema cultural y creativo.
- La programación de agenda y oferta cultural.
- La conectividad (física y virtual), centralidad y condiciones de accesibilidad.
- La revitalización de los territorios.
- La red de conexión del distrito a nivel regional, nacional e internacional.
- La gobernanza.
- El financiamiento
- El rol del sector inmobiliario en la construcción o adecuación de espacios de vivienda y trabajo.³

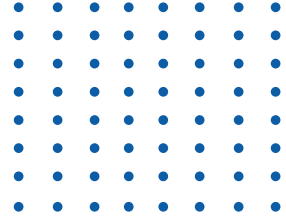
¿Quieres saber más? Esta MasterCclass es para ti:
<https://youtu.be/GLQYX45vAzU>

Considerando lo anterior, en la primera Fase del programa ADN Más productivas, se realizó un ejercicio de caracterización para 10 distritos (ADN) a través de un instrumento virtual.⁴ Dicho instrumento permite la recolección de información en tres grandes frentes:

- **Ecosistema:** actividades presentes, número de unidades creativo-productivas, empleos generados, vocación, mediadores, programas de fortalecimiento, mapeos y/o caracterizaciones, públicos y visitantes, infraestructura, programas, conectividad, turismo e internacionalización.
- **Gobernanza:** existencia, estructura, instancias de gestión, representación y participación del sector creativo y cultural.

3. Soulard, O. Distritos creativos: to be or not to be. En: AAVV (2021). La reactivación de los distritos creativos y culturales en la pandemia. Conexiones Creativas. <https://cccreativas.com/wp-content/uploads/2022/03/Investigacion-Distritos-Creativos-y-Culturales-en-pandemia-2022-paginas.pdf>

4. Los distritos / ADN's caracterizados en esta fase previa fueron: Centro Río de las Artes (Cali), Chapinero (Bogotá), ADN de Ciencia, Tecnología e Innovación (Bogotá), Girardot Visión 20-40 (Girardot, Cundinamarca), Guatavita. El Origen de la leyenda (Guatavita, Cundinamarca), ADN Centro Histórico - Puerto Colombia (Puerto Colombia, Atlántico), ADN Centro Histórico - Puerto Colombia (San Jacinto, Bolívar), ADN Ciudad Madre - Centro Histórico (Santa Fe de Antioquia), ADN Distrito Moda Itagüí (Itagüí, Antioquia), ADN Valle Creativo (La Ceja, Antioquia).



- **Sostenibilidad:** incentivos (tributarios o de otro tipo), presupuesto, equipo de trabajo, gastos de operación.

Su implementación ha permitido ponerlo a prueba, evaluarlo y actualizarlo para ser integrado a este kit.

Alcance

El instrumento se despliega como un formulario en línea. Su diligenciamiento puede tomar hasta una hora, pero su lenguaje y diseño lo hacen fácil y agradable. Su existencia virtual permite el acceso permanente y la tabulación rápida y eficiente de la información. Además, está dividido en dos partes que pueden ser completadas separadamente en momentos diferentes.⁵

Los enlaces correspondientes a cada parte del formulario son:

Parte 1. <https://g69a24vwp4o.typeform.com/to/XWaJrIU2>

Parte 2. <https://g69a24vwp4o.typeform.com/to/L851OcaT>

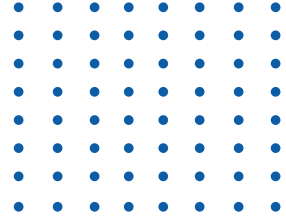
Pasos para aplicarlo

Paso 1. Identificar las personas directamente implicadas en el proceso de gestión de los distritos. En caso de no saberlo, puede hacerse a través de entidades como el Ministerio de Cultura, las Secretarías de Desarrollo Económico, Cultura y Turismo, Colombia Productiva, entre otros. Es importante que la persona que diligencie el instrumento conozca o tenga acceso a documentos complementarios sobre el distrito: mapeos, caracterizaciones, estudios, directorios, decretos, etc., lo cual redundará en una caracterización sólida.

Paso 2. Al finalizar el instrumento, se emite de manera automática un mensaje de confirmación dirigido al correo electrónico introducido.

Paso 3. Conexiones Creativas, desde la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales que gestiona, tabula y analiza la información recolectada para contactar con la persona o entidad y hacerle una devolución con base en la información diligenciada.

5. Esta herramienta se basa en el proceso desarrollado por el Ministerio de Cultura y la Universidad Javeriana de Cali en el 2021, complementado con aspectos de interés para el Ministerio de Comercio y Colombia Productiva.



Diagnóstico. ¡Hazlo tú mismo!

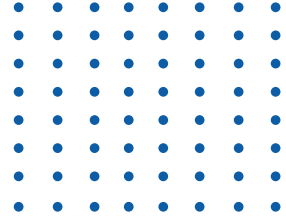
Entender en qué estadio de avance se encuentran los distritos es tan importante como su caracterización. Sólo así se puede tener una guía del lugar en el que está cada proyecto en un momento específico, lo que a su vez permite definir de manera precisa y eficiente los proyectos enfocados en su estímulo y fortalecimiento. Un buen diagnóstico es, también, un mecanismo útil para los gobiernos locales y nacionales comprometidos con los distritos puesto que les da un panorama sobre su nivel de desarrollo y les da pautas para el monitoreo periódico (evolución en el tiempo).

En el marco del programa ADN Más Productivas, Conexiones Creativas construyó una herramienta visual de fácil uso que le permite a todos los distritos reconocer el estado real de su proceso individual. Para esto fueron fundamentales varios insumos como los elaborados en 2021 por la Pontificia Universidad Javeriana de Cali.

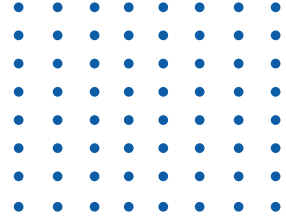
En consecuencia esta herramienta les ayuda a definir objetivos precisos en el tiempo, como el diseño de mecanismos de acompañamiento asertivos y acordes con las necesidades que esta les ayuda a poner en evidencia.

Este instrumento permite identificar la madurez de los distritos a partir de un sistema de clasificación basado en una matriz en la que se evalúan 8 ítems (filas) por etapas de desarrollo (columnas). Los 8 ítems o rubros son:

- 1. Vocación.** Los distritos creativos y culturales son y deben ser cada vez más híbridos, pero es importante que tengan un eje o núcleo aglutinador que los profile, oriente y les permita definir prioridades. La vocación es el motor sobre el que se diseña el proyecto motor que moviliza a los distritos.
- 2. Ecosistema Cultural y Creativo.** Sin ecosistema creativo y cultural no hay distrito creativo y cultural, mucho menos un ADN. Resulta clave identificar si existe una comprensión del ecosistema asociado al distrito, si se conoce y se ha mapeado, cómo se trabaja con éste y si hay programas que fortalezcan a sus agentes.
- 3. Gobernanza.** Es el compromiso de los actores públicos, privados, académicos y creativos con el distrito. La gobernanza se refleja en las instancias de liderazgo, toma de decisiones, representación y vocería; así como en el modo en el que es reconocida por los agentes del ecosistema, cómo los representa, aglutina y beneficia.



- 4. Sostenibilidad.** Un modelo de sostenibilidad es lo que permite que la gobernanza definida pueda consolidar el distrito. No existe un único formato y puede ser el resultado de aportes de los corporados, membresías, el cooperativismo, la colaboración en proyectos especiales, destinación de recursos públicos, donaciones o cooperación internacional. Es vital que los distritos cuenten con un presupuesto que asegure la operación del modelo de gobernanza definido y les permita tener una agenda de trabajo propia, independencia, solidez y continuidad.
- 5. Dinámica económica.** Este criterio se soporta en la existencia de tejido creador, emprendedor y empresarial tanto del ecosistema creativo y cultural como de otros sectores conexos y complementarios. También es importante la presencia diversificada de actores (productores y mediadores) pues ellos permiten el encuentro de los creadores con el mercado, y la presencia de plataformas de circulación y acceso como exposiciones, festivales, ferias o mercados creativos.
- 6. Activos.** Los activos (tangibles e intangibles) de un distrito deben servir para activar procesos en conexión con su vocación. Los activos físicos, como la infraestructura, pueden hacer las veces de nodos aglutinantes, centros operativos y espacios de despliegue que contribuyan al logro de objetivos. Los activos inmateriales por su parte sirven de mojones, iconos, en la puesta en marcha de su narrativa.
- 7. Turismo.** Los distritos ocupan un lugar central en la agenda de turismo creativo y cultural de los territorios y, salvo alguna excepción, así es reconocido por todos los actores que fueron acompañados en el marco de este programa. Aunque es una palanca relativamente fácil de activar puesto que los distritos tienen ya muchos de los activos que un visitante busca, suele faltar la narrativa y articulación de los actores. Aunque no puede ser la respuesta a todos los retos, el turismo suele jalonar un encadenamiento directo con el mercado.
- 8. Agenda internacional.** Este criterio indaga la existencia de mecanismos o espacios de relacionamiento con el mundo (alianzas, intercambios, transferencia de buenas prácticas, etc.). Busca subrayar la importancia que tiene el reconocerse como parte de un proceso muy activo a nivel mundial. Una agenda internacional redonda en las oportunidades de cooperación internacional, y en la internacionalización de productos, servicios y experiencias propios del distrito.



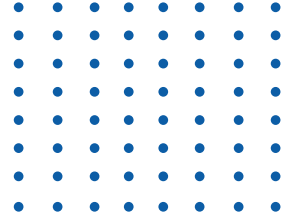
A partir de discriminación de estos contenidos, se identifican cinco (5) etapas que permiten dar cuenta del estadio de avance y desarrollo del distrito. Estas son: I. Estructuración; II. Semilla; III. Crecimiento; IV. Expansión; V. Consolidación.⁶

DIAGNÓSTICO ADN'S

	Etapa I Estructuración	Etapa II Semilla	Etapa III Crecimiento	Etapa IV Expansión	Etapa V Consolidación
Vocación	Indefinición de la naturaleza y la vocación de la ADN	Comprensión de la naturaleza y la vocación de la ADN	Caracterización de la actividad cultural/creativa	Agenda coherente con plan estratégico y comunicacional	Programación recurrente y agenda integrada a la ciudad
Ecosistema cultural y creativo	Aproximación cualitativa a las actividades "naranja"	Conocimiento preciso de la cadena de valor de la ADN y sus agentes	Consolidación ADN y diseño de políticas de atracción	Mercado activo con producciones diferenciales	Proyección nacional e internacional
Gobernanza	Instrumento público y delimitación geográfica	Diseño de la estructura administrativa y jurídica	Estructura operativa y con roles precisos	Articulación de Stakeholders en agenda y proyectos	Influencia en políticas públicas
Sostenibilidad	Ausencia de plan y Dependencia de entidades fundadoras	Existencia de plan, equipo y presupuesto propios	Diseño y ejecución de proyectos viables	Autofinanciamiento de la ADN	Autonomía, independencia y continuidad en el tiempo
Dinámica económica	Identificación de la actividad económica principal	Modelo de negocio y plan estratégico	Conocimiento de oferta y demanda propias	Ingresos y egresos en equilibrio y con distintas fuentes	Mercado atractivo con plataformas comerciales en proyección
Activos	Conocimiento de activos tangibles por Instrumento público	Inventario de activos tangibles a intangibles	Incorporación de activos tangibles e intangibles a los proyectos	Inserción de activos en las actividades económicas	Crecimiento y fortalecimiento de activos
Turismo	Reconocimiento de la necesidad	Definición de planes y políticas + infraestructura autogestionada	Articulación con oficinas y secretarías de turismo local	Gestión de infraestructura turística	Instalación territorial de infraestructura turística
Agenda Internacional	Ausencia de una agenda específica	Existencia de políticas de internacionalización	Colaboración con partners internacionales en proyectos	Aportes Internacionales en la sostenibilidad ADN	Presencia física de partners internacionales en la ADN

En el proceso del programa ADN Más Productivas la aplicación de estos instrumentos de caracterización y diagnóstico a diez (10) de las ADN o distritos del país, se acompañó de un proceso de entrevistas a la medida para corroborar, ahondar o complementar.

6. Estas etapas recogen los resultados del Acompañamiento técnico. Fortalecimiento a las Áreas de Desarrollo Naranja en Colombia: gobernanza y sostenibilidad en los territorios hecho por la Pontificia Universidad Javeriana de Cali en el 2021 para el Ministerio de Cultura. Véase: <https://economianaranja.gov.co/media/lhfpq0et/reporte-adn-lowres.pdf>



Ecosistema: agentes asentados y/o vinculados con el distrito

Una de las singularidades y sin duda el gran aporte del programa ADN Más Productivas, fue poner a dialogar a los distritos con las llamadas “unidades productivas”, es decir con la razón de ser de cada distrito, el “sujeto y objeto” de todo este proceso.

Los cultores, gestores, creadores, emprendedores y empresarios asentados y/o vinculados con el distrito son claves para mantener las prioridades en la agenda, para blindarlo ante cambios de gobiernos, y para que sea y no deje de ser nunca un animador - activador del ecosistema creativo y cultural.

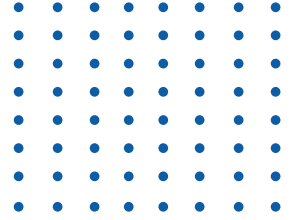
Es importante pues que cada distrito identifique, mapee y haga observancia a esos agentes para detectar problemáticas, diseñar programas de acompañamiento o evaluar el nivel de participación que estos actores tienen en el distrito . Esto puede ser vía censos, encuestas de caracterización o incluso ejercicios de georeferenciación para ver las “zonas de calor del distrito”, en las qué hay más actividad o en las qué hay menos.

Es importante proponerse una periodicidad para volver a tomar el pulso y analizar evoluciones o cambios.

