

TO BE OR NOT TO BE

DISTRITOS CREATIVOS Y CULTURALES, TERRITORIOS
PARA LA CONVIVENCIA Y EL DESARROLLO ECONÓMICO

MEMORIAS DEL ENCUENTRO DE LA
PLATAFORMA DE DISTRITOS
CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

2022

Powered by:



**Conexiones
Creativas**

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

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



TO BE OR NOT TO BE
Distritos Creativos y Culturales
América - Europa
Año 2022

Estos textos son el resultado de la edición de las conferencias y presentaciones del Encuentro de Distritos Creativos y Culturales América-Europa (2022) liderado por Conexiones Creativas.

Dirección: Conexiones Creativas

Edición: Germán Escobar

Diseño: Evelin Guevara

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

© de los textos, sus autores

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

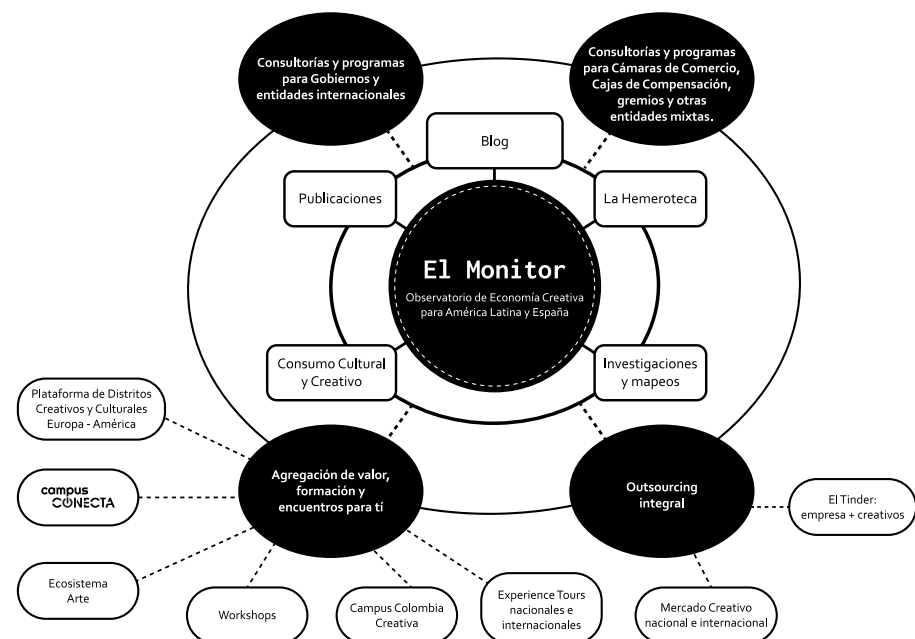


Conexiones Creativas inició su agenda de trabajo en 2013 con Campus Colombias, el primer campamento de industrias creativas y culturales que se hizo en Colombia reuniendo a más de 1400 creadores y emprendedores durante 3 días, gestando 91 proyectos. Ese inolvidable nacimiento estuvo acompañado por Ferran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

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

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

Nuestros frentes de trabajo son:



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

- Coordinación de contenidos en proyectos entre Latinoamérica y Europa de la mano de Interarts (Barcelona) entre 2015 y 2016.
- Cámara de Comercio de Cali y Comisión Regional de Competitividad: diseño y ejecución en 2016 del lanzamiento del programa Cali y Valle Creativo.
- Becarios del programa de iNNmersión internacional en Londres con la Aceleradora School for Creative Startups (2016) apoyada por INNpulsa.
- Dos proyectos especiales de formación para el emprendimiento cultural ejecutados para el IDARTES (Bogotá), uno de los cuales sirvió para el lanzamiento del Festival Bogotá Creativa en octubre, 2017; y el otro sobre estrategias digitales integrales para creadores bajo el título DE LOS LIKES A LOS NEGOCIOS.
- Diseño y ejecución de programas de formación para el emprendimiento cultural para la Fundación Social en Cartagena y Medellín, para Interactuar, para la Fundación Sura, la Universidad Industrial de Santander, Comfama, Comfenalco Antioquia, entre otras instituciones.
- Cámara de Comercio de Barranquilla: programa de formación para 80 empresarios del Cluster de Turismo de Eventos de Negocios e incubación para 10 de ellos en 2020.
- Beca de transferencia de conocimiento (Ministerio de Cultura de Colombia) con y desde entidades europeas (Francia, Holanda y Bélgica) en torno a los mapeos y cartografías de los ecosistemas creativos y culturales (2020).
- Becarios del programa de Líderes de la Economía Naranja de Colombia financiada por la Secretaría de Estado de EEUU (2020).
- Consultoría con la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia los años 2019-2020 en el diseño y ejecución de la Estrategia y Narrativa del cuatrienio 2020-2024 en materia de economía creativa en la Región.
- Asesores de la Red Nacional de Territorios Creativos de Chile desde el 2021.
- Publicación anual sobre los ecosistemas creativos y su impacto en los territorios, apoyada por el Ministerio de Cultura en 2019,

2020 y 2021.

- Y diseñamos, lanzamos y comercializamos potentes *Experience Tours* nacionales e internacionales para empresarios y gestores entre 2018 y 2021 a ciudades como Medellín, Cartagena, Miami y Barcelona.
- Encuentro de Distritos Creativos América-Europa 2020, 2021 y 2022, eventos a los que han asistido más de 600 profesionales líderes del sector.
- Múltiples Workshops nacionales e internacionales diseñados y comercializados.
- 5 ediciones anuales de Ecosistema Arte, único encuentro profesional de las artes visuales y plásticas en Iberoamérica.
- Desde nuestra línea de negocios llamada El Monitor adelantamos investigaciones, mapeos y monitoreos a la medida, además de un trabajo de pedagogía en pro del Ecosistema desde La Hemeroteca, las publicaciones, el blog, etc.
- Bogotá un ecosistema para crear y crecer, desarrollado para la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte de Bogotá, programa integral en pro del Ecosistema Creativo y Cultural que ha incubado a más de 4000 emprendedores entre 2019 y 2022.
- Promotores y líderes de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa con más de 26 territorios participantes. La Plataforma cuenta con más de 50 máster classes en su canal dedicado, 9 encuentros de distritos y 3 publicaciones.
- Entidad ejecutora del programa ADN MÁS PRODUCTIVAS que incubó 12 distritos en Colombia en el 2022.
- Entidad asesora del Ministerio de las Artes, las Culturas y el Patrimonio - MINCAP para el Plan de Internacionalización del Ecosistema creativo y cultural de Chile (2022).
- Programa de incubación en 2021, 2022 y 2023 para 120 empresas del sector creativo y cultural de Antioquia (Comfama, EIPauer).
- Entidad finalista del Premio Mundial de Economía Creativa de la Unesco (2023).

Adicionalmente Conexiones Creativas presta servicios de consultoría directamente a las empresas del ecosistema creativo y cultural.

10 años acompañando a más de 15.000 empresas, creadores y organizaciones de los sectores culturales y creativos en Iberoamérica son nuestra mejor carta de presentación.

Podemos ofrecerle a tu Organización:

- 1 Programas de formación a la medida.
- 2 Consultorías a profundidad con metas pactadas.
- 3 Experience & Transformation Tours.

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

En estos temas somos realmente buenos:

- 1 Distritos culturales y creativos.
- 2 Diseño de proyectos para el ecosistema cultural y creativo.
- 3 Estrategia y macro tendencias.
- 4 Nuevas oportunidades de negocio.
- 5 Palancas de Crecimiento Exponencial.
- 6 Personalidad de Marca.
- 7 Estrategia Comunicacional.
- 8 Diseño de Experiencias Omnicanales.

Hemos desarrollado proyectos con organizaciones como: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio – Gobierno de Chile, Gobernación de Antioquia, Cámara de Comercio de Barranquilla, Cámara de Comercio de Medellín, Universidad IBERO Puebla, Delegación General de Québec en México, Universidad Viña del Mar, Universidad EAN, Universidad de Antioquia, Poblenu Urban District, Valparaíso Creativo, Fundación Plades Frutillar, Cluster Development, Festival Loop Barcelona, Hoteles Movich, Fundación Sura, Créame, Comfama, Comfenalco, Corferias Caribe, Expreso Brasilia, Mundo Único, Munditur, Huevos & Escobas, Castañer, entre otros.

¿Cuándo hablamos de tus retos?

@cccreativas

También hemos trabajado con ellos:



PLATAFORMA DE DISTRITOS CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

DISTRITOS CREATIVOS Y CULTURALES, TERRITORIOS
PARA LA CONVIVENCIA Y EL DESARROLLO ECONÓMICO

LA PLATAFORMA incluye:

- Encuentros presenciales
- Misiones internacionales a distritos
- Intercambios y gestión de proyectos entre los miembros.
- Sesiones de trabajo periódicas para trabajar los temas que inquietan a los miembros: gobernanza, sostenibilidad, urbanismo, financiación, homogeneización, gentrificación, integración social, ecosistema creativo y cultural, etc.
- Publicaciones y contenidos exclusivos para miembros.

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

 @districtoscreativos



INDICE

■ 1. DISTRITOS CREATIVOS Y CULTURALES: TERRITORIOS PARA LA CONVIVENCIA Y EL DESARROLLO ECONÓMICO. PROVOCACIONES DESDE BRASIL	15
Por: Ana Carla Fonseca. Directora creativa de Garimpo de Soluções.	
■ 2. LA CULTURA Y LA CREATIVIDAD COMO MOTOR DE DESARROLLO. EL CASO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES, ARGENTINA	21
Por: Enrique Avogadro. Ministro de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires. Ex Viceministro de la Cultura en Argentina y ex Subsecretario de Economía Creativa de la ciudad de Buenos Aires.	
■ 3. DISTRITO PRODUCTIVO PUGLIA CREATIVA	27
Por: Cinzia Lagioia. Directora del Distrito Productivo Puglia Creativa	
■ 4. UNA APUESTA INTEGRAL EN PRO DE LA ECONOMÍA CREATIVA	31
Por: Francisca Maturana. Coordinadora de Desarrollo Internacional de la Secretaría de Economía Creativa del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de Chile.	
■ 5. DISTRITOS CREATIVOS Y CÁMARA DE COMERCIO ABURRÁ SUR. CASO ITAGÜÍ	35
Por: José Velásquez. Coordinador de Comercio Internacional e Innovación de la Cámara de Comercio Aburrá Sur.	
■ 6. FUNDACIÓN SUR: PROMOCIÓN CULTURAL	39
Por: Julia Correa. Directora de Gestión Social de la Fundación Sura.	
■ 7. CASO LAGO LLANQUIHUE DESTINO CREATIVO, Y FRUTILLAR CIUDAD CREATIVA	43
Por: María José Cote. Gerente del programa PTI Lago Llanquihue Destino Creativo.	
■ 8. CHILLÁN CIUDAD CREATIVA	49
Por: Katerin Henríquez. Fundación Chillán Ciudad Creativa.	
■ 9. ESPAÑA CREATIVA: UN TERRITORIO EN TRANSFORMACIÓN, HACIA UNA NUEVA MODERNIDAD	53
Por: Belén Díaz. Presidenta y fundadora de la Asociación España Creativa.	
■ 10. PLAN SECTORIAL DE INVERSIÓN. ECONOMÍA CREATIVA. POLÍTICA REGIONAL DE FOMENTO LOS RÍOS	57
Por: Paulina Peña. División de Fomento e Industria del Gobierno Regional de Los Ríos.	
■ 11. BODEGA COMFAMA EN EL PERPETUO SOCORRO: DISTRITOS EN ALIANZA CON LAS CAJAS DE COMPENSACIÓN	61
Por: Ana Isabel Maya. Responsable de emprendimiento y desarrollo empresarial de Comfama 2018 – 2022.	
■ 12. INSTITUTO PROFESIONAL ARCOS Y EL CASO TERRITORIO PEÑALOLÉN CREATIVA	65
Por: Ximena Duarte. Directora del Instituto profesional Arcos.	
■ 13. VALLE CREATIVO LA CEJA. DISTRITO CREATIVO Y CULTURAL	69
Por: Alejandro Ríos González. Secretario de Desarrollo Económico y Competitividad del municipio de La Ceja 2020 – 2023.	
■ 14. INVEST IN BOGOTÁ	73
Por: Mónica Sánchez. Gerente de promoción e inversión de Invest in Bogotá.	
■ 15. PANEL 1: DISTRITOS CREATIVOS PARA LA CONVIVENCIA	77
Por: Verónica Tapia. Directora de la Corporación Cultural de La Pintana Iván Palma. Director de MAPA Teusaquillo Distrito Cultural. Margarita Díaz. Directora de la Fundación Gilberto Alzate Avendaño - FUGA y de Bronx Distrito Creativo. Isidora Moulian. Directora Ejecutiva de la Corporación de Cultura y Patrimonio de Independencia. Moderador: Conrado Uribe. Director de Contenidos de Conexiones Creativas	
■ 16. PANEL 2: DISTRITOS CREATIVOS PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO	83
Por: Mauricio Cifuentes. Valparaíso Creativo. Erika Jaramillo. Directora de la Corporación Perpetuo Socorro. Oscar Leiva. Coordinador del Departamento de Cultura y Territorio de la Corporación Educación, Arte y Cultura (CEAC) y Presidente de la Red de Emergencia de Espacios Culturales Barrio Puerto (REC). Leidy Rivera. Secretaria de Desarrollo Económico y Turismo de Marinilla. Moderador: Conrado Uribe. Director de Contenidos de Conexiones Creativas.	
■ 17. PANEL 3: RESTREPO: FÉ, TRADICIÓN Y CULTURA	89
Por: Claudia Patricia Sierra. Directora del Instituto Municipal de Cultura de Restrepo y líder del Distrito creativo Restrepo: fé, tradición y cultura. Marlen Mojica. Alcaldesa de Restrepo 2020 - 2023. Julián Sánchez. Asesor del Instituto Departamental de Cultura del Meta.	



TO BE OR NOT TO BE

DISTRITOS CREATIVOS Y CULTURALES, TERRITORIOS
PARA LA CONVIVENCIA Y EL DESARROLLO ECONÓMICO

MEMORIAS DEL ENCUENTRO DE LA
PLATAFORMA DE DISTRITOS
CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

2022

“Los procesos de transformación se sostienen con una gobernanza compartida entre los agentes y la comunidad involucrada. El propósito inicial de todo distrito creativo debe permanecer en el tiempo y blindarse de los cambios de gobierno.”

Ana Carla Fonseca

PLATAFORMA DE DISTRITOS
CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

Powered by:



DISTRITOS CREATIVOS Y CULTURALES: TERRITORIOS PARA LA CONVIVENCIA Y EL DESARROLLO ECONÓMICO. PROVOCACIONES DESDE BRASIL

ANA CARLA FONSECA | Brasil

Directora creativa de Garimpo de Soluções

Garimpo de Soluções es una empresa brasileña de acción global que trabaja desde hace casi 20 años con economía creativa y desarrollo territorial. Han trabajado en más de 30 países y con más de 270 clientes del sector privado, en políticas públicas y con varias instituciones como diferentes agencias de la ONU.

Ana Carla Fonseca presenta dos casos, el primero en Recife, una ciudad situada en el noreste de Brasil, con una población de 1.6 millones de habitantes y responsable por alrededor del 3%

del PIB del país. Recife es una de las ciudades más antiguas de Brasil, con mucha tradición cultural e histórica. Durante la década de los años noventa, la ciudad atravesó una fuerte decadencia por el éxodo intelectual que se dio hacia otras ciudades como Río de Janeiro y Sao Paulo, y por la poca disponibilidad de espacio urbano que tenía la ciudad, lo que generó un contexto desfavorable para que el talento creativo y cultural (existente y naciente) se quedara en la ciudad. A pesar de esto, Recife tenía una excelencia universitaria (especialmente en tecnología de la información),

una capacidad empresarial y de emprendimiento enfocada en los servicios modernos y una coyuntura idónea para las políticas públicas dedicadas a servicios intensivos en TIC.