Aquí está la semilla de La Vecindad que cuidará del distrito si éste ha cuidado a sus creadores, gestores, creadores, empresarios e instituciones.

Es importante pensar cuáles son los beneficios de estos agentes, hay únicos filosóficos que son fundamentales, como también deben haber algunos de juntanza, de polinización cruzada, de visibilidad, y de acceso a mercados; y no olvidar los económicos que se traducen en exenciones o estímulos tributarios. Este caso te será valioso: <https://youtu.be/dgk6ZrurXBk>

En esta Master Class te damos un puñado más de herramientas: <https://youtu.be/XW3LZeTFaig>

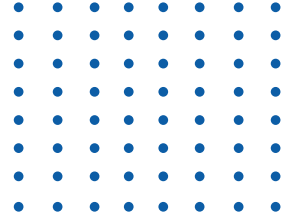


Cómo consolidar un distrito creativo y cultural: ruta estratégica con 12 elementos

Tenemos una versión amable y comprimida de esta metodología en este podcast que hemos preparado para ti: <https://open.spotify.com/episode/6YhU4VDAoiNW5DThN4Zr0G?si=kjpiqsOQSD6Uuy5IacuyUA>

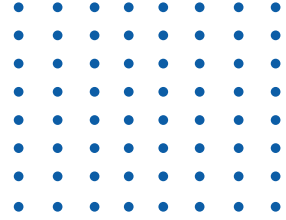
No hay un modelo único, pero nos gustaría proponer que esa hoja de ruta incluya estos **12 elementos** luego de la caracterización, el diagnóstico y el mapeo del ecosistema creativo y cultural:

- 1. Qué se ha hecho bien y qué se necesita:** nosotros siempre empezamos estos procesos con espacios de conversación que pongan en valor todos los activos, logros o avances pues el “vaso puede estar más lleno de lo que se imagina”. Usamos una metodología que hemos customizado basada en *Pentagrowth* con las preguntas ¿qué nos falta y qué nos sobra? Los distritos, incluso los inducidos, no empiezan de cero. Siempre beben de dinámicas o procesos previos que deben ponerse en valor.
- 2. Quién falta:** nunca se debe pensar “ya estamos todos los que debemos estar”. La puerta debe estar siempre abierta para que nuevos agentes se sumen al proceso, nutran la mirada y oxigenen las apuestas. La foto de cada sesión debe titularse “aquí les estamos esperando”. Sugerimos que cada taller, conversatorio o espacio de trabajo en pro del distrito incluya la pregunta ¿aquí quién nos falta?
- 3. El ADN del Distrito: Identidad territorial:** para abordar este elemento hemos acudido a varias metodologías, una muy sencilla es el trabajo alrededor de la “imagen emotivo - creativa” con la vecindad del distrito por ejemplo a través de talleres presenciales; también son válidas las herramientas de consulta *on line* para contar con una amplia base de aportes; hasta llegar a una propuesta integral como la que nos compartió en el programa ADN Más Productivas la exMinistra de Cultura de Ecuador y actual Directora del Instituto Metropolitano de Quito, Angélica Aricas, que se basa en cuatro pasos: 1) identificación de las dinámicas del territorio - 2) estudio y documentación - 3) puesta en valor - 4) diálogo y construcción de ideas. Para saber más: <https://youtu.be/9No7ayQICAc>

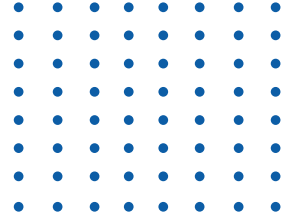


- 4. Referentes:** un distrito no es copiar-pegar lo que otros han hecho pues se puede caer fácilmente en uno de los talones de Aquiles hoy de estos procesos: la homogeneización. Pero sí es importante identificar “buenas prácticas”, procesos de los que aprender. No siempre es fácil encontrar bibliografía actual en esta materia por lo que hemos contactado e invitado a las voces líderes de muchos de los distritos mundiales para que te cuenten aquí sus casos: <https://youtube.com/playlist?list=PLP8W92DHaf4haHk5721WFo1eredphhEF> no te pierdas de cada una de estas Master Class de alto nivel, están imperdibles.
- 5. Propósito superior:** compartir el porqué lo estamos haciendo y para qué es clave. Esa mirada común es la base sobre la que se construye y sostiene este proceso. En esta asistencia técnica a 12 distritos en Colombia hicimos un taller que usaba plataformas de participación horizontales, anónimas y virtuales para que todos los participantes estuviesen en igualdad de condiciones y no hubiese sesgos. La primera pregunta que se conducía era siempre sobre la misión o propósito superior del distrito, luego nos enfocábamos en la visión a tres años a partir de un ejercicio que llamamos “La noticia”⁷ y terminábamos hablando de los cómo para lograrlo, lo que nos permitía llegar a las líneas de acción en la gestión del distrito. Recomendamos siempre presentar el resultado de este proceso en foros posteriores para que sea visto y analizado con otros ojos, esto contribuye a la revisión y validación de los acuerdos alcanzados en el taller inicial.
- 6. Aliados:** usualmente los distritos espontáneos nacen de colectivos de creadores o gestores, y los distritos inducidos son liderados por los gobiernos o por el sector inmobiliario. La pregunta ahora es, ¿cuál es la red de actores comprometidos con el proceso? Es fundamental en un distrito una base sólida y sobre todo muy diversa de aliados que están listos a aportar tiempo, energía, ideas o recursos de toda índole en pro del distrito, siendo todos estos aportes igualmente valiosos. Es deseable identificar en función de las líneas de acción del ítem #5, cuáles son las necesidades en el distrito y los roles que cada uno de esos aliados puede jugar. Esto sentaría las bases de una especie de “gobernanza 1.0”. Si lanzamos la perinola saldría “todos ponen todos ganan”.

7. En la noticia sugerimos siempre trabajar sobre tres preguntas: 1) cuál es el titular de la noticia que saldrá en los medios de comunicación dentro de tres años hablando de este distrito 2) dónde saldrá esa noticia 3) cuál es el primer párrafo o lead de esa noticia. Aquí la apuesta es por llegar a una respuesta coherente que evidencie prioridades, audiencias y focos.

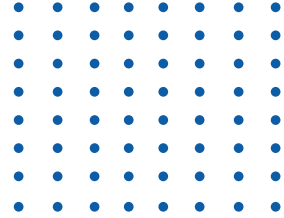


- 7. Gobernanza: cuádruple hélice:** hay tantos modelos de gobernanza como distritos hay en el mundo. Existen modelos inducidos, espontáneos y de resistencia; de arriba-abajo y de abajo-arriba; hay los que avanzan hacia esquemas asociativos tipo agremiaciones o asociaciones; algunos nacen en lo público para luego ser mixtos y terminar por ser entidades de naturaleza privada pero objeto público. Las gobernanzas en los distritos son evolutivas y deben estar abiertas siempre al debate y revisión sobre la pertinencia para cada momento del distrito. Lo que sí es deseable es que se busquen esquemas que involucren la cuádruple hélice dialogando en una mesa: gobierno - academia - sector empresarial/institucional - ecosistema creativo y cultural. En Colombia hay una gran oportunidad, por ejemplo, en las cajas de compensación o en las cámaras de comercio para nutrir estos procesos. Entramos entonces en un modelo de gobernanza 2.0.
- 8. Cómo nos organizamos:** de cara a esas líneas de acción que son coherentes con este propósito superior y que animan el camino a esa visión estratégica a tres (3) años es clave definir el modelo de operaciones y de sostenibilidad. Se puede comenzar por hacerlo para el primer año, periodo ideal que acompaña la puesta en marcha de ese modelo de gobernanza 2.0.
- 9. Transferencia de conocimiento:** estos son procesos de largo plazo así que se debe cuidar cómo se sistematizan los avances, cómo se mantiene vivo el compromiso de los aliados y como se asegura el relevo en todos los actores. Cuando Claudia Costa, líder del Distrito del Poblenou en Barcelona, compartía con los 12 distritos creativos y culturales de este programa detalles sobre sus 20 años al frente de ese proceso, una creadora de Restrepo-Meta le preguntaba justamente cómo estaba asegurando la continuidad otros 20 años y esto fue lo que ella le respondió: <https://youtu.be/uveNfFWua0M>
- 10. Indicadores:** a partir del propósito superior, la visión, líneas de acción y modelo de gobernanza elegido, es clave consensuar un paquete de indicadores para ese primer año de operaciones. Nosotros hemos trabajado con los 12 distritos acompañados en tres indicadores sugeridos para cada caso pues preferimos un número razonable de indicadores con los que sí haya compromiso. Estas dinámicas se nutren de las pequeñas victorias cotidianas.



11. Estrategia comunicacional: el ejercicio de ADN o identidad territorial desemboca naturalmente aquí. No nos parecen razonables las meras estrategias de marketing o el afán por llegar a un logo o señalética. Es importante que el símbolo elegido genere cohesión entre la vecindad y los aliados. Luego vendrán de manera natural unos mecanismos on y off para dar a conocer la apuesta y convocar. Nada en todo caso será más poderoso comunicacionalmente que la vivencia honesta del distrito, que la polifonía de voces de la vecindad que están comprometidas y un ecosistema vivo que año a año sigue trabajando en alianza. Los hábitos son vitales para que la programación de un distrito se instale así como dar vida a un espacio periódico de encuentro de vecinos/agentes comprometidos con éste. Aquí de nuevo aplica lo mencionado en el ítem #2: las puertas están siempre abiertas incluso y sobre todo, para cuando haya disenso.

12. Internacionalización: los distritos creativos y culturales no son fenómenos nuevos, de hecho en Conexiones Creativas sostenemos que los barrios de gremios en el medioevo eran una suerte de distritos; pero es claro que hoy más que nunca están en el centro de las políticas públicas a nivel global. Es importante aprovechar espacios de diálogo con pares pues retos, desafíos u oportunidades pueden ser comunes. Uno de esos escenarios de diálogo es la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa: <https://www.instagram.com/distritoscreativos/>

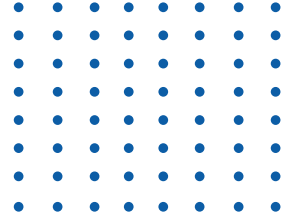


Casos nacionales analizados

El estudio a profundidad de 10 distritos del país realizado en la Fase 1 del programa entre febrero-abril de 2022, ofrece una oportunidad única para que los profesionales encargados de la gestión de este tipo de proyectos entiendan las estrategias y prácticas que han utilizado varios de sus colegas. Compartir información entre pares es fundamental para el fortalecimiento de los planes y proyectos propios, así como para estimular la red de distritos a nivel nacional. A continuación compartimos las conclusiones generales que arrojó el proceso de caracterización de los 10 distritos analizados, junto a una serie de 10 infografías que permiten hacer un acercamiento a las especificidades de cada uno incluyendo una serie de mapas con sus polígonos. Estos infográficos despliegan una información cuyas variables se explicitan en el **Anexo No. 1** al final de este Kit.

Conclusiones generales del ejercicio

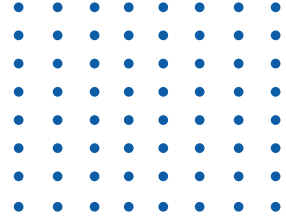
- De los 10 distritos caracterizados, nueve (9) son *espontáneos*, recogiendo las dinámicas creativo/culturales preexistentes en estos territorios. El distrito de Ciencia y Tecnología de Bogotá es el único Inducido del conjunto, aunque también aprovecha la dinámica del territorio en la realización de eventos y convenciones, proceso al que se suma Maloka, desde otro polígono, y otros actores del Gobierno local como Corferias y Cámara de Comercio de Bogotá.
- Los gestores de los distritos pertenecen en su mayoría a organismos o entidades públicas. Esto hace que la gestión sea altamente dependiente del gobierno local de turno y no se pueda garantizar la continuidad de los procesos. Así mismo, los funcionarios a cargo no tienen dedicación exclusiva a este tema.
- Los incentivos tributarios establecidos en los instrumentos de creación de los distritos no han sido reglamentados a nivel local, por lo que no se están aplicando. En algunos municipios se está trabajando con las respectivas Secretarías de hacienda, pero aún es incierto el resultado de este ejercicio. En otros municipios, debido a los pocos ingresos que reciben, ni siquiera se ha planteado adelantar el trámite.



- Pocos distritos han implementado incentivos adicionales. Se mencionan algunos programas de fortalecimiento a emprendedores, pero de manera muy general. El diseño e implementación de estrategias que les permitan atraer iniciativas que fortalezcan los procesos relacionados con las economías creativas y culturales, a partir de otro tipo de incentivos diferentes a los tributarios, representa una gran oportunidad.
- No se trabaja en programas de encadenamientos o polinización cruzada que conduzca a una diferenciación o sofisticación de la oferta.
- Hacen falta ejercicios de censo o mapeos en los distritos que permitan conocer mejor a los agentes presentes en el territorio.
- No existen mediciones confiables sobre nivel de empleo o número de visitantes a los distritos.
- Todos los 10 distritos caracterizados se encuentran en las etapas iniciales de desarrollo.⁸
- Ninguno de los distritos caracterizados contaban con una estructura de gobernanza definida para el momento del estudio.
- Todos los distritos encuentran en el turismo un sector de gran importancia para su desarrollo.

Nota: La información siguiente es el resumen de un proceso amplio de documentación y caracterización realizada entre febrero-abril 2022, y que a la fecha de la publicación de este kit o de su lectura puede ya no corresponder a las evoluciones en el tiempo de cada distrito.