De allí surgió el desafío de crear un centro global de innovación que fuera el epicentro de toda la región periférica de la ciudad. Se creó entonces un cluster global de desarrollo enfocado en software y servicios de tecnología de la información que tenía como meta recuperar el tejido socioeconómico que estaba en esa área de la ciudad. A partir de esto, tomaron la innovación de los emprendimientos como base para el desarrollo y conformaron un modelo de gobernanza con el gobierno, la academia y el mercado que pudiese sostenerse a lo largo del tiempo con dinámicas más sólidas e innovadoras. Esta unión de capacidades —la capacidad de investigación de la academia y el capital humano cualificado de las universidades con el mercado cultural creciente y la creación de políticas públicas para el sector cultural— dio pie a la formación de *Porto Digital*, una experiencia de emprendimientos cívicos que atraviesan la tecnología, la innovación y la transformación urbana.

Desde el 2000 y hasta el 2018, *Porto Digital* contribuyó con la creación de 304 empresas, la mitad de ellas micro, pero también de pequeñas, medianas y grandes. El 81% de estas empresas son de tecnologías de la información y la comunicación, y el 19% restante

son empresas de economía creativa. Para hacer frente a la gentrificación y para que no hubiese una explotación inmobiliaria, *Porto Digital* compró muchos inmuebles disponibles, vacíos, o abandonados (algunos incluso patrimoniales) en la zona más antigua de la ciudad para restaurarlos y poder controlar los costos de trabajo y de vida en la región. Esto revitalizó la zona urbana histórica del Recife antiguo y le dio a *Porto Digital* múltiples premios y reconocimientos a nivel mundial.

El modelo de gobernanza de *Porto Digital* está constituido en partes iguales por el gobierno, la academia y el sector empresarial, y tiene un presidente del que derivan tres direcciones: Dirección de emprendimiento innovación y negocios, Dirección de administración y finanzas y Dirección de Operación urbana e infraestructura. La forma jurídica de *Porto Digital* es la de una organización social gestionada por una institución privada sin ánimo de lucro y autorizada por el gobierno para implementar políticas públicas. Para disminuir la dependencia del gobierno crearon fuentes alternativas de ingresos basados en los inmuebles (80%) y en servicios (15%).

Hoy en día *Porto Digital* es un centro para nuevas empresas y emprendedores, no solo de base tecnológica sino de toda la economía creativa. Cuenta con una red global de inversores y con múltiples líneas de acción como: *Corporate co-working* (espacios exclusivos para

miembros del programa); Incubadoras (apoyo a las empresas en etapas iniciales); Aceleradoras (evolución del modelo de negocio de una incubadora); *Maker spaces* (creación acelerada de nuevos negocios); *Mind the bizz* (emprendedores con ideas des-estructuradas); *Soft landing* (intercambio de startups con apoyo institucional y acceso a mercados); entre otras.

Para Fonseca, es un privilegio poder trabajar la lógica de los distritos creativos en los territorios y en las ciudades pequeñas a partir de sus propias vocaciones y potencialidades. Con esta reflexión presenta el segundo caso, que se da en la ciudad de Santa Rita do Sapucaí, al sur del estado de Minas Gerais en Brasil. Santa Rita do Sapucaí, con apenas una población de 43 mil habitantes, tuvo una de las primeras escuelas técnicas de electrónica de Latinoamérica, lo que fomentó que la ciudad entera se convirtiera en clúster de tecnología, de hecho, es conocida como el “Valle de la electrónica” de Brasil. Hoy en día, en la ciudad hay 153 establecimientos de base tecnológica, 31 empresas incubadoras, una fuerte presencia académica, tres aceleradoras, tiene una facturación anual de aproximadamente 74 millones de dólares y genera 14.700 puestos de trabajo.

Sin embargo, más allá del éxito del sector electrónico en la ciudad, reflexionaron sobre la necesidad de tener una ciudad

amable, simpática y tranquila, algo que pensaban lograr con el aumento de la oferta cultural. Fue así como nació *Santa Rita do Sapucaí, ciudad creativa y ciudad feliz*, una organización conformada por voluntarios que realizan actividades en la ciudad durante todo el año en torno a temas tan diferentes como salud mental, transformación urbana, vocación profesional, etc. También llevan a cabo exhibiciones de diferentes temáticas como fotografía, moda o escultura, así como presentaciones musicales, yoga y deportes en plazas, escuelas, calles y parques. Para Fonseca, la dupla entre tecnología y cultura ha permitido impactar positivamente en la calidad de vida de los habitantes de Santa Rita do Sapucaí, algo visible en su salud mental y emocional, y en la tranquilidad y la paz que se vive en la ciudad. Además, este modelo es de colaboración e intercambio: una persona que tiene habilidades en algo particular lo presenta y lo comparte con los demás. Bajo el lema “La única meta de una ciudad es la felicidad”, este proyecto ha logrado conservar la identidad, la historia, el patrimonio y la herencia de Santa Rita do Sapucaí, juntando el éxito en el sector electrónico con el deporte, el arte y la cultura para mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

A modo de cierre, Fonseca expone cinco ejes fundamentales cuando se habla de distritos creativos, tanto para las ciudades grandes como para las pequeñas. El primero es que los talentos

creativos requieren ambientes con diversidad de pensamientos. El segundo, que los procesos de transformación se sostienen con una gobernanza compartida entre los agentes y la comunidad involucrada. El tercero, propiciar la convergencia que hay entre cultura, tecnología y soluciones para los retos urbanos. El cuarto, que la creatividad necesita educación para convertirse en innovación (en términos de participación y de inclusión). Y el último, que el propósito inicial de todo distrito creativo debe permanecer en el tiempo y blindarse de los cambios de gobierno.

Disfruta o revive su conferencia con el acceso de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa.

https://youtu.be/yHeXY5mV_6M



PLATAFORMA DE DISTRITOS CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

Powered by:



“La cultura es mucho más que entretenimiento, es una herramienta para la construcción de identidad y el desarrollo individual y colectivo”

Enrique Avogadro

PLATAFORMA DE DISTRITOS
CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

Powered by:



Conexiones
Creativas



LA CULTURA Y LA CREATIVIDAD COMO MOTOR DE DESARROLLO. EL CASO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

ENRIQUE AVOGADRO | Argentina

Ministro de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires.
Ex Viceministro de la Cultura en Argentina y ex Subsecretario de Economía Creativa de la ciudad de Buenos Aires

Buenos Aires es una metrópoli con 3 millones de habitantes y con más de 3 mil establecimientos culturales, muchos de los cuales hacen parte de la “cultura independiente”, es decir, espacios que configuran el gran ecosistema cultural del país pero que no hacen parte de la “cultura comercial” ni de la “cultura estatal”, sino que, en efecto, son lugares independientes fundamentales para diversificar la escena.

Argentina cuenta con grandes talentos de diferentes disciplinas artísticas y culturales como Jorge Luis Borges en la literatura, Marta Minujun en las artes visuales o Bizarrap en la música urbana. Asimismo, son reconocidos por hacer parte de la cultura universal con películas como *El secreto de sus ojos*, ganadora del Oscar a mejor película extranjera en 2010, o con géneros musicales y danzas tradicionales como el tango. Todo

esto se traduce en una participación importante del sector cultural en la economía de la ciudad de Buenos Aires. A partir de este desarrollo han entendido que la cultura es un servicio esencial en la ciudad pues se estima que el 99% de la población porteña participa activamente en la agenda cultural.

Por otro lado, los porteños también reconocen que hay cercanía con los equipamientos culturales, pues en promedio sólo tienen que caminar seis cuadras para acceder a una actividad cultural pública. Toda gran ciudad tiene el desafío de ser una “ciudad de 15 minutos”, un concepto de planeación urbana que propone que las necesidades y servicios de los ciudadanos (vivienda, trabajo, educación, salud, ocio, etc.) deberían estar a distancias caminables o en bicicleta menores a 15 minutos desde cualquier punto de la ciudad, lo que implica generar las mismas oportunidades de desarrollo en distintos espacios de la ciudad. Una de las misiones del Ministerio de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires ha sido garantizar que todas las personas tengan acceso a un espacio cultural cerca de donde viven o de donde trabajan pues la accesibilidad a la cultura ha sido el tema central de esta gestión. Ejemplo de esto es el programa *Pase Cultural*, una tarjeta para estudiantes de escuelas públicas en Buenos Aires que les permite entrar a cine, teatro, librerías, conciertos, etc. Todas estas acciones las llevan a cabo en diferentes contextos sociales con el objetivo de que

todos los porteños tengan las mismas oportunidades, porque entienden que con la participación cultural se fortalece la ciudadanía y, por lo tanto, se construye una democracia más sólida.

Desde hace más de una década el Ministerio viene trabajando con distritos creativos en Buenos Aires. El objetivo es impulsar el desarrollo económico, social y urbano a través de una inversión público-privada que, desde el desarrollo de sectores estratégicos de las industrias culturales, genere una mejor calidad de vida para los ciudadanos. Para esto, el Ministerio lanzó una política pública de distritos creativos con el fin de promover una ciudad inclusiva y desarrollar distintas zonas de Buenos Aires desde la cultura y la creatividad. Esta política busca equiparar las oportunidades de acceso a la cultura para todos los ciudadanos al tiempo que estimula el crecimiento de barrios y zonas desocupadas y potenciales de la ciudad.

La política hace una mirada integral y abarca infraestructura, espacio público, articulación público-privada e incentivos fiscales. Esta mirada integradora también implica pensar los proyectos con la participación de todos los ciudadanos. Para Avogadro “no hay ciudad creativa si no es con todo el mundo adentro, haciendo frente a la desigualdad”. Por eso es muy importante reflexionar los modelos de los distritos también desde las dificultades del éxito, no solamente desde el fracaso. La política de distritos

creativos también contempla una exención de impuestos locales para incentivar a empresas con actividades específicas a relocalizarse o localizarse —para el caso de empresas nuevas— en cada uno de los distritos. Esta política no sólo busca atraer empresas, también quiere captar universidades y nuevas inversiones inmobiliarias para que los empleados puedan incluso estudiar y vivir en los mismos barrios.

Buenos Aires comenzó con cuatro distritos creativos, tres de los cuales están en el sur pues era la zona con menos desarrollo creativo de la ciudad: el *Distrito tecnológico*, el *Distrito del diseño*, el *Distrito de las artes* y el *Distrito audiovisual*, este último se instauró en un sector donde ya había una concentración de empresas audiovisuales. En el *Distrito tecnológico* se promueven actividades relacionadas con el desarrollo, mantenimiento y actualización de software y hardware, servicios informáticos, biotecnología, robótica, inteligencia artificial, realidad aumentada, etc. En este distrito hubo una fuerte inversión en infraestructura y renovación del espacio público por parte del gobierno, logrando atraer a más de 400 empresas y generando más de 23 mil empleos. El *Distrito del diseño* promueve diferentes servicios de diseño (industrial, textil, gráfico, etc.) y educación, a través de universidades, centros académicos e institutos de enseñanza de oficios. En este distrito también se encuentra el Centro Metropolitano de Diseño, entidad que ocupa el edificio en el que

estaba el mercado del pescado de Buenos Aires. Al igual que en los otros distritos aquí también se ha generado un fuerte vínculo comunitario pues los propios habitantes del barrio se han apropiado del proyecto. El *Distrito de las Artes* está enfocado en diferentes industrias culturales y creativas; artísticas, publicitarias y audiovisuales, y ha trabajado con más de 100 instituciones históricas del barrio. Hoy en día, cuenta con una programación constante, gratuita e interdisciplinaria y con importantes infraestructuras como la Usina del Arte y el Teatro Colón.

Actualmente, el Ministerio de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires se encuentra trabajando en una nueva generación de distritos creativos que están repensando el centro de la ciudad bajo una nueva política pública. Los nuevos distritos creativos son: *Microcentro*, que pretende ser “el downtown porteño”, un distrito que quiere poner en valor los edificios históricos y generar una programación cultural de eventos en el espacio público tanto de día como de noche. Otro es *Corrientes Cultural*, un distrito que busca convertirse en “el Broadway porteño”, peatonalizado en las noches la Avenida Corrientes para que las personas vayan a teatros, librerías, restaurantes, cafés, etc. Finalmente está el *Distrito creativo del casco histórico de Buenos Aires*, un plan de desarrollo cultural y económico que ha tenido apoyo del Banco Interamericano y que busca recuperar el casco histórico para que sea un punto de referencia turístico y cultural, así

como un barrio más habitable. Esto ha permitido potenciar la identidad del barrio y ampliar la agenda cultural en el espacio público, llevando a cabo eventos como la Semana del Orgullo, la Ruta del libro, la Noche de los anticuarios, la Noche de los bares y cafés notables y el relanzamiento del Museo de la ciudad, acciones que se han realizado en conjunto con los mismos actores y comunidades del sector.

Por último, Avogadro cuenta la experiencia del barrio del Abasto, “el barrio de la cultura independiente” de Buenos Aires, que tiene una enorme identidad simbólica porque es parte del origen del tango —allí se encuentra la Casa Museo Carlos Gardel—. Además, Abasto fue cuna del rock alternativo en la década de los años ochenta y cuenta con muchos espacios culturales y gastronómicos independientes. El Ministerio ha venido trabajando en conjunto y en diálogo con la comunidad, potenciando su cultura y poniendo como valor central el espacio público. Este año, *Abasto Barrio Cultural* ganó el premio que entrega la Red Internacional de Ciudades por el proceso de transformación urbana que vivió el barrio.

Avogadro finaliza exponiendo que la clave para el desarrollo de los distritos es el trabajo en conjunto con todos los actores que configuran el ecosistema. En sus palabras, “La alternativa no es no hacer nada, porque nuestro trabajo justamente es generar nuevas

oportunidades para todo el mundo. Todas las personas que viven en una ciudad tienen el derecho y pueden exigir la misma calidad en su desarrollo de vida, y eso no solo implica tener servicios públicos de calidad, sino también oportunidades de trabajo, oportunidades de esparcimiento y cultura. Nosotros creemos que esta política de distritos contribuye al desarrollo sostenible de nuestras ciudades en el mediano y largo plazo”.

Disfruta o revive su conferencia con el acceso de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa.

<https://youtu.be/jcyXaZUoWOk>



PLATAFORMA DE DISTRITOS CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

Powered by:



“La creatividad debe ser una parte fundamental en el proceso de innovación y un factor esencial para la competitividad del sistema productivo de la región. Debemos trabajar juntos, el sector creativo y el sector industrial. Tenemos que fomentar la hibridación de competencias y procesos porque de esta manera seremos más competitivos a nivel internacional.”

Cinzia Laggioia

PLATAFORMA DE DISTRITOS
CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

Powered by:



Conexiones
Creativas



DISTRITO PRODUCTIVO PUGLIA CREATIVA

CINZIA LAGGIOIA | Italia

Directora del Distrito productivo Puglia Creativa

En Italia no hay una política nacional que promueva el desarrollo de los distritos culturales y creativos. Por esta razón, los distritos que existen en el país han nacido de forma espontánea, dirigidos y financiados por instituciones privadas (como sucede en algunos casos de la región de Lombardía, en el norte de Italia) o como resultado de un proceso regulatorio coordinado por los gobiernos regionales, como es el caso de *Puglia Creativa*.

La región de Apulia, el “tacón de la bota de Italia”, se encuentra ubicada en el sur del país, entre el mar Adriático y el Mar Jónico. Es una región costera de

casi 20 mil kilómetros cuadrados. *Puglia Creativa* nace en 2012 en el marco de una ley regional de distritos productivos que apoya el sistema cultural local. Actualmente representa a más de 100 empresas culturales y creativas de la región de Apulia y tienen presencia en las ciudades de Bari, Taranto, Foggia y Lecce, entre otras.

La red de *Puglia Creativa* está conformada por diferentes instituciones públicas y privadas: empresas, organizaciones sin ánimo de lucro, universidades y asociaciones comerciales que trabajan en diferentes ámbitos como las artes

escénicas (teatro, danza y música), las industrias culturales (cine, medios de comunicación, medios audiovisuales y software), las industrias creativas (diseño, comunicación y arquitectura), el patrimonio cultural, histórico y artístico (herencia cultural, artes visuales y lugares para el entretenimiento) y finalmente, un subsector que han denominado como "impulsores de la creatividad" que promueve la innovación, la investigación y la formación de actores de organizaciones creativas y culturales. *Puglia Creativa* nace con el fin de reconocer e impulsar las diversas industrias creativas que hay en la región de Apulia y fomentar su innovación, internacionalización y el desarrollo profesional de sus agentes para que puedan enfrentar los desafíos del futuro. La estrategia de este distrito productivo se centra en buscar una interacción y una correspondencia entre la esfera política, las empresas y las industrias creativas y culturales.

El principal objetivo de *Puglia Creativa* es, en primer lugar, fortalecer la cooperación entre empresas e industrias creativas, fomentar la experiencia gerencial y sus aportaciones estratégicas, desarrollar nuevos modelos de servicios para las industrias creativas, apoyar el desarrollo de *startups* y aumentar la colaboración cruzada entre la comunidad creativa digital y la industria tradicional con el fin de activar procesos mutuos de innovación. Para esto, llevan a cabo diferentes acciones, enmarcadas en

un propósito social, como investigar y analizar a los agentes del sector, propiciar la participación de las industrias creativas y culturales en el territorio, realizar talleres de formación y fomentar espacios de diálogo e interacción con los actores sociales y las instituciones aliadas para definir políticas y llevar a cabo acciones conjuntas. Cada tres años, *Puglia Creativa* elabora un Plan de desarrollo para las industrias creativas y culturales que sigue varios pasos. En primer lugar, realizan un mapeo y una medición de la economía cultural regional, después recopilan las necesidades de las industrias creativas y culturales en eventos en los que participan más de 500 actores y luego analizan datos del consumo cultural de los habitantes de la región. Seguido a esto, redactan medidas que suplan las necesidades de desarrollo de la industria, y por último, se aseguran de que el plan tenga suficientes recursos para que pueda ser implementado.

El objetivo de *Puglia Creativa* para los próximos tres años está orientado a reforzar cinco indicadores del índice de competitividad: mercado, competencias, innovación, colaboración y organización. Para esto, llevarán a cabo acciones como definir la marca identitaria del distrito productivo, establecer una red de contactos con otros distritos en Europa que defina una estrategia de mercado internacional, vincularse con otros sectores y fomentar la colaboración cruzada.

Asimismo, han identificado algunas prioridades enmarcadas en la creación de precondiciones, la competitividad y el efecto *spillover*. El Plan de desarrollo de *Puglia Creativa* formulado para el 2030 define un programa de trabajo centrado en las próximas generaciones que: asegure el reconocimiento de las habilidades como intrínsecas para el trabajo; el poder de la identidad territorial desde el potencial creativo de las mismas comunidades; la creatividad como un agente de cambio para la innovación, inclusión y sostenibilidad; la voz y el poder de la cultura como un vehículo para el desarrollo humano, social y económico. En palabras de Lagioia: "La creatividad debe ser una parte fundamental en el proceso de innovación y un factor esencial para la competitividad del sistema productivo de la región. Debemos trabajar juntos, el sector creativo y el sector industrial. Tenemos que fomentar la hibridación de competencias y procesos porque de esta manera seremos más competitivos a nivel internacional."

Puglia Creativa ofrece diferentes servicios para sus miembros, para instituciones públicas y privadas y para inversionistas que trabajan con el sector creativo y cultural. Dentro de estos servicios se encuentra el apoyo en los modelos de gobernanza y en los procesos de concertación y asociación, marketing territorial, estudios, mapeos e investigaciones de actores, patronatos, organización de eventos nacionales e internacionales, alertas de

oportunidades, talleres de formación, catálogos virtuales para compañías, productos y eventos, noticias y boletines de prensa, patrocinios, entre otros.

Actualmente, *Puglia Creativa* da empleo al 4.3% de la región y continúa trabajando por crear las condiciones necesarias para el desarrollo del sector creativo y cultural, consolidar y promover la competitividad de las industrias de este sector y mejorar los vínculos intersectoriales.

Disfruta o revive su conferencia con el acceso de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa.

<https://youtu.be/ajzoXbKpDzU>



“La Red Nacional de Territorios Creativos es un espacio de colaboración horizontal que tiene como objetivo visibilizar y articular las iniciativas locales chilenas que han puesto a la cultura y a la creatividad en el centro del desarrollo de sus territorios, promoviendo estrategias públicas y privadas para el fomento de la economía creativa, la cultura y las artes.”

Francisca Maturana

PLATAFORMA DE DISTRITOS
CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

Powered by:



**Conexiones
Creativas**



UNA APUESTA INTEGRAL EN PRO DE LA ECONOMÍA CREATIVA

FRANCISCA MATURANA | Chile

Coordinadora de Desarrollo Internacional de la Secretaría de Economía Creativa del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de Chile

La economía creativa es un ecosistema que contribuye al desarrollo sostenible de los países, conectando ideas, creadores, agentes culturales y otros sectores productivos que generan una red de actividades y empleos que aportan a la economía en general. Chile, con el objetivo de fomentar este sistema y acompañar a los agentes y proyectos creativos a potenciar sus rutas de desarrollo, cuenta desde 2015 con la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa. Esta Secretaría hace parte del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de Chile y

apoya a los sectores creativos en su desarrollo, fomentando competencias transversales que permitan hacerlos más sostenibles dentro de su territorio, su sector creativo y de la escena cultural nacional e internacional. La Secretaría trabaja de manera colaborativa con diversos agentes públicos y privados, desarrollando cruces entre ellos y potenciando el rol de los territorios. Para esto, realiza sus actividades con base en diferentes líneas de acción: desarrollo territorial, sostenibilidad, digitalización, desarrollo internacional y desarrollo profesional.

La Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa diseña y desarrolla acciones estratégicas para fomentar los ecosistemas creativos con base en el concepto de cadena de valor que plantea Unesco. El público objetivo son los trabajadores de la cultura, el arte y el patrimonio del territorio chileno, esto incluye artistas, gestores, docentes y académicos, actores, educadores artísticos, creadores, empresarios, emprendedores, entre otros. La Secretaría trabaja bajo los siguientes ejes: la coordinación interinstitucional e intersectorial, la comunicación y la difusión, la formación y profesionalización, la internacionalización, los encuentros y mercados, la comercialización y los territorios creativos.

Maturana presenta varias iniciativas que llevaron a cabo desde la Secretaría, muchas de ellas en el contexto de la pandemia del Covid-19. El primer caso es la *Plataforma de economía creativa*, un servicio de producción y estrategia comunicacional que nace como un punto de encuentro que facilita herramientas y recursos para potenciar la circulación, las conexiones y la sostenibilidad de proyectos creativos y de desarrollo cultural. El segundo es el *Catálogo de emprendimientos creativos*, un espacio digital de difusión y reconocimiento del emprendimiento creativo en Chile que contiene información de contactos de diferentes proyectos artísticos de todo el país. El tercer caso es la *Aceleradora de artesanía*, un programa de comercio

electrónico para organizaciones artesanales (uno de los sectores más golpeados por la pandemia) que promueve su desarrollo comercial e inserción en el mercado nacional e internacional. Otra de las iniciativas es *Mercado Cul*, un *marketplace* o una vitrina digital para la economía creativa que surge en colaboración y alianza con la Cámara de Comercio de Santiago.

Maturana comenta que pasó a ser parte del equipo de la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa en el 2020, luego de liderar el Programa de internacionalización para las áreas artísticas que estaba activo desde el 2014 en el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. En la Secretaría, Maturana se encarga de todos los temas relacionados con la internacionalización de los agentes artísticos, creativos y culturales del país, especialmente bajo un enfoque que promueve el crecimiento y fortalecimiento territorial.

Es así como a finales del 2020 se crea la *Red Nacional de Territorios Creativos*, un espacio de colaboración horizontal que tiene como objetivo visibilizar y articular las iniciativas locales chilenas que han puesto a la cultura y a la creatividad en el centro del desarrollo de sus territorios, promoviendo estrategias públicas y privadas para el fomento de la economía creativa, la cultura y las artes. Este tejido es una forma de aportar a la agenda de desarrollo sostenible de Chile y fortalecer la identidad, la cohesión social y el desarrollo

económico de los territorios a través de un trabajo conjunto y coordinado de escucha, diálogo, conversación y acompañamiento. A través de la *Red Nacional de Territorios Creativos de Chile* se busca poner de relieve a la cultura y la creatividad como alternativas reales de progreso local. En palabras de Maturana "De aquí es de donde debe partir la internacionalización: no tenemos que buscar afuera cuál es el mercado que puede funcionar para los agentes creativos del país, sino que desde acá, la misma sociedad civil, nos está diciendo y guiando sobre lo que quieren y necesitan".

En 2020 trabajaron con toda la Red y llevaron a cabo unas mentorías con asesores invitados de Chile, Brasil, Colombia, España y México, tanto colectivas como para cada región¹. Asimismo, en 2022, delegaciones pertenecientes de muchas de estas regiones tuvieron la oportunidad de visitar y participar de encuentros internacionales en países como Colombia y España.

1 En total son 16 regiones (Arica-Parinacota, Tarapacá, Antofagasta, Atacama, Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana, O'Higgins, Maule, Ñuble, Bío Bío, Araucanía, Los Ríos, Los Lagos, Aysén, Magallanes y Antártica Chilena) organizadas en 4 macro zonas (Austral, Sur, Central y Norte).

Disfruta o revive su conferencia con el acceso de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa.

<https://youtu.be/rm-FaC36RD8>



“La industria privada y la cultura deben articularse más y trabajar en conjunto con el fin de fomentar el desarrollo económico de los agentes creativos y los territorios.”

José Velásquez

PLATAFORMA DE DISTRITOS
CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

Powered by:



Conexiones
Creativas



DISTRITOS CREATIVOS Y CÁMARA DE COMERCIO ABURRÁ SUR. CASO ITAGÜÍ

JOSÉ VELÁSQUEZ | Colombia

Coordinador de Comercio Internacional e Innovación
de la Cámara de Comercio Aburrá Sur

Itagüí, “la ciudad Industrial de Antioquía”, es un municipio ubicado en el Valle de Aburrá, forma parte de lo que se conoce como Área metropolitana del Valle de Aburrá y está conurbado con la ciudad de Medellín. De los 285 kilómetros del territorio del Aburrá sur el 88.6% es rural y el 11.4% es urbano. En la zona urbana —que tiene una alta presencia industrial— es en donde se desarrolla prácticamente toda la gestión económica de las 30 mil unidades productivas de la región.

José Velásquez centra su presentación en cómo las organizaciones privadas

y la industria se están vinculando a los procesos de los distritos creativos, y en cómo entidades público-privadas como las cámaras de comercio trabajan por el desarrollo cultural de los municipios. Velásquez inicia haciendo un llamado para que la industria privada y la cultura se articulen más y trabajen en conjunto con el fin de fomentar el desarrollo económico de los agentes creativos y los territorios. Asimismo, expone que el sector cultural es fundamental para contribuir a mejorar la calidad de vida de los seres humanos desde los aspectos psicológicos y emocionales.

Velásquez explica el caso de Itagüí, un municipio que se ha reconocido históricamente por su industria textil. Itagüí tiene un distrito industrializado que ha venido fomentando la creatividad desde el sector de la moda con el objetivo de incentivar la compra de productos nacionales y promover la apropiación territorial desde las tendencias locales. Allí llevaron a cabo una caracterización con el objetivo de determinar las cualidades principales del distrito. En el polígono que se delimitó—en una zona conocida como la *Vía de la moda*— se identificaron 538 empresas pertenecientes a las actividades del sector textil. Estas empresas representan casi el 5% de las unidades productivas del municipio, reportan más de 7.500 empleos directos y sus activos suman más de 1.059 mil millones de pesos colombianos.

En la caracterización confirmaron la presencia tanto de industria manufacturera (20.2%) como de industria de servicios (20.9%) y de comercio (58.8%), casi toda relacionada con la confección textil y el diseño creativo local, la vocación por excelencia del territorio. También encontraron que lo que más se da en el distrito es la compra y venta de productos no fabricados, seguido por la elaboración y transformación de productos (manufactura), luego por otros servicios como alojamiento y gastronomía, y finalmente, por la industria de mantenimiento y reparación. Velásquez subraya que la fortaleza del *Distrito de*

Itagüí está en ese empoderamiento por la producción y comercialización textil local, pues es un aspecto que ha llevado a la apropiación y transformación del territorio. Argumenta que la cultura y la creatividad son importantes en la medida en la que cambian la forma en la que tomamos decisiones, en este caso, la decisión de comprar local en vez de hacerlo a multinacionales extranjeras.

El 35% de las empresas de Itagüí ya sobrepasaron el llamado “valle de la muerte”, que es ese periodo inicial por el que atraviesan todas las empresas (entre el primer año y el quinto), en el que los ingresos no generan ganancias y no hay una cantidad suficiente de clientes. En Itagüí, casi el 45% de las empresas ya tienen 10 o más años de estar constituidas. Para fomentar el desarrollo del territorio, Itagüí también cuenta con una política de excepción y reducción de impuestos durante los primeros años para las empresas que se constituyan en la zona. En la caracterización también se identificó que la mayoría de las materias primas que utilizan las empresas del municipio provienen de lo local (45%), seguido por lo nacional (38%), lo regional (9%) y lo internacional (6.8%). Para Velásquez este debe ser uno de los objetivos principales de los distritos creativos y culturales: fomentar la identidad a través de la producción y el consumo locales. Otro aspecto a destacar del *Distrito de Itagüí* es la fuerte presencia de las mujeres en la industria. De las 993 plazas de empleo existentes 626

son ocupadas por mujeres: el 24% son madres cabezas de hogar, el 2% tiene alguna discapacidad y el 1% es madre cabeza de un hogar desplazado. Ellas mismas se han convertido en voceras del distrito en sus propias comunidades, demostrando que Itagüí es un espacio de oportunidades para todos.

Un reto de cualquier distrito es que pueda seguir teniendo activos los servicios de todos sus aliados. Las organizaciones que han sido fundamentales para el desarrollo del *Distrito de Itagüí* han sido la Alcaldía del municipio, la Cámara de Comercio Aburrá sur, Comfama, Comfenalco y el Área metropolitana del Valle de Aburrá. Velásquez finaliza invitando a los agentes creativos y culturales a “pensarse como empresas y modelos de negocio”, no solo buscando apoyo del sector público—pues los cambios de gobierno no garantizan continuidad— sino también en la industria privada.

Disfruta o revive su conferencia con el acceso de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa.

<https://youtu.be/KxiCMIv8JDo>



“Hay que buscar relaciones más horizontales entre el ecosistema creativo y cultural con el sector empresarial: ¿cómo lograr que los agentes creativos y culturales entiendan que las empresas pueden ser más que financiadoras?”

Julia Correa

PLATAFORMA DE DISTRITOS
CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

Powered by:



**Conexiones
Creativas**



FUNDACIÓN SURA: PROMOCIÓN CULTURAL

JULIA CORREA | Colombia

Directora de Gestión Social de la Fundación Sura

Grupo Sura es un consorcio gestor de inversiones y servicios financieros que nace como compañía de seguros en Medellín hace casi 80 años. Hoy en día, el Grupo tiene presencia en más de 10 países de Latinoamérica y un amplio portafolio de servicios en seguros, administración de riesgos laborales (ARL), EPS, salud, pensión, ahorro, inversión, gestión de activos y banca.