8. Se recomienda complementar y ampliar esta información con los contenidos del capítulo Diagnóstico de este kit.



VALLE CREATIVO

Ciudad: La Ceja, Antioquia.
Instrumento de creación: Decreto 155 del 4 de septiembre de 2020
Área estimada: 33 hectáreas
Tipo de distrito: Espontáneo

Categoría de Economía Creativa:
Arte y Patrimonio
Sector de Economía Creativa:
Artes escénicas
Actividades económicas definidas:
35 actividades económicas
Categoría de COLOMBIA PRODUCTIVA: Servicios
Sectores priorizados COLOMBIA PRODUCTIVA: Turismo de bienestar

Tipo de entidad que lidera el distrito:
Organismo o dependencia pública.
Entidad que lidera: Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad de la Alcaldía Municipal
Redes sociales:
Instagram @adnvallecreativo

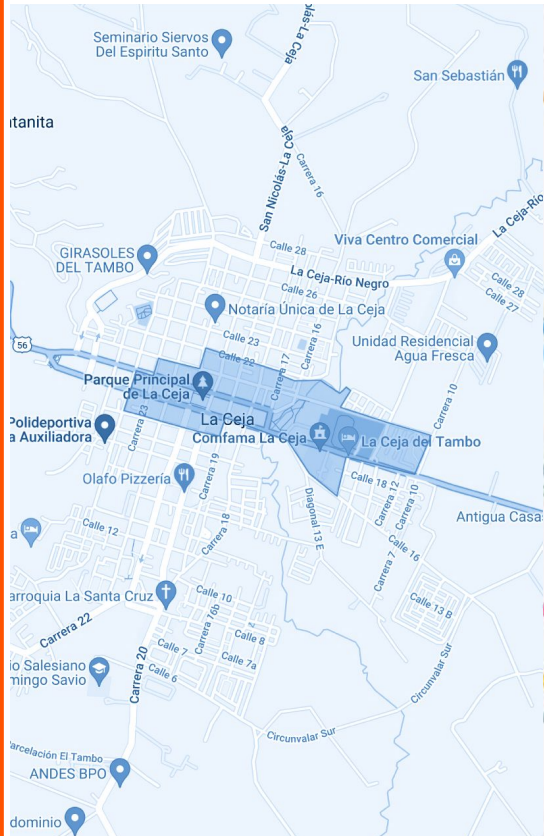
Sitios de interés
Parque principal, Galería de Arte La Ceja, Capilla Museo de Chiquinquirá

Eventos más importantes
Festival "Las Artes en Escena", Festival del Libro y la Cultura, Mercados campesinos y artesanales

Cadena de valor presente en el distrito
Creación
Circulación/Distribución
Exhibición

Productos, servicios o experiencias para mercados internacionales
Circulación de Artistas y emprendimientos

Relevancia del distrito para el sector turístico: SÍ



CENTRO RÍO DE LAS ARTES

Ciudad: Cali, Valle del Cauca

Instrumento de creación: Resolución No 4171.010.21.0.92 de diciembre 26 de 2019

Área estimada: en proceso de confirmación

Tipo de distrito: Espontáneo

Categoría de Economía Creativa: Artes y Patrimonio

Sector de Economía Creativa: Artes Visuales / Turismo y Patrimonio Cultural / Artes Escénicas

Actividades económicas definidas: 26 actividades económicas

Categoría de COLOMBIA PRODUCTIVA: Manufacturas

Sectores priorizados COLOMBIA PRODUCTIVA: Sector farmacéutico

Tipo de entidad que lidera el distrito: Organismo o dependencia pública

Entidad que lidera el distrito: Secretaría de Desarrollo Económico

Sitios de interés

Instituto Departamental de Bellas Artes, Centro Cultural Colombo Americano, Centro Cultural Comfandi, Escuela Taller, Sena, Viejo Teatro Cine Colombia, Teatro Jorge Isaac, Museo la Tertulia, Teatro Municipal, Proartes, Iglesia la Ermita, Puente Ortiz, Parque de los Poetas, Complejo la Merced, Plaza de Caycedo.

Eventos más importantes

Movimiento de Empresas Creativas -MEC-, Feria del Libro, Bienal de Danza, alumbrado de Artes Digitales Decembrino, Blues & Folk festival.

Datos de interés

Designación de la Unesco como Ciudad Creativa de Artes Digitales

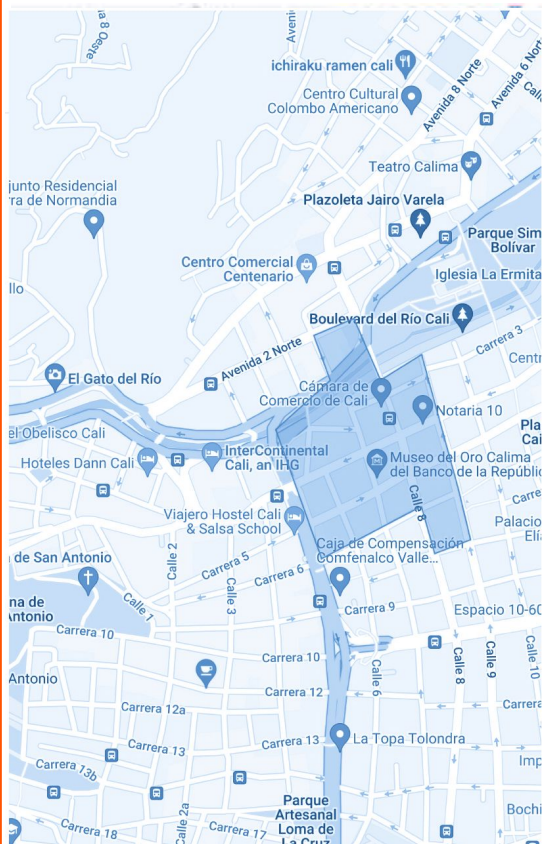
Cadena de valor presente en el distrito

Circulación/Distribución; Exhibición; Consumo/Apropiación/Participación

Productos, servicios o experiencias para mercados internacionales

Experiencia de Artes Digitales en diciembre, Feria del Libro, Bienal de Danza, Movimiento de Empresas Creativas -MEC-.

Relevancia del distrito para el sector turístico: Sí



CHAPINERO - DISTRITO CREATIVO

Ciudad: Bogotá DC

Instrumento de creación: Decreto 280 del 16 de diciembre de 2020

Área estimada: 66,89 hectáreas

Tipo de distrito: Espontáneo

Categoría de Economía Creativa: Artes y Patrimonio

Sector de Economía Creativa: Gastronomía / Artes visuales / Artes escénicas

Actividades económicas definidas: 95 actividades económicas

Categoría de COLOMBIA PRODUCTIVA: Agroindustria / Servicios

Sectores priorizados COLOMBIA PRODUCTIVA: Cafés especiales y derivados / Software y tecnologías de información / Turismo de bienestar

Tipo de entidad que lidera el distrito:

Organismo o dependencia pública / colectivos informales

Entidad que lidera el distrito:

Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte / Distrito CH

Sitios de interés

Teatro Astor Plaza, Teatro Fanny Mickey, Teatro R 101, Galería Casa Riegner, Arte Cámara Chapinero, Museo de Historia de la Medicina, Centro Regional para el fomento del libro en América Latina y el Caribe - Cerlalc y la Corporación Instituto de Cultura Brasil - Colombia IBRACO, Libertario Café, Restaurante Leo, Criterión (Gastronomía), Librería Wilborada (Literatura), Galería Casa Cano.

Eventos más importantes

Feria Ambar Dae (Emprendimiento), Festival Iberoamericano de Teatro (parcialmente ocurre en teatros de la Zona), Bogotá Design and Art District.

Cadena de valor presente en el distrito

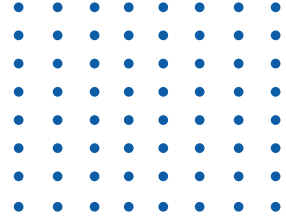
Circulación/Distribución
Exhibición
Consumo/Apropiación/Participación

Productos, servicios o experiencias para mercados internacionales

Alta gastronomía

Relevancia del distrito para el sector turístico: SÍ





CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN - DISTRITO CREATIVO

Ciudad: Bogotá DC

Instrumento de creación: Decreto 280 del 16 de diciembre de 2020

Área estimada: 226,5 hectáreas

Tipo de distrito: Inducido

Categoría de Economía Creativa:

Creaciones funcionales / Artes y Patrimonio

Sector de Economía Creativa:

Medios digitales / Artes Visuales / Artes Escénicas / Turismo y Patrimonio Cultural / Educación / Artesanías

Actividades económicas definidas para el distrito: 95 actividades económicas

Categoría de COLOMBIA

PRODUCTIVA: Manufacturas / Servicios

Sectores priorizados COLOMBIA

PRODUCTIVA: Industrias del movimiento / sistema moda / Tercerización de procesos de negocios

Tipo de entidad que lidera el distrito:

Organismo o dependencia pública / ESAL
Entidad que lidera el distrito: Secretaría de Desarrollo Económico / Cámara de Comercio de Bogotá

Sitios de interés

Universidad Nacional, Cámara de Comercio de Bogotá, Maloka, Ciudadela Empresarial Luis Carlos Sarmiento, Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación

Eventos más importantes

Feria Internacional del Libro de Bogotá, el Bomm – Bogotá Music Market, ArtBo – Feria de Arte de Bogotá, Bogotá Madrid Fusión, Expoartesánías

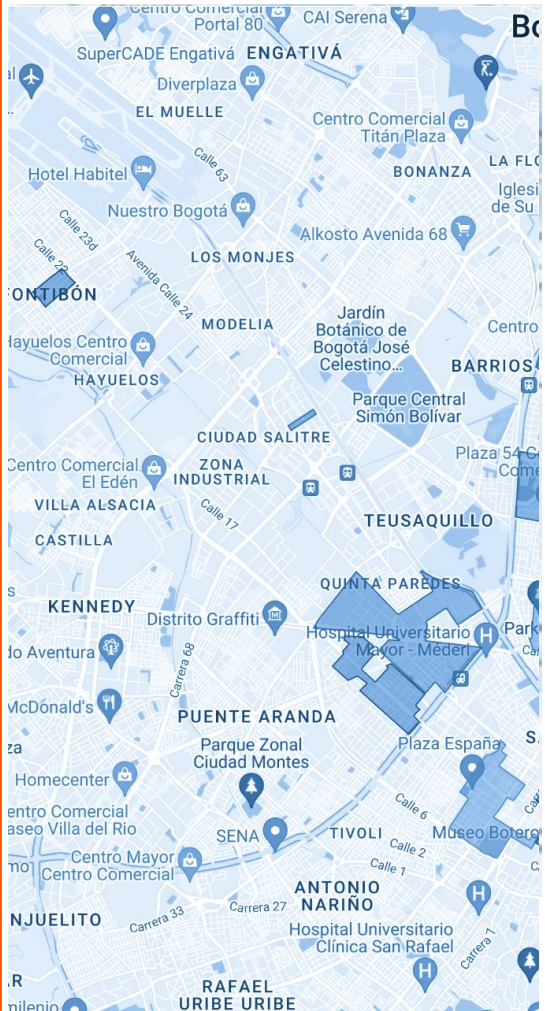
Cadena de valor presente en el distrito

Consumo/Apropiación/Participación

Productos, servicios o experiencias para mercados internacionales

Oferta de Maloka, oferta de Corferias

Relevancia del distrito para el sector turístico: SÍ



GIRARDOT VISIÓN 20 - 40

Ciudad: Girardot, Cundinamarca.
Instrumento de creación: Decreto No 170 de 2020
Área estimada: 33 hectáreas
Tipo de distrito: Espontáneo

Categoría de Economía Creativa: Arte y Patrimonio

Sector de Economía Creativa: Turismo y Patrimonio Cultural/ Audiovisual

Actividades económicas definidas para el distrito: 31 actividades económicas

Categoría de COLOMBIA PRODUCTIVA: Servicios

Sectores priorizados COLOMBIA

PRODUCTIVA: Turismo de naturaleza / Turismo de bienestar

Tipo de entidad que lidera el distrito: Organismo o dependencia pública.

Entidad que lidera el distrito: Instituto Municipal del Turismo, Cultura y Fomento

Sitios de interés

Teatro Cultural Luis Enrique Osorio, Bodegas de la Federación de Cafeteros, centro SACÚDETE, Parque Bolívar, Banco de la República, la Catedral de Girardot, Hotel Unión, Casa de la Cultura, Monumento de la Locomotora, Monumento al camarógrafo, Teatro Cultural Luis Enrique Osorio y el gran Camellón del Comercio, Coliseo de Ferias José Alonso Escandón, Parque Saavedra Galindo Quintas Ferroviarias de Girardot, Embarcadero turístico, Agencia Ecoturística AquyToy, Escuela de Artes y Letras

Bienes de interés cultural

Plaza de Mercado Leopoldo Rother

Eventos más importantes

Reinado Nacional del Turismo, Desfile por el Río Grande de la Magdalena, Encuentro de Coros del Municipio de Girardot, Muestra regional de artes plásticas del Alto Magdalena, Festival Internacional de Literatura y afines del Alto Magdalena FILAM

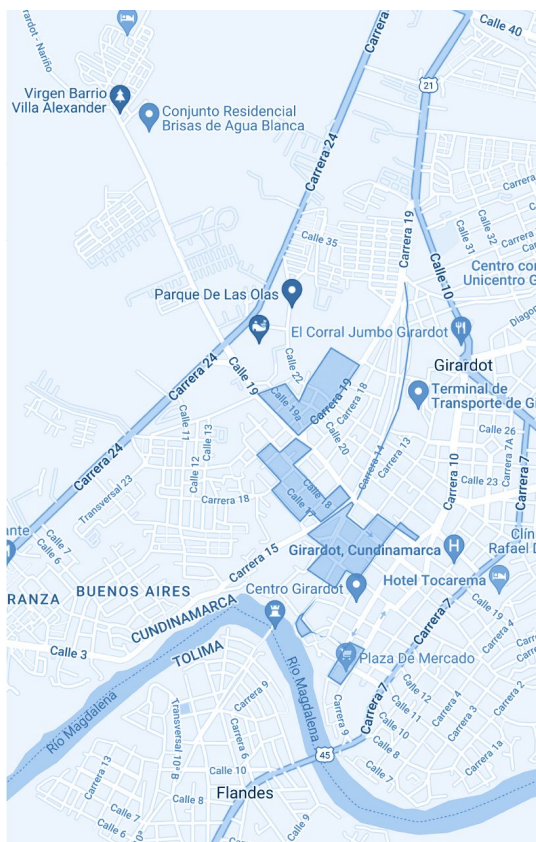
Cadena de valor presente en el distrito

Creación
Producción
Circulación/Distribución

Productos, servicios o experiencias para mercados internacionales

Rutas turísticas, producción artística.

Relevancia del distrito para el sector turístico: SÍ



GUATAVITA EL ORIGEN DE LA LEYENDA

Ciudad: Guatavita, Cundinamarca
Instrumento de creación: Decreto 100-1900-039-2021 de abril 21 de 2021.

Área estimada: 13,8 hectáreas

Tipo de distrito: Espontáneo

Categoría de Economía Creativa:

Artes y Patrimonio

Sector de Economía Creativa:

Turismo y patrimonio cultural

Actividades económicas definidas para el distrito: 53 actividades económicas

Categoría de COLOMBIA

PRODUCTIVA: Agroindustria / Servicios

Sectores priorizados COLOMBIA

PRODUCTIVA: Lácteos / Turismo de Naturaleza

Tipo de entidad que lidera el distrito:

Organismo o dependencia pública

Entidad que lidera el distrito:

Secretaría de Cultura y Turismo de Guatavita

Sitios de interés

Iglesia nuestra señora de los dolores de Guatavita, Museo Indígena, Pasaje comercial, Plaza Castellana Andaluza, Monumento a la Cacica, Embalse de Tominé

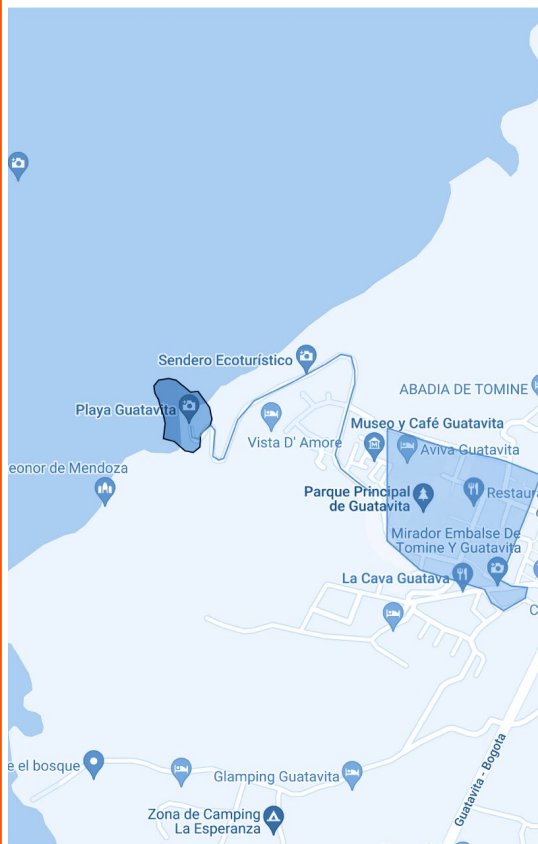
Eventos más importantes

Festival del Dorado, Festival a cielos abiertos (en navidad) y Festival de danza en pareja.

Cadena de valor presente en el distrito

Productos, servicios o experiencias para mercados internacionales

Relevancia del distrito para el sector turístico: SÍ



CENTRO HISTÓRICO - PUERTO COLOMBIA

Ciudad: Puerto Colombia, Atlántico
Instrumento de creación: Decreto No 0164 de marzo 18 de 2021.
Área estimada: 30,2 hectáreas
Tipo de distrito: Espontáneo

Categoría de Economía Creativa: Arte y Patrimonio

Sector de Economía Creativa: Turismo y patrimonio Cultural / Gastronomía

Actividades económicas naranja definidos para el distrito: 39 actividades económicas

Categoría de COLOMBIA

PRODUCTIVA: Manufacturas / Servicios

Sectores priorizados COLOMBIA

PRODUCTIVA: Sistema moda / farmacéutico / Turismo de naturaleza

Tipo de entidad que lidera el distrito:

Organismo o dependencia pública.

Entidad que lidera el distrito:

Secretaría de Cultura de Puerto Colombia.

Sitios de interés

El Muelle y la Estación del Ferrocarril (monumentos nacionales).

Bienes de Interés Cultural

Villa Morroa, Antigua Alcaldía Municipal, Parque Cisneros, Vivienda (Banco Agrario), Iglesia Nuestra Señora del Carmen, Hotel Esperia, Casa Olga Velázquez Bernal, Antigua Casa del Telégrafo, Casa Álvaro Maury Rey, La Joya, Casa Gloria Nieto de Salinas, Hotel Pradomar

Eventos más importantes

Sirenato Departamental de la Cumbia, Carnaval de Puerto Colombia, Festival de coros Arte Voces, Festival Internacional de Tunas de PC, Fiestas patronales, Feria artesanal

Cadena de valor presente en el distrito

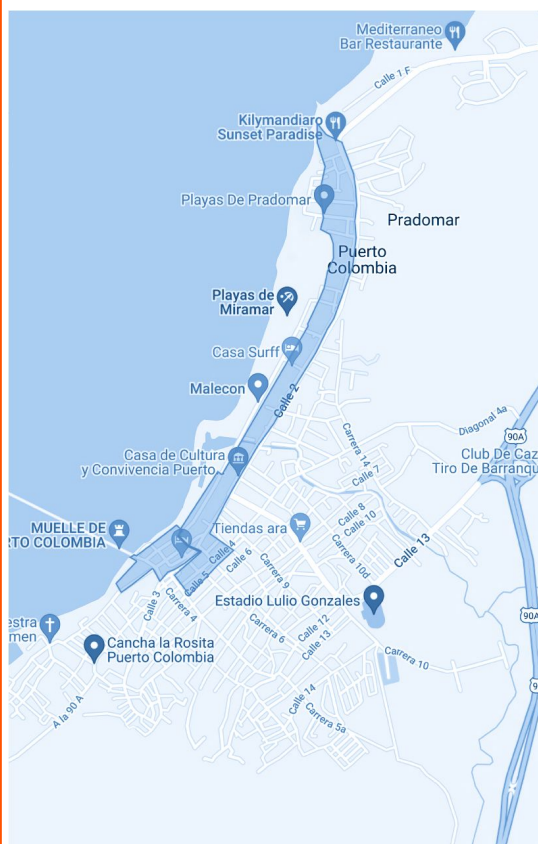
Creación

Consumo/Apropiación/Participación

Productos, servicios o experiencias para mercados internacionales

Las artes plásticas

Relevancia del distrito para el sector turístico: SÍ



CENTRO CREATIVO Y CULTURAL - SAN JACINTO

Ciudad: San Jacinto, Bolívar
Instrumento de creación: Decreto 030 de 2021 de 5 de abril de 2021
Área estimada: 13,8 hectáreas
Tipo de distrito: Espontáneo

Categoría de Economía Creativa:
Artes y Patrimonio

Sector de Economía Creativa:
Artesanías / Turismo y Patrimonio Cultural
Actividades económicas definidas para el distrito: 27 actividades económicas

Categoría de COLOMBIA

PRODUCTIVA: Agroindustria

Sectores priorizados COLOMBIA

PRODUCTIVA: Café y derivados / Cacao y derivados

Tipo de entidad que lidera el distrito:
organismo o dependencia pública

Entidad que lidera el distrito: Alcaldía de San Jacinto

Sitios de interés

Museo arqueológico, Biblioteca Pública Municipal, Cerro Maco Café, Corfoarte, Corpofodesco, Fundación Abriendo Puertas, Operadora de turismo San Jacinto Travel, Operadora de turismo Malibú, Operadora de Turismo Cerromato, Corredor Artesanal de San Jacinto.

Bienes de interés cultural - BIC

Museo arqueológico, Sede SENA - expresión arquitectónica estilo republicano, Iglesia católica de San Jacinto

Eventos más importantes

Festival Nacional Autóctono de Gaitas, Encuentro de Danzas Ancestrales, Muestra Artesanal en el marco de las fiestas patronales.

Cadena de valor presente en el distrito

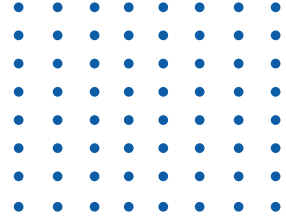
Creación
Circulación/Distribución
Consumo/Apropiación/Participación

Productos, servicios o experiencias para mercados internacionales

Artesanías y música tradicional

Relevancia del distrito para el sector turístico: SÍ





CIUDAD MADRE - CENTRO HISTÓRICO

Ciudad: Santa Fe de Antioquia,
Antioquia.

Instrumento de creación: Decreto 048
de 12 de enero de 2021

Área estimada: 24 hectáreas

Tipo de distrito: Espontáneo

Categoría de Economía Creativa: Arte
y Patrimonio

Sector de Economía Creativa: Turismo
y Patrimonio Cultural / Artesanía

**Actividades económicas naranja
definidos para el distrito:** 93
actividades económicas

Categoría de COLOMBIA

PRODUCTIVA: Agroindustria / Servicios

Sectores priorizados COLOMBIA

PRODUCTIVA: Cafés especiales y
derivados / Turismo de naturaleza

Tipo de entidad que lidera el distrito:
Organismo o dependencia pública.

Entidad que lidera el distrito:
Secretaría de Desarrollo Económico de la
Alcaldía de Santa Fe de Antioquia.

Sitios de interés

Museo Juan del Corral, Corporación
Festival de Cine de Santa Fe de Antioquia,
El Santaferreño – periódico local, Casa
de la Cultura, Cámara de Comercio,
Confenalco, Comfama, Universidad de
Antioquia, SENA, Hotel Mariscal Robledo,
Museo de Arte religioso.

Eventos más importantes

Fiesta de los diablitos, Festival de Cine
de Santa Fe de Antioquia, Mercados
artesanales

Datos de interés

Red de pueblos patrimonio de Colombia

Cadena de valor presente en el distrito

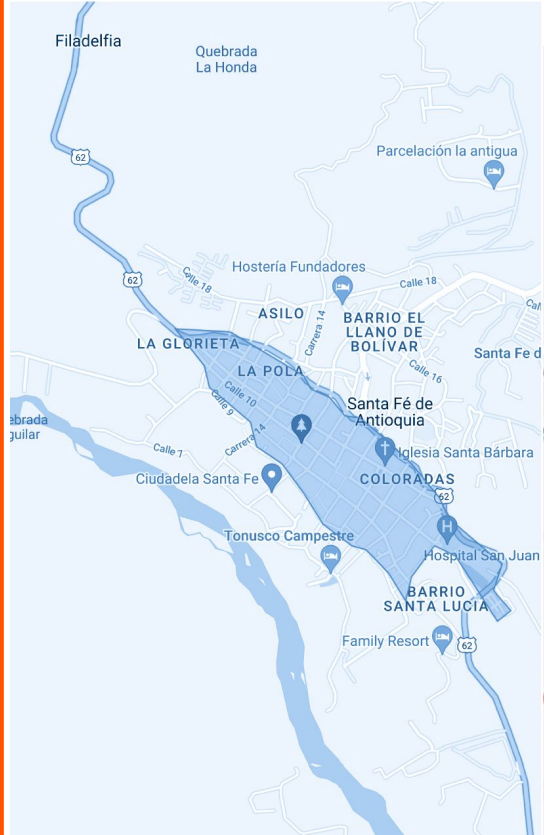
Creación

Consumo/Apropiación/Participación

Productos, servicios o experiencias para mercados internacionales

Hotelería, turístico, artesano

**Relevancia del distrito para el sector
turístico:** Sí



DISTRITO MODA ITAGÜÍ

Ciudad: Itagüí, Antioquia.

Instrumento de creación: Acuerdo 10 de 28 de julio de 2021

Área estimada: 24,8 hectáreas

Tipo de distrito: Espontáneo

Categoría de Economía Creativa:

Creaciones Funcionales

Sector de Economía Creativa: Diseño

Actividades económicas naranja

definidos para el distrito: 23

actividades económicas

Categoría de COLOMBIA

PRODUCTIVA: Manufactura

Sectores priorizados COLOMBIA

PRODUCTIVA: Sistema moda

Tipo de entidad que lidera el distrito:

Organismo o dependencia pública

Entidad que lidera el distrito:

Dirección de Desarrollo Económico de la Alcaldía de Itagüí

Sitios de interés

Moda Rosa Centro Comercial, Centro Comercial Super Centro de la Moda, Centro Comercial La Torre, Centro Comercial Platino Plaza, Bodega de Moda S.A., Parque de las chimeneas

Bienes de interés Cultural

Parque de las Chimeneas está declarado bien patrimonial, La Casa del Valle.