En la década de los años setenta llegó a la compañía la obra *El caballero Mateo* (1965) del maestro Alejandro Obregón, uno de los artistas colombianos más

importantes de las últimas décadas. Esta obra marcó un hito para la Fundación Sura, pues a partir de esta pieza, el entonces presidente de la organización decidió consolidar una colección de arte que hoy en día tiene más de 1.000 piezas y es considerada como una de las más representativas del arte latinoamericano. Esta colección permite hacer un recuento de más de cien años de historia de la pintura y la plástica de América Latina. A partir de ese momento, Sura empezó a crear y propiciar espacios para el arte y la cultura con el fin de promover las creaciones de

los artistas y ofrecer escenarios para que las personas pudieran acceder gratuitamente al arte.

El Grupo Sura considera que como empresa debe fomentar el arte y la cultura pues estos promueven la libertad de expresión, revelan el pensamiento de una sociedad, habitan la diversidad, transmiten valores y generan conversaciones sobre el pasado, el presente y el futuro de la sociedad. El Grupo Sura se declara como un grupo de “ciudadanos corporativos”, esto quiere decir que no son un negocio aislado sino que al estar inscritos y hacer parte de la sociedad se preocupan por entender las dinámicas culturales y trabajar por el desarrollo de los territorios en los que tienen presencia. Esto también les permite ser más asertivos en las decisiones que toman como negocio y como empresa.

El aporte que hace el Grupo Sura a la cultura se da desde diferentes capitales, articulados en pro del desarrollo de la sociedad: capital social, capital humano, capital natural y capital financiero. En el capital social la cultura tiene un rol fundamental pues favorece la cohesión social. En el capital humano se identifica la cultura como un elemento intrínseco al ser humano que le permite a las personas vivir una vida plena y elegir su propia identidad. En el capital natural se promueven posturas reflexivas frente a las problemáticas ambientales, y el capital financiero es una alternativa para la generación de ingresos desde el sector

de las industrias creativas y culturales, el patrimonio y el turismo cultural. En este sentido, para el Grupo Sura la cultura es un capital transversal a su gestión que permite el desarrollo balanceado de todos los capitales mencionados.

A través de la Fundación Sura, el Grupo busca crear bienestar y desarrollo sostenible a través del fortalecimiento de capacidades que mejoren las condiciones educativas, cívicas y culturales como ejes de transformación social en América Latina. Desde la Fundación han asumido varios roles en la cultura: como *conectores*, en la medida en la que articulan la empresa privada con las organizaciones culturales y con la misma compañía; como *donantes*, pues otorgan recursos económicos al sector cultural, generando confianza en su quehacer; y como *promotores* del fortalecimiento de las capacidades de los agentes culturales. La Fundación cree en los procesos a largo plazo pues los considera fundamentales para generar relaciones de confianza con las organizaciones y agentes culturales.

Desde los años ochenta, el Grupo también tiene un comité cultural que da línea a la inversión que hace la compañía en temas relacionados con arte y cultura. Además es la entidad responsable de custodiar la colección y promover el desarrollo de investigaciones y exposiciones. Asimismo, cuentan con diferentes áreas de talento humano que buscan desarrollar las capacidades y habilidades de las personas a través

del arte y la cultura. También cuentan con un área de Comunicación y marca, cuyo objetivo es proyectar, posicionar y visibilizar la marca Sura apoyando eventos e iniciativas de circulación artística y cultural.

La línea de promoción cultural de la Fundación apoya en Colombia a cerca de 40 organizaciones culturales por año y ahora están iniciando con Fundación Sura México y Fundación Sura Chile. De igual forma, tienen aliados culturales que han diferenciado en dos categorías: la primera, los promotores culturales, en quienes se apoyan para el desarrollo de todas las iniciativas y proyectos; y la segunda, las organizaciones culturales, con quienes desarrollan actividades con un sentido más social y comunitario. La línea de *Promoción cultural* trabaja bajo tres enfoques: emprendimientos culturales, apropiación de la cultura y custodios del patrimonio. A través de estos y con recursos económicos, acompañan a las organizaciones para garantizar su sostenibilidad, fomentar el desarrollo de sus capacidades y generar redes de trabajo y espacios de encuentro.

Correa plantea varias reflexiones en torno a cómo la empresa privada puede sumarse y apoyar aún más al sector cultural. La primera es que el arte y la cultura no están priorizadas dentro de las competencias laborales apetecidas por el mercado: ¿cómo podemos llevar un mensaje a las empresas para que vean al arte y la cultura como una

posibilidad? La segunda, que el trabajo informal aumenta el riesgo laboral de los artistas: ¿cómo podemos dignificar la labor de los artistas para minimizar los riesgos laborales a los que se ven sometidos? La tercera, la dependencia del sector cultural colombiano a las convocatorias: ¿cómo podemos generar una dinámica con más oportunidades? Y por último, la relación horizontal con el sector empresarial: ¿cómo hacer para que los agentes creativos y culturales entiendan que las empresas pueden ser más que financiadores?

Correa finaliza con varios retos que tiene el Grupo Sura, como volver atractivo el sector cultural para las organizaciones, fomentar la valoración de la cultura en el desarrollo de las competencias de las personas y generar y compartir conocimiento del sector.

Disfruta o revive su conferencia con el acceso de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa.

<https://youtu.be/XzEwd1qcjvk>



“Los ecosistemas articulados son capaces de incidir y robustecer el desarrollo sostenible de los territorios, son más atractivos e innovadores, y aportan al desarrollo de sus regiones.”

María José Cote

PLATAFORMA DE DISTRITOS
CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

Powered by:



**Conexiones
Creativas**



CASO LAGO LLANQUIHUE DESTINO CREATIVO, Y FRUTILLAR CIUDAD CREATIVA

MARÍA JOSÉ COTE | Chile

Gerente del programa PTI Lago Llanquihue Destino Creativo

Frutillar es una ciudad de la región de Los Lagos, en el sur de Chile, que está a 1.000 kilómetros de Santiago, la capital. Es una ciudad con apenas 20,000 habitantes, lo que tiene sus ventajas y desventajas. La ventaja es que al ser una ciudad pequeña es factible abordar todo el territorio y trabajar con todos los agentes, las escuelas, los barrios, las organizaciones, etc. Dentro de las desventajas está que, al ser bajo el número de habitantes, son poco atractivos para los políticos al no ser una cantidad representativa de votos; y son poco atractivos para los mercados

porque no representan muchos bolsillos. Es, además, un municipio con un presupuesto muy bajo comparado con el de otros. Aún así, Frutillar tiene un sello y un vínculo especial con las artes, la cultura y las industrias creativas.

La historia de Frutillar comienza con los pueblos originarios, pueblos indígenas que habitan el territorio desde hace siglos. En 1860, con la llegada de los colonos alemanes llegaron también instrumentos y tradiciones corales al territorio chileno, introduciendo una cultura musical que se fue desarrollando

a lo largo del siglo XX en la comuna de Frutillar. Estos antecedentes históricos fueron el punto de partida para crear Semanas Musicales de Frutillar, uno de los festivales de música clásica más antiguos de Chile que se lleva a cabo durante el verano en Frutillar. Antes de esto la ciudad permanecía inerte todo el año, pero con el festival, que ya lleva 56 versiones ininterrumpidas, recibe multitudes de visitantes en los veranos.

Este festival, que antes se hacía en las casas, en el gimnasio de la comuna o en las iglesias, empezó a necesitar de un espacio propicio, y aquí surge la idea de construir el Teatro del Lago. Esta infraestructura se inauguró en 2010 y es la única obra del bicentenario de carácter cultural y privado. Su construcción inició en 1997 tras el incendio de un hotel que estaba ubicado en el mismo lugar sobre el lago Llanquihue, en un terreno municipal. Luego de este suceso, el municipio entregó el terreno en comodato al festival Semanas Musicales para que construyera allí una sala de conciertos, y Guillermo Schiess, un empresario alemán, decidió apoyar y financiar la construcción del teatro.

Hoy en día, el Teatro del Lago es una organización privada —con una fuerte vocación pública— de carácter internacional, sin fines de lucro, que tiene espacio para 1.200 personas en su sala principal y un anfiteatro con una magnífica vista al lago con capacidad de 270 personas. Es uno de los centros culturales más destacados

de Sudamérica y el teatro internacional más austral del mundo. Ha recibido a músicos tan importantes como Yo-Yo Ma y Vladimir Ashkenazy. Es un teatro realmente desmedido e inimaginable para la escala de la ciudad en una apuesta por descentralizar la cultura y las artes de Chile. Esta construcción ha significado un motor para el desarrollo económico, social y cultural local.

En su vocación pública, el Teatro cuenta con programas educativos que impactan a más de 20 mil niños y jóvenes en el año. Tiene una escuela de artes en donde el 50% de los estudiantes están becados para formarse en música y danza. A raíz de esto, casi 60 mil personas visitan Frutillar cada año, triplicando la población que habita esta pequeña comuna. Pero todo esto se ha concentrado en la zona baja de Frutillar, en el área que está junto al lago. Sin embargo, la ciudad tiene otra área, a la que se conoce como la zona alta de Frutillar, un sector que tiene una población con altos índices de vulnerabilidad, donde hay muchas viviendas de interés social y en donde vive la mayor cantidad de la población de la comuna.

Para hacer frente a estas y otras problemáticas de la ciudad hace cinco años nació la *Fundación para el Desarrollo Sustentable de Frutillar* (PLADES), una fundación público-privada, encabezada por el alcalde de la comuna pero financiada por el sector privado. Motivados por esta fundación,

Frutillar Ciudad Creativa empezó a indagar de qué manera podían aprovechar ese reconocimiento que tiene la ciudad en torno a la música y a las industrias creativas para convertirlo en una fuente para el desarrollo local y sostenible que aporte en temas de educación, equidad de género, igualdad social, etc. para todos los habitantes de la ciudad. También se plantearon cómo las industrias creativas podían ser un aporte para el desarrollo del territorio y no solo para el desarrollo del propio ecosistema creativo.

En 2016 iniciaron un proceso de postulación para que Frutillar fuera reconocida como *Ciudad Creativa de Unesco*. Ciudades Creativas de Unesco es una red internacional de colaboración de ciudades o territorios que reconocen a las industrias creativas, al arte y la cultura como motores del desarrollo local. Comenzaron el proceso involucrando directamente a la comunidad, llevaron a cabo un diagnóstico, hicieron talleres participativos en donde se detectaron las brechas y las necesidades existentes en el territorio, conformaron redes de colaboración comunal, regional y nacional, y construyeron un plan de acción común. El resultado fue que en 2017 Frutillar fue la primera ciudad creativa de Chile reconocida por Unesco.

Esto les permitió dos cosas importantes. En primer lugar, tener un equipo ejecutivo y en segundo lugar, conformar una gobernanza: *Frutillar Ciudad Creativa*. Esta gobernanza está

conformada por una red de personas, agentes e instituciones público-privadas del ecosistema creativo de Frutillar y está liderada por las principales instituciones como Semanas Musicales, PLADES, Teatro del Lago, la Cámara de Turismo, la gobernación del Municipio, entre otros. En conjunto, estas instituciones cumplen un rol articulador del ecosistema.

Los seis planes de acción que se incluyeron en la agenda Unesco, que se decidieron luego de detectar las brechas y las necesidades de la comuna, fueron: mejoramiento de la educación local, empleabilidad y emprendimiento, desarrollo de contenidos creativos locales, plataformas de integración social, gobernanza y gestión de información, y colaboración con otras ciudades creativas del mundo, todos enmarcados en los Objetivos de desarrollo sostenible de Unesco.

A raíz de esto surgieron programas como *Aprendizaje creativo*, un proyecto que está vinculado a la línea de mejorar la educación local. *Aprendizaje creativo* tiene como objetivo preparar a los estudiantes y a sus docentes a través del desarrollo de habilidades creativas. El programa junta a profesores con agentes creativos en las aulas de clase para co-crear innovaciones pedagógicas a través de metodologías ligadas al arte y la creatividad. Ese programa derivó en la creación de la *Fundación Copernicus Lab*, que ha implementado la estrategia a lo largo de todo Chile.

Otro programa es el *PTI Destino Creativo Lago Llanquihue*, un programa que busca desarrollar el turismo creativo en la cuenca del lago Llanquihue para posicionarla como un destino turístico creativo. Este proyecto nació de la iniciativa articulada de Frutillar con las cuatro comunas vecinas de la cuenca del Lago para desarrollar el sello de un destino que vincula el turismo con la música, la artesanía, la gastronomía y el mundo audiovisual.

Maria José Cote finaliza repasando algunos de los aprendizajes que han tenido desde estas experiencias tales como: los ecosistemas articulados son capaces de incidir y robustecer el desarrollo sostenible de los territorios; los ecosistemas articulados son más atractivos e innovadores; y por último, que los ecosistemas articulados aportan al desarrollo de los territorios. Y Frutillar es un ejemplo de esto: una ciudad pequeña en el sur de Chile que, al conseguir articular a todo el ecosistema del territorio, logró ser reconocida por una red internacional de Unesco, impulsar una red nacional de territorios creativos y articular a toda la región del Lago Llanquihue.

Disfruta o revive su conferencia con el acceso de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa.

https://youtu.be/zCWfuxd_gT4



PLATAFORMA DE DISTRITOS CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

Powered by:



“Chillán Ciudad Creativa tiene como objetivo construir un espacio sostenible para que los creadores de la zona vivan, trabajen y se queden en la región.”

Katerin Henríquez

PLATAFORMA DE DISTRITOS
CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

Powered by:



Conexiones
Creativas



CHILLÁN CIUDAD CREATIVA

KATERIN HENRÍQUEZ | Chile
Fundación Chillán Ciudad Creativa

Ñuble es una región central de Chile donde la actividad económica preponderante es agrícola y vinícola. También es reconocida por ser cuna de diferentes personajes ilustres, tanto a nivel artístico y cultural como a nivel histórico. Sin embargo, esta tradición se ha visto afectada porque artistas, creadores y gestores culturales no tienen espacios en la región para desenvolverse, por lo que migran a la capital o a grandes ciudades del país.

Para hacer frente a esto, en 2019 nació la *Fundación Chillán Ciudad Creativa*, que busca poner en valor la identidad

creativa, artística y cultural de Chillán y de la región de Ñuble a nivel local, nacional e internacional y ser reconocida como una ciudad creativa por Unesco. *Chillán Ciudad Creativa* tiene como objetivo construir un espacio sostenible para que los creadores de la zona vivan, trabajen y se queden en la región. Inicialmente se planteó que el ADN del distrito creativo de Chillán sería el arte popular, pero en un diálogo con la comunidad encontraron que sus habitantes se sienten más identificados con el diseño y la arquitectura, lo que produjo un replanteamiento de todo el proyecto y un nuevo ejercicio

de investigación. En esta búsqueda encontraron que Chillán tiene una de las escuelas de diseño más antiguas de Chile, la primera en tener una carrera de diseño gráfico en el país, lo que ha ido marcando la identidad cultural.

Asimismo sucede con la arquitectura. El terremoto de Chillán de 1939 destruyó la ciudad por completo, por lo que tuvo que ser reconstruida casi íntegramente desde las ruinas. Después del desastre surgió una ciudad nueva, con una arquitectura moderna, reflejo de las tendencias vigentes en Europa. Por esta razón es que el casco histórico de Chillán es de arquitectura modernista, un atributo del patrimonio de la ciudad que ha ido desarrollando y fortaleciendo la identidad del territorio.

Con la llegada de la pandemia del Covid-19 en 2020, y con tan solo un año de existencia, *Chillán Ciudad Creativa* creó —con apoyo del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de Chile— una vitrina digital para mostrar a los artistas y creadores de la ciudad, iniciativa que luego se amplió para toda la región de Ñuble. De igual forma, desarrollaron mentorías para que los agentes pudieran iniciar o continuar con sus actividades creativas y en donde pueden aprender sobre temas de marketing, sostenibilidad, financiación, presentación de proyectos, etc.