Cadena de valor presente en el distrito

Creación

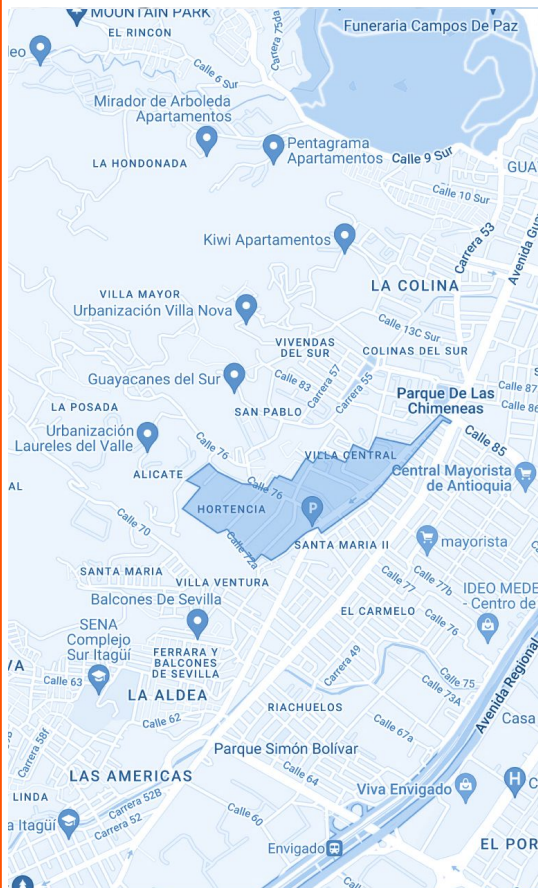
Producción

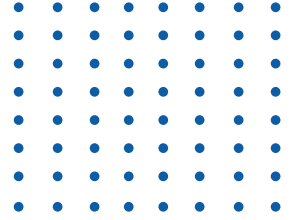
Circulación/Distribución

Productos, servicios o experiencias para mercados internacionales

Diseño de moda, joyería, software y tecnología, innovación, informática.

Relevancia del distrito para el sector turístico: SÍ





Casos para aprender

Conexiones Creativas realiza anualmente desde el 2020 el único encuentro de distritos creativos y culturales América-Europa, y lidera la única Plataforma de Distritos Creativos y Culturales que une a ambos continentes. De manera exclusiva, este kit incluye los resúmenes de algunas de las ponencias, presentaciones y debates estimulados por líderes mundiales de distritos que han hecho parte de esta Plataforma.

La creatividad debe ser el motor de la economía

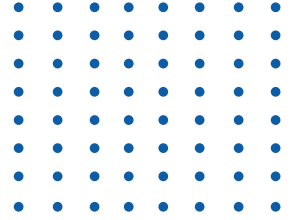
Alain Heureux

Cofundador y director de Brussels Creative

Bruselas es una de las regiones creativas más amplias de Europa. Brussels Creative es una organización sin fines de lucro que ha permitido entretejer conexiones para la conformación de un ecosistema cultural sostenible.

Según la demografía, en términos de tamaño poblacional Bruselas es quizá es la capital más pequeña de toda Europa con un 67% son extranjeros, lo cual convierte a la ciudad en una comunidad diversa. Heureux y sus colaboradores han podido identificar la importancia de la polinización cruzada entre diversos sectores de la población y cómo este proceso permite mejorar las condiciones de vida de los artistas y personas del sector cultural, así como favorecer la apropiación territorial que construye ecosistemas culturales y creativos estables. La creatividad debe ser la base de la economía social y más en un contexto como el actual, donde el re inventar otras formas de vida está haciendo parte de todas las esferas de la sociedad. En ese sentido, la pandemia demostró que las industrias creativas y culturales tienen el poder de la resiliencia y, por lo tanto, de explorar alternativas para el desarrollo sostenible.

Brussels Creative es un proyecto que está pensado en la innovación y la creatividad para pasar de ciudades creativas a ciudades inteligentes. Cuando comenzó Bruselas Creative lo primero fue definir el contexto en el que estaba y a que contexto se quería llegar. De ahí, nace la intención de pasar de ciudades creativas a ciudades inteligentes en las que el arte y la cultura sean la conexión con otras ciudades. Heureux entiende que muchas personas no se sienten felices en las ciudades donde habitan, esto se debe a que no existen espacios



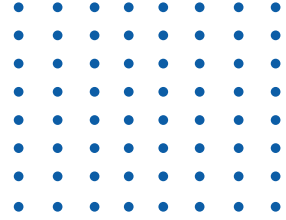
para la innovación y la creatividad. Ante esto, los gestores culturales tendrían que preguntarse si estamos creando espacios creativos que posibiliten el crecimiento no solo personal sino también la mejora en la calidad de vida. Es importante entonces identificar qué carencias comunes existen para poder hablar de soluciones compartidas, las cuales van a permitir juntarnos y transformar el futuro. Todos los ecosistemas deben buscar abrazar las diversidades porque ahí está la posibilidad de transformación.

La iniciativa es construir relaciones de confianza desde los ecosistemas creativos y culturales donde no solo se establezcan estructuras sociales de base sino también estructuras legales que permitan dar legitimidad a los procesos culturales. Brussels Creative tiene como objetivo guiar a las regiones hacia el crecimiento y la innovación con la misión de estimular el crecimiento económico desde la educación, el arte y la cultura. Por consiguiente el elemento más importante y que garantizara el crecimiento económico, cultural y social radica en el cruce entre las interdisciplinariedades, la fertilización cruzada, y el ingrediente potencializador determinado por la disposición de las personas.

La estrategia de Brussels creative llamada Serendipity propone lugares de encuentro no planeados para que, en el cruce de conocimientos otros se puedan construir ecosistemas creativos: "ya sea con amigos o relaciones todos los vínculos son posibilidades de construir confianza. Sin confianza no tienes nada". A manera de conclusión, para construir relaciones de confianza se debe buscar lo que tenemos en común tanto en carencias como en posibilidades. Esto permite conectar procesos y colaborar para fortalecer un ecosistema común.

Para ver la conferencia de Alain Heureux, te recomendamos seguir el siguiente código:





Los Distritos Creativos como elemento transformador de problemas sociales

Bingen Zupiria

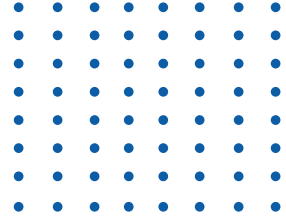
Consejero de cultura y política lingüística del gobierno Vasco
Ex Director del Diario DEIA

La cultura tiene un efecto directo sobre las transformaciones sociales y económicas por lo tanto es de vital importancia fortalecerla. La cultura es un elemento fundamental para la cohesión social, el crecimiento económico y la integración de distintos agentes.

El País Vasco (Euskadi) tiene una población pequeña situada en un territorio que se encuentra en una encrucijada entre dos caminos: la península Ibérica y el estado francés. En el país Vasco existe un potente sistema de solidaridad pública donde las instituciones asumen el coste de las políticas de igualdad, las políticas sociales, educación y vivienda a través de un sistema gratuito que garantiza la estabilidad social para todas y todos los habitantes. Euskadi es un autogobierno que se deriva de la sociedad española: un territorio autónomo con un poder legislativo independiente en el que la gestión del patrimonio y la cultura son considerados elementos fundamentales en la sociedad.

La economía Vasca ha sido pionera en el desarrollo industrial desde principios del siglo XIX. La crisis económica de 1973 dejó grandes problemas estructurales de fondo, como tasas de desempleo muy altas y el crecimiento de la violencia. En la actualidad, la sociedad vasca ha hecho de su pasado industrial una oportunidad para generar riquezas. Ejemplo de esto es el Museo Guggenheim de Bilbao, impulsor de algunas de las primeras dinámicas culturales que contribuyeron a la regeneración de la ciudad. El museo de Bilbao ha permitido que otros conozcan el país, ha sido la puerta de acceso a una sociedad abierta que se destaca por la oferta gastronómica incluyente y que se preocupa por regenerar aquellas zonas industriales recordadas por un pasado reciente de pobreza y violencia. Es importante destacar que alrededor del museo se consolidan otros espacios propicios para el desarrollo de actividades multiculturales y creativas que aportan no solo valor simbólico para la sociedad vasca sino también valor económico; incluyendo iniciativas populares de regeneración económica.

Otro espacio que han dejado huella en ese proceso de regeneración industrial son: El edificio Tabakalera (San Sebastián), una antigua fábrica de cigarrillos hasta la década de 1990 y que hoy en día es el centro cultural internacional que acoge e inspira a distintos proyectos artísticos con la misión de trabajar en red y contribuir al desarrollo de



la capacidad creadora y crítica de la sociedad Vasca. El edificio acoge varios festivales de música. Otro proyecto destacado es el festival de Cine de San Sebastián, uno de los más longevos y prestigiosos de Europa. Y el museo Chillida Leku, situado en un gran espacio cultural abierto al público.

Estas iniciativas ponen en evidencia el interés del gobierno Vasco por crear redes de colaboración, generar alianzas público-privadas, vincular a diversas industrias culturales y articular iniciativas comunitarias como parte de su política pública, con la certeza de que de este modo se fortalece el capital humano y social del país.

Para ver la conferencia de Bingen Zupiria, te recomendamos seguir el siguiente código:



Distritos creativos: pasado, presente y lo que viene

Charles Landry

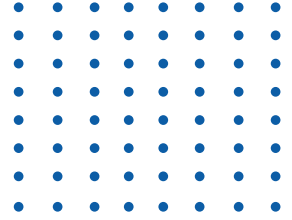
Presidente del Creative Bureaucracy Festival

Conferencista y asesor internacional. Autor de diversas publicaciones entre las que se destaca *The Creative city: a toolkit for urban innovators*.

El arte ha estado vinculado desde tiempos pasados con la creación de los distritos culturales, quizá no en los términos de lo que hoy conocemos, pero si en el sentido de involucrar a las comunidades en la construcción de los mismos.

Hoy en día se piensan los distritos creativos y culturales en términos del turismo, otros en su relación con espacios industriales en desuso, y otros desde las artes y la cultura. Sin embargo los distritos culturales y creativos son más que eso. Tienen una finalidad común: otorgar sentido social a las ciudades.

¿Que es un distrito cultural y creativo? Es, sobre todo, un espacio habitado por artistas que viven de su oficio por lo tanto. Pero no se puede comprender a los distritos creativos desde una sola mirada. De ahí, la importancia de crear un equilibrio entre el factor económico y el arte: el turismo, agentes externos como la empresa privada



y las instituciones gubernamentales encuentran potencial en estos proyectos y se benefician con los derrames económicos que los distritos creativos fortalecidos dejan en la sociedad.

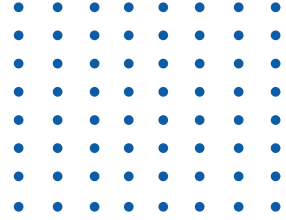
Los distritos culturales y creativos pueden ser emergentes y orgánicos; pueden ser procesos gestados de abajo hacia arriba; pueden ser inducidos, impulsados por el activismo o por el marketing. Y, por supuesto, pueden ser la combinación de todos los anteriores. Ahora bien, los propósitos de los distritos son distintos. Algunos de sus objetivos son físicos, como la regeneración de espacios públicos urbanos. Otros pueden ser económicos, como la generación de trabajo de la creación. Otros ponen el foco en la industria social con el desarrollo y crecimiento de la vida en comunidad en el centro. Y otros pueden ser una mezcla de los anteriores.

Algunos de los desafíos que enfrentan los distritos culturales y creativos hoy en día son: ¿Cómo mantener un discurso creativo, cómo renovarlo y cómo posicionarse con las dinámicas de gentrificación? Muchas de las respuestas radican en la capacidad de generar redes de confianza que permitan hacer sostenible el discurso creativo; creando alianzas con los *stakeholders* no polarizantes, es decir, que permitan encontrar puntos en común y mediar entre las economías creativas y la cultura como eje de transformación social; buscando fuentes de financiación sin traicionar las convicciones; y manteniendo el compromiso creativo desde las áreas de desarrollo local. De este modo se intenta equilibrar la balanza sin perder de vista el objetivo de fortalecer a los territorios a través del arte y la cultura.

Un distrito creativo debe ser un lugar para las ambiciones y las oportunidades. Hacer posible una ambición es abrir oportunidades de desarrollo sostenible donde existan aliados que puedan invertir en los sectores culturales y creativos. No se puede pensar un distrito creativo sin la capacidad de inspirar a la comunidad hacia la cultura, el arte, la música y las miles de formas que existen en el universo de la creación.

Para ver la conferencia de Charles Landry, te recomendamos seguir el siguiente código:





La participación ciudadana y la construcción del patrimonio cultural

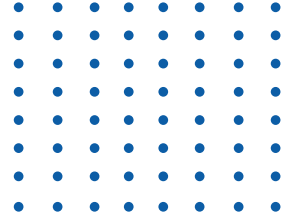
Angélica Arias Benavides

Arquitecta y Magíster en Gestión de desarrollo local y comunitario.
Ex ministra de cultura de Ecuador

La consolidación del centro histórico de Quito ha sido un proceso histórico que ha permeado no solo a las identidades quiteñas sino también a todas las esferas de la vida social. La ciudad ha tenido un proceso de desarrollo urbanístico con grandes alcances pero también con limitaciones topográficas. Ante el intento de construir una ciudad moderna en medio de montañas, la sociedad quiteña ha buscado un estilo neogótico, neorrománico y ecléctico como mecanismo para afianzar las identidades migrantes europeas del periodo colonial. El rescate, gestión y conservación del patrimonio arquitectónico de la ciudad ha permitido el fortalecimiento de los procesos económicos y culturales de la ciudad, convirtiéndose en política pública e integrándose en los planes de desarrollo urbano.

Los patrimonios conectados entre sí son la gran apuesta de planificación económica y cultural en el centro histórico de Quito y por lo tanto la importancia de darle cumplimiento a ley orgánica de cultura, al sector privado y comunidad. ¿Cómo llevar la ley cultural a la práctica y cómo poner la ley sobre el territorio? La respuesta radica en el reconocimiento de la comunidad como gestora del patrimonio, donde la participación ciudadana es el eje central para el sostenimiento de los mismos. A continuación se mencionan tres casos que explican la importancia de la participación en la conformación del distrito cultural patrimonial de Quito:

1. La propuesta estratégica del plan del Centro Histórico de Quito, un plan que se consolidó a partir de la vinculación de acción participativa de la comunidad. De resaltar son los 14 barrios que se han venido articulando al proceso y las juntanzas encaminadas al fortalecimiento del centro patrimonial.
2. Vive Alameda y Barraquito, dos barrios que se fundan en un proyecto pequeño de base comunitaria y que evidencian el trabajo de participación colectiva y la relación con desarrollo sostenible y de resiliencia.
3. Plaza arenas y Guaraguao, dos barrios de arte y cultural en el que aplicaron metodologías participativas, mientras se gestaban los procesos de creación del centro histórico.



La consolidación de estos procesos no podía ser desde la intervención del mercado sino desde la construcción de alianzas con el sector privado y la comunidad. De ahí la importancia de la polinización cruzada que logró, con poco presupuesto, el fortalecimiento de los territorios, lo que luego repercutió en la llegada de capitales robustos que lograron articularse con los ciudadanos, la empresa privada y el sector cultural. Ese proceso de empoderamiento y de apropiación se consiguió gracias a la conciencia colectiva sobre el barrio y el poder de participación que la ciudadanía tiene en los procesos culturales. Adicionalmente, se hizo un lanzamiento público al mercado, unificando gente de todo el territorio con el centro histórico y vinculando a toda la comunidad con el arte y la cultura.

Para que el fortalecimiento de un distrito creativo y cultural sea exitoso se hace indispensable aplicar una metodología participativa de manera consciente que logre la reutilización y la apropiación de los territorios y por lo tanto la consolidación de un espacio para toda la comunidad.

Para ver la conferencia de Angélica Arias, te recomendamos seguir el siguiente código:

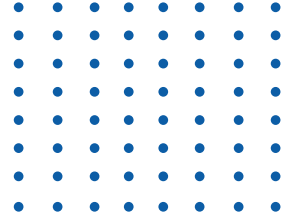


**La creatividad es el renacer de las ideas en espacios impensables.
El caso del Perpetuo Socorro**

Erika Jaramillo

Directora de la corporación Perpetuo Socorro

El barrio el perpetuo Socorro es un espacio ubicado en la ciudad de Medellín, entre los municipios de Laureles y El Poblado, con unas características de movilidad sostenibles propias, ya que tienen dos estaciones de metro. El Perpetuo surge entre 1940 y 1950 dentro del contexto de la industria automotriz a unas pocas distancias de una estación de tren. Pasado el tiempo el barrio comenzó a perder habitantes y con esto aumentaron los problemas de seguridad. En este panorama llega Mattelsa, una empresa del sector textil que comienza a habitar el barrio y, junto con Comfama, crea una alianza para re diseñar lo olvidado y crear el primer distrito creativo de Medellín.



El distrito creativo del perpetuo socorro hace parte del plan de desarrollo cultural por parte del gobierno nacional, con 62 hectáreas de desarrollo naranja y más de 20 espacios creativos y culturales. El perpetuo, se ha consolidado desde acción colectiva con una de las alianzas público-privadas más importantes con la intención de generar un dinamismo creativo para todos los agentes del sector. Los involucrados, quienes permiten el sostenimiento económico, social y cultural del perpetuo socorro son: la empresa privada (en cabeza de Mattelsa); la caja de compensación Comfama; la academia, con la Universidad Pontificia Bolivariana como principal representante; el sector público con las diferentes secretarías, y la comunidad que habita el barrio.

El resultado del cruce de creadores, instituciones públicas y privadas y habitantes del barrio son los que hacen posible la creación de un ecosistema cultural diverso y unificado al mismo tiempo, donde conviven diferentes formas de producir, crear y vivir el espacio en relación con el goce cultural y la responsabilidad ciudadana. La intención del perpetuo es reunir creadores, potencializarlos y generar dinámicas de trabajo sostenibles y vibrantes a partir de diversas prácticas artísticas: un barrio que conecte a la cultura y a las personas, con espacio público para el encuentro y la creación, verde e incluyente.

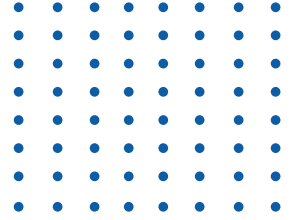
Bodega Comfama un proyecto que une al Distrito Creativo del Perpetuo Socorro.

Ana Isabel Maya

Responsable de emprendimiento en Comfama
Magister en sistemas de vida sostenible

En el perpetuo Socorro se ha trabajado por un distrito creativo desde la comunidad y con la comunidad. Más allá de su lugar como área de desarrollo naranja, la intención del distrito siempre ha sido fortalecer las nuevas formas de habitar el espacio. El reconocimiento del distrito no puede entregarse exclusivamente a un sector, pues hay un trabajo de base social que ha comprometido por años a la comunidad. El distrito como estimulador de los procesos de apropiación territorial debe estar fundamentado en el fortalecimiento de una gobernanza local.

¿Cuál es la gobernanza local del distrito creativo? ¿Cómo construir un discurso neutral cuando el empresariado tiene gran poder de decisión sobre el territorio? Desde Bodega Comfama se puso en conversación el sector creativo y cultural con los diferentes aliados y públicos



que inyectan capital económico para promover la transversalidad y que las nuevas manifestaciones del arte sean sostenibles tanto cultural como económicamente. Esta transversalidad es otorgada a partir de contenidos que movilicen a los agentes del sector pero que también permitan generar redes de apoyo entre públicos divergentes y convergentes. La pandemia nos enseñó que nuevas formas de asociación entre agentes culturales, sector público, empresa privada y aliados internacionales son posibles. Dinamizar los contenidos culturales también significa romper estereotipos, trabajar con y desde las manifestaciones culturales barriales, permitir el nacimiento de nuevas simbiosis con el espacio y el público. Se debe trascender las barreras de lo convencional pues el arte y la cultura no pueden ser estáticos. Mientras más se promuevan estas nuevas formas de dinamizar los distritos, más posibilidades habrá para que el arte y la cultura penetren en la vida de las personas.

El distrito creativo del Perpetuo Socorro es un distrito inducido que desdibuja fronteras para encontrar puntos en común, y construir puentes de transformación cultural desde las diferencias. El significado de este distrito es construir un espacio donde se viva y se respire el arte y la cultura, que replantee la noción de barrio al proponer otros modelos de habitabilidad consciente e inclusiva para sus habitantes.

Para ver la conferencia de Érika Jaramillo y Ana Isabel Maya, te recomendamos seguir el siguiente código:



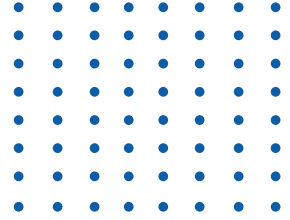
Detrás de los Distritos Creativos

Guillaume Aniorté

Consejero de Desarrollo Internacional de Quartier des spectacles en Montreal

Asesor estratégico en industrias creativas y digitales

Detrás de cada espectáculo, evento público o festival musical hay unas organizaciones sin ánimo de lucro que trabajan por el desarrollo cultural urbano, es importante darles visibilidad pues de ellas dependen que los distritos culturales y creativos fortalezcan su identidad.

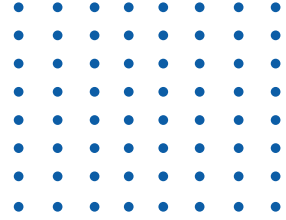


El corazón de la ciudad de Montreal son las instalaciones públicas que se distribuyen en sitios turísticos, lugares de interés cultural, galerías de arte, espacios para la música y el disfrute creativo. Esta diversificación de espacios permiten la construcción de un Distrito creativo abierto que cada día refuerza la identidad cultural de la ciudad.

El distrito creativo de Montreal comenzó en la década de 1920 y se consolidó en los los 40 's como un vecindario famoso por la comercialización de bebidas alcohólicas. Posteriormente fue catalogado como el Distrito Rojo. A partir de la distribución del alcohol el vecindario fue entretejiendo distintas prácticas culturales no sólo por los bares sino por los circuitos de música, clubes de jazz y lugares clandestinos que fueron emergiendo. Sin embargo, a mediados de los 50 's el gobierno instauró una regeneración de limpieza en el centro de la ciudad, fue ahí, donde surgió una nueva visión del espacio público y un deseo por crear una cultura francófona que se identificara por las grandes instituciones culturales, académicas y artísticas.

Con todo este entramado de construcción histórica del distrito creativo, en el 2017 el gobierno de Quebec y Canadá acordaron un plan para transformar lotes baldíos en espacios públicos con el objetivo de proporcionar a la ciudad la continua permanencia de festivales de música y actividades culturales en toda la ciudad, esto para que cada espacio público albergará un centro cultural. El programa de regeneración ha permitido la estabilidad económica y social de los artistas, músicos, gestores culturales y creadores de las artes escénicas y satisfacer las necesidades no solo del público sino de las comunidades que habitan el barrio. Ejemplo de esto, son los grandes eventos que congregan a miles de personas en una semana, en simultáneo a las otras actividades culturales que puedan estar sucediendo en un mismo espacio.

Esta experiencia ha permitido que los grandes eventos artísticos, musicales y culturales se hayan incorporado a unas infraestructuras tecnológicas de usos públicos en donde cada espacio posibilita una red de apoyo entre todos los visitantes y personas que integran el barrio y la comunidad. Este fenómeno, llamado Quartier Des Spectacles, actualmente cubre más de media milla poblada por 80 lugares que incluyen gestores culturales, artistas, músicos, curadores y salas de música. Quartier Des Spectacles no solo es un espacio para el disfrute cultural sino que representa un factor de crecimiento económico importante para la ciudad.



Finalmente, el gobierno implementó los eventos como una política pública de desarrollo territorial que permitió la institucionalización de organizaciones del barrio con representantes de la cultura, los negocios, la educación y los residentes. Esto al final dio un efecto positivo pues consolidó una asociación cultural que permitió el sostenimiento del distrito cultural y creativo además de contar el apoyo gubernamental para la realización de los proyectos internacionales. Desde la organización se tiene como misión mantener el equilibrio entre los eventos culturales y aquellas actividades cotidianas del barrio. Esto ha permitido la construcción de una visión y una misión colectivas, entre toda la comunidad, que permanentemente revisa el sentido de aprender, crear, vivir y disfrutar del distrito creativo y cultural.

Para ver la conferencia de Guillaume Anierté, te recomendamos seguir el siguiente código:



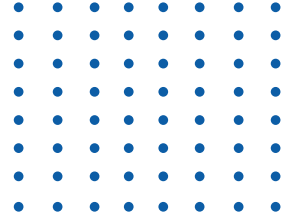
La continuidad del tejido social es la base de los distritos creativos

José Fran García

Director del Laboratorio de diseño, Instituto Europeo de Diseño-IED

¿Qué incidencia social tienen los Distritos Creativos y Culturales en los últimos años? Bajo esta pregunta Jose Fran García comienza su discursiva tocando tres elementos que aún siguen siendo coyunturales en la historia de la vida social actual: los nacionalismos, la polarización y actualmente la pandemia generada por el covid -19. Los elementos mencionados tienen efectos directos o indirectos en los distritos culturales y creativos. Los problemas actuales son la acumulación de múltiples situaciones de malestar social no resueltas y que se han intensificado aún más en territorios periféricos reproduciendo ciudades altamente desiguales.

La simplificación de estos problemas y la pérdida de contacto físico y emocional en un contexto como la pandemia ha generado en los dos últimos años pérdida del tejido social no solo en la esfera económica sino en la esfera artística y cultural. Por lo que, se hace necesario



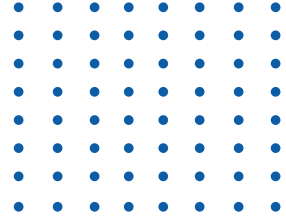
pensar soluciones a los grandes problemas estructurales desde una geopolítica que gestione estrategias para enfrentar estas constantes fracturas sociales.

La creatividad puede comprenderse como ideas en constante transformación. Las ideas y el progreso son fundamentales para construir un aprendizaje global que permita a los distritos creativos y culturales ser aquellos agentes de cambio que fomenten nuevas formas de relacionarse y de aprender a convivir. En otras palabras, la solución ante un contexto amenazantes, reside en no precipitar las conclusiones pues cada cambio permite otras posibilidades de descubrir mundos posibles.

El contexto de la pandemia ha girado hacia un cambio en la cultura global, la idea de plantearnos el *RE*: re-pensar, re-activarse, reconstruir y re-significar desde la virtualidad. Sin embargo, la virtualidad aunque ha dejado unos cambios estructurales también ha propuesto desafíos para la post globalización y algunos de ellos radican en recuperar el concepto global como esa idea de unidad entre las personas. La idea de consumir desde un uso consciente de los recursos y los nuevos relatos post pandémicos han ayudado a cambiar modelos de desarrollo económicos desiguales y pensar nuevos modelos de gobernanza común y compartida.

La gobernanza de un distrito creativo tiene que estar fundamentada en unos valores sociales universales, el fin de la ideologización de determinadas cuestiones y por lo tanto la erradicación de problemas sociales complejos que comprometen a todos los seres humanos. Lo anterior, con el propósito de encontrar un modelo social responsable y comprometido con todos los ecosistemas creativos, que busque redes de apoyo y formas de compartir ecosistemas de innovación abierta. Solo al juntarnos de forma responsable podremos encontrar soluciones duraderas y un nuevo modelo de cuidado pensado para mejorar la vida de las personas.

La re-localización es una estrategia para recuperar los mercados, la cultura y las dinámicas que se gestan en los espacios locales. El fortalecimiento de lo local y el equilibrio de los centros y periferias debe articular puntos de inflexión que posibiliten lugares para el arte, la cultura, los nuevos usos de la memoria e incluso la construcción de una memoria colectiva entre ciudades disímiles. El factor integrador es clave para producir un desarrollo urbano sostenible y para construir un sentido de identidad de los distritos culturales y creativos.