Durante estos tres años de labor, la Fundación ha logrado tener más impacto en otras comunas aparte de

Chillán, como San Carlos, Pinto, Yungay y Ránquil. También han identificado la participación de los creadores por áreas artísticas, donde predomina el diseño, el teatro, la artesanía y la música. De igual forma, han llevado a cabo un trabajo de diálogo y acompañamiento con artistas, gestores y creativos, apoyándolos económicamente con el objetivo de que se queden en la región, y ahora esperan poder generar un sistema que les permita ser sostenibles en el tiempo. Esto ha logrado que incluso muchos otros creativos vuelvan de las grandes ciudades a su región.

Dentro de sus aliados se encuentran museos, emprendimientos privados, agrupaciones comunitarias, universidades, festivales de cine, red de mentores, entre otros. De estas alianzas se creó la marca *Ñuble, impacto sostenible*. Esto ha sido fundamental para poder generar mesas de economía creativa, donde se revisan temas de gobernanza y planes de acción a futuro.

Disfruta o revive su conferencia con el acceso de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa.

<https://youtu.be/63dwT5C96kQ>



PLATAFORMA DE DISTRITOS CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA · EUROPA

Powered by:



“Hay que considerar tres ejes a la hora de incubar ecosistemas creativos en centros históricos, barrios, ciudades, etc. El primero es el *software*, que abarca las industrias creativas, el patrimonio inmaterial, el turismo cultural y la innovación. El segundo es el *hardware*, que comprende la generación de redes, la gobernanza y el diálogo de los grupos de interés del territorio para potenciar aspectos como el emprendimiento. Y por último, el *orgware*, que se refiere al aprovechamiento, reutilización y restauración de los espacios que ya se tienen.”

Belén Díaz

PLATAFORMA DE DISTRITOS
CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

Powered by:



Conexiones
Creativas



ESPAÑA CREATIVA: UN TERRITORIO EN TRANSFORMACIÓN, HACIA UNA NUEVA MODERNIDAD

BELÉN DÍAZ | España

Presidenta y fundadora de la Asociación España Creativa

España Creativa nació en 2012 tras la crisis económica española del 2008. Desde ese momento, Belén Díaz repensaba los territorios y buscaba nuevos paradigmas en lo económico, medioambiental, social, territorial y cultural. Como consecuencia de esta crisis le pareció importante hacer una reflexión colectiva en torno a la pregunta: ¿cuál es la mejor alternativa al modelo industrial?, consideración que también resultaría pertinente tras la pandemia del Covid-19 en 2020 pues reafirmaría la necesidad de un cambio de modelo. Para Díaz, el modelo

industrial estaba agotado y se hacía necesario transformarlo, por eso apostó por la creatividad colectiva y por la innovación como recursos estratégicos para repositionar los territorios.

Asimismo, entendía que la “clase creativa”, como diría Richard Florida, o mejor, los profesionales de la creatividad, tienden a concentrarse en determinados espacios que se han denominado como distritos culturales y creativos. El estudio de los factores de localización de estos profesionales creativos ha sido objeto de importantes

publicaciones, pero lo que *España Creativa* buscaba hacer era crear una red que se cohesionara a través de flujos de intercambios, de creatividad y de innovación.

En un primer momento diseñaron un modelo de ciudad y de territorio creativo—para Díaz la mejor alternativa al declive industrial pues propicia la generación de nuevas ideas y valores— y para ello fue necesario el estudio de variables “anatómicas” que pudieran definir con un carácter propio qué es una ciudad creativa y qué es un territorio creativo. Desde 2015 llevaron a cabo una investigación en nuevos modelos de crecimiento apostando por una perspectiva de la economía creativa basada en conceptos muy amplios, la cual permite abordarla no solamente desde las industrias creativas sino también desde la economía digital, la economía sostenible, la economía verde, la economía colaborativa y la economía de la cultura, pues es importante entender la creatividad y la innovación de una manera transversal a toda la economía.

La *Red de Ciudades y Territorios Creativos de España* se creó en 2016 (si bien ya se venía trabajando en ella desde 2012) en el marco de la conmemoración del cuarto centenario de la muerte de Cervantes. La Red nace con el objetivo de caminar hacia nueva modernidad, donde exista un retorno del sujeto, es decir, posicionar al ser humano en el centro del sistema. Durante tres

días se llevó a cabo la convención para la constitución de la Red donde se definieron tres categorías orientadas a la creatividad colectiva y transversales a la economía: *Creatividad e innovación económica-tecnológica*, *Creatividad e innovación cultural-artística* y *Creatividad e innovación social-territorial*.

Díaz esbozo el modelo de la *Red de Ciudades y Territorios Creativos de España* en 2015 en donde una ciudad creativa—que es lo mismo que hablar de una ciudad humanista— debe responder a cuatro factores o variables “anatómicas”: debe ser innovadora y flexible, identitaria, conectada y sostenible, y por último, emocional. Ejemplo de esto es *City Heart*, un proyecto que busca generar sistemas creativos en trece centros históricos europeos. La Red ha ido creciendo y aumentando sus socios a través del *Fórum*, un espacio de encuentro que organizan anualmente y que en 2022 celebró su octava edición. La Red también ha sido pionera en establecer un vínculo entre el mundo rural y el mundo urbano de España, lo que ha generado un diálogo entre pueblos, metrópolis, ciudades pequeñas, medianas y grandes.

Díaz destaca tres ejes que han desarrollado para considerar a la hora de incubar ecosistemas creativos en centros históricos, barrios, ciudades, etc. El primero es el *software*, que abarca las industrias creativas, el patrimonio

inmaterial, el turismo cultural y la innovación. El segundo es el *hardware*, que comprende la generación de redes, la gobernanza y el diálogo de los grupos de interés del territorio para potenciar aspectos como el emprendimiento. Y por último, el *orgware*, que se refiere al aprovechamiento, reutilización y restauración de los espacios que ya se tienen, y a partir de estos construir relatos y generar narrativas.

En 2022, *España Creativa* cumplió diez años trabajando desde la formación, la investigación y la organización de eventos, y lo celebraron con la aprobación de la Unesco de la *Cátedra en en Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible y Transformación del Mundo*, la cual realizan en conjunto con la Universidad Rey Juan Carlos, la Universidad de Alcalá y la Universidad de las Palmas de Gran Canaria.

Disfruta o revive su conferencia con el acceso de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa.

<https://youtu.be/cno6xmeL-KM>



“Construir un trabajo público-privado para impulsar la marca regional; fortalecer la gestión territorial en el uso eficiente de los recursos; fortalecer las capacidades para el desarrollo productivo regional con énfasis en emprendimiento, saberes, artes y oficios; generar nuevas y mejores oportunidades laborales; adoptar nuevas tecnologías de información y comunicación; propiciar nuevos mecanismos de financiación y colaboración.”

Paulina Peña

PLATAFORMA DE DISTRITOS
CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

Powered by:



Conexiones
Creativas



PLAN SECTORIAL DE INVERSIÓN. ECONOMÍA CREATIVA. POLÍTICA REGIONAL DE FOMENTO LOS RÍOS

PAULINA PEÑA | Chile

División de Fomento e Industria del Gobierno Regional de Los Ríos

Los Ríos es una de las dieciséis regiones en las que se divide Chile. Su capital es Valdivia. Es una lluviosa región al sur del país, relativamente joven —se creó en 2007— y actualmente tiene menos de 400 mil habitantes. La región de Los Ríos cuenta con dos provincias y doce comunas.

Desde el 2020, y por primera vez en la historia política moderna de Chile, los gobernadores fueron elegidos por votación popular. Fue así como Luis Cuvertino Gómez se convirtió en el gobernador regional de Los Ríos y en el presidente del Consejo Regional. En su

programa de gobierno para el periodo 2021-2025, estableció diferentes temas prioritarios en materia de desarrollo cultural a través de tres líneas principales: preservar la diversidad social y cultural (multicultural) del territorio; mejorar la infraestructura para la expresión artística y cultural; y potenciar la cultura del Pueblo Mapuche, Huilliche y los otros los pueblos originarios, ya que es un componente cultural muy fuerte y presente en la región.

De esta forma, el 29 de julio de 2021 en Valdivia se lanzó un *Plan sectorial de inversión de economía creativa* y una

Política de fomento de la región de Los Ríos. La política realizó un diagnóstico como punto de partida que caracterizó la economía creativa en el territorio de Los Ríos, identificando a los agentes que la conforman: artistas, gestores culturales, colectivos, productoras, galerías, empresas, profesionales, espacios culturales, instituciones públicas y privadas, audiencia y universidades. Asimismo, se estudió la distribución de la economía creativa en el territorio, evidenciando que la concentración de las industrias creativas y culturales está en Valdivia y otros núcleos urbanos, lo que genera una brecha por la centralización de los espacios, agentes e infraestructuras creativas y culturales. El diagnóstico también identificó los polos creativos que dan mayor dinamismo a la economía regional, siendo estos la música, el audiovisual (Valdivia realiza el Festival Internacional de Cine de la ciudad desde 1994), el diseño y los nuevos medios. En el diagnóstico se hicieron evidentes diferentes problemáticas, como: la inexistencia de una gobernanza que ejerza un liderazgo, la falta de una visión en común, la falta de integración de tecnologías digitales, la baja capacidad para aprovechar las oportunidades a escala global, la ausencia de fertilización cruzada (hay un trabajo intersectorial pero que se da casualmente) y la baja inversión privada.

En la última década hubo muchos proyectos que contribuyeron a la creación de esta política. Por ejemplo, para el 2008, en la región de Los Ríos

ya se empezaba a hablar de industrias creativas y del conocimiento, luego se crearon diversos nodos: de industria creativa, de artesanía y de cultura. Después surgió un programa de emprendimiento cultural seguido de un fondo de emprendimiento cultural y más tarde se creó el programa *Valdivia Creativa*. En años más recientes se instauró la Política de desarrollo cultura e identidad de Los Ríos y el Observatorio de economía creativa de Valdivia.

A partir del diagnóstico se esbozaron tres objetivos: el primero, fomentar el emprendimiento creativo y la polinización intersectorial; el segundo, potenciar los eventos creativos con proyección internacional; y el último, equiparar la infraestructura cultural en las comunas de la región que actualmente es muy desigual. También diseñaron once iniciativas entre las que se encuentran la creación de programas de profesionalización de las industrias creativas, la promoción internacional del clúster creativo, la financiación de eventos creativos regionales con alcance internacional, potenciar el turismo y la innovación creativa, organizar la asociación regional de industrias creativas, consolidar el programa de aceleración de emprendimientos creativos, aumentar la promoción y atracción de inversiones creativas, entre otros. Una de las más importantes es la implementación de una mesa de gobernanza. Muchas de estas iniciativas ya cuentan con recursos del Gobierno Regional Metropolitano de

Santiago (GORE) para llevarlas a cabo, y otras instituciones como diferentes universidades, ProChile, Sercotec y CORFO (Corporación de Fomento de la Producción, una agencia del Gobierno de Chile) se han sumado como ejecutoras.

Los resultados del plan regional contribuirán directamente a la Política regional de fomento productivo en la medida en la que se generará un valor agregado para la región, se potenciará el talento humano y se fomentará la ciencia, tecnología e innovación. Algunos de los procesos (muchos de los que ya se están llevando a cabo) son: la construcción un trabajo público-privado para impulsar una marca regional; fortalecer la gestión territorial en el uso eficiente de los recursos; fortalecer las capacidades para el desarrollo productivo regional con énfasis en emprendimiento, saberes, artes y oficios; generar nuevas y mejores oportunidades laborales; adoptar nuevas tecnologías de información y comunicación; y propiciar nuevos mecanismos de financiación y colaboración.

Se implementará también una *Red de Economía Creativa de Los Ríos*, un modelo de gobernanza que permitirá dar continuidad a los esfuerzos que se han venido realizado, que fortalecerá la identidad creativa regional, articulará el ecosistema creativo territorial en favor del desarrollo de las industrias creativas, y apoyará el crecimiento y

fortalecimiento del sector generando impacto en la innovación, sostenibilidad y calidad de vida. Para la región de Los Ríos aún queda mucho por aprender y recorrer.

Disfruta o revive su conferencia con el acceso de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa.

<https://youtu.be/LL1mM8f7pHo>



“Quedan muchos retos por delante, como garantizar que el proyecto pueda continuar desde la autonomía de la comunidad; construir un distrito creativo más diverso, con presencia de más y diferentes actores; ser capaces de mediar entre posiciones radicales; construir una gobernanza con la que se identifiquen todos los agentes involucrados; ser un ejemplo para el desarrollo urbano; y relacionarse con otros distritos.”

Ana Isabel Maya

PLATAFORMA DE DISTRITOS
CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

Powered by:



Conexiones
Creativas



11

BODEGA COMFAMA EN EL PERPETUO SOCORRO: DISTRITOS EN ALIANZA CON LAS CAJAS DE COMPENSACIÓN

ANA ISABEL MAYA | Colombia

Responsable de emprendimiento y desarrollo empresarial de Comfama 2018 – 2022

Desde hace más de 60 años Colombia cuenta con un sistema de cajas de compensación familiar que fue instaurado con el fin de mejorar la calidad de vida de los trabajadores y sus familias. Las cajas de compensación son empresas sociales de carácter privado, autónomas, vigiladas por el Estado, que actualmente impactan a más de 20 millones de personas en el país. Se crearon por iniciativa empresarial y hoy en día hay cerca de 50 en Colombia. En este sistema, las empresas aportan un porcentaje específico del salario

de sus empleados a unos fondos que son destinados para salud, educación, recreación, cultura, turismo, subsidios, vivienda y crédito.

Comfama es una caja de compensación familiar de Antioquia que desde hace más de seis décadas busca apoyar y fortalecer a la clase media trabajadora del departamento en función de la conciencia, la libertad, la productividad y la felicidad. Para Comfama, la educación y la cultura son un eje fundamental en la vida de los seres humanos pues

permiten construir pensamiento, poder de decisión, forjar criterios y así asumir posiciones conscientes frente a la vida.

En los últimos cinco años, Comfama ha venido trabajando por el ecosistema creativo y cultural del distrito inducido del *Perpetuo Socorro* desde tres frentes: la educación y la cultura; el desarrollo empresarial y el emprendimiento; y el fomento a la vivienda. El Perpetuo Socorro es un barrio en la ciudad de Medellín reconocido por su vocación industrial, mecánica y automotriz (con muchas bodegas y locales comerciales), una zona con muy baja residencialidad que ha permitido hacer frente a la gentrificación pero que también ha impuesto grandes retos en cuanto a la construcción de una identidad propia. Comfama trabaja en el *Distrito del Perpetuo Socorro* bajo tres líneas principales: comunidad, movimiento y territorio. Para relacionarse con la comunidad partieron de preguntas como ¿qué nos une?, ¿qué tenemos en común?, ¿en qué nos podemos poner de acuerdo? y ¿hacia dónde nos vamos a mover?, con el objetivo de encontrar maneras de convivir con los diferentes actores y de relacionarse con todo lo que ocurre en el barrio, entendiendo que son solo una pieza más del movimiento que ocurre allí.

Comfama cuenta con una sede propia en el *Distrito del Perpetuo Socorro: Bodega Comfama*, un espacio para la ciudadanía declarado como "la casa de la creatividad, el emprendimiento y la

cultura". Aquí llevan a cabo una agenda permanente con charlas, conciertos, espectáculos, talleres, mercados empresariales y mercados creativos dirigidos a todo tipo de público. *Bodega Comfama* comenzó con un espacio alquilado en el 2018 y en agosto de 2022 se mudaron a una nueva sede que contempla todo un proyecto de infraestructura. Aunque este ha sido un proyecto muy retador pues ha suscitado muchas reflexiones por el cambio de lugar, lo importante no es el espacio físico sino ser capaces de evolucionar, transformarse y seguir cultivando una comunidad activa.

Bodega Comfama ha logrado generar redes de trabajo conectando a los creadores con la empresa privada. Ejemplo de esto es ELPAUER, una estrategia que crearon en alianza con Ruta N que busca fortalecer las empresas culturales y creativas desde una perspectiva de negocios y generación de empleo. ELPAUER ofrece acompañamiento a creadores, emprendedores y empresarios del sector creativo y cultural para generar nuevos modelos de trabajo, conectar con oportunidades de mercado, actualizar habilidades empresariales, acceder a financiación, etc. También han instalado un debate en torno a por qué la creatividad y la cultura deben ser parte de la cotidianidad de todas las personas e incluirse en los presupuestos del sector empresarial, aliándose con entidades como CoCrea, la Universidad Jorge Tadeo Lozano y la Cámara de

Comercio de Bogotá para tratar temas de economía creativa y cultural en Colombia.

Para Maya, el aporte que ha tenido Comfama al *distrito creativo del Perpetuo Socorro* ha sido el apoyo a los creadores: ofrecerles un lugar para que vivan, trabajen y progresen, fomentando en simultáneo espacios de conversación. Sin embargo, aún quedan muchas reflexiones y retos por delante, como garantizar que el proyecto pueda continuar desde la autonomía de la comunidad; construir un distrito creativo más diverso, con presencia de más y diferentes actores; ser capaces de mediar entre posiciones radicales; construir una gobernanza con la que se identifiquen todos los agentes involucrados; ser un ejemplo para el desarrollo urbano; y relacionarse con otros distritos del departamento en donde no tienen la misma presencia.

Disfruta o revive su conferencia con el acceso de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa.

<https://youtu.be/ulhsAQoZIQ8>



“El desafío que ahora enfrenta Chile es poder construir una metodología colectiva a nivel nacional para ver de qué forma se pueden seguir activando los territorios en todo el país.”

Ximena Duarte

PLATAFORMA DE DISTRITOS
CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

Powered by:



Conexiones
Creativas



12

INSTITUTO PROFESIONAL ARCOS Y EL CASO TERRITORIO PEÑALOLÉN CREATIVA

XIMENA DUARTE | Chile

Directora del Instituto profesional Arcos

Arcos es un instituto de educación superior en Chile cuya misión es formar profesionales en los ámbitos del arte, la cultura y la economía creativa. Se propone hacerlo fomentando la reflexión crítica, la capacidad creadora y la innovación en la cultura y la sociedad. Arcos está comprometido con modelar personas conscientes de su realidad y lleva más de 40 años formando profesionales de diferentes áreas de la economía creativa. Los principios del modelo educativo de Arcos son: educar es transformar(se); el proceso educativo

se genera en una comunidad de aprendizaje; y la inclusión de docentes vinculados a sus oficios y al medio.

Desde 2016, Arcos es un centro formativo, de carácter privado, sin fines de lucro. Antes eran una sociedad anónima y el cambio les permitió tener un acompañamiento de instituciones como el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, el Ministerio de Educación y la Corporación de Fomento de la Producción del Gobierno de Chile (CORFO). En palabras de Ximena

Duarte: "Nosotros somos un instituto de nicho en el país... raro, hacemos cosas raras, y aun así nos han acompañado las tres instancias más importantes del desarrollo de la cultura creativa y el emprendimiento en Chile". En los últimos tres años, estas instituciones los han apoyado con recursos financieros, sumados a los que ellos mismos han sido capaces de gestionar.

Arcos mantiene un cuestionamiento constante sobre su misión y su sentido dentro de la sociedad. Hacia la primera década de los 2000 fueron conscientes de la crisis epocal que atraviesa la humanidad y reflexionaron sobre el rol que deberían asumir como institución frente a esta crisis. Se dieron cuenta de que estaban, en palabras de Duarte, "viviendo hacia dentro", produciendo conocimiento e investigaciones para ellos mismos. A partir de esta reflexión quisieron pensarse como un espacio puesto a disposición de los territorios creativos de las comunas donde viven y enseñan, que son dos. La primera, Peñalolén, una comuna en el suroriente del área metropolitana de Santiago que tiene aproximadamente 250 mil habitantes. Peñalolén es una comuna con grandes contrastes, habitada por personas con mucho poder adquisitivo y personas muy pobres; por personas con muchas tradiciones locales y personas con costumbres y hábitos importados. Para Duarte, es una zona con "lindos contrastes, grandes debates y buenas conversaciones". La segunda comuna, donde apenas están comenzando, es

Valparaíso, una región donde el arte y la cultura son un foco central para el desarrollo.

Arcos llegó a Peñalolén en 2018 con la idea de fomentar la economía creativa en la comuna y se encontraron con un gobierno local muy receptivo. Así que se instalaron allí en una alianza que les ha permitido hacer de Peñalolén un territorio creativo, donde la cultura, las artes y el emprendimiento son un eje central en las prioridades municipales y del gobierno local. Desde *Arcos* presentaron un proyecto que obligó al gobierno local a construir una mesa territorial e invitaron a hacer parte de esta mesa a organizaciones como la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativas y a La Corporación de Fomento de la Producción CORFO. De repente, habían consolidado una mesa territorial funcional con presencia del gobierno nacional, el gobierno local y algunas empresas de la economía creativa de la comuna, a la que llamaron Territorio Peñalolén Creativa.

Arcos también le ha apostado a la activación y el desarrollo de los agentes de Peñalolén y para esto han llevado a cabo más de 40 proyectos con capital semilla en diferentes zonas de la comuna donde se mezclan docentes, estudiantes y actores del territorio para trabajar de forma conjunta y horizontal. También han desarrollado muchas actividades que han dinamizando el territorio, como el Mes de la creatividad, en donde tuvieron más de 5 mil artistas y

creadores participando. Asimismo, han hecho mapeos y caracterizaciones del sector y ya han identificado aspectos como el número de agentes que habita la comuna, qué hacen, a qué se dedican, cuánto ganan, cómo producen, etc. Ahora, *Arcos* está empeñado en los procesos de intermediación de servicios, obras y productos de los agentes creativos de Peñalolén, primero a nivel local, luego regional metropolitano y luego a nivel latinoamericano.

Arcos ha trabajado bajo la lógica de aprovechar la política pública que existe en el país, generando redes y alianzas que permitan desarrollar proyectos a nivel local, regional y nacional. Para Duarte, este es un modelo interesante a la hora activar territorios creativos. Territorio Peñalolén Creativa también fue invitado a ser parte de los ocho territorios de la Red Nacional de Territorios Creativos de Chile. Esta Red, que se desarrolló a partir de la autogestión, surgió como iniciativa de los propios territorios chilenos y hoy en día articula la política pública del país.

La red que *Arcos* promovió en Peñalolén es un tejido que hoy agencia a otras redes. Territorio Peñalolén Creativa es un proyecto que costó muchísimo llevarlo a cabo pero que hoy es un ejemplo de cómo se pueden activar los territorios desde la economía y las industrias creativas. Para Duarte, el desafío que ahora enfrenta Chile es poder construir una metodología colectiva a nivel nacional para ver de

qué forma se pueden seguir activando los territorios en todo el país, pues ahora son ocho los que están iniciando, pero quedan muchísimos más por activar.

Disfruta o revive su conferencia con el acceso de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa.

https://youtu.be/HvoG_BVb-ow



“El distrito creativo de La Ceja tiene como objetivo dar una oportunidad a los actores creativos y culturales para que creen empresa, generen empleo y aporten a la economía local, pero también que impacte a otros sectores como el del turismo y la gastronomía.”

Alejandro Ríos González

PLATAFORMA DE DISTRITOS
CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

Powered by:



**Conexiones
Creativas**



VALLE CREATIVO LA CEJA. DISTRITO CREATIVO Y CULTURAL

ALEJANDRO RÍOS GONZÁLEZ | Colombia

Secretario de Desarrollo Económico y Competitividad del
municipio de La Ceja 2020 – 2023

La Ceja del Tambo es un municipio ubicado en la región del oriente del departamento de Antioquia, Colombia, a 41 km de la ciudad de Medellín. Históricamente, La Ceja ha tenido una base económica concentrada principalmente en el sector agroindustrial y hoy en día la floricultura es la principal fuente de ingresos del municipio. Cerca del 40% de la economía de La Ceja depende del cultivo y exportación de flores, un sector que genera cerca de 10.000 empleos directos. La Ceja también es conocida como “El pequeño Vaticanito” ya que es

una zona con muchas iglesias, basílicas y capillas declaradas patrimonio de la nación, lo que ha convertido al municipio en un destino turístico religioso. Su geografía ha permitido que la bicicleta sea el transporte por excelencia de sus habitantes, tanto así que se le considera como uno de los municipios más “bicicleteros” en el país. La Ceja busca ser un municipio sostenible, innovador y turístico, comprometido con hacer proyectos en beneficio de la agroindustria, el comercio, las economías creativas y la educación.

Desde hace unos años La Ceja empezó a crecer por varias razones, principalmente por encontrarse muy cerca a la ciudad de Medellín y del Aeropuerto Internacional José María Córdova. Con la pandemia del Covid-19 muchas personas emigraron a La Ceja buscando una mejor calidad de vida lejos de las grandes ciudades, lo que empezó a demandar nuevos servicios en el municipio. En el 2017 La Ceja tenía aproximadamente 50 mil habitantes y actualmente son cerca de 80 mil, lo que ha generado un fuerte impacto en el crecimiento urbano relacionado con infraestructura y construcción de vivienda. A raíz de esto, la Alcaldía se propuso diversificar la economía local sin dejar a un lado los tradicionales y primarios: las flores, la construcción y el comercio.

La Ceja cuenta con cerca de 3.000 empresas registradas ante la Cámara de Comercio pero ni siquiera el 10% son empresas con componente de economía creativa. Ahí fue donde la Alcaldía vio una oportunidad para desarrollar y apoyar el talento artístico y cultural que existe en la región: músicos, bailarines, literatos, actores, artesanos, entre otros. Muchos de los artistas cejeños no suelen tener una visión de empresa, ni de que su producción tiene un valor agregado, un factor de innovación y, por lo tanto, un valor especial. Por esto, la Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad junto con la Secretaría de Cultura del Municipio de La Ceja iniciaron un

proceso articulado para fomentar el desarrollo empresarial de los actores artísticos, creativos y culturales de la región. Iniciaron realizando un mapeo y una caracterización de estos agentes —hoy tienen identificados más de 70— a los cuales quieren empezar a capacitar tanto en el desarrollo de sus habilidades como en la constitución y formalización de empresa. La Alcaldía quiere que los actores creativos y culturales del municipio vean la formalización como una oportunidad y no como una desventaja; una oportunidad para crecer, construir empresa, abrirse al mundo y movilizarse en otras regiones de Colombia. Para esto, la Secretaría de Desarrollo Económico ha constituido diferentes procesos como concursos de emprendimiento, donde se otorgan recursos a los emprendedores culturales y creativos para que inicien su proceso de formalización.

Otro avance importante para el distrito creativo y cultural de La Ceja fue constituir una mesa de gobernanza bajo un modelo de cuádruple hélice con diferentes actores que hacen parte de la economía y la industria cultural del municipio: artistas y creativos, empresarios, representantes de la academia y el sector público. Aunque esta mesa de gobernanza se lidera desde la administración de la Alcaldía, estos procesos no se pueden quedar solamente desde lo público pues se busca asegurar la continuidad y permanencia del distrito creativo y blindarlo ante los cambios gubernamentales. Por ello,

se han invitado a instituciones como Comfama, una de las empresas líderes en Antioquia en cuanto a promoción del emprendimiento, el arte, la cultura y la innovación; al Grupo empresarial Éxito, a través del Centro comercial Viva, y a Viappiani de Colombia, una multinacional que tiene una fuerte presencia en La Ceja. Asimismo, a la mesa se han unido delegados de la academia desde la Universidad Pontificia Bolivariana, la Universidad Católica de Oriente, la Universidad de Antioquia y el SENA.

Actualmente el polígono del distrito creativo de La Ceja comprende 33 hectáreas en donde se ubican los principales equipamientos culturales y creativos del municipio, como el parque principal, un centro cultural, un teatro y la plaza de mercado. El distrito creativo de La Ceja se constituyó en 2020 a través de un decreto municipal y ahora buscan trascender y que no quede solamente en una iniciativa de esta Alcaldía, sino que se genere una sinergia entre todos los agentes involucrados y se inserte dentro de los procesos económicos del municipio. El distrito creativo de La Ceja tiene como objetivo dar una oportunidad a los actores creativos y culturales para que creen empresa, generen empleo y aporten a la economía local, pero también que impacte a otros sectores como el del turismo y la gastronomía. Con esa apuesta se está diversificando la economía de La Ceja, complementando los sectores tradicionales con la industria creativa y cultural.

Disfruta o revive su conferencia con el acceso de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa.

<https://youtu.be/AdrQMtMOKpQ>



“Las industrias creativas son un sector que no solo atrae inversión, sino que genera empleo de alta calidad, trae transferencia de conocimiento, tiene un derrame económico importante y atrae turismo.”

Mónica Sánchez

PLATAFORMA DE DISTRITOS
CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

Powered by:



**Conexiones
Creativas**



INVEST IN BOGOTÁ

MÓNICA SÁNCHEZ | Colombia

Gerente de promoción e inversión de Invest in Bogotá

Invest in Bogotá es una agencia de promoción de inversión de la ciudad que nace de una alianza público-privada entre la Cámara de Comercio y la Alcaldía Mayor de Bogotá. Su propósito es contribuir con el posicionamiento de Bogotá como el destino preferido para hacer negocios en latinoamérica y mejorar el clima de inversión y de negocios en la ciudad. Asimismo, acompañan a empresas extranjeras interesadas en invertir en la ciudad y, desde noviembre del 2021, fomentan la organización de eventos. Trabajan en conjunto con la Agencia de Cooperación

e Inversión - ACI Medellín, Invest in Oriente, Invest in Santander, Invest en Cartagena, Pro Barranquilla, entre otros, con la misión de convertir a Bogotá en un *hub* regional y en un *hub* de latinoamérica.

Invest in Bogotá ayuda a las empresas a construir todo el caso de inversión en la ciudad; llegan a las organizaciones en las etapas tempranas del proceso de decisión de inversión y les proveen información sobre el país, la ciudad, los sectores, información específica sobre salarios, proveedores, aliados, etc.

Se encargan de realizar los contactos con todos los gremios y *stakeholders*, y en etapas más avanzadas, cuando conocen Bogotá, organizan agendas de inversión, citas con abogados, con el sector público y el sector privado, con posibles proveedores o potenciales socios. Asimismo, cuando ya están establecidos en la ciudad siguen promoviendo la expansión de su operación.

Invest in Bogotá ha generado mucho impacto en la ciudad en los 16 años que tienen de existencia pues han apoyado a más de 460 proyectos extranjeros que han llegado a Bogotá con una inversión total superior a los 3.300 millones de dólares, lo que ha generado más de 66 mil empleos directos. Han apoyado la inversión de empresas como Netflix, Amazon, Mercadolibre, Selina, entre otras. Trabajan diferentes sectores de la economía que buscan promover y desarrollar en Bogotá como manufactura, ciencias de la vida (que incluye todo lo relacionado con farmacéuticos, servicios de salud, dispositivos médicos, etc.) y tercerización de servicios y desarrollo de software. En cuanto a industrias creativas trabajan todo lo relacionado con producción, post-producción audiovisual, videojuegos, y de menor forma, la música, la publicidad y el marketing. También trabajan por promover la participación de empresas extranjeras en licitaciones y en proyectos de infraestructura de la ciudad como el metro, los trenes de

cercanía, vías, hospitales y edificios administrativos. Otro sector es el del emprendimiento, fomentan la inversión en los *startups* (sobre todo de base tecnológica) y traen fondos de capital.

Para dar un contexto general, Colombia es uno de los países de latinoamérica con las economías más estables. En noviembre del 2022 el país acumulaba una tasa de crecimiento del 7.1%, cifra que está por encima del promedio de latinoamérica y del mundo. Colombia tiene la cuarta economía más importante de América Latina y también es el cuarto país con mayor número de habitantes con 51 millones. En cuanto a la capital, el PIB de Bogotá-región es incluso más grande que el de muchos otros países de América Latina como el de Costa Rica, Panamá, Uruguay y Bolivia. Asimismo, durante los últimos cinco años, el crecimiento económico de Bogotá ha estado por encima del promedio de latinoamérica, y actualmente la ciudad cuenta con un PIB per cápita cercano a los 9 mil dólares, lo que representa el 28% del PIB de Colombia.

Invest in Bogotá es consciente de que las industrias creativas son un sector que no solo atrae inversión, sino que genera empleo de alta calidad, trae transferencia de conocimiento, tiene un derrame económico importante, atrae turismo, entre otras cosas. Desde la organización se han puesto como misión convertir a Bogotá en un *hub* regional de producción y postproducción

audiovisual y de videojuegos. *Invest in Bogotá* trabaja bajo varios pilares fundamentales. El primero son los incentivos, que buscan atraer a empresas a que hagan producción y postproducción audiovisual en el país. Estos incentivos bajan el costo de los proyectos a precios sumamente competitivos, algunos permiten la deducción de hasta el 35% en gastos como logística y servicios audiovisuales. Esto ha hecho que empresas extranjeras y plataformas multinacionales como Netflix, Paramount y HBO tengan presencia en el país. El segundo pilar es la infraestructura. Bogotá cuenta con más de 260 empresas dedicadas al sector audiovisual, 89 empresas de producción, 77 empresas de postproducción, 14 empresas de alquiler, 9 estudios de grabación, 25 estudios de animación, 15 estudios de sonido, entre otros, conformando una industria robusta que además tiene un gran capital humano y de talento. Bogotá también cuenta con una gran diversidad de zonas y locaciones, lo que la convierte en un espacio propicio para grabar. Esto ha hecho que tengan apoyo y respaldo institucional de organizaciones como Procolombia, el Bogotá Audiovisual Market (BAM), el Bogotá International Film Festival (BIFF), la Comisión Fílmica de Bogotá, Proimagenes y el Fondo de desarrollo cinematográfico (FDC).

Como agencia de promoción de inversión, *Invest in Bogotá* no solo impulsa a los distritos creativos sino que también los apoya en promoción

internacional, estructuración, organización de eventos, presentación de convocatorias de empresas, promoción de licitaciones, etc. Ejemplo de esto es el acompañamiento que han hecho al Bronx Distrito Creativo desde sus inicios, ayudando a explorar referentes a seguir a nivel mundial para determinar necesidades y establecer metas y objetivos. En este momento están ayudando a identificar operadores internacionales que manejen el Bronx y eventualmente tendrán la tarea de traer empresas extranjeras para que se establezcan en este distrito creativo.

Disfruta o revive su conferencia con el acceso de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa.

<https://youtu.be/oVyTDaBFCVQ>



“Es fundamental la escucha constante de las diferentes voces de los agentes para evidenciar los cambios del territorio; determinar los desafíos y poder generar una comunidad entre todos los actores; trabajar por crear audiencias; integrar a los diferentes actores de la comunidad; e incorporar contenidos culturales, artísticos y patrimoniales en el territorio.”

Isidora Moulian

PLATAFORMA DE DISTRITOS
CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

Powered by:



**Conexiones
Creativas**



15

PANEL 1 DISTRITOS CREATIVOS PARA LA CONVIVENCIA

VERÓNICA TAPIA | Chile

Directora de la Corporación Cultural de La Pintana

IVÁN PALMA | Colombia

Director de MAPA Teusaquillo Distrito Cultural

MARGARITA DÍAZ | Colombia

Directora de la Fundación Gilberto Alzate Avendaño - FUGA y de Bronx Distrito Creativo

ISIDORA MOULIAN | Chile

Directora Ejecutiva de la Corporación de Cultura y Patrimonio de Independencia

Moderador:

CONRADO URIBE | Colombia

Director de Contenidos de Conexiones Creativas

Este panel de discusión contó con la participación de cuatro gestores que han promovido el desarrollo territorial de diferentes barrios en las ciudades de Santiago (Chile) y Bogotá (Colombia) desde las industrias

creativas y culturales. El panel inició con las siguientes preguntas: *¿cómo han abordado a los ecosistemas desde cada uno de sus proyectos, los cuales tienen aproximaciones diferentes y enfrentan retos y necesidades tan disímiles?* y

¿qué han hecho para fortalecerlos, acompañarlos y dinamizarlos?

Isidora Moulian responde que el ecosistema cultural de su organización es muy diverso. Explica que *Independencia Cultural* es una corporación ubicada en la comuna pericentral Independencia, al norte de la ciudad de Santiago. Estas corporaciones, que nacen de iniciativas municipales, son de carácter privado pero desarrollan una función pública, en este caso con un trabajo social desde el arte y la cultura. En *Independencia Cultural* identifican las necesidades del territorio a partir de mapeos constantes en los que recorren los barrios para entender las dinámicas que se gestan allí. Para Moulian es fundamental la escucha constante de las diferentes voces de los agentes para evidenciar los cambios del territorio; determinar los desafíos y poder generar una comunidad entre todos los actores; trabajar por crear audiencias; integrar a los diferentes actores de la comunidad; e incorporar contenidos culturales, artísticos y patrimoniales en el territorio.

Relacionado con lo que Moulian indica sobre los mapeos en los territorios, Iván Palma menciona que la importancia está en los procesos sociales y colectivos que se generan cuando se realizan dichos mapeos. Palma comenta que *Teusaquillo DC*, una organización sin ánimo de lucro que hace parte de uno de los 15 distritos creativos de la ciudad de Bogotá, cuenta ya con 178 agentes culturales y creativos que han construido

una comunidad que trabaja en colectivo. La localidad de Teusaquillo tiene una gran programación cultural y la misión de *Teusaquillo DC* ha sido visibilizar, articular, fortalecer y promocionar todo lo que ya pasa allí, bajo un solo ecosistema cultural. En sus palabras: “Nosotros somos una mano amiga, somos colegas. Admiramos y apoyamos mucho a los agentes creativos porque la cultura es un acto de fe y de valentía todo el tiempo”.

Margarita Díaz responde a esta primera pregunta con el caso *Bronx Distrito Creativo*, el primer distrito creativo inducido de Colombia. El Bronx era el principal centro de expendio y consumo de drogas de Bogotá hasta 2016, año en el que el gobierno desalojó a todos sus habitantes con el objetivo de iniciar un proceso de recuperación urbana. Fue así que en 2017 inició el proyecto *Bronx Distrito Creativo*, una apuesta de ciudad para el desarrollo económico y social desde las industrias creativas y culturales. El trabajo que *Bronx Distrito Creativo* ha tenido con el ecosistema y con la comunidad ha sido desde el reconocimiento, la potencialización y el fortalecimiento de las capacidades creativas de sus actores, la mayoría población en condiciones de vulnerabilidad. Lo primero que hicieron fue una exploración del territorio y de sus habitantes y a partir de esto construyeron la narrativa del distrito, que se centra en la sanación emocional desde el arte y la creatividad. Actualmente realizan talleres,

laboratorios y procesos de formación con los habitantes de la zona, que se han convertido en pares comunitarios con los que trabajan todos los días. Ejemplo de esto es una producción musical en donde participaron cantantes de hip hop que vivieron en el Bronx junto a la Orquesta Filarmónica de Bogotá.

Verónica Tapia expone el caso de la *Corporación Cultural de La Pintana*, una organización con más de 35 años de trayectoria localizada en la periferia sur de Santiago. Con el fin de cambiar la imagen estigmatizada que se tiene de La Pintana —de ser una comuna violenta e insegura— la Corporación, junto al gobierno municipal, han apostado por generar transformaciones sociales a través de la apropiación y recuperación del espacio público, de realizar intervenciones artísticas en los territorios y ofrecer una programación cultural totalmente gratuita, antes que invertir en seguridad o aumentar la presencia de la policía. Desde hace seis años cuentan con el *Teatro Municipal de La Pintana*, que surgió de un programa del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio de Chile de construir centros culturales por todo el país; un lugar que ha permitido fomentar la escena cultural y artística en la comuna. Tapia resalta que, aunque existen muchas adversidades, numerosas organizaciones e instituciones en Chile han contribuido a la transformación de los territorios periféricos y de escasos recursos, como lo ha hecho la *Corporación Cultural de La Pintana*. En

palabras de Tapia “La cultura transforma vidas. Y me doy cuenta porque ahora muchas de las personas que viven en La Pintana han tomado la decisión de estudiar arte. La gente ha conocido nuestro proyecto y se han motivado, no solo por la infraestructura que tenemos, sino por la calidez con la que hemos podido transformar el territorio.”

Frente a la intervención de Tapia, Conrado Uribe menciona dos casos similares en Medellín que enfrentaron problemas de seguridad cuando fomentaban el desarrollo cultural y creativo en los territorios. Uno de ellos, *Bodega Comfama*, se convirtió en la puerta de entrada para lo que hoy es uno de los distritos culturales más importantes de Medellín. El segundo, el *Teatro Pablo Tobón Uribe* en el centro de la ciudad. En estos dos casos también se optó por el arte y la cultura como un motor de desarrollo que se resiste a la inseguridad y genera nuevas dinámicas.

La segunda pregunta del panel fue: *¿qué ejemplos o qué casos de transformación social han vivido o gestado desde sus proyectos u organizaciones?*

Isidora Moulian inicia respondiendo que en Independencia ha habido una explosión inmobiliaria que responde al crecimiento demográfico de la comuna, que pasó de 50 mil a 160 mil habitantes en los últimos años. Para hacer frente a esta problemática, las personas que tradicionalmente han vivido en esta comuna y que tienen una

profunda identificación con su territorio se han unido en grupos para enfrentar la construcción de enormes edificios y defender sus viviendas y su calidad de vida. Bajo este panorama, *Independencia Cultural* empezó a apoyar y a trabajar en conjunto con estos grupos, con las municipalidades y con los vecinos de la comuna al punto de que lograron declarar a la Plaza Chacabuco como una Zona típica, es decir, una zona de conservación y protección patrimonial. Para Moulian, “los vecinos no solo quieren recibir, también quieren hacer parte”. A partir de esta experiencia, y junto a los dirigentes de diferentes Zonas típicas, elaboraron una guía para trabajar en estos lugares con apoyo de las comunidades.

Frente al trabajo con las comunidades y la formación de audiencias Margarita Díaz menciona que hay que superar los estigmas cuando se trabaja con poblaciones y territorios marginados o vulnerables. En sus palabras: “Nuestros agentes, vecinos y comunidades son mucho más que sus pasados negativos. El reto es hacerlos parte del futuro de los distritos creativos.” En el *Bronx Distrito Creativo* han hecho una ardua labor por superar los estigmas de violencia e inseguridad de la zona por medio de una oferta cultural disruptiva, arriesgada y diversa, una forma de “vender una nueva identidad”. Díaz también menciona el caso de *Peckham Levels*, un parqueadero ubicado en un barrio marginal de Londres que se transformó en un distrito creativo luego

de que la comunidad se apropiara de él. Actualmente *Peckham Levels* es uno de los sitios más turísticos y reconocidos en Londres.

Ivan Palma explica como una de las cosas más interesantes que se ha dado en *Teusaquillo DC* es una red de casas o nichos culturales que se han convertido en familias. Él, por ejemplo, pertenece a una casa cultural conformada por 24 personas y 16 proyectos culturales. Resalta que uno de los logros de *Teusaquillo DC* ha sido crear comunidades y vecindades de co-creación que se apoyan entre sí, espacios de inspiración para el público de la localidad.

Verónica Tapia finaliza respondiendo que el *Teatro Municipal de la Pintana* tiene como objetivo descentralizar el arte y dejar un espacio instalado que sea de y para la comunidad, algo que sientan como propio. En el Teatro las personas pueden apreciar obras provenientes de todo el país, y asimismo, el público externo puede disfrutar de las creaciones propias. El Teatro cuenta con seis elencos en los que participan cerca de 1.400 personas; aparte tienen talleres, orquestas, *big band*, coro sinfónico, coro adulto mayor, entre otros. Todos los días tienen programación para diferentes públicos y ya cuentan con unos “embajadores culturales”, que son las personas de la comunidad que van frecuentemente al Teatro y ayudan a difundir la programación por todo el territorio. “Queremos dejar ese sello de

identidad. Que cuando la gente quiera ir a la zona sur piense en la comuna de La Pintana como un espacio cultural”.

A modo de cierre, cada uno de los panelistas comparte una lección aprendida en la gestión de sus proyectos. Margarita Díaz dice que está bien que algo salga mal pues el arte es un territorio que nos permite equivocarnos y aprender del error. Isidora Moulian menciona los contenidos locales como una forma de enaltecer y apropiar la identidad. Iván Palma subraya la idea de juntarse y sumar esfuerzos. Y Verónica Tapia menciona las provocaciones, las conexiones, las transformaciones y la identidad.

Disfruta o revive su conferencia con el acceso de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa.

<https://youtu.be/MitKsGiCOh8>



“Los gobiernos son sólo articuladores. Se debe promover el trabajo horizontal entre pares para pensar en conjunto en las agendas culturales, en la infraestructura del territorio, en la apropiación de audiencias y en la activación del espacio público”

Leidy Rivera

PLATAFORMA DE DISTRITOS
CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

Powered by:



PANEL 2 DISTRITOS CREATIVOS PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO

MAURICIO CIFUENTES | Chile

Valparaíso Creativo

ERIKA JARAMILLO | Colombia

Directora de la Corporación Perpetuo Socorro

OSCAR LEIVA | Chile

Coordinador del Departamento de Cultura y Territorio de la Corporación Educación, Arte y Cultura (CEAC) y Presidente de la Red de Emergencia de Espacios Culturales Barrio Puerto (REC)

LEIDY RIVERA | Colombia

Secretaria de Desarrollo Económico y Turismo de Marinilla

Moderador:

CONRADO URIBE | Colombia

Director de Contenidos de Conexiones Creativas

Conrado Uribe da apertura al panel con dos citas que refuerzan la idea de la polinización cruzada. La primera, de Brigitte Baptiste: “es a través del

mestizaje que acontece la evolución”. Y la segunda, del periodista inglés Matt Ridley: “la innovación sucede cuando las ideas tienen sexo”. Luego invita a

los panelistas para que presenten los distritos o proyectos con los que están vinculados.

Erika Jaramillo indica que el *Perpetuo Socorro* es un barrio que ha tenido una vocación industrial ubicado en el centro de Medellín, y que ahora es habitado por creadores y agentes culturales. El distrito cuenta con un modelo de gobernanza que es la Corporación Perpetuo Socorro, conformada por Mattelsa, Comfama y la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB). El objetivo del Perpetuo Socorro es ser un “distrito verde” con un ecosistema urbano, sostenible y vibrante para todas las economías creativas y culturales de la ciudad de Medellín. Un distrito con 62 hectáreas para que los creadores vivan, trabajen y progresen.

Oscar Leiva presenta a la *Corporación Educación, Arte y Cultura* (CEAC), una organización cultural comunitaria del Barrio Puerto en Valparaíso, un sector patrimonial reconocido por la Unesco. Dentro de la organización, él es el encargado del Departamento de Cultura y Territorio, desde donde han articulado la *Red de Emergencia de Espacios Culturales Barrio Puerto* (REC), que reúne a 18 agentes culturales del sector entre organizaciones culturales comunitarias, salas de teatro, galerías de arte, talleres de artes plásticas, pub-restaurantes, librerías, editoriales, productores audiovisuales, un sindicato de músicos, agencias de turismo, entre otros. El objetivo de la corporación es

que Barrio Puerto sea reconocido como un territorio cultural y creativo.

Leidy Rivera presenta el *Distrito creativo y cultural de Marinilla*, un municipio ubicado en el oriente del departamento de Antioquia. Bajo el lema “Marinilla naturalmente cultural”, el distrito tiene como objetivo ser un espacio en donde confluyen distintas expresiones artísticas y culturales, como la danza, la música, las artes escénicas, la gastronomía y los museos. Cuenta con más de 30 festivales durante todo el año y son reconocidos en Colombia por el turismo religioso y de naturaleza.

Mauricio Cifuentes, en representación de la Corporación de Fomento a la Producción (CORFO), una agencia del Gobierno de Chile dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, explica que CORFO es una organización que ha servido como motor para el fomento del emprendimiento y la innovación en Chile. El proyecto que dirige Cifuentes es *Valparaíso Creativo*, un programa estratégico de CORFO que busca desarrollar y fortalecer las economías creativas y culturales de la región de Valparaíso desde cuatro ejes de impacto: turismo cultural y creativo, desarrollo y fomento del patrimonio material e inmaterial de los territorios, servicios creativos para los emprendedores, y por último, un nuevo eje aprobado en 2021, que gira en torno a la declaración de Valparaíso como Ciudad Creativa de la Música de Unesco.

Para abrir la discusión, la primera pregunta del panel fue: *¿cómo se posiciona cada uno de ustedes y sus proyectos con respecto a la relación que hay entre creatividad y desarrollo económico?*

Leidy Rivera responde que los agentes de Marinilla (artistas, músicos, bailarines, actores, poetas, literatos) tienen mucho potencial artístico y creativo, pero que cuando se habla de economía creativa y de ecosistemas creativos hay que vincular a otro tipo de actores del territorio para que los impulsen. Y la labor que ha llevado a cabo la Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo de Marinilla ha sido empezar a juntar a todos estos actores —emprendedores, creativos, artistas, empresarios, comerciantes, entre otros— en una mesa de trabajo participativa. El objetivo de esta mesa ha sido el de identificar posibilidades de colaboración y creación entre agentes de diferentes sectores del municipio. “Aquí la administración municipal termina siendo solo un eje articulador. Promovemos el trabajo horizontal entre pares para que en conjunto pensemos en una agenda cultural, en infraestructura, en apropiación, en activación del espacio público”. Para Rivera la relación entre la creación y la economía es muy importante y no puede estar desligada porque el fin común debe ser promover tanto el desarrollo cultural como el desarrollo económico sostenible, potencializando y dinamizando otros sectores del municipio.

Oscar Leiva comenta que REC nació en 2020 como una respuesta a la crisis que estaban atravesando los agentes culturales de Barrio Puerto, consecuencia de la pandemia del Covid-19. La Red nació con el objetivo de juntar a todos los agentes del territorio para trabajar de forma articulada en la activación del ecosistema cultural y creativo. “Cuando llegó esta crisis nos juntamos y pensamos que la única forma de poder subsistir era trabajando de manera conjunta, y este es el principio base de la organización, el trabajo horizontal y colaborativo”, indica Leiva. La Red logró articular a diferentes agentes culturales de Barrio Puerto con organizaciones como la Asociación Gremial —que aúna a restaurantes y comerciantes—, las juntas de vecinos y a dos grandes empresas portuarias en una misma mesa de trabajo. Leiva argumenta que la finalidad de la REC es apalancar recursos públicos para fomentar la reactivación económica por medio del turismo cultural.

Erika Jaramillo explica que el *distrito del Perpetuo Socorro* es un distrito económico y creativo que nació en 2018 como una iniciativa conjunta de la empresa Mattelsa (que aporta desde su lugar como empresa y también desde su filosofía), Comfama (caja de compensación que aporta especialmente desde su compromiso con la cultura y el emprendimiento local) y la Universidad Pontificia Bolivariana (que aporta desde la academia) con el propósito de fortalecer el ecosistema

cultural, creativo y económico del barrio. Desde un trabajo colectivo, el distrito fomenta la economía creativa, la economía circular y la economía colaborativa. Hoy en día, el *distrito del Perpetuo Socorro* cuenta con 63 empresas de las cuales 50 son del sector creativo y 13 de otros sectores, lo que ha propiciado el trabajo en conjunto. Asimismo, cuentan una mesa de gobernanza que han denominado *La Vecindad*, un espacio en el que se identifican posibilidades para conectar y cocrear entre los distintos agentes y sectores con apoyo de entidades gubernamentales como la Alcaldía. También tienen otros programas como el Hub de innovación del SENA, la Ruta Naranja y Bodega Comfama. “Queremos que los creadores puedan vivir de lo que aman hacer. Tenemos empresas que han nacido en el distrito y que hoy exportan a Europa y a Estados Unidos”, concluye Jaramillo.

Mauricio Cifuentes expone que cuando se habla del sector de la economía creativa se habla mucho de creatividad y poco de economía. Para él, este sector es la economía del futuro pues reúne temas de medio ambiente, integración social, desarrollo de emprendimientos locales, etc. Indica que en Chile, menos del 2% del PIB obedece a la economía creativa mientras que el turismo representa el 11%. *Valparaíso Creativo* es un programa que ha logrado apalancar recursos públicos a través de la creación de vínculos con otros sectores e instituciones como el Ministerio

de Ciencia de Chile y el Encuentro internacional industrias musicales y turísticas - *MUSITUR*. Asimismo, trabajan en alianza con el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (MINCAP) en una mesa de gobernanza público privada con los agentes culturales del territorio. El desafío que enfrentan ahora es atraer y vincular más empresas privadas con el fin de asegurar la sostenibilidad del programa. Para Cifuentes, lo más importante cuando se habla de economía creativa es poder trabajarla de la mano con las comunidades y con todos los actores del ecosistema para generar confianza. “En el 2019 Chile tuvo un estallido social en donde la imagen del Estado quedó por el suelo. Es por eso que cuando trabajamos con política pública se cuestiona todo, y recobrar esa confianza es un desafío.”

Para terminar, Uribe pide a los panelistas que expongan un caso en el que crean que hay un buen diálogo entre creatividad y producción económica, y que compartan un aprendizaje estratégico desde sus propias iniciativas.

Erika Jarmillo menciona *La Casa de Carlota*, un estudio de diseño que trabaja con personas neurodivergentes y que ha sido foco de atención de muchas empresas privadas. También destaca los aportes que empresas como Sura y Pintuco han hecho por la cultura y la creatividad en el departamento antioqueño. Finalmente hace referencia al *Distrito Cafetero* y los caficultores “paisas” (de la región de Antioquia),

que encontraron en el diseño una puerta para comercializar y vender sus productos desde una narrativa local y contemporánea.

Para Oscar Leiva, el trabajo creativo y cultural es un acto de resistencia y revolución puesto que la micropolítica que se gesta en los territorios incide fuertemente en la macropolítica del país. Comenta que el desarrollo humano es fundamental para la transformación social y es lo que le da sentido al desarrollo económico, pues es allí donde se articula la identidad territorial y el sentido de pertenencia.

Leidy Rivera explica que en Marinilla tienen una estrategia municipal y es que una vez al mes amplían los horarios de cierre de los espacios culturales y comerciales, y llevan a cabo puestas en escena en el espacio público con el objetivo de activar el distrito, articulando a comerciantes y artistas. Como aprendizaje, Marinilla ha apostado por una comunicación digital estratégica a través de la plataforma digital *Marinilla City*, con el fin de reunir toda la oferta y programación cultural y comercial del municipio, tarea complementada con las redes sociales desde donde comunican la agenda cultural y artística. En la plataforma digital tienen un directorio con los más de 120 agentes culturales que han mapeado en el municipio.

Mauricio Cifuentes responde con varios casos: *Insomnia Alternativa de Cine*,

un programa que ha logrado formar audiencias en Chile; y *Evento Medido*, un proyecto que trabaja en torno al impacto que tienen las actividades culturales en las personas, la sostenibilidad, el medio ambiente, el turismo, etc. El reto está en conectar las expectativas de las comunidades creativas con las posibilidades del mundo público y privado para fomentar un desarrollo económico desde los distritos creativos.

Disfruta o revive su conferencia con el acceso de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa.

https://youtu.be/gltplk3_ECO



“Este distrito cultural ha hecho que nos demos cuenta que podemos articularnos para que nos dejen de ver como una zona de cultivos ilícitos, de deforestación y extracción petrolera. Ahora la comunidad le apuesta al turismo gastronómico, cultural, ecológico y de naturaleza.”

Marlen Mojica

PLATAFORMA DE DISTRITOS
CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

Powered by:



**Conexiones
Creativas**



17

PANEL 3 RESTREPO: FÉ, TRADICIÓN Y CULTURA.

CLAUDIA PATRICIA SIERRA | Colombia

Directora del Instituto Municipal de Cultura de Restrepo y líder del Distrito creativo Restrepo: fé, tradición y cultura

MARLEN MOJICA | Colombia

Alcaldesa de Restrepo 2020-2023

JULIÁN SÁNCHEZ | Colombia

Asesor del Instituto Departamental de Cultura del Meta

Julián Sánchez inicia señalando como en el 2021 el Instituto Departamental de Cultura del Meta (el departamento de Colombia en el que se encuentra la ciudad de Restrepo) se interesó por el programa *ADN más productivas* con el objetivo de organizar la oferta cultural que tiene el departamento y potencializar y visibilizar las expresiones patrimoniales, artísticas y turísticas. Las ADN (Áreas de Desarrollo Naranja) son espacios geográficos que se delimitan y reconocen mediante decisiones administrativas de la entidad

territorial. Su propósito es integrar a artistas, creadores, emprendedores, infraestructuras y equipamientos culturales, con el propósito de consolidar los procesos de creación, producción, circulación, distribución y acceso a las manifestaciones, bienes y servicios culturales y creativos.¹ Antes del 2021 en el Meta solo estaban declarados

¹ Colombia Productiva. *ADN Más Productivas*. 08 abril de 2022. Tomado de de: www.colombiaproductiva.com/adnmasproductivas

los distritos creativos y culturales de Villavicencio, la capital del departamento. Luego de una convocatoria pública que se hizo por 28 municipios del Meta se sumaron los distritos de San Martín de los Llanos, Granada, Lejanías y Restrepo. De éstos, Restrepo fue el primero en sacar adelante el decreto de conformación del ADN con el apoyo activo del Ministerio de Cultura de Colombia, un agente fundamental en el proceso.

Las ADN se declararon e inauguraron en diciembre de 2021 y desde ese momento el Instituto Departamental de Cultura del Meta comenzó a realizar acciones para su activación. A través del Instituto proyectaron recursos e hicieron una convocatoria departamental de estímulos para apoyar diferentes expresiones artísticas en los cuatro municipios mencionados. También realizaron talleres-escuela de formación en oficios artesanales con artesanos de cada uno de los municipios con el fin de continuar con la transmisión intergeneracional de los saberes y las prácticas locales. De igual forma, se dispusieron recursos de regalías obtenidos por la producción de hidrocarburos para formular y ejecutar un proyecto de fortalecimiento de los ecosistemas culturales y creativos de los cuatro municipios, algo que nunca antes había pasado en el departamento. Este proyecto, junto a un convenio firmado con la Universidad de los Llanos, ha permitido capacitar y certificar a decenas de actores y gestores culturales. Entre otros proyectos que se han llevado a cabo están: el fortalecimiento de la circulación

de las ferias y fiestas del departamento; la creación de un micrositio web; la apertura de un stand en Expoartesanías que ha permitido visibilizar y comercializar los productos artesanales de esta región llanera; y se ha brindado acompañamiento técnico para la formulación y presentación de proyectos a convocatorias nacionales. Actualmente se encuentran adelantando acciones alrededor de los modelos de gobernanza de los distritos con el objetivo de que las comunidades y organizaciones se apropien de estas instancias y garanticen su trascendencia en el tiempo.

Marlen Mojica comenta que el distrito creativo de Restrepo adoptó tres palabras que recogen la identidad, la idiosincrasia y los arraigos del municipio: fé, tradición y cultura. Fé, porque son una población devota y creyente, con mucho turismo religioso debido al Santuario de la Inmaculada Concepción. Y tradición y cultura, por todas las expresiones populares, artísticas y musicales que se gestan en el territorio, como los cantos de trabajo y vaquería, la gastronomía (la carne, los amasijos y el pan de arroz), el joropo, el coleo, entre otros. Restrepo es un municipio que ha sido reconocido históricamente por la explotación salina y petrolera, pero en palabras de Mojica “Este distrito cultural ha hecho que nos demos cuenta que podemos articularnos para que nos dejen de ver como una zona de cultivos ilícitos, de deforestación y extracción petrolera. Ahora la comunidad le apuesta al turismo gastronómico, cultural, ecológico y de naturaleza”.

Gracias a los recursos articulados con el Ministerio de Cultura y la gobernación departamental, el distrito ha podido fomentar el desarrollo de agentes culturales y creativos del municipio, como artesanos, cocineros y operadores turísticos. Actualmente cuentan con más de 120 gestores culturales y con un colectivo de más de 300 mujeres emprendedoras que se denominan como “constructoras de sociedad”. Para este último periodo de mandato, la Alcaldía de Restrepo busca que la comunidad se empodere del distrito para que sean ellos mismos quienes lo continúen con el apoyo de las instancias gubernamentales y municipales, pero soportado en una articulación comunitaria, colectiva e incluyente. “Me queda un reto como alcaldesa y es blindar al distrito, protegerlo, que no se quede solo en un decreto, sino que realmente sea un acuerdo municipal colectivo que se articule en una gobernanza departamental”, indica Mojica.

Al igual que para la alcaldesa Mojica, Claudia Patricia Sierra considera que la gobernanza debe ser un ejemplo de trabajo conjunto y de integración, no solo con las instancias políticas y gubernamentales, sino con toda la comunidad. Sierra explica que el distrito comenzó con un trabajo articulado entre el Ministerio de Cultura, el Instituto Departamental de Cultura de Meta y el Instituto Municipal de Cultura de Restrepo. Este trabajo consistió en crear una instancia de participación entre los entes gubernamentales y

los gestores culturales, seguido de un trabajo con diferentes organizaciones que luego se convirtieron en aliados del proyecto. Sierra explica que “La cultura es transversal al ser humano y todo lo que pasa en Restrepo está lleno de cultura: el pan de arroz, los cantos de trabajo del llano, el río salado... así fue que empezamos a contar la narrativa del distrito y atraer aliados”.

Hoy día, gracias al apoyo de Conexiones Creativas y Colombia Productiva, el distrito se encuentra desarrollando el modelo de gobernanza. Para ello, han invitado a diferentes sectores como la academia, que tiene representantes de la Universidad de los Llanos y del SENA, instituciones que han apoyado con capacitaciones en emprendimiento, apropiación y marketing digital. También se incluyó al sector comercial, a los operadores turísticos, a la Cámara de Comercio, entre otros. “Lo que queremos es que esto se quede en los gestores culturales. Nosotros estamos de paso, pero cuando es la comunidad la que está empoderada esto no lo baja nadie, esto se queda, permanece y cada vez fluye más”, finaliza Sierra.

Disfruta o revive su conferencia con el acceso de la Plataforma de Distritos Creativos y Culturales América-Europa.

<https://youtu.be/8bvH5WjNPX8>



PLATAFORMA DE DISTRITOS CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

DISTRITOS CREATIVOS Y CULTURALES, TERRITORIOS
PARA LA CONVIVENCIA Y EL DESARROLLO ECONÓMICO

LA PLATAFORMA incluye:

- Encuentros presenciales
- Misiones internacionales a distritos
- Intercambios y gestión de proyectos entre los miembros.
 - Sesiones de trabajo periódicas para trabajar los temas que inquietan a los miembros: gobernanza, sostenibilidad, urbanismo, financiación, homogeneización, gentrificación, integración social, ecosistema creativo y cultural, etc.
- Publicaciones y contenidos exclusivos para miembros.

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



@districtoscreativos



@CCCreativas
www.cccreativas.com



PLATAFORMA DE DISTRITOS CREATIVOS Y CULTURALES

AMÉRICA - EUROPA

2022