¿Es el arte superficial o transformador? Uno de los grandes retos como gestores culturales y agentes del sector artístico es poner de moda la acción social pues más allá de poner un barrio “bonito” se trata de entender que la profundidad de los cambios no radica solo en la estética sino en la capacidad de transformación social que tienen los distritos culturales frente a una necesidad de mejora del entorno. De ahí que sea importante poder interlocutar con distintos agentes del territorio. Una cosa es que las empresas privadas inyecten capital a los proyectos artísticos y culturales y otra muy diferente en que respondan a unas problemáticas específicas para la comunidad.

Lo realmente importante de los Distritos Creativos es darle continuidad al tejido social y no pensarse desde la moda. Un distrito debe construirse como un ecosistema que ataque problemas de fondo estructural. Se trata de ser responsables y de hacer las cosas bien para crecer pues el futuro pasa por ser creativos, responsables, generosos, audaces, ambiciosos.

Para ver la conferencia de José Fran García, te recomendamos seguir el siguiente código:

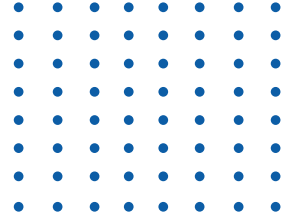


El Distrito Creativo y cultural de Buenos Aires

Lucia Salvá

Coordinadora del Distrito de las Artes en el Ministerio de Cultura de la ciudad de Buenos Aires. Directora del estudio creativo del Bit al Átomo

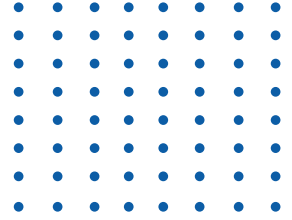
La vida de los Distritos culturales y creativos radica en construir un territorio cultural desde las actividades cotidianas de la vecindad. El distrito de las artes en Buenos Aires hace parte de la dirección cultural de desarrollo del ministerio de cultura de Argentina, que fomenta el desarrollo, la creación y difusión cultural del sur de Buenos Aires en los barrios de la Boca, San Telmo y Barracas. Es ante todo un espacio donde se promueve e impulsa las artes visuales, musicales, escénicas y literarias hacia un desarrollo social, cultural y económico y de infraestructura mediante una fuerte articulación público privada.



Los barrios de La Boca, San Telmo y Barracas han tenido unas particularidades históricas en torno a la infraestructura colonial que dejó los flujos migratorios europeos. Dadas las condiciones del puerto los barrios se han configurado a partir de un fuerte componente cultural donde residen alrededor de 15 galerías, 22 museos, más de 7 residencias de artistas y espacios educativos para la investigación y creación de las artes y la cultura. Es ante todo un lugar que recrea espacios mixtos para la formación cultural. El Distrito tiene dos componentes: cultural creativo y económico. A quienes deciden hacer parte del distrito el gobierno les otorga unos beneficios específicos.

En cuanto a los ejes de acción, el distrito cultural cuenta con la promoción, difusión, capacitación y creación para atender las necesidades del sector desde una agenda pública. Desde las políticas de gobierno se trabaja desde un desarrollo cultural y creativo incluyente que genera contenido diverso a partir del trabajo de los mismos agentes del sector. Para el contexto de la pandemia se planteó una plataforma de trabajo desde estrategias de contenido digital lo cual fue potencializador de procesos culturales y artísticos escondidos, tanto así que actualmente se cuenta con más de 7 mil agentes culturales que hacen parte activa de esta plataforma. Cabe destacar que todas estas estrategias surgieron a partir de un diálogo entre los dos distintos actores evaluando las necesidades puntuales del territorio creativo y cultural.

A partir de la promoción y difusión se identificó la carencia de herramientas en gestión cultural, creación proyectos y estrategias de mercado para los artistas por lo tanto se realizó un trabajo puntual de polinización cruzada a través del cruce de actores públicos y privados que pudieran financiar los proyectos de las artes sin perder su perspectiva y tomando consciencia frente a lo cooptativo e instrumentalizador que puede llegar a ser el mercado. De igual manera, desde la creación se trabajó en un sector casi olvidado, el sector gastronómico específicamente los bares como lugares de encuentro específicos para la cultura. Salvá cuenta que para los movimientos literarios en Argentina los bares han sido lugares propicios para lograr puntos de encuentro entre diversidades de las artes, públicos y comunidades. Ejemplo de esto es el caso del Munar un espacio que logró un acercamiento con la comunidad a través de la activación de los laboratorios literarios donde se propuso unos recorridos en simultáneo con el fin de consolidar la zona del sur de la ciudad como un distrito creativo y cultural.

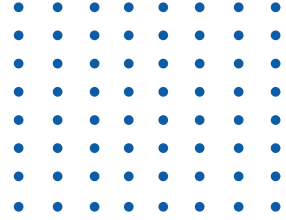


Cabe mencionar la semana de las artes, un evento que sucede paralelo con la feria nacional del arte en Argentina con estos tres sucesos en simultáneo el ministerio género una agenda completa de actividades en toda Buenos Aires lo cual sostuvo la creación de un programa público y la visibilización de espacios culturales periféricos. Ejemplo de esto son las obras de arte contemporáneo instaladas en toda la ciudad que tienen la intención de irrumpir espacios convencionales y aumentar la visibilidad y la accesibilidad de la oferta de artes visuales contemporáneas, fortalecer una red a largo plazo entre actores públicos y privados que fomente el intercambio y la colaboración de proyectos y posicionar la idea de un arte público en buenos aires como una creación propia de los distritos culturales.

El fin último es potencializar e internacionalizar la escena de la oferta del arte en buenos aires, aumentar el conocimiento y pensamiento sobre las artes visuales en distintos públicos y fortalecer las redes de confianza entre aliados estratégicos, artistas e invitados especiales. No se puede descuidar a la comunidad ni a las organizaciones de base, pues es desde los espacios culturales, las instituciones al servicio de la comunidad y lo voluntarios del vecindario donde se trabaja por el fortalecimiento y la promoción de un distrito cultural incluyente que recupere cada vez más el patrimonio intangible de los territorios culturales y creativos.

Para ver la conferencia de Luciana Salvá, te recomendamos seguir el siguiente código:





Amsterdam NDSM: un distrito cultural para la expansión de las ideas

Petra Heck

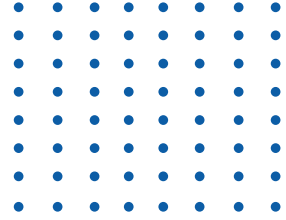
Curadora de NDSM - Werf

Para seguir construyendo nuevas ideas se necesita encontrar inspiración en las limitaciones. Holanda es un territorio rodeado de agua, muelles y barcos, con referentes históricos importantes que ha venido configurándose como espacio de posibilidades para la expansión de los sectores creativos y culturales. La expansión cultural de Holanda se remonta a los años 20. En esa época, a falta de posibilidades para la ampliación de un territorio artístico y cultural, la intervención de la empresa privada fue clave para engendrar un primer nicho de expansión urbana.

En 1946 La Nader Launcher Duck y Baumas Japan fundaron una empresa que reemplazó los antiguos barcos por buques, lo que significó para una economía marítima como la de Holanda, un crecimiento exponencial ante un mundo que solo se pensaba desde el transporte tradicional. Esto fue el inicio de los primeros proyectos de expansión urbanística, los que más adelante se convirtieron en entornos creativos que dieron cuenta de un proceso transversal al crecimiento urbano: la cultura y el arte trabajando en los patios traseros de los edificios y en lotes en expansión.

En los años 80 emergieron empresas creativas, teatros, salas de cine, música y lugares para la diversión. Ejemplo de esto es un teatro ubicado sobre una av comercial, que a pesar de no parecer un lugar para las artes se convirtió en un patrimonio cultural para la ciudad ya que posibilitó las primeras redes comunales donde los comerciantes, ciudadanos y artistas se juntaban para promover los festivales de teatro y, con esto, el crecimiento de los proyectos culturales de la vecindad.

Actualmente, iniciativas privadas han invertido capital económico en la creación del distrito NDSM, espacio que cuenta con museos callejeros, galerías abiertas al público y festivales de música que potencializan los procesos de artistas -con contratos de hasta 10 años- y fortaleciendo el entramado cultural y social. Un ejemplo de esto último, es el plan de un artista para construir una suerte de estudios callejeros donde todas y todos los creativos pueden consolidar sus proyectos y nutrir la ciudad con conocimientos propios. Construir espacios y viviendas para personas del sector creativo, idea



que se ha desarrollado potencialmente ya que ha permitido que otros artistas conformen redes de apoyo entre sí mismos.

Lo que en algún momento fue el límite de una ciudad comercial (NDSM se encuentra al otro lado del gran canal) hoy se ha convertido en el centro de muchas actividades urbanas creativas donde la moda, las artes gráficas, los conciertos y las galerías de arte tienen un espacio para crear, crecer y generar redes de apoyo. Los eventos culturales que hoy se despliegan son reflejo de la expansión económica de Holanda, como un proyecto que a través del museo de arte callejero ha juntado al gobierno, actores independientes y empresa privada con un propósito común: financiar un fondo de arte local para los artistas emergentes. De este modo el ecosistema se regenera constantemente no solo con recursos públicos sino desde la polinización cruzada con actores diversos. Por eso desde NDSM queremos seguir conformando territorios atractivos para cualquier tipo de público.

Para ver la conferencia de Petra Heck, te recomendamos seguir el siguiente código:



San Felipe. Un distrito creativo polifónico

Johana Morales, actriz y gestora cultural

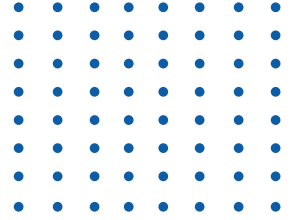
Alejandro Castaño, arquitecto y coleccionista de arte

Daniela Camero, fundadora y directora de Galería BETA

Steven Guberek, director de la galería SGR

San Felipe es un proceso auténtico que viene de abajo hacia arriba, que ha sido capaz de blindarse ante los cambios de gobierno y ha sabido mantener una identidad propia. ¿Cuál fue el inicio de San Felipe y como se pensaba San Felipe antes de la intervención?

Steven Guberek se acercó a San Felipe por la relación experiencial con algunos galeristas del país. Alejandro Castaño, precursor de lo que hoy es San Felipe, comentó que desde que estaba estudiando arquitectura tuvo un gusto por los distritos de arte, lo que tomó cuerpo tras su experiencia con la feria Artbo.



Para Daniela Camero fue fundamental crear una galería que permitiera unir fuerzas en el territorio y vincular varios proyectos en simultáneo. Johana Morales por su parte, cuenta que su llegada al barrio no tuvo una intención distinta a encontrar un lugar para emprender su oficio; con el pasar del tiempo fue conociendo procesos artísticos y culturales que la condujeron a explorar proyectos interdisciplinarios.

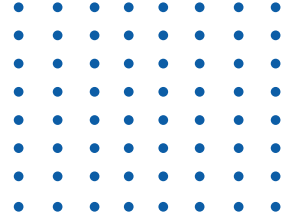
¿Que encontraron en otros Distritos creativos del mundo que les pareciera de interés para la creación de San Felipe?

Para Alejandro Castaño, Soho y Chelsea son sus referentes de creación: arte de la calle y para la calle en un distrito cultural abierto a cualquier clase de público, donde cualquier visitante tuviera la posibilidad de conocer y de entrar en contacto las posibilidades de transformación del arte. Castaño encontró en San Felipe la posibilidad de conectarse con otros espacios creativos y de revitalizar un espacio que siempre ha sido socialmente estigmatizado.

Steven Guberek responde la pregunta mencionando las barreras visibles e invisibles de la AV Caracas y la 24. Para Guberek el arte urbano permite dibujar y desdibujar paisajes como también transformarlos. A razón de esto, visibilizar lo invisible del barrio es deconstruir los procesos de gentrificación. Daniela Camero comenta que hoy en día San Felipe se encuentra frente a una apropiación territorial del arte público para unas audiencias de a pie, lo que implica que las iniciativas se conecten con la necesidad de los agentes culturales y con las necesidades de la comunidad. Johana Morales ha encontrado una acción estimulante en San Felipe en torno al valor de la comunidad que decide construir un sentido compartido frente al arte, y como los miembros de esa misma comunidad se vuelven voceros de esto.

¿Qué inquietudes tienen frente a la creación del distrito, que modelo de gobernanza existe y que preocupa de san felipe frente a las coyunturas actuales de la pandemia?

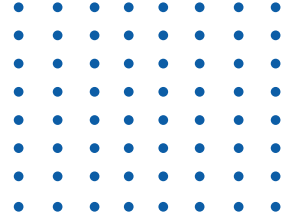
Para Guberek la presencia gubernamental es históricamente nula. El ecosistema de las artes visuales sólo hasta hace muy poco se ha podido agremiar. Debería existir una legislación que favorezca relaciones con el sector privado estimulen la inversión. Esto es un reto no solo para San Felipe sino para todos los sectores del arte en Colombia que históricamente han sido excluidos. Para Camero, por otro lado, su preocupación gira en torno a las fisuras gubernamentales y la falta de apoyo permanente de las instituciones públicas al gremio del arte. Lo anterior ha hecho que los apoyos al sector tengan un fuerte carácter



privado y la pregunta es, ¿hasta qué punto lo privado será sostenible para el arte? Para Castaño aún falta mucho por hacer, pero no hay que olvidar lo que era San Felipe y en lo que se está convirtiendo. Pero falta mucho por dinamizar el arte y la cultura en términos económicos pues es importante que sea consumible. Para Morales, lo malo y lo feo de San Felipe tiene que ver con el consumo del arte. A los públicos hay que vincularlos para que hagan parte de esto. Colombia es un país con mucho talento y, entre sus problemas, está el bajo consumo de las prácticas artísticas y culturales. El reto para seguir consolidando esta polifonía está en seguir produciendo más arte para la gente que no es artista; en llevar el distrito a un ámbito más amplio que democratice la voz de todas y todos los artistas mientras se posicionan los espacios de arte y se genera nuevo coleccionismo en el país. Por último, que se rompan las barreras entre galerías y comunidad y se invite a más emprendedores, músicos, al gremio de la gastronomía, para tener un Distrito más robusto y más atractivo para los públicos.

Para ver la conferencia, te recomendamos seguir el siguiente código:





Red de Distritos Creativos y Culturales de Colombia

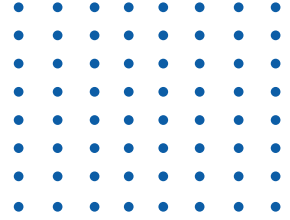
La Red de Distritos Creativos y Culturales en Colombia tendría la ocasión de ser un espacio de participación horizontal y colectivo que entreteja las prácticas artísticas, culturales, creativas y patrimoniales de los diferentes distritos creativos y culturales en el país para consolidar el ecosistema creativo y cultural en cada uno de esos territorios y por ende en el País. Debe aportar al desarrollo social y económico de cada una de las regiones y de sus cultores, creadores, gestores, emprendedores y empresarios, así como de sus organizaciones.

La Red puede constituirse como una plataforma de colaboración conjunta entre sus integrantes, líderes, agentes gubernamentales, aliados, etc. para poner en relevancia las oportunidades del sector creativo y cultural para la economía territorial y el desarrollo sostenible. Es una comunidad que aprende, intercambia y crece junta. Sería el resultado de procesos de articulación y trabajo colaborativo entre esos territorios que han declarado de manera expresa, en forma de Distrito, su compromiso firme por la cultura y la creatividad.

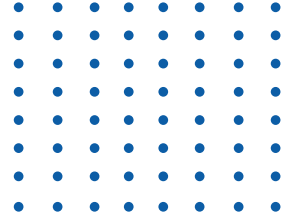
Las redes no se imponen ni se dictan de arriba hacia abajo. De lo contrario no son sostenibles. A la manera de otros casos que hemos tenido el honor de acompañar desde Conexiones Creativas, como la Red Nacional de Territorios Creativos de Chile, conviene que estos procesos vengan de abajo hacia arriba y desde lo local hacia lo nacional.

Funciones posibles de la red DCC de Colombia:

- Promover y fomentar la conversación nacional sobre los ecosistemas creativos y culturales en Colombia como un vehículo de desarrollo sostenible desde y para los territorios.
- Llevar a cabo acciones conjuntas para robustecer los ecosistemas creativos y culturales, fomentar el turismo en su orientación cultural, patrimonial y creativa en los territorios; y contribuir a la mejor calidad de vida de todos quienes son parte de esos ecosistemas.
- Crear estrategias y buenas prácticas entre los Distritos en Colombia que permitan promover el desarrollo de la cultura y de las industrias creativas como una forma de desarrollo local y sostenible.
- Descentralizar las prácticas artísticas, culturales, creativas y patrimoniales en el país.

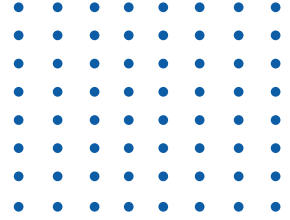


- Estar alineados con los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas (ponerlo como un marco teórico para entender a qué se refiere cuando se habla de desarrollo sostenible).
- Priorizar los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas y generar agendas culturales en torno a éstos.
- Fomentar e incidir en la creación y el fortalecimiento de políticas públicas que apoyen y refuercen la labor de los distritos creativos y culturales y sus agentes.
- Consolidar una plataforma que reúna actores culturales y creativos de los territorios de los DCC.
- Propiciar espacios de visibilización y debate sobre las buenas y malas prácticas, iniciativas, experiencias y conocimientos de cada una de los DCC.
- Estimular espacios que permitan fortalecer las capacidades y particularidades de cada uno de los Distritos.
- Buscar comprometer a las instituciones gubernamentales con la Red.
- Establecer vínculos y articularse con otras redes de distritos creativos culturales en el mundo empezando por la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América - Europa de Conexiones Creativas.
- Realizar la caracterización de los territorios creativos y las agendas culturales de cada uno de los Distritos.
- Articular ecosistemas de instituciones, artistas, creadores, cultores, emprendedores, artistas y empresas para incidir en los territorios y las políticas y dinámicas que son necesarias para su consolidación.
- Generar beneficios para el ecosistema, sus agentes, organizaciones y la comunidad que habitan los ecosistemas creativos y culturales de cada una de los Distritos.



Operatividad y líneas de acción de la Red

- Instalar una conversación periódica y frecuente entre los diferentes distritos y sus representantes, incluyendo también agentes estatales como el Ministerio de Cultura o Colombia productiva, aliados, instituciones internacionales como la UNESCO, etc.
- Consolidar una hoja de ruta con las necesidades y especificidades de todos los distritos.
- Co-construir horizontal y colectivamente los objetivos (general y específicos) y la funciones de la Red de distritos en Colombia.
- Dividir funciones y conformar instancias o comités que atiendan cada uno de los objetivos trazados (la construcción en conjunto es vital para el proceso y para que todos los integrantes se sientan representados y beneficiados).
- Lanzar la Red y tener un Primer Encuentro Nacional en donde se realice: una mentoría con los miembros de la Red (generales y personalizadas); se revisen los objetivos trazados; se identifiquen particularidades, desafíos y necesidades por territorio (no se pueden llegar a soluciones estandarizadas para todos los territorios pues cada uno responde a lógicas diferentes).
- Diseñar y poner en marcha el modelo de gobernanza y de operaciones de la Red de distritos (debe ser una red horizontal y participativa) (los líderes o directivos deben seguir el pulso de la red, preparar una agenda de actividades, agenciar oportunidades, buscar recursos y financiación, etc.).
- Consolidar un directorio de la red. Articularse para cruzar datos, información, y explorar alianzas en la gestión de eventos.
- Realizar proyectos pilotos para fortalecer los ecosistemas creativos, activar las comunicaciones y fomentar la institucionalización de la Red.
- Instaurar la página web, las redes sociales de la Red, plan de medios nacional y regional.
- Construir una metodología para consolidar los ecosistemas creativos en torno al desarrollo sostenible de los territorios, priorizando los desafíos y las brechas locales, con miras a tener verdadera incidencia en el desarrollo local.
- Visibilizar la agenda de la red y llegar a las autoridades locales, regionales y nacionales, y seguir sumando socios y aliados a la Red. Crear políticas culturales desde los territorios es fundamental.



Recomendaciones para su conformación

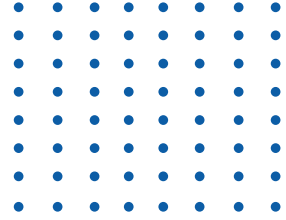
- Ser atractivos, lo que permite buscar apoyo, financiamiento e inversión.
- Ser innovadores: fomentar los ejercicios de polinización cruzada y el trabajo en equipo.
- Estar constantemente conectados.

Canales de comunicación entre los diferentes distritos, a través del cual puedan intercambiar información, resolver inquietudes que surjan de su gestión, etc.

- Asambleas sistemáticas: instancias donde se reúnen todos los miembros de la Red para conversar y estrechar vínculos
- Directorios sistemáticos
- Encuentros nacionales de la Red
- Grupo de WhatsApp con todos los representantes de los distritos

Presentación de la propuesta a partes interesadas

- Ministerio de Cultura
- MinTIC
- Ministerio de Comercio
- A los más de 98 distritos creativos y culturales del país, con especial énfasis en los 12 que fueron recibidos el acompañamiento técnico del programa ADN Más Productivas.



Multimedia

Playlist sobre Distritos culturales y creativos

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLP8W92DHaf4haHk5721WFo1eredphhEF>

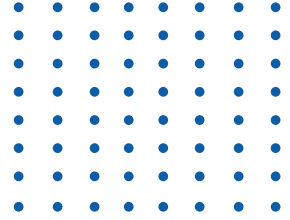
En el canal de YouTube de Conexiones Creativas, tenemos una playlist con más de 20 vídeos dedicada especialmente a los distritos creativos y culturales. En ella hemos compilado y editado las mejores presentaciones, conferencias, charlas y Master Classes que han realizado una serie de destacados profesionales nacionales e internacionales invitados por Conexiones Creativas a participar del programa ADN Más Productivas y de otros de sus proyectos. Esta veintena de vídeos conforman un curso completo y público que está a disposición de todas las personas con interés laboral o académico en este campo. En ellas, las y los invitados comparten reflexiones, experiencias útiles, mejores prácticas, casos y aprendizajes que amplían el horizonte de comprensión y posibilidades para la gestión de este tipo de unidades.

Podcast: ¿Cómo consolidar un distrito creativo y cultural?

<https://open.spotify.com/episode/6YhU4VDAoiNW5DThN4Zr0G?si=kjppqsOQSD6Uuy5IacuyUA>

Desde lo público, los distritos culturales y creativos constituyen una oportunidad y un recurso. Ellos ofrecen formas de recuperar el territorio, de retener agentes en el ámbito local, de atraer inversión externa, y de crear procesos identitarios que favorezcan la cohesión social en las comunidades.

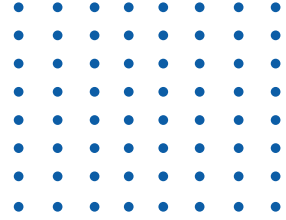
En este podcast de Conexiones Creativas, recogemos de manera amable y dialógica algunos de los aprendizajes que nos ha dejado el acompañamiento técnico a 12 distritos creativos nacionales en el marco del programa ADN Más Productivas. Algunas de las preguntas que se discuten son:



- ¿Qué son entonces los distritos creativos y culturales y para qué sirven?
- ¿Cómo se diagnostica el estado de un distrito creativo?
- ¿Qué elementos se deben tener en cuenta para su crecimiento y fortalecimiento?
- ¿Cómo trabajar la identidad de un distrito?
- ¿Cuáles son las claves para la gobernanza de los distritos creativos?

Estas preguntas las respondemos en este programa dedicado a analizar el caso de los distritos creativos y culturales. Conexiones Creativas gestiona la única plataforma de distritos creativos y culturales entre América y Europa. Para más información, puedes remitirte a este enlace:

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



Anexo No. 1.

Variables informativas casos

Ciudad: *(Ciudad o territorio donde está ubicado el distrito)*

Instrumento de creación: *(Acto administrativo por medio del cual se crea el distrito a nivel local. Éste puede ser un acuerdo, decreto u ordenanza, dependiendo del organismo que lo emite).*

Área estimada: *(dimensiones del distrito expresadas en hectáreas)*

Tipo de distrito: *(espontáneo o inducido)*

- *Espontáneo: resultado de actividades económicas, sociales y culturales, que cuentan con una alta densidad en determinado sector.*
- *Inducido: resultado de Políticas Públicas. Tiene por objeto transformar espacios no aprovechados, y ser motores de desarrollo económico, social y cultural.)*

Categoría de Economía Creativa: *(3 categorías posibles: Artes y Patrimonio, Industria Culturales y Creaciones Funcionales)*

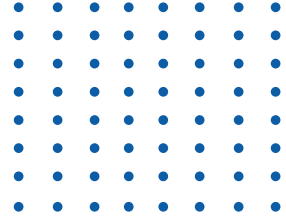
Sector de Economía Creativa:

(Sectores que se desarrollan en el distrito y que están definidos dentro de las anteriores categorías, así:

- *Artes y Patrimonio: Artes Visuales, Artes Escénica, Turismo y Patrimonio Cultural, Educación, Gastronomía, Artesanías*
- *Industrias Culturales: Editorial, Fonográfica, Audiovisual*
- *Creaciones Funcionales: Medios Digitales, Diseño, Publicidad).*

Actividades económicas definidas para el distrito: *(Número de actividades económicas definidas en el instrumento de creación de el distrito)*

Categoría de COLOMBIA PRODUCTIVA: *(3 categorías posibles, según los sectores priorizados por Colombia Productiva: s categorías, así: Agroindustria, Manufactura, Servicios)*



Sectores priorizados COLOMBIA PRODUCTIVA: (sectores incluidos dentro de las categorías anteriores.

- Agroindustria: Alimentos procesados, Cacao y sus derivados, Cafés especiales y derivados, Carne bovina, Lácteos, Piscícola.
- Manufactura: Cosméticos y aseo, Farmacéuticos, Industrias del movimiento (sector automotriz, astillero y aeroespacial), Industrias para la construcción, Plásticos y pinturas, Química básica, Sistema moda
- Servicios: Software y Tecnologías de Información, Turismo de bienestar -talasoterapia, termalismo y spas y centros de bienestar-, Turismo de naturaleza, Tercerización de procesos de negocio -outsourcing de negocios o BPO, outsourcing de tecnología o ITO-, outsourcing de conocimiento o KPO).

Tipo de entidad que lidera el distrito: (ente que lidera el desarrollo del distrito dentro de las siguientes categorías: Organismo o dependencia pública, Empresa privada, ESAL, Colectivo, Otro)

Entidad que lidera el distrito: (nombre de la entidad)

Sitios de interés (lista de sitios situados en el distrito a resaltar)

Eventos más importantes (lista de eventos que se realizan en el distrito a resaltar)

Cadena de valor presente en el distrito (Eslabones de la cadena de valor productiva más presentes en el distrito, de las siguientes opciones: Creación, Producción, Circulación/Distribución, Exhibición/Consumo/Apropiación/Participación).

Productos, servicios o experiencias para mercados internacionales (listado identificado para el distrito)

Relevancia del distrito para el sector turístico: (SÍ /NO)

Link mapa: (Link a mapa generado en Google Maps)



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

ADN MÁS PRODUCTIVAS

Hacia la sostenibilidad de las Áreas de Desarrollo Naranja

Un proyecto de:



Operado por:

