

**LOS DISTRITOS CREATIVOS DEL ÁREA METROPOLITANA DEL VALLE DE  
ABURRÁ: PERSPECTIVAS SOBRE SU TIPOLOGÍA, LA GOBERNANZA Y LA  
INNOVACIÓN DE LOS TERRITORIOS**

The creative districts of the Metropolitan Area of the Aburrá Valley: perspectives on their  
typology, governance, and innovation of the territories.

SEBASTIAN MALDONADO RESTREPO

TESIS DE GRADO

*Asesora*

Ana María Naranjo Alzate

UNIVERSIDAD EAFIT

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

MAESTRÍA EN GERENCIA DE EMPRESAS SOCIALES PARA LA INNOVACIÓN  
SOCIAL Y EL DESARROLLO LOCAL

MEDELLÍN

2022

## CONTENIDO

<i>Introducción</i> .....	8
<i>Planteamiento Del Problema</i> .....	10
<i>Justificación</i> .....	13
<i>Objetivos</i> .....	15
General.....	15
Específicos.....	15
<i>Marco Conceptual</i> .....	16
<b>Industrias Culturales y Creativas.</b> ....	17
La Masificación de la Cultura: Industrias Culturales.....	17
Creación y Evolución del Concepto de Industrias Creativas.....	20
<b>Clústeres y Distritos Creativos:</b> .....	27
El Auge Conceptual del Clúster Cultural o Creativo:.....	27
Clúster + Cultura Y Creatividad.....	29
<b>Gobernanza</b> .....	36
<b>Las Diversas Miradas de la Gobernanza</b> .....	38
<b>Innovación</b> .....	41
Las Diferentes Facetas De La Innovación.....	43
<i>Diseño Metodológico</i> .....	50
<i>Estudios De Caso</i> .....	54
<b>Buenos Aires – Distrito De Las Artes</b> .....	55
Tipología.....	57
Gobernanza.....	58
Innovación.....	60
<b>Barcelona</b> .....	62
Tipología.....	63
Gobernanza.....	67
Innovación.....	68

<b>Resultados.....</b>	<b>71</b>
<b>Distrito San Ignacio.....</b>	<b>72</b>
Tipología.....	79
Gobernanza.....	82
Innovación.....	86
<b>Distrito Creativo Perpetuo Socorro.....</b>	<b>90</b>
Tipología.....	96
Gobernanza.....	104
Innovación.....	109
<b>ADN Valle De La Innovación.....</b>	<b>117</b>
Tipología.....	125
Gobernanza.....	129
Innovación.....	130
<b>Análisis Comparativo.....</b>	<b>133</b>
<b>Determinantes del Desarrollo.....</b>	<b>133</b>
La Sostenibilidad de los Distritos.....	141
<b>Conclusiones.....</b>	<b>144</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>148</b>

## LISTA DE FIGURAS

Ilustración 1: Clasificación de las Industrias según la UNCTAD. ....	22
Ilustración 2: Categorización de las Industrias Creativas según British Council. ....	25
Ilustración 3: Distritos Creativos alrededor del mundo. ....	34
Ilustración 4: Mapa de los Distritos Económicos de la ciudad de Buenos Aires. ....	56
Ilustración 5: Mapa caso de estudio de clústeres culturales Barcelona. ....	63
Ilustración 6: Elementos fundamentales para un ecosistema de innovación. ....	69
Ilustración 7: mapa de los Barrios La Candelaria, Bomboná No.1 y Boston. ....	74
Ilustración 8: Plazuela San Ignacio en 1941. ....	76
Ilustración 9: Barrio Guanteros.....	77
Ilustración 10: Logo institucional del Distrito San Ignacio .....	79
Ilustración 11: mapa del Distrito San Ignacio.....	80
Ilustración 12: Mapa artístico y cultural de la comuna 10 - La Candelaria. ....	82
Ilustración 13: Línea de tiempo proyecto San Ignacio .....	85
Ilustración 14: Pequeño Teatro .....	89
Ilustración 15: Vista aérea del barrio Perpetuo Socorro. Iglesia Nuestra señora del Perpetuo Socorro y estación Exposiciones del Metro de Medellín.....	93
Ilustración 16: edificio central de Mattelsa.....	95
Ilustración 17: Mapa geográfico del distrito. ....	96
Ilustración 18: mapa de creadores del distrito. ....	98
Ilustración 19: Edificio de Ruta Naranja .....	101
Ilustración 20: Logo institucional Corporación Perpetuo Socorro .....	105
Ilustración 21: Festival Perpetuo Socorro.....	116
Ilustración 22: Parque Principal de Envigado Marceliano Vélez Barreneche con su iglesia Santa Gertrudis La Magna. ....	120
Ilustración 23: Vista aérea del Parque Cultural y Ambiental OtraParte y la Casa Museo OtraParte. ....	122
Ilustración 24: Mapa de referencia geográfica de los proyectos de promoción de la economía cultural y las industrias creativas en Envigado. ....	124

Tabla 1: Resumen de definiciones de conceptos. ....	26
Tabla 2: Personas entrevistadas o escuchadas para el proceso de investigación.....	53
Tabla 3: Tipología de Clústeres Culturales.....	70
Tabla 4: Entidades creativas y culturales en Perpetuo Socorro. ....	99
Tabla 5: Equipamientos culturales y creativos del Municipio de Envigado dentro del Distrito Naranja.....	121
Tabla 6: Actividades según el CIU dentro del ADN Valle de la Innovación.....	126
Tabla 7: Actores que participaron en el ejercicio de delimitación.....	127
Tabla 8: Análisis comparativo de tres distritos del Área Metropolitana del Valle de Aburrá....	141

## Resumen

Los distritos culturales y creativos han tomado popularidad entre las políticas públicas de desarrollo territorial y de fortalecimiento de la economía cultural y las industrias creativas alrededor del mundo. Colombia, a raíz de su política de promoción de la Economía Naranja, ha tratado de no quedarse rezagada y ha creado proyectos como las Áreas de Desarrollo Naranja (ADN), para promover la creación de territorios donde se agrupen artistas, creadores, emprendedores o todo aquel que haga parte o se considere de la clase creativa (Florida, 2004).

A modo de introducción, el texto hará un repaso general sobre los conceptos que han estado detrás de la creación de los distritos culturales, como el de industrias culturales y creativas o el de clúster. Acto seguido, se referenciarán dos casos internacionales de implementación de distritos para, posteriormente, adentrarse en las realidades de tres distritos creativos del Área Metropolitana del Valle de Aburrá que han inspirado este trabajo, con el fin de entender los motivadores y contextos de su creación y las dinámicas propias de los actores en su relación con el entorno y los objetivos del agrupamiento. El propósito final, será aportar a la débil discusión en Colombia sobre este fenómeno, para que en el futuro cercano sirva como herramienta de validación o referencia para otros trabajos académicos o gestores de proyectos en el contexto de un boom inesperado de territorios creativos por todo el país, bajo la figura de ADN.

**Palabras clave:** distritos creativos, distritos culturales, industrias creativas, economía naranja, clúster, gobernanza, innovación.

## **Abstract**

Cultural and creative districts have gained popularity among public policies for territorial development and strengthening of the cultural economy and creative industries around the world. Colombia, as a result of its policy to promote the Orange Economy, has tried not to lag and has created projects such as the Orange Development Areas (AND for its acronym in Spanish), to promote the creation of territories where artists, creators, entrepreneurs, or anyone who is part or is considered part of the creative class are grouped (Florida, 2004).

As an introduction, the text will make a general review of the concepts that have been behind the creation of cultural districts, such as cultural and creative industries or clusters. Then, two international cases of implementation of districts will be referenced to, subsequently, enter into the realities of three creative districts of the Metropolitan Area of the Aburrá Valley that has inspired this work, to understand the motivators and contexts of their creation and the dynamics of the actors in their relationship with the environment and the objectives of the grouping. The final purpose will be to contribute to the weak discussion in Colombia on this phenomenon, so that shortly it will serve as a validation or reference tool for other academic works or project managers in the context of an unexpected boom of creative territories throughout the country, under the figure of ADN.

**Keywords:** creative districts, cultural districts, creative industries, orange economy, cluster, governance, innovation.

## Introducción

Gracias al destacado rol que juegan hoy la economía del conocimiento, la innovación, la cultura, la digitalización y la tecnológica en el desarrollo económico y social de los entornos urbanos, durante las últimas tres décadas, el debate, las discusiones y las investigaciones alrededor de las Industrias Creativas y Culturales han tomado relevancia dentro de círculos académicos, políticos y empresariales. Dicho auge, ha sido acompañado por una serie de guías y políticas por parte organismos internacionales y gobiernos que se han valido del conocimiento teórico y empírico para definir, y fortalecer dichas industrias que hoy están jugando un papel importante en la economía y la generación de empleo de muchas naciones.

De manera particular, el fenómeno de la clusterización o agrupamiento, dentro de las políticas públicas de fomento de la cultura y la creatividad, se ha convertido en una tendencia a la hora de la formulación de estrategias que posibiliten la regeneración urbana, la cohesión social y el desarrollo sostenible. Es posible evidenciar como las grandes ciudades alrededor del mundo han creado distritos culturales y creativos que permitieran reunir diferentes sectores de la sociedad que se sienten atraídos por el conocimiento y la creatividad, también llamada clase creativa por Richard Florida (2004), y así transformar barrios enteros bajo preceptos del desarrollo sostenible y cultural. Al respecto, la investigadora francesa Soulard (2021) menciona: “los distritos culturales y creativos no son un fenómeno nuevo, pero están en auge porque los poderes públicos ven en ellos una forma de recuperar el territorio, de generar atraktividad y de crear identidad.”

En Colombia, la discusión es aún más reciente y apenas se logran ver algunas acciones a raíz de las políticas de carácter nacional para el fortalecimiento de lo que Buitrago & Duque (2013) llamaron la Economía Naranja. La llegada de Duque a la Presidencia de la República en



el 2018 y la creación del Viceministerio de Creatividad y Economía Naranja adscrito al Ministerio de Cultura son la puerta de entrada para masificar en nuestro país el fenómeno de los Distritos Creativos y Culturales a través del proyecto de Áreas de Desarrollo Naranja (ADN) que pretende crear distritos en todo el país para fortalecer las industrias creativas y culturales a partir de estrategias de agrupamiento y beneficios fiscales y tributarios. A la fecha de redacción de este texto, ya el país contaba con 73 ADN en 39 municipios y distritos.

Bajo este contexto introductorio el presente trabajo tiene como propósito aportar a la discusión, que el país tiene que dar, sobre los impactos sociales, urbanos, culturales y económicos de los distritos creativos y culturales o los llamados ADN por medio de una contextualización y caracterización de 3 de estos territorios en el Área Metropolitana del Valle de Aburrá: Distrito San Ignacio y Distrito Perpetuo Socorro en Medellín y el ADN Valle de la Innovación en el Municipio de Envigado. Para esta caracterización de los distritos se hará un contexto histórico general del distrito, seguido de un análisis tipológico del proyecto, un esbozo de la gobernanza del territorio y por último una lectura sobre la gestión de la innovación entre los actores que lo componen.

Para lograr lo anterior, el cuerpo del trabajo es antecedido con un panorama general teórico que permite esclarecer los orígenes de los términos de Industria Cultural y Creativa y de clúster como antecedente conceptual del distrito creativo. Igualmente, dentro del marco conceptual se abordarán desde la teoría, los conceptos de gobernanza e innovación, que como ya se mencionó, son dos de las características que serán usadas posteriormente para el desarrollo investigativo del trabajo. Posteriormente, se describirá la metodología investigativa usada para el caso para darle paso al despliegue y análisis de la información recolectada.

## Planteamiento Del Problema

Se hace imposible desconocer que Colombia es un país con una extensa riqueza cultural que radica en su diversidad de expresiones artísticas, manifestaciones culturales y patrimonio histórico que poseemos. Adicional a este activo nacional que fortalece constantemente el tejido social de la sociedad colombiana, la economía naranja, se ha posicionado como un importante sector de la economía nacional. Según datos recopilados por Buitrago & Duque (2013), la economía naranja contribuye con el 3,3% de la economía nacional y el 5,8% de los empleos.

A pesar de este panorama positivo para realmente hacer de Colombia una líder continental en materia de Industria Culturales y Creativas, en el país, en contravía del contexto internacional, la conversación sobre la creación de distritos creativos y culturales con el fin de agrupar la fuerza creativa y crear ecosistemas culturales y artísticos que atraigan la inversión pública y privada y se creen incentivos para los emprendimientos y empresas del sector, es muy reciente. Iniciativas como el distrito del Bronx en Bogotá y El Perpetuo Socorro en Medellín han sido pioneras en el país y las Áreas de Desarrollo Naranja (ADN) del viceministerio de Creatividad y Economía Naranja terminaron de detonar la conversación en materia de políticas culturales y creativas. En menos de 5 años se han creado 85 ADN en todo el país y en Antioquia ya hay 10 delimitados. Un número que supera a creces las expectativas planteadas en el Plan de Nacional de Desarrollo 2018 – 2022.

El boom descontrolado de distritos creativos y culturales o ADN en Colombia como parte de las estrategias de fomento y fortalecimiento de la industria por parte del gobierno nacional, deja al descubierto 2 problemas sistemáticos en el sector cultural y creativo.

En primer lugar, históricamente no han sido consecuentes los presupuestos asignados por las entidades territoriales para el fortalecimiento de la cultura, el patrimonio y las industrias creativas, en relación con la contribución porcentual que el sector hace al PIB, al impacto social que genera y la supuesta trascendencia para los dirigentes públicos que se ha quedado en los discursos. Como evidencia de lo anterior para el año 2020 a nivel nacional, el presupuesto total del Ministerio de Cultura solo corresponde al 0,2% del Presupuesto General de la Nación según datos del Ministerio de Hacienda y Crédito Público (2021). A nivel local, el presupuesto de la Secretaría de Cultura Ciudadana de la Alcaldía de Medellín, aunque representa un porcentaje significativamente mayor en comparativa que el nacional, solo corresponde al 1,6% del presupuesto del 2021 (*Acuerdo n° 026, 2020*).

Y, en segundo lugar, la ya mencionada y reciente creación de decenas de distritos creativos y culturales ha dejado al descubierto la necesidad de ampliar la conversación sobre este fenómeno de agrupamiento y de transformación urbana en múltiples escenarios de debate a nivel nacional. Son pocos los proyectos de investigación que se han generado en nuestro país para entender a profundidad los efectos y las necesidades de los ecosistemas creativos. Es necesario recurrir, casi siempre, a fuentes internacionales para hacer referencias conceptuales o tratar de poner en perspectiva otras experiencias de implementación de distritos culturales y creativos.

Este nivel de desconocimiento temático reflejado en la baja producción intelectual en el sector y la indiferencia durante décadas del sector público por la cultura y la creatividad hace que el sector ponga en cuestionamiento la pertinencia de un proyecto como las ADN y su perdurabilidad en el tiempo.

Preguntas como: ¿qué tipo de distritos tenemos en Colombia?; ¿bajo qué contextos son creados?; ¿se ha planificado la creación de los distritos?; ¿qué tipo de relaciones existen entre los múltiples actores que los habitan y cómo se gobiernan los territorios?, ¿cómo se gestiona la sostenibilidad de los proyectos y se planifica su perdurabilidad en el tiempo?; ¿cuál es el impacto en social y económico de los distritos creativos y culturales?; se hacen necesarias a la hora de crear una verdadera red de conocimiento local sobre los distritos creativos y culturales que permita diseñar mejor estrategias de implementación para que estos tengan un impacto más tangible en el desarrollo económico y social del sector y en la transformación de los territorios. Algunos proyectos como Conexiones Creativas o la Red Distrital de Distritos Creativos y Territorios Culturales de Bogotá (REDD) se han convertido en referentes importantes en Colombia con relación a los procesos investigativos, de conocimiento y de acompañamiento a la implementación de las iniciativas en Colombia.

## Justificación

El particular interés que han suscitado las Industrias Creativas y Culturales en nuestro país, como un sector con un alto potencial de generación de desarrollo económico y valor social en un momento donde la economía del conocimiento y el sector de los servicios toman relevancia económica, revela la carente producción bibliográfica local sobre los posibles impactos, características, realidades, problemáticas y necesidades, de la industria creativa y cultural.

Como resultado de esta carencia, líderes y dirigentes de los proyectos que hoy se gestan por todo el país han tenido que recurrir a producciones académicas que se han realizado en otros países, desde perspectivas sociológicas, económicas, urbanísticas, políticas, administrativas, por mencionar algunas, para poder adquirir conocimientos teóricos, prácticos y experienciales que puedan ser de utilidad a la hora de la planificación. La naturaleza heterogénea de los distritos impide que las estrategias de intervención y los proyectos se acojan a dinámicas exógenas que no respondan a las realidades de los territorios, no obstante, esas dinámicas externas si pueden ser de utilidad para identificar posibles riesgos u oportunidades para la creación de experiencias que conversen con lo local.

Es por esto que, como primera premisa, el presente trabajo se ha propuesto contribuir a generar interés investigativo y bibliográfico que permita crear una red de conocimiento y de referencia para identificar buenas prácticas a la hora de emprender proyectos de creación de distritos culturales, evaluar los impactos sociales y económicos de los distritos e incluso presentar visiones críticas al respecto.

Al finalizar el 2021 el Área Metropolitana del Valle de Aburrá contaba con 6 distritos bajo la figura de ADN, 3 de ellos en la ciudad de Medellín y otros 3 en los municipios de

Envigado, Bello e Itagüí y desde el inicio es posible evidenciar como cada uno de ellos se organiza, se planifica, se gobierna y se entiende de manera diferente. Tal cantidad de distritos en la ciudad región, motiva a realizar una investigación que tenga como principal interés entender, por lo menos de manera preliminar, 3 de los distritos desde su naturaleza y tipología, la gobernanza del territorio y de qué manera se aborda la innovación y ser un primer instrumento comparativo y analítico para todos aquellos que se encuentran involucrados en la cadena de valor del sector creativo y cultural y así facilitar y promover la toma de decisiones conscientes sobre las políticas de fomento de la economía cultural y las industrias creativas. Igualmente, al ser proyectos que se encuentran en etapas iniciales, servirá en el futuro como una herramienta de referencia y poder evaluar las transformaciones de los territorios resultado de la implementación de los proyectos.

## Objetivos

### General

Realizar un análisis comparativo de 3 distritos creativos del Área Metropolitana del Valle de Aburrá por medio de una exploración y análisis de sus características generales, así como del contexto, con el propósito de contribuir a la generación de material de referencia que enriquezca el estudio y la discusión sobre los determinantes del desarrollo del fenómeno de agrupamiento de la economía cultural y las industrias creativas.

### Específicos

1. Explicar los antecedentes históricos, sociales y económicos y el contexto general en el que se enmarcan cada uno de los distritos.
2. Identificar la tipología de los distritos con base en la clasificación de inducidos o espontáneos.
3. Describir los modelos de gobernanza que se han implementado en los distritos y que tipo de relaciones existen entre los actores que los habitan.
4. Comprender cómo se aborda la innovación en la gestión de los territorios y las organizaciones que hacen parte de los distritos.

## Marco Conceptual

Al momento de abordar una temática como los distritos creativos y culturales, es posible encontrarse con una multiplicidad de conceptos que pueden resultar confusos por su aparente similitud o pueden ser objeto de crítica por su contenido simbólico. Un buen ejemplo de esto es el concepto de Industria Cultural y Creativa ya que desde su noción misma tiene 2 palabras complejas que son objeto de constantes discusiones tales como: ¿es posible categorizar la cultura como una industria? ¿qué es una industria cultural y una creativa? ¿es posible agruparlas bajo un mismo concepto?, entre muchas otras. El presente trabajo no tiene como objetivo resolver estas dudas o presentar una postura al respecto, no obstante, si es necesario presentar un contexto semántico e histórico que le permita al interesado entender, a grandes rasgos de donde provienen los conceptos, su evolución en el tiempo y diferentes perspectivas de su significado.

Inicialmente se hará alusión al concepto de Industria Cultural y Creativa ya que es el sector en el cual se enmarcan las estrategias de creación de distritos creativos y culturales y su desarrollo es la razón de ser de los mismos. En este primer concepto se presentarán otros derivados, tales como economía creativa o economía naranja que han tomado relevancia en la última década.

A continuación, se introducirá el concepto de clúster y su posterior relación con el sector creativo y cultural lo que dará pie a hablar sobre algunas propuestas que se han hecho para diferenciar los tipos de agrupamiento del sector y el significado de distrito. Igualmente se hablará sobre las Áreas de Desarrollo Naranja que son el nombre usado por el gobierno nacional para denominar la estrategia de creación de distritos creativos y culturales alrededor de toda Colombia, de la cual hacen parte los 3 distritos elegidos.



Para finalizar el capítulo, se hablará de gobernanza y la innovación ya que son dos de las categorías de análisis de los distritos que se eligieron para abordar este trabajo. Haremos un contexto teórico y conceptual de dichas categorías que permitirán describir los diferentes tipos de cada uno de ellos y entender por qué son importantes en el contexto de la investigación.

## **Industrias Culturales y Creativas.**

### **La Masificación de la Cultura: Industrias Culturales**

La revolución industrial, y las dinámicas del capitalismo floreciente de los años posteriores a la segunda guerra transformaron por completo la visión del quehacer cultural y artístico. Y si este cambio fue significativo en los países industrializados, no dejó de ser importante para los países en desarrollo (UNESCO, 1982). En esta línea menciona esta institución, a propósito de las posturas de Adorno y Horkheimer, que: “la libre expansión de las industrias culturales no significa esencialmente el desarrollo de más actividades endógenas que correspondan a unas necesidades establecidas, sino la difusión masiva y sin control de mensajes culturales, las más de las veces incompatibles con las situaciones locales.”

A pesar de que la postura de Adorno y Horkheimer fue altamente difundida durante los años 60 y 70 entre los círculos académicos e intelectuales, el proceso de masificación del acceso a las actividades artísticas y culturales no dio un paso a vencer y, por lo contrario, fue tomando relevancia en entornos políticos y económicos en América Latina. Para finales de los años 70 surge un especial interés de la UNESCO por fomentar una visión donde se superpusieran los efectos positivos que las industrias culturales estaban generando, no solo en el desarrollo económico de las naciones sino también en el desarrollo cultural y social. Se expone que “en ciertas condiciones económicas y políticas favorables, las industrias culturales pueden

transformar radicalmente el ejercicio de la creación profesional o de la creatividad en general; enriquecer los contactos entre los creadores especializados y la población y, sobre todo, dar un nuevo impulso a la acción educativa escolar o extraescolar y fortalecer considerablemente la participación efectiva de las masas en la elaboración de su cultura.” (UNESCO, 1982, p.11)

Es así como la UNESCO, presenta el documento *Industrias Culturales: el futuro de la cultura en juego*, para inicios de la década de los 80, ampliando la discusión en torno a las industrias culturales y recopilando visiones de autores tales como Augustin Girard, Arnold Breton, Armand Maitelart y Jean-Marpiemme, entre otros. La UNESCO, acoge la visión de Girard, quien en su texto presenta las potencialidades que tienen las Industrias Culturales en el desarrollo económico y en el fortalecimiento de la democracia cultural (Castro-Higueras, 2016), entendidas como las posibilidades de cualquier individuo de acceder a contenidos culturales sin importar su condición económica. En dicho texto, igualmente se presenta una primera definición de Industrias Culturales, altamente acogida, lo que dará paso a una apertura en las políticas culturales y estudios de carácter económico alrededor de estas:

“...existe una industria cultural cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales y comerciales, es decir, en serie y aplicando una estrategia de tipo económico, en vez de perseguir una finalidad de desarrollo cultural.”

(UNESCO, 1982, p. 21).

Dicha definición, está en el marco de una visión mercantilista, que solo es redefinida por la UNESCO hasta ya entrado el siglo XXI, mencionando al respecto:

“Las Industrias Culturales se definen como aquellas industrias que producen resultados artísticos y creativos tangibles o intangibles, y que tienen un potencial de creación de riqueza y generación de ingresos a través de la explotación de activos culturales y la producción de bienes y servicios

basados en el conocimiento (tanto tradicionales como contemporáneos). Lo que tienen en común las industrias culturales es que todas utilizan la creatividad, el conocimiento cultural y la propiedad intelectual para producir productos y servicios con significado social y cultural.”

(UNESCO, 2007, p. 11)

Por su parte, la Comisión Europea, en su distinción entre industrias Culturales y Creativas menciona por culturales lo siguiente:

“Las «industrias culturales» son las que producen y distribuyen bienes o servicios que, en el momento en el que se están creando, se considera que tienen un atributo, uso o fin específico que incorpora o transmite expresiones culturales, con independencia del valor comercial que puedan tener.” (Comisión Europea, 2010, p. 6).

En contraste con las posturas institucionales ya mencionadas, que permitían vislumbrar un marco en el cual se referencian las políticas a nivel internacional, autores como Ramón Zallo se destacan en su visión crítica y definen las Industrias Culturales como el “conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares productoras y distribuidoras de bienes y servicios con contenidos simbólicos destinadas a los mercados de consumo con una función de reproducción ideológica y social.” (J. J. Sánchez et al., 2018, p. 20)

Todo lo dicho anteriormente, dejan concluir que, el término industria cultural surge como un fenómeno de masificación del acceso a los bienes y servicios culturales y que gracias a su impacto socio económico, es acogido por organismos de carácter internacional como la UNESCO que comienzan campañas de difusión y de promoción con el fin de incentivar la creación de políticas culturales sólidas alrededor del mundo que permitan el acceso universal a la cultura como parte fundamental de la consolidación de identidades y creación capital social.

## Creación y Evolución del Concepto de Industrias Creativas

La inserción del término creativo data de la década de los noventa, a partir de los cambios en las políticas culturales de algunos países anglosajones. (Castro-Higueras, 2016). La Política Cultural Nacional de Australia, fue pionera en el uso de la terminología Industrias Creativas, seguida por el influyente Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte del Reino Unido, quienes terminan de acuñar el término en el lenguaje de la industria (UNDP, 2013).

El documento *Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy* de 1994, que da pie a la política cultural de Australia tiene como principal aporte una mirada más amplia del sector, haciendo referencia al mismo como *culture-related industries* (industrias relacionadas con la cultura) (Castro-Higueras, 2016). No obstante, el documento *Mapeo de las Industrias Creativas* que realiza el gobierno de Tony Blair en el año 1998 es oficialmente, el primero que ofrece una definición:

“...tienen su origen en la creatividad individual, la destreza y el talento y que tienen potencial de producir riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual”  
(Rozentale & Lavanga, 2014, p. 2).

Al respecto de dicho mapeo, menciona Howkins (2001) los 14 sectores que el gobierno británico engloba en esta definición: publicidad, arquitectura, artes, artesanías, diseño, moda, cine, música, artes escénicas, edición, software de ocio, jugueterías, televisión y radio, y videojuegos. Dicha clasificación y agrupamiento, en la definición de las Industrias Creativas, ha sufrido poca o nula alteración durante estas dos décadas (Rozentale & Lavanga, 2014).

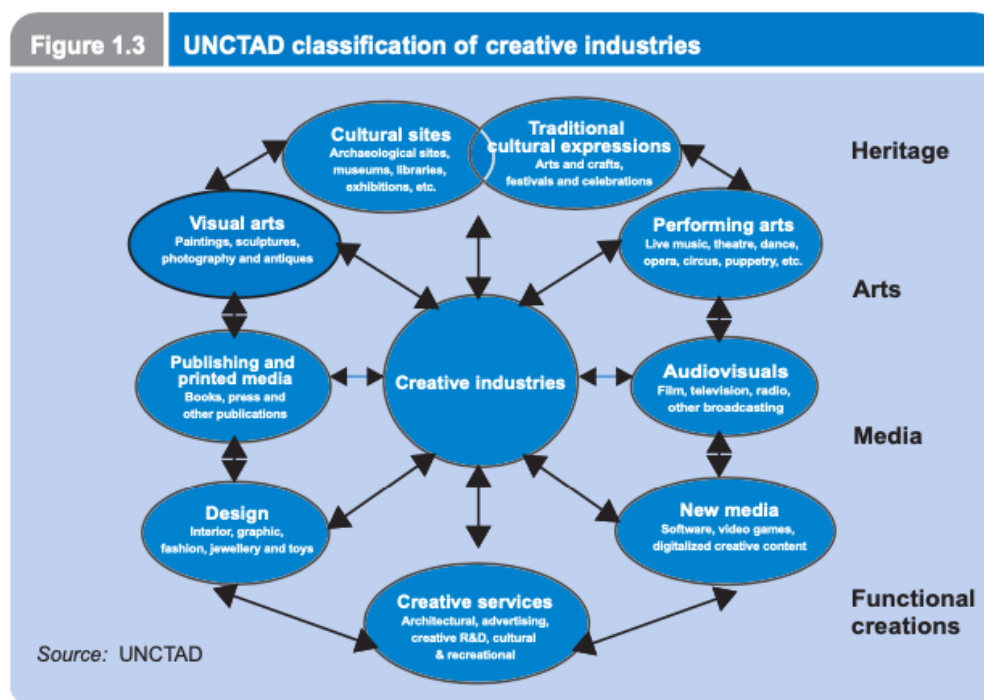
Otras organizaciones como la UNCTAD, la UNESCO, la Unión Europea, La CEPAL y el BID han realizado otros aportes posteriores a la definición según contextos y avances de las tecnologías y la industria. El documento *De las industrias culturales a las industrias creativas: una visión crítica* de Castro-Higueras (2016) presenta un buen resumen de todas las definiciones y delimitaciones. El reporte sobre Economía Creativa de la UNCTAD también se ha convertido en un importante referente conceptual. Mencionaremos algunas a continuación:

“Las "industrias creativas" pueden definirse como los ciclos de creación, producción y distribución de bienes y servicios que utilizan la creatividad y el capital intelectual como insumos principales. Comprenden un conjunto de actividades basadas en el conocimiento que producen bienes tangibles y servicios intelectuales o artísticos intangibles con contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado. Las industrias creativas constituyen un campo amplio y heterogéneo que se ocupa de la interacción de diversas actividades creativas que van desde las artes y la artesanía tradicionales, la edición, la música y las artes visuales y escénicas hasta las más de tecnología y servicios, como el cine, la televisión de servicios, como el cine, la televisión y la radiodifusión televisión y la radio, los nuevos medios de comunicación y el diseño.”

(UNCTAD, 2008, p. 4)

“Las «industrias creativas» son aquellas que utilizan la cultura como material y tienen una dimensión cultural, aunque su producción sea principalmente funcional. Entre ellas se incluyen la arquitectura y el diseño, que integran elementos creativos en procesos más amplios, así como subsectores tales como el diseño gráfico, el diseño de moda o la publicidad.” (Comisión Europea, 2010, p. 6)

Ilustración 1: Clasificación de las Industrias según la UNCTAD.



Fuente: Reporte sobre Economía Creativa 2008: El reto de evaluar la economía creativa: hacia una política informada (UNCTAD, 2008, p. 14)

Para el año 2001, se acuña un nuevo término a raíz del trabajo del autor inglés John Howkins, *The Creative Economy* (Economía Creativa), quien resalta el impacto económico, no solo de las industrias Culturales y Creativas tal como se habían definido, si no que su enfoque de creatividad incluye las creaciones científicas y tecnológicas. En otras palabras, la Economía Creativa, comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual (Buitrago & Duque, 2013).

Este concepto tomará relevancia y será usado por múltiples organismos e instituciones ya que armoniza la relación entre economía y creatividad que al final ha sido la intención última de categorizar los bienes y servicios que tienen como fundamento la creatividad y la cultura. La

UNCTAD por ejemplo realiza un reporte periódico del estado de la Economía Creativa a nivel mundial donde se reúnen los diferentes sectores. Este organismo menciona que: “La "economía creativa" es un concepto en evolución basado en activos creativos que pueden generar crecimiento económico y desarrollo.” Destacan además la importancia que tiene en la promoción de “la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano.” (UNCTAD, 2008, p. 15)

En contrapartida, Cooke & Lazzeretti (2007) prefieren realizar una distinción clara de los términos economía cultural e industrias creativas entendiendo que el fundamento estético, los modos de producción o materialización de la creatividad e incluso las formas como se estructuran u organizan difieren profundamente la una de la otra. A pesar de esta diferencia fundamental hace relevante que se distingan conceptualmente, no significa que ambas no interactúen y se alimenten la una de la otra. Producciones artísticas usan recursos de las industrias creativas para crear nuevos conceptos artísticos y las industrias creativas hacen uso de las artes visuales, el teatro o la música para sacar al mercado nuevos bienes o servicios. Cooke & Schwartz (2007), hacen énfasis en que estos dos conceptos se diferencian principalmente en sus modos de financiación. Mientras que la Economía Cultural ha sido tradicionalmente subvencionada por el Estado o por personas naturales o jurídicas en forma de filantropía ya que son consideradas bienes de interés público y a los cuales tienen derecho todas las personas sin importar sus recursos, las Industrias Creativas han logrado diversificar sus fuentes de ingresos llegando a múltiples públicos y mercados gracias al amplio rango de posibilidades que allí caben.

En la segunda década del siglo XXI, surge en Latinoamérica un nuevo término que pretende agrupar la multiplicidad de definiciones y términos y discusiones: Economía Naranja. Dicha propuesta, es promovida por el Banco Interamericano de Desarrollo con base en el trabajo de Felipe Buitrago (ministro de Cultura entre el 2020 y el 2021) e Iván Duque (presidente de

Colombia 2018 – 2022). Como mencionan en su texto *Economía Naranja: una oportunidad infinita*, con su propuesta no pretenden acuñar un concepto definitivo, ya que para efectos prácticos sería inútil a raíz de los constantes cambios que trae las dinámicas del siglo XXI. No obstante, presentan una definición que permita dar claridad a la propuesta:

“Es el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. El universo naranja está compuesto por: i) la Economía Cultural y las Industrias Creativas, en cuya intersección se encuentran las Industrias Culturales Convencionales; y ii) las áreas de soporte para la creatividad.” (Buitrago & Duque, 2013, p. 40).

Desde una de las pocas perspectivas locales, Podestá & Hernández, (2012) proponen el término Empresas de Base Cultural y Creativa con base a un análisis de definiciones como las de la UNESCO o el *British Council*. Mencionan lo siguiente al respecto:

“...aquellas que involucran los siguientes elementos: (I) creatividad, (II) talento individual (III) propiedad intelectual (IV) naturaleza cultural (V) enfoque en la creación, producción y distribución de bienes y servicios, y (VI) búsqueda del bienestar y la generación de empleo y riqueza de quienes trabajan en ellas.” (Podestá & Hernández, 2012, p. 21)

Vale recordar que la propuesta conceptual solo tiene “homogeneizar la terminología y conservar una acotación semántica en torno a las empresas del sector”, pero no tiene una exploración profunda sobre su pertinencia. Las mismas autoras citan una clasificación del *British Council* en el año 2009 que se muestra en la tabla que se muestra a continuación.



*Ilustración 2: Categorización de las Industrias Creativas según British Council.*

Nº	INDUSTRIAS CREATIVAS	SUBCATEGORÍAS
1	Artes gráficas, editorial	Prensa, periódicos, revistas, libros, impresos, publicidad.
2	Audiovisuales	Música, radio, cine, video, televisión, nuevas tecnologías.
3	Artes escénicas	Enseñanza artística, teatro, festivales, conciertos, exposiciones.
4	Patrimonio	Archivos, museos, bibliotecas, arquitectura, turismo cultural, desarrollo urbano, medio ambiente.
5	Diseño	Diseño industrial, diseño gráfico, diseño de medios interactivos, diseño textil-moda, joyería, artesanías.

Fuente: Empresas De Base Cultural Y Creativa: Identificación y Clasificación de sus Factores Críticos de Desempeño. (Podestá & Hernández, 2012)

Por consiguiente, se puede deducir la existencia de una diversidad conceptual a la hora de referirnos a este sector que fundamentan su quehacer en la creatividad, en la producción estética o en el conocimiento y que no hay consensos dentro de la comunidad académica y cultural al respecto. En todo caso, esta discusión no necesariamente debe de tener una verdad absoluta y que por el contrario dicha riqueza es natural de un sector que constantemente se reconstruye, reflexiona y participa activamente de las discusiones en torno a su rol en la sociedad y en la economía.

En lo que sigue del texto, se hará uso de la propuesta conceptual de Cooke & Lazzarretti (2007), bajo el argumento de la diferencia estéticas y económicas que existen entre la economía cultural y las industrias creativas que fueron mencionadas párrafos arriba.

A continuación, se presenta una tabla donde se consolidan las diferentes definiciones y conceptos que se expusieron anteriormente.

Tabla 1: Resumen de definiciones de conceptos.

Concepto	Año	Institución / autor(es)	Definición o característica
<b>Industria Cultural</b>	1982	UNESCO	“...existe una industria cultural cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales y comerciales, es decir, en serie y aplicando una estrategia de tipo económico, en vez de perseguir una finalidad de desarrollo cultural.”
	2007	UNESCO	“...aquellas industrias que producen resultados artísticos y creativos tangibles o intangibles, y que tienen un potencial de creación de riqueza y generación de ingresos a través de la explotación de activos culturales y la producción de bienes y servicios basados en el conocimiento (tanto tradicionales como contemporáneos). Lo que tienen en común las industrias culturales es que todas utilizan la creatividad, el conocimiento cultural y la propiedad intelectual para producir productos y servicios con significado social y cultural.”
	2010	Comisión Europea	“Las «industrias culturales» son las que producen y distribuyen bienes o servicios que, en el momento en el que se están creando, se considera que tienen un atributo, uso o fin específico que incorpora o transmite expresiones culturales, con independencia del valor comercial que puedan tener.”
<b>Industria Creativa</b>	1998	DCMS	“...tienen su origen en la creatividad individual, la destreza y el talento y que tienen potencial de producir riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual”
	2008	UNCTAD	“Las "industrias creativas" pueden definirse como los ciclos de creación, producción y distribución de bienes y servicios que utilizan la creatividad y el capital intelectual como insumos principales. Comprenden un conjunto de actividades basadas en el conocimiento que producen bienes tangibles y servicios intelectuales o artísticos intangibles con contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado...”
	2010	Comisión Europea	“Las «industrias creativas» son aquéllas que utilizan la cultura como material y tienen una dimensión cultural, aunque su producción sea principalmente funcional. Entre ellas se incluyen la arquitectura y el diseño, que integran elementos creativos en procesos más amplios, así como subsectores tales como el diseño gráfico, el diseño de moda o la publicidad.”
<b>Economía Creativa</b>	2001	John Howkins	Más que una definición, presentó el concepto en su libro sobre la relación entre economía y creatividad.
	2008	UNCTAD	“...concepto en evolución basado en activos creativos que pueden generar crecimiento económico y desarrollo...”
<b>Economía Naranja</b>	2013	Buitrago y Duque	“Es el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. El universo naranja está compuesto por: i) la Economía Cultural y las Industrias Creativas, en cuya intersección se encuentran las Industrias Culturales Convencionales; y ii) las áreas de soporte para la creatividad.”

Fuente: Elaboración propia.

## **Clústeres y Distritos Creativos:**

### **El Auge Conceptual del Clúster Cultural o Creativo:**

Otro elemento que se suma al de transformación del sector creativo y cultural y su aproximación al concepto de industria para varias de sus actividades, es el anglicismo Clúster que se amplía a continuación y que se relaciona también con acciones institucionales que buscan generar una dinámica social y económica específica en torno a un territorio y enmarcado en actividades de orden cultural.

La amplia literatura producida en Europa y los Estados Unidos, después de los años 90, alrededor de la noción de clúster y de la tendencia de agrupamiento de las industrias creativas y culturales, deja entrever que son múltiples los factores que detonaron esta tendencia de desarrollo urbano, que aún hoy no encuentra un puerto semántico y que da pie a múltiples interpretaciones y conceptualizaciones. Sumado a lo anterior, al concepto de clúster, usado masivamente bajo la definición de (Porter, 1999, p. 53): “concentraciones geográficas de compañías e instituciones conectadas entre sí en un campo particular”, se añade la posibilidad de llamar a dichos agrupamientos distritos como será mostrado a continuación.

Vale la pena comenzar ampliando la perspectiva del concepto de clúster, ya que es este concepto el que fundamenta esta discusión. Se parte de la definición de Porter que permite clarificar el objetivo principal de este tipo de iniciativas, no obstante, como mencionan Bao & Blanco (2014), no es suficiente mencionar la proximidad geográfica o la conexión y vínculos que puedan existir entre las organizaciones concentradas, como las únicas dimensiones necesarias para entender de manera amplia la propuesta.

Rosenfeld (1997) quien inicialmente se preocupa por destrabar la ambigüedad que existe sobre el concepto propone ir más allá de la simple concentración o de la relación productiva de las organizaciones y preguntarse ¿cómo es que realmente funcionan estos territorios? En concordancia con la duda, el autor resalta la necesidad de que, adicional a las dimensiones ya expuestas, exista realmente una relación activa que permita un intercambio constante de servicios, bienes, conocimiento, tecnología, innovaciones, talento humano, entre otros recursos que dinamicen la actividad económica e intelectual del clúster. Al final, sin una relación de cualquier índole o “canales activos” de comunicación, la concentración geográfica no es productiva o útil per se.

Como cuenta este mismo autor, 26 expertos motivados por la ausencia de un método riguroso para analizar los clústeres y bajo la premisa de que los clústeres son sistemas productivos y sociales, propusieron la siguiente definición:

“Un clúster es una concentración geográfica de negocios interdependientes con canales activos para transacciones, diálogo y comunicación, y que colectivamente comparten oportunidades y desafíos comunes”.

González Redondo (2020), citando a Porter (1995, 1998), también amplía la mirada del concepto y menciona varios puntos a favor. En primer lugar, “la proximidad geográfica entre empresas e instituciones de un mismo sector económico genera intercambios que favorecen el crecimiento de toda la cadena, a través de las denominadas sinergias”. En segundo lugar, los clústeres se convierten en dinamizadores del desarrollo “en la medida en que generan actividad económica, que a su vez derrama en inversiones y empleo”. Y, en tercer lugar, destaca que, según este modelo, el rol que debe de ejercer el Estado en este tipo de iniciativas es el de facilitador, ya que es quien tiene las capacidades y herramientas para identificar y potencializar

las “ventajas competitivas” del territorio, propiciando un entorno de inversión y de negocios que atraiga al sector privado y así mejorar la productividad de las organizaciones concentradas.

### **Clúster + Cultura Y Creatividad**

Tras este marco del clúster desde una visión exclusivamente industrial, se pueden analizar otros factores y particularidades que son determinantes en la popularización de los clústeres de carácter creativo y cultural y de la variante de distrito.

Para empezar, es importante reconocer, que el agrupamiento de artistas, creativos y personas relacionadas, de algún u otro modo, con el sector cultural o creativo, no fue una novedad introducida en el siglo XX y que por lo contrario ha sido una tradición dentro del sector para minimizar las distancias habitacionales, sacar provecho de la innovación colaborativa<sup>1</sup>, del compartir de ideas e incluso del disfrute de las dinámicas sociales que se crean en torno a los territorios donde abundan los artistas y creadores. Es así como se conoce sobre los barrios bohemios en las grandes urbes en el siglo XIX que aún conservan estas tradiciones como los Montparnasse y Montmartre en París, la Calle Corrientes y el Barrio Palermo en Buenos Aires, El Raval en Barcelona y San Ignacio en Medellín, donde nacen movimientos como la contracultura<sup>2</sup> (Posso Jiménez, 2012) o el movimiento nadaísta, o los barrios que aglomeran museos o teatros en ciudades como Nueva York, Londres, Berlín o Viena. Sobre lo anterior, autores como Cooke & Lazzeretti (2007) hablan del “agrupamiento como una condición sine qua non tanto de la economía cultural como de la industria creativa” y Zarlenga et al. (2016), de la “consistencia empírica” que tienen los clústeres culturales.

---

<sup>1</sup> Concepto que se ampliará al momento de hablar de Innovación en esta parte del trabajo.

<sup>2</sup> La contracultura según Roszak citado por Dezcallar (1984) fue un movimiento social y cultural que propendió por un cambio de los valores tradicionales y el sistema de relaciones sociales y políticas fundamentadas en la tecnocracia.

Como se expuso en el apartado sobre Industrias Culturales y Creativas, a partir de los años 70, hay un estallido de conversaciones entre académicos, políticos, organizaciones multilaterales, en torno al rol fundamental, del arte, la cultura y la creatividad en los nuevos paradigmas de desarrollo económico y social. Dicho fenómeno, no se limita solo a conversaciones pasajeras, a discursos grandilocuentes o a papers reconocidos, sino que también se evidencia como una multiplicidad de gobiernos locales y nacionales e iniciativas privadas y comunitarias suscita un nuevo panorama para el desarrollo de políticas y proyectos de fortalecimiento de un ecosistema creativo y cultural<sup>3</sup> que sufría de precariedad económica y reputacional pero con incidencias fundamentales en el nuevo escenario urbano cultural (Zarlenga et al., 2016). Es así como las ciudades se convierten en los epicentros de la nueva revolución cultural y creativa. Marques & Richards (2014), mencionaron al respecto:

“Aunque las artes y la cultura han desempeñado un papel en la vida y el desarrollo de las ciudades durante siglos, sólo recientemente se ha estudiado el papel de la cultura y, en un sentido más amplio, de la creatividad en la vida y el desarrollo de la ciudad.”

---

<sup>3</sup> Se entenderá el concepto de ecosistema creativo y cultural bajo la propuesta realizada por Conrado Uribe (2020) de Conexiones Creativas quien lo define como un “sistemas compuestos por comunidades de organismos (agentes individuales y organizaciones o entidades) que habitan, trabajan e interactúan en los ámbitos de la creación y la cultura dentro de un determinado territorio y unidad de tiempo. Esos distintos organismos que componen los ecosistemas culturales y creativos basan sus prácticas en la actividad intelectual, la creatividad, el conocimiento y las experiencias, pilares fundamentales para la aportación de valores sociales, culturales, artísticos o cognitivos que favorecen entornos de crítica, participación e innovación ciudadana.”

Conexiones creativas es una corporación sin ánimo de lucro con base en Colombia que se define como un Think+Do Tank del Ecosistema Creativo en Iberoamérica que ha desarrollado importantes proyectos de fortalecimiento del tejido social y empresarial en torno a las Economía Creativa. Ellos han propuesto la consolidación de los ecosistemas como el medio para tener verdaderos Distritos Culturales y Creativos y allí reside la importancia de entender su definición. Una ampliación conceptual se podrá encontrar en el texto *¿Qué es un ecosistema creativo y cultural?* del cual se extrae la definición. “Sin ecosistema creativo no hay distrito creativo”

Zarlenga et al. (2016), hacen énfasis en tres cambios que tienen lugar en este nuevo escenario cultural y creativo (Landry y Bianchini, 1995; Scott, 2000; Boltanski y Chiapello, 2002). Primero, aluden a los cambios de paradigmas y el redireccionamiento de la política cultural a un modelo con enfoque en la “generación de valor cultural y a la regeneración urbana”. Segundo, el posicionamiento de la cultura como un sector pilar en el desarrollo de las ciudades en el nuevo contexto socioeconómico. Y por último, el impacto de las nuevas tendencias y formas organizativas en el ecosistema del arte en los “tipos de organización del mundo del trabajo”.

Las estrategias planificadas de clusterización cultural y creativas son resultado de este giro radical en el diseño e implementación de las nuevas políticas culturales y creativas de las ciudades. Se convierten, por ende, en el modelo por excelencia para usar las expresiones artísticas y las capacidades creativas para incidir positivamente en la transformación urbanística de los territorios donde se crean ecosistemas de creatividad (Mommaas, 2004). Cinti, 2007) en esta misma línea ve a los clústeres culturales y creativos como instrumentos reales de desarrollo, con implicaciones reales en materia económica, social y por supuesto cultural ya que se puede evidenciar un impacto directo en la manera en cómo se producen y se consume la cultura y su impacto en la calidad de vida.

Podemos adicionar a la anterior consideración que los clústeres creativos y culturales, representan una oportunidad para el sector, no solo para demostrar la capacidad transformadora, sino también para crear un entorno que permita a la economía creativa hacer uso de lo que Karlsson, (2010) llama la ventaja creativa, haciendo alusión a la ventaja competitiva de Porter. La ventaja creativa, se convierte en la capacidad de compartir conocimientos y recursos entre los múltiples actores del territorio para propiciar un ambiente donde haya una fuente rica de ideas.

Dichas ideas deben de tener la capacidad de producir contenido transformador e innovador que conecte e interactúe con las necesidades del público que valora la creatividad como un activo de la sociedad.

Retomando las posturas de Zarlenga et al. (2016), vale la pena hacer la reflexión de la diversidad de singularidades que se pueden hallar a la hora de caracterizar y entender los clústeres creativos a nivel global. Estos investigadores, gracias a su trabajo en pro de entender los fenómenos de agrupamiento en Barcelona, han concluido que hay una tendencia en la literatura relacionada con la temática, de poner la mirada bajo un “enfoque unidimensional” sobre los clústeres ya sea porque el análisis se fundamenta bajo la visión de las políticas públicas y la gestión cultural o bajo una lógica economicista donde lo verdaderamente relevante son las transacciones e intercambios entre los múltiples actores.

De otro lado, los autores consideran que por lo menos, en el caso de Barcelona, se pueden considerar 3 tipos de clústeres según el tipo de interacción social que predomina en el territorio:

- 1) el clúster como una organización de carácter burocrático donde las dinámicas se condicionan por la política cultural;
- 2) el clúster con orientación clara hacia el mercado y donde predominan intereses propios de los profesionales creativos y creadores con proyectos claros pero flexibles; y
- 3) los clústeres donde las dinámicas comunitarias prevalecen y donde sentirse parte del entorno se convierte más relevante que las relaciones formales (comerciales o no) que se puedan gestar.

Es de importancia dejar en claro, como lo dicen los mismos autores que esto es una consideración propia para un caso específico, y que por su generalidad podría ser usada en otras ciudades y territorios del mundo, pero que en ningún caso es concluyente. Se expone más adelante otras formas de clasificación propuestas también por Rius Ulldemolins & Zarlenga (2014) de manera ejemplificada en el estudio de casos.



Otro de los conceptos frecuentemente usados para referirse al agrupamiento de la economía cultural y las industrias creativas en un territorio es el de distrito. En especial el término ha sido utilizado en los Estados Unidos para referirse, como menciona Frost-Kumpf (1997), a una “zona de uso mixto de una ciudad, bien conocida y etiquetada, en la que una gran concentración de instalaciones culturales sirve de ancla de atracción” para la realización de otro tipo de actividades que agregan valor a los habitantes y visitantes.

Por su parte Santagata (2006) habla de dos condiciones mínimas que debe de haber para poder tener un distrito cultural: la concentración industrial o empresarial del sector y una idiosincrasia cultural. Adicionalmente, enlista una serie de condiciones características de distritos con modelos de crecimientos endógenos donde ya existían empresas aglomeradas y unas condiciones sociales y culturales: (i) la existencia de “comunidades cohesionadas en sus tradiciones culturales y en la acumulación de conocimientos técnicos y capital social (confianza y cooperación)”; (ii) “inclinación hacia los mercados internacionales”; (iii) un importante apoyo en materia de recursos económicos y humanos por parte de las entidades de carácter público; (iv) “una alta tasa de nacimiento de nuevas empresas, como resultado de la capacidad social y el aprendizaje interactivo”; entre otras.

Otros autores han desarrollado importantes análisis o metodologías evaluativas con relación a los Distritos Culturales que son importantes o interesantes de revisar. Lazzeretti (2008) desarrolló una metodología para evaluar los “proceso de estructuración del distrito cultural”; (Mercado Celis, A., 2016) realiza un análisis conceptual desde dos perspectivas: los estudios urbanos y la geografía económica; y Stern & Seifert (2007) presentan el Distrito Cultural Natural como un concepto tanto descriptivo como analítico.

La alta proliferación de distritos y clústeres en el mundo en contraste con el volumen bibliográfico de carácter internacional permite entender la gran riqueza tipológica de este tipo de fenómenos urbanos, la multiplicidad de formas de gobernanza, dinámicas económicas, estructuras de funcionamiento, beneficios tributarios e instrumentos de planeación que pueden tener (Alcaldía de Bogotá, 2019, p. 22). La discusión semántica queda abierta y valdría la pena hacer una revisión más profunda al respecto, pero no es el objeto de este trabajo.

*Ilustración 3: Distritos Creativos alrededor del mundo.*



Fuente: Guía práctica para la creación de Áreas de Desarrollo Naranja (Alcaldía de Bogotá, 2019).

Dentro del proceso de análisis de los distritos de esta investigación se hará una clasificación bajo dos tipos de distritos: inducidos y naturales (o también llamados espontáneos). La Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, (2019, p. 82) de la Alcaldía de Bogotá ha definido de manera clara estos dos tipos. Los distritos inducidos son aquellos que “resultan de políticas que tienen como finalidad la transformación de espacios no aprovechados o áreas deprimidas, en nuevos motores de desarrollo económico, social y cultural”. Por su parte los

naturales o espontáneos son definidos como las “aglomeraciones de actividades económicas asociadas a la economía cultural y creativa que surgen de manera natural”.

En este punto es importante aclarar que con relación a los distritos inducidos (i) no todos son iniciativa propia de una entidad pública y (ii) tampoco todos son iniciativas de recuperación de áreas deprimidas. Las anteriores características han sido algunas constantes a nivel internacional pero algunos ejemplos demuestran que no son las únicas posibilidades y que pueden existir distritos inducidos liderados por iniciativa de privados con apoyo estatal y que también hay distritos inducidos en zonas no deprimidas.

En este contexto se hace relevante hacer alusión a una iniciativa en Colombia sin precedentes en materia de fomento de la economía cultural y las industrias creativas: las Áreas de Desarrollo Naranja. Este proyecto liderado por el Ministerio de Cultura de Colombia pretende fomentar la delimitación de distritos creativos y culturales en todo el territorio nacional reconociendo las vocaciones y riquezas de cada uno de los territorios en materia de arte, cultura, patrimonio y creatividad. Como se menciona en la página web gubernamental relacionada con los procesos de Economía Naranja, “las ADN fortalecen y recuperan el tejido social y económico de los territorios basadas en principios sostenibles, generan empleo creativo y valor agregado, e integran la identidad, el patrimonio, la vocación y dinámicas culturales de las ciudades con otros ámbitos, sectores y mercados del municipio, la región, el país y el mundo.” (Ministerio de Cultura, n.d.)

Dicha iniciativa, que nace del interés particular del presidente de la república, Iván Duque, por el sector creativo, proponiendo y conceptualizando términos que han tomado fuerza como Economía Naranja, tienen fundamento normativo en el artículo 1790 de la Ley 1955 de 2019, Plan Nacional de Desarrollo 2018 – 2022 y en el decreto 697 del 2020. Este último

contempla todas las particularidades legales de las Áreas de Desarrollo Naranja y contempla los incentivos tributarios de carácter nacional a los cuales se puede acceder al ser parte de estos proyectos.

En síntesis, de todo este apartado, vale la pena citar a Hitters & Richards (2002, p. 234):

“En un ámbito urbano global cada vez más competitivo, la creatividad se está utilizando ampliamente como herramienta de desarrollo urbano y para crear una ventaja competitiva mediante el desarrollo de la innovación. Las industrias creativas tienen un papel crucial en este desarrollo, ya que muchas ciudades están desarrollando clúster o distritos culturales diseñados para estimular las actividades creativas y actuar como punta de lanza del desarrollo económico y físico. Sin embargo, garantizar que estas agrupaciones tengan el clima adecuado para que las nuevas empresas culturales puedan crecer es una tarea difícil. Por lo general, estos esfuerzos requieren una estrecha colaboración entre la amplia gama de actores que participan en la gestión de estos lugares, procedentes a menudo de los sectores privado, público y voluntario, público y del voluntariado.”

## **Gobernanza**

Los distritos creativos y culturales no son solo delimitaciones geográficas que se hacen sobre un territorio, sino también la sumatoria de las relaciones entre los actores que habitan dicho territorio, las dinámicas sociales, culturales y económicas, las políticas de planificación, los incentivos, entre otras características que hemos mencionado anteriormente. De manera particular, debido a la naturaleza de este trabajo, hay un interés por entender las dinámicas de relacionamiento entre los actores y las formas en las que se gobiernan los distritos a estudiar. Es por lo anterior que a continuación se presentará un contexto conceptual que permitirá entender de modo general las implicaciones y los tipos de gobernanza.

Los inminentes cambios que comenzó a traer consigo la globalización y la hegemonía de las sociedades neoliberales a partir de los años 70s y 80s, las transformaciones sociales y culturales, el desarrollo tecnológico, las crisis o volatilidades económicas y el auge de la participación política de la sociedad civil puso en la palestra pública de los años noventa la necesidad de amplificar la discusión que algunos círculos académicos, intelectuales, empresariales y políticos venían dando alrededor los estudios teóricos y empíricos de la gobernanza, un par de lustros atrás. Tal como mencionan Peters & Pierre (2005), la gobernanza se convirtió en un reclamo político y se acogió la idea de repensar las capacidades del Estado, así como las formas de relacionamiento entre el Estado y la sociedad.

En este sentido Peters & Pierre, destacan de manera más precisa 8 elementos por medio de los cuales se puede dar una explicación al interés especial por la gobernanza en la última década del siglo XX: la crisis financiera del estado, el cambio ideológico hacia el mercado, la globalización, el presunto “fracaso” del estado, la aparición de la Nueva Gestión Pública (New Public Management – NPM), el cambio social y las complejidades crecientes, las nuevas fuentes de gobernanza y por último el legado de la rendición de cuentas como un mecanismo de interlocución.

Por su parte Ansell & Torfing (2016), deciden enfatizar en dos razones por las cuales, el concepto de gobernanza goza de semejante popularidad dentro de las ciencias sociales. En primer lugar, el claro debilitamiento de la visión centralista del poder del estado y, en segundo lugar, el involucramiento de la sociedad civil y del sector privado como actores fundamentales, que juegan un rol activo en la formulación e implementación de las políticas públicas.

La pluralidad, la complejidad y el dinamismo del mundo globalizado, exigía entonces una visión más amplia del gobierno. Dejaba a un lado los modelos altamente jerarquizados, poco

participativos y excesivamente centralistas y les daba paso a nuevas formas de gobierno caracterizadas por el cooperativismo y la reducción de la jerarquización en el proceso de toma de decisiones (Cerrillo i Martínez, 2005).

Cabe aclarar, que al ser la gobernanza una manera de comprender los nuevos paradigmas estructurales del gobierno no pretende unificar la mirada, sino que, por el contrario, la materialización de la gobernanza es diversa y la producción teórica de la misma tienen múltiples matices y corrientes. De allí que encontremos el concepto de gobernanza acompañado, en la gran mayoría de situaciones con un sufijo calificativo que legitima el uso del concepto al contexto deseado (Ansell & Torfing, 2016), tales como *buena gobernanza*, *gobernanza urbana*, *gobernanza corporativa*, *gobernanza global*, entre muchos otros.

### **Las Diversas Miradas de la Gobernanza**

Se menciona a modo de ilustración algunas conceptualizaciones teóricas que nos ayudarán a dilucidar diferentes significados y enfoques de la gobernanza.

Kaufmann et al. (1999), en un texto escrito para el Banco Mundial, que tenía como fin ampliar las perspectivas de las consecuencias de la gobernanza para el desarrollo, definen “la gobernanza en sentido amplio como las tradiciones e instituciones por las que se ejerce la autoridad en un país”. Para esto es necesario tener en cuenta tres elementos: 1) “el proceso por el cual los gobiernos son seleccionados, monitoreados y reemplazados, 2) la capacidad de los gobiernos para formular e implementar efectivamente políticas sólidas, y 3) el respeto de los ciudadanos y el estado por las instituciones que gobiernan la interacción económica y social entre ellos”.

Jessop (1998, p. 3) define la gobernanza como una manifestación de relaciones “heterárquicas” (traducción no oficial del término “heterarchy”), es decir relaciones que no suponen un orden jerárquico estricto y que responden a reflexiones auto organizativas. Este método de categorizar o definir la gobernanza tiene en cuenta tres formas organizativas: interpersonales, interorganizacionales e intersistémicas. No obstante, el autor aclara, que el término por sí solo se haya limitado al segundo nivel (inter-organizacionales) al ser la gobernanza “un modo de conducta de instituciones u organizaciones específicas con múltiples stakeholders”.

De otro lado, Cerrillo i Martínez (2005), habla de la gobernanza en términos cooperativos y menciona que es “una forma de gobernar en la que las instituciones públicas y las no públicas, actores públicos y privados, participan y cooperan en la formulación y aplicación de la política y las políticas públicas.”

Vale la pena mencionar la gobernanza urbana como uno de esos conceptos que enmarcan a la gobernanza en un contexto específico, al tener, los distritos creativos, una connotación exclusivamente ciudadina. Para Aguilar Villanueva, (2006) la gobernanza urbana, “constituye una aplicación del enfoque genérico de la gobernanza, pero circunscrito al estudio de las políticas públicas”. Es decir, el entramado de relaciones que se tejen entre los diversos actores que participan en el diseño y aplicación de una política pública para el caso de las ciudades. Por su parte (Avis, 2016) hace referencia a la gobernanza urbana como esa serie de decisiones que se toman conjuntamente, en cuanto planificación, finanzas y funcionamiento de las áreas urbanas por parte de los gobiernos (locales, regionales o nacionales) y los diferentes actores estratégicos. Añade que dicho modelo de gobernanza implica un continuo proceso de negociación “sobre la asignación de recursos sociales y materiales y del poder político.”

Queda claro que la gobernanza es una denominación semántica a las distintas formas de relacionamiento que pueden existir entre actores públicos, privados y sociales que tienen una cierta incidencia en un territorio y que trabajan para alcanzar unos objetivos específicos.

Ahora, en términos investigativos, el presente trabajo usará la clasificación *top – down* y *bottom – up* para categorizar los distritos ya que son enfoques de implementación evidenciables y justificables a luz de la realidad de la gobernanza y trascienden los modelos teóricos tal como se evidenciará en más adelante.

Con relación a lo anterior, Easterly (2008) en un artículo cuya intención es la categorización institucional bajo estos dos modelos de gobernanza, define las instituciones “*top – down*” a aquellas cuyas normas son dictadas por líderes políticos, mientras que las “*bottom - up*” a aquellas instituciones que tienen un carácter espontáneo y que surgen de las normas sociales, las tradiciones, las costumbres y las creencias de los individuos de la sociedad y cuyas normas escritas son un simple formalismo de lo que ya es un supuesto.

Dicha clasificación, es usada también y con frecuencia en la literatura para referirse a modelos de implementación de políticas públicas. Ossa Oliveros & Eslava (2016), se refieren al modelo *top – down* para hablar de verticalidad en la toma de decisiones y la carencia de participación de actores sociales y comunitarios. Por el contrario, los modelos los modelos *bottom – up* cuentan con un alto nivel de participación y democracia a la hora de la toma de decisiones de “carácter político”.



## **Innovación**

Por último, en este marco conceptual haremos alusión a la innovación como una de las variables de análisis que usaremos en todo el trabajo de investigación. La innovación se ha convertido en un elemento fundamental para el desarrollo territorial, entendiendo que las empresas e instituciones solo podrán crear ventajas competitivas y valores agregados. La innovación y el conocimiento se convierten en las herramientas esenciales para lograr la competitividad y la adaptabilidad en un mundo cada vez más complejo, exigente y cambiante. (Vicario Martínez & Rodríguez Álvarez, 2005)

Para hablar de innovación es importante comenzar mencionando a Joseph Schumpeter y sus trabajos que fueron determinantes para la consolidación de las teorías de la innovación. Este economista austriaco, propuso el término “destrucción creativa” por medio del cual, la introducción de nuevas tecnologías sustituye a las antiguas y dinamizan el desarrollo económico. Este proceso dinámico es lo que conocemos como innovación (OECD & Eurostat, 2007). No obstante, la innovación, debido a su reciente popularidad, ha tomado infinidad de aproximaciones que complejizan su definición.

El reconocido Manual de Oslo, documento formulado por la OCDE para la recolección e interpretación de datos alrededor de la innovación propone en su cuarta edición la siguiente definición que es usada con frecuencia como referente:

“Una innovación es un producto o proceso nuevo o mejorado (o una combinación de ellos) que difiere significativamente de los productos o procesos anteriores de la unidad y que ha sido puesto a disposición de los usuarios potenciales (producto) o puesto en uso por la unidad (proceso).”

(OECD/Eurostat, 2018, p. 20)

Otras definiciones de innovación se pueden encontrar en textos como el de Kogabayev & Maziliauskas (2017), Taylor (2017) o J. Sánchez & Carlos, (2011) donde se recopilan múltiples visiones de un término que difícilmente encontrará un significado único y que responderá a los intereses académicos, económicos y sociales particulares de los investigadores e instituciones que hablen al respecto. Se pueden destacar las siguientes definiciones de la revisión bibliográfica:

"La innovación consiste en la generación de una nueva idea y su puesta en práctica en un nuevo producto, proceso o servicio, que conduce al crecimiento dinámico de la economía nacional y al aumento del empleo, así como a la creación de beneficios puros para la empresa innovadora. La innovación nunca es un fenómeno puntual, sino un proceso largo y acumulativo de un gran número de procesos de toma de decisiones organizativas, que van desde la fase de generación de una nueva idea hasta su fase de implementación." (Urabe, 1988 en Kogabayev & Maziliauskas, 2017, p. 60).

"...la capacidad de generar e incorporar conocimientos para dar respuestas creativas a los problemas del presente..." (Méndez, 2002, p. 64).

En un comienzo, el concepto de innovación se usó para poder realizar un análisis a las actividades de la industria manufacturera. No obstante, posterior a la consolidación de la tercera revolución industrial y del fortalecimiento del sector de los servicios en la actividad económica y en la generación de empleos (González & Borello, 2013) y los nuevos retos sociales reflejados en el crecimiento de la desigualdad económica y la pobreza en Latinoamérica en las últimas dos décadas del siglo XX, se hizo necesario ampliar la mirada y romper paradigmas sobre la innovación como un acto de exclusividad empresarial.

Aportes como los realizados por Paul Engel, le dan un nuevo rumbo a la concepción clásica de la innovación como una invención o un acontecimiento y se reconoce el hecho de que

para lograr proyectos reales de innovación se deben consolidar procesos sociales que en últimas dan como resultado dicha invención, ya sea un bien o un servicio (Rodríguez & Alvarado, 2008).

El autor menciona lo siguiente:

“...la capacidad de innovar ya no puede considerarse como una destreza individual, ni tampoco como la suma de una serie de aptitudes individuales: debe tomarse como una *competencia social* compartida por los actores sociales que forman parte de una cantidad, quizás extensa, de prácticas relevantes” (Engel, 1997 citado por Rodríguez & Alvarado, 2008, pp. 25–31)

Se considera entonces, la innovación como un concepto dinámico y adaptable a los entornos, necesidades y problemáticas, ya no solo exclusivas de la productividad empresarial sino también que es aplicable en diversidad de sectores como el social y el público. Es así como surge la posibilidad de caracterizar la innovación y ya no solo hablar de un concepto holístico sino de los diferentes tipos de innovación.

### **Las Diferentes Facetas De La Innovación**

Desde un comienzo Joseph Schumpeter introdujo a su definición de innovación dos clasificaciones básicas: radicales e incrementales. Las innovaciones radicales son todas aquellas por medio de las cuales los empresarios innovadores, creía Schumpeter, introducen los grandes cambios del mundo y promueven el desarrollo económico. Por otro lado, están las innovaciones progresivas o incrementales que alimentan continuamente el proceso del cambio pero que “no explican las transformaciones sociales”. (Montoya Suárez, 2004).

Por su parte, el ya mencionado Manual de Oslo, con el fin de reducir la ambigüedad de la definición general de innovación, tras una revisión de las anteriores ediciones donde incluían

hasta cuatro tipos la guía del año 2018 destaca solo dos tipos de innovación que pueden ser usadas en la innovación empresarial u organizacional (OECD/Eurostat, 2018):

- **Innovación de producto:** *“es un bien o servicio nuevo o mejorado que difiere significativamente de los bienes o servicios anteriores de la empresa y que se ha introducido en el mercado.”* Como bien su definición lo dice, existen dos categorías para la innovación de productos: bienes o servicios. La diferencia, aunque parezca simple, es importante las implicaciones en materia de I+D, posicionamiento en el mercado y generación de ventas. (OECD/Eurostat, 2018, pp. 70–72)
- **Innovación de proceso de negocio:** *“es un proceso de negocio nuevo o mejorado que difiere significativamente de los procesos anteriores de la compañía y que ha sido puesto en uso por la empresa.”* En este tipo de innovación se tienen en cuenta todas las áreas implicadas en el modelo de negocio que pueden ser susceptibles de mejora o cambio con el fin de generar un beneficio para la empresa u organización. El Manual, categoriza 6 áreas donde es posible que se realicen procesos de innovación: core del negocio (quien produce el bien o servicio), distribución y logística, marketing y ventas, Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, administración y gerencia y desarrollo de productos. (OECD/Eurostat, 2018, pp. 72–74)

A pesar de que nuevamente, estas tipologías de innovación están pensadas desde una perspectiva empresarial con importantes influencias del sector de manufactura y tecnología, es posible adaptar los conceptos al sector creativo y cultural, entendiendo que, a pesar del valor

social, identitario y cultural de la economía cultural y las industrias creativas, ellas también tienen el deber de agregar valor económico a la sociedad. La destrucción creativa está latente y a la espera de aquellos quienes supongan que no es necesario hablar de innovación en la creación de bienes y servicios culturales, artísticos y creativos. Solo la creatividad que caracteriza al sector no será suficiente para la producción de plusvalía económica y social.

Por otro lado, entrado el siglo XXI y con la necesidad de poner en entredicho las herramientas usadas hasta la fecha para combatir los grandes problemas sociales y medioambientales que dejó el siglo XX, organizaciones no gubernamentales, fundaciones y gobiernos apoyados por la academia comenzaron a usar el término de innovación social, reiterando la idea de que “la innovación, además de ser un fenómeno económico, es también un fenómeno social complejo” (López Isaza, 2014, p. 155). Como mencionan Murray et al. (2010, p. 3) al preguntarse ¿Por qué la innovación social se ha puesto en el centro del debate?: “La razón principal es que a las estructuras y políticas existentes les ha resultado imposible resolver algunos de los problemas más acuciantes de nuestro tiempo, como el cambio climático, la epidemia mundial de enfermedades crónicas y el aumento de las desigualdades.”

A modo general, se podría decir que la *innovación social* son aquellos procesos y resultados obtenidos de la búsqueda persistente de transformar las realidades de las comunidades y de los territorios a través de mecanismos y metodologías disruptivos que ponen en entredicho las formas tradicionales de intervención social, aceptando y reconociendo las diversas realidades de los entornos de intervención.

Definiciones y análisis conceptuales es posible encontrarlos en textos como los de Rüede & Lurtz (2012) o López Isaza (2014), quienes han hecho mapeos bibliográficos importantes al respecto del origen y definición del término.

Específicamente en Latinoamérica, la innovación social se ha convertido en un importante motor de cambio al punto de que importantes organizaciones como la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) o el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) constantemente apoyan y promueven proyectos a lo largo y ancho del territorio y se han preocupado por documentar y mapear esas experiencias de alto impacto. Textos como los de Rodríguez & Alvarado (2008) publicado por la CEPAL o Villa & Melo (2015) publicado por el BID son gran ejemplo de la relevancia de la innovación social para el desarrollo en la región. Se presentan dos definiciones que pueden ampliar la visión ya presentada:

“La innovación social se considera un mecanismo para buscar y desarrollar soluciones novedosas a los problemas sociales y principalmente la reducción de la pobreza y el mejoramiento de las condiciones de vida de la población.” (Villa & Melo, 2015, p. 4)

“Las innovaciones sociales son nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que satisfacen simultáneamente las necesidades sociales y crean nuevas relaciones o colaboraciones sociales. En otras palabras, son innovaciones que son a la vez buenas para la sociedad y mejoran la capacidad de acción de la misma.” (Murray et al., 2010, p. 3)

La única aproximación explícita que se pudo evidenciar en la revisión bibliográfica de la relación entre innovación y las industrias creativas ha sido la realizada por Stoneman que, bajo el respaldo de Fondo Nacional para la Ciencia, la Tecnología y las Artes (NESTA por sus siglas en inglés) del Reino Unido, produce el primer trabajo investigativo riguroso dedicado a la innovación en las industrias creativas. Stonemann propone el término *Soft Innovation* (traducida como *innovación blanda*) para describir el impacto estético e intelectual producido por la innovación en el sector cultural o creativo. NESTA define la innovación blanda de la siguiente manera:

"La innovación blanda es la innovación en bienes y servicios que repercute principalmente en la percepción sensorial, el atractivo estético o el atractivo intelectual más que en el rendimiento funcional". (NESTA, 2009)

A pesar de que el término acuñado para la relación da la sensación de ser despectivo, las perspectivas sensoriales producidas por economía cultural y las industrias creativas son fundamentales en la generación de valor económico y cada vez más se vuelven atractivas para las estrategias de mercadeo y el sector industrial (NESTA, 2009). Otra visión diferente de esta innovación blanda puede ser acuñada a las conceptualizaciones modernas que se realizan en las artes escénicas como la ópera o el teatro, donde los cambios estéticos de los productos visuales bajo los libretos clásicos y la música original pueden cambiar por completo la experiencia de consumo artístico abriendo la puerta a infinidad de interpretaciones estéticas y nuevos públicos a pesar de las constantes críticas de los puristas.

Otros dos tipos de innovación a los cuales se hará referencia en este texto es el de *innovación abierta* e *innovación colaborativa*. Como mencionan Mejía-Villa et al. (2017), innovación hasta hace unos pocos años era un proceso puertas adentro en las organizaciones y se consideraba como un activo propio y exclusivo de la empresa para su beneficio individual. Al momento de reconocer que la innovación es también un proceso social, como ya mencionamos en líneas anteriores, y de la normalización de los entornos cambiantes también dio se abrió la puerta a que se acuñara el término de innovación abierta por parte del reconocido profesor Henry Chesbrough en el 2003. Álvarez-Aros & Bernal-Torres, (2017, p. 66) citando a Chesbrough definen este tipo de innovación como “un modelo mediante el cual las empresas pueden hacer

uso intensivo de conocimiento tanto interno como externo, con el objetivo de potenciar y acelerar su innovación interna y expandir los mercados para el uso externo de la innovación”.

Dicho de otro modo, la innovación abierta es la oportunidad de resolver problemas a partir del reconocimiento y la suma de las capacidades institucionales y/o humanas de las partes internas de una organización o proyecto y los actores externos que puedan influir positivamente con sus recursos intelectuales y técnicos, fomentando la cooperación y haciendo uso de las oportunidades del mercado. Reiterando el origen empresarial, el concepto ha trascendido esta barrera y cada vez más vemos como organizaciones públicas y sociales han desarrollado laboratorios e iniciativas de innovación abierta para la resolución de problemas sociales y públicos fomentando la colaboración entre las entidades privadas, el emprendimiento, el sector público y la academia.

La innovación colaborativa por su parte es un tipo de innovación abierta que lo que pretende es crear innovaciones conjuntas por medio de plataformas comunes de ideación, reflexión y compartir conocimiento técnico. Mejía-Villa et al., (2017) hacen un importante contexto conceptual donde destacan que la innovación colaborativa se caracteriza por crear modelos donde la innovación se presenta en (i) escenarios de intereses y objetivos comunes, no bajo problemáticas o retos individuales a los cuales se unen otros agentes; (ii) donde los conocimientos y recursos se ponen a disposición de manera equitativa y complementaria y (iii) donde priman los acuerdos y la confianza entre actores que a la larga puede traer beneficios colectivos. Menciona también que la innovación colaborativa es una herramienta que no riñe con la innovación interna en las organizaciones si no que por el contrario nutre la capacidad creativa y amplia las posibilidades de introducir al mercado innovaciones creadas internamente.



Este último tipo de innovación en especial será relevante al hablar de distritos culturales y creativos ya que son escenarios que se presentan casi de manera natural y que ayudan a fortalecer el ecosistema creativo necesario para el éxito de este tipo de proyectos. El trabajo realizado por Conexiones Creativas en destacar la importancia de la polinización cruzada (término acuñado por ellos y relativo a la innovación colaborativa) en la consolidación de los ecosistemas y distritos ha sido de especial relevancia en Colombia y en Medellín ya que ha hecho que los actores involucrados en los proyectos pongan la mirada sobre este tipo de innovación.

En resumen y para finalizar, se puede decir que la innovación se ha vuelto inherente a la evolución de los bienes y servicios producidos por el sector y a la necesidad de adaptarse a las nuevas dinámicas económicas, sociales, culturales y ambientales del siglo XXI. Es claro a que han sido pocas las aproximaciones académicas que la relacionan con la economía cultural y las industrias creativa y que la terminología clásica de la innovación ha sido pensada para la industria manufacturera con unas cuantas adaptaciones al sector servicios, pero esto no puede seguir siendo una excusa para que las políticas públicas y las instituciones y organizaciones no se pongan al frente de la discusión y se permitan ampliar la mirada de la necesidad de hablar de innovación y cómo es posible adaptar la terminología a las dinámicas propias de la cultura, el arte y la creatividad.

## Diseño Metodológico

El enfoque cualitativo se orienta a “comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos, desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto.” (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 364). Es así que el presente trabajo se puede enmarcar en este enfoque investigativo, ya que se pretende realizar un estudio comprensivo sobre los antecedentes, contexto y naturaleza de los territorios que hoy consideramos Distritos Creativos en la ciudad, la manera en que se relacionan los múltiples actores que convergen en estos territorios, las estructuras de poder o de jerarquización en la toma de decisiones y por último el abordaje de la innovación desde la experiencia vivencial de los múltiples organismos (personas u organizaciones) que habitan y conviven en estos territorios.

En este sentido, la investigación tendrá un fundamento fenomenológico, desde el enfoque interpretativo en el sentido que trataremos de enfocarnos en la cosa misma, tal y como se presenta y no la hipótesis de lo que podría ser, ya que nos permite adentrarnos en los fundamentos de cómo se entienden, se gobiernan y se gestiona la innovación en los Distritos Creativos de la ciudad - región (Beltrán Virgúez et al., 2015).

En la categorización de los 5 movimientos filosóficos más importantes en la investigación cualitativa, Saunders et al., (2016, p. 140) se refiere a la investigación interpretativa como aquella que tiene como propósito “crear nuevas y más ricas comprensiones e interpretaciones de los mundos y contextos sociales”. El interpretativismo, per se, cuenta con una serie de corrientes que abordan la investigación desde múltiples visiones. La fenomenología, al igual que la hermenéutica o la interacción simbólica son algunas de ellas. Para esta ocasión, será de interés la corriente fenomenológica como ya mencionamos. El mismo autor menciona al

respecto: “estudia la existencia, se centra en la experiencia vivida por los participantes, es decir, en sus recuerdos e interpretaciones de esas experiencias.”

Fuster Guillen (2019, p. 4), menciona en su texto *Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico*, que la reducción fenomenológica “se centra en percibir y describir las peculiaridades de la experiencia de la conciencia y comprender de modo sistemático como este mundo subjetivo está constituido.” Añade, que no es suficiente la comprensión del fenómeno y que por consiguiente es necesario una interpretación crítico - analítica para entender sus particularidades y características de cara a los fundamentos o proposiciones teóricas presentadas. Bajo esta premisa, el trabajo no solo se preocupará por presentar los fenómenos particulares de los distritos si no que será posible realizar algunos juicios de valor y análisis críticos con relación a las posturas del autor y a las posturas teóricas de referencia.

Por su parte Hernández Sampieri et al. (2010, p. 515), citando autores como Creswell (1998), Álvarez-Gayou (2003) y Mertens (2005) describe los diseños fenomenológicos como aquellos que cumplen las siguientes características:

- “Se pretende describir y entender los fenómenos desde el punto de vista de cada participante y desde la perspectiva construida colectivamente.
- El análisis de discursos y temas específicos, así como en la búsqueda de sus posibles significados.
- El investigador confía en la intuición, imaginación y en las estructuras universales para lograr aprehender la experiencia de los participantes.
- Contexto de las experiencias en términos de su temporalidad (tiempo en que sucedieron), espacio (lugar en el cual ocurrieron), corporalidad (las personas físicas

que la vivieron) y el contexto relacional (los lazos que se generaron durante las experiencias).

- Las entrevistas, grupos de enfoque, recolección de documentos y materiales e historias de vida se dirigen a encontrar temas sobre experiencias cotidianas y excepcionales.
- Se obtiene información de las personas que han experimentado el fenómeno que se estudia.”

Al ser esta temática poco explorada en nuestra ciudad y país y por ende carecer de documentación amplia al respecto de las dinámicas los distritos creativos locales, sus lógicas, su estructura, los determinantes de su desarrollo, lleva a que el acercamiento a la investigación use el razonamiento inductivo que faculte la presentación de unas conclusiones finales. Así es que, la recolección de la información primaria de esta investigación se realizó por medio de entrevistas estructuradas y semiestructuradas aplicadas entre una selección de organizaciones y sus representantes que juegan múltiples roles dentro de los distritos y que justamente permitían recoger sus visiones de dichos proyectos. En otras palabras, facilitaba la exploración vivencial y experiencial de los actores involucrados desde diferentes perspectivas.

Las entrevistas se realizaron, en su mayor medida por medio de herramientas digitales que facilitaron los encuentros y algunas de manera presencial que además permitieron conectarse, con la experiencia del distrito y sus particularidades.

Adicionalmente se recurrió al contenido especializado que los distritos han puesto a disposición del público como podcast o reportajes y también se tuvo la oportunidad de asistir al Encuentro de Distritos Creativos y Culturales América-Europa realizado por Conexiones Creativas, que tuvo un espacio dedicado exclusivamente a San Ignacio.

A continuación, se presenta una tabla con la caracterización de las personas con quien se tuvo la oportunidad de interactuar o escuchar a través de los encuentros y entrevistas que se pudieron realizar y presenciar durante este proceso de investigación.

*Tabla 2: Personas entrevistadas o escuchadas para el proceso de investigación*

Nombre	Cargo	Institución	Distrito
<b>Sergio Restrepo</b>	Gerente Claustro Comfama	Comfama	San Ignacio
<b>Gisela Posada</b>	Líder del Programa Cultura Centro	Universidad de Antioquia	San Ignacio
<b>Julián Mazo</b>	Profesional Especializado	Proantioquia	San Ignacio
<b>Juan Carlos Sánchez</b>	Director General	Teatro Pablo Tobón Uribe	San Ignacio
<b>Catalina Murillo</b>	Actriz y Gerente	Pequeño Teatro	San Ignacio
<b>Hernando Gómez</b>	Director	Distrito San Ignacio	San Ignacio
<b>María José Gómez</b>	Responsable bodega/Comfama	Comfama	Perpetuo Socorro
<b>Iván Rendón</b>	Gerente de Portafolio Habilitar	Comfama	Perpetuo Socorro
<b>Hugo Ripoll</b>	Coordinador	Hub de Innovación - SENA	Perpetuo Socorro
<b>Erika Jaramillo</b>	Directora	Corporación Perpetuo Socorro	Perpetuo Socorro
<b>Cristian Raigosa</b>	Co – Fundador	La Fábrica MDE	Perpetuo Socorro
<b>Verónica Muriel</b>	Secretaria de Cultura	Alcaldía de Envigado	Valle de la Innovación
<b>Gabriel Londoño</b>	Secretario de Desarrollo Económico	Alcaldía de Envigado	Valle de la Innovación
<b>Sara Peláez</b>	Analista Agenda Cultural	Parque Cultural y Ambiental OtraParte	Valle de la Innovación
<b>Juan Carlos Posada</b>	Gerente Administrativo y Financiero	Casa Museo OtraParte	Valle de la Innovación
<b>John Fabio Valderrama</b>	Historiador y Gestor Cultural	Independiente	Valle de la Innovación
<b>Conrado Uribe</b>	Director de Contenidos	Conexiones Creativas	General
<b>Paola Mejía</b>	Responsable de Empleo, Emprendimiento y Desarrollo Empresarial	Comfama	General
<b>Álvaro Narváez</b>	Secretario de Cultura Ciudadana	Alcaldía de Medellín	General
<b>Mónica Ramírez</b>	Directora	CoCrea	General

Fuente: Elaboración propia.

La información de contexto sobre los distritos e información extra que permitirá entender el territorio se extrajo de fuentes institucionales, documentos públicos digitalizados tales como planes, decretos y políticas y otra bibliografía de carácter histórico, económico, antropológico o sociológico.

## Estudios De Caso

En el presente apartado, revisaremos dos casos internacionales de referencia que han sido de utilidad a la hora de ampliar la perspectiva con respecto a la pertinencia de entender cómo se vienen configurando diferentes distritos creativos en el Área Metropolitana del Valle de Aburrá y su respectiva categorización a pesar del corto tiempo que realmente llevan como proyectos de ciudad.

En este orden de ideas, se han tomado como referentes 2 ciudades que años atrás han venido consolidando iniciativas importantes para el posicionamiento de lo que, para efectos prácticos, llamaremos distritos creativos: Buenos Aires, Argentina y Barcelona, España.

Los distintos distritos delimitados en ambas urbes han transformado las dinámicas sociales y económicas, no solo de los territorios donde los diferentes proyectos se han adelantado si no de las ciudades por completo, incluso con repercusiones a nivel teórico internacionalmente gracias al relativo alto volumen de literatura producida alrededor de ambos casos, que ha permitido revisar diferentes perspectivas de lo que puede significar el fomento de este tipo de proyectos de renovación urbana, social y económica.

Para ambos casos, se hizo una revisión de literatura que permitiera poner el foco en los 3 elementos que serán usados para la investigación: tipología, gobernanza e innovación, de tal forma que se pueda hacer un paralelo entre los casos a mencionar y nuestro hallazgo y que también sirviera como punto de partida para la revisión puntual de la información objetivo para los casos propios.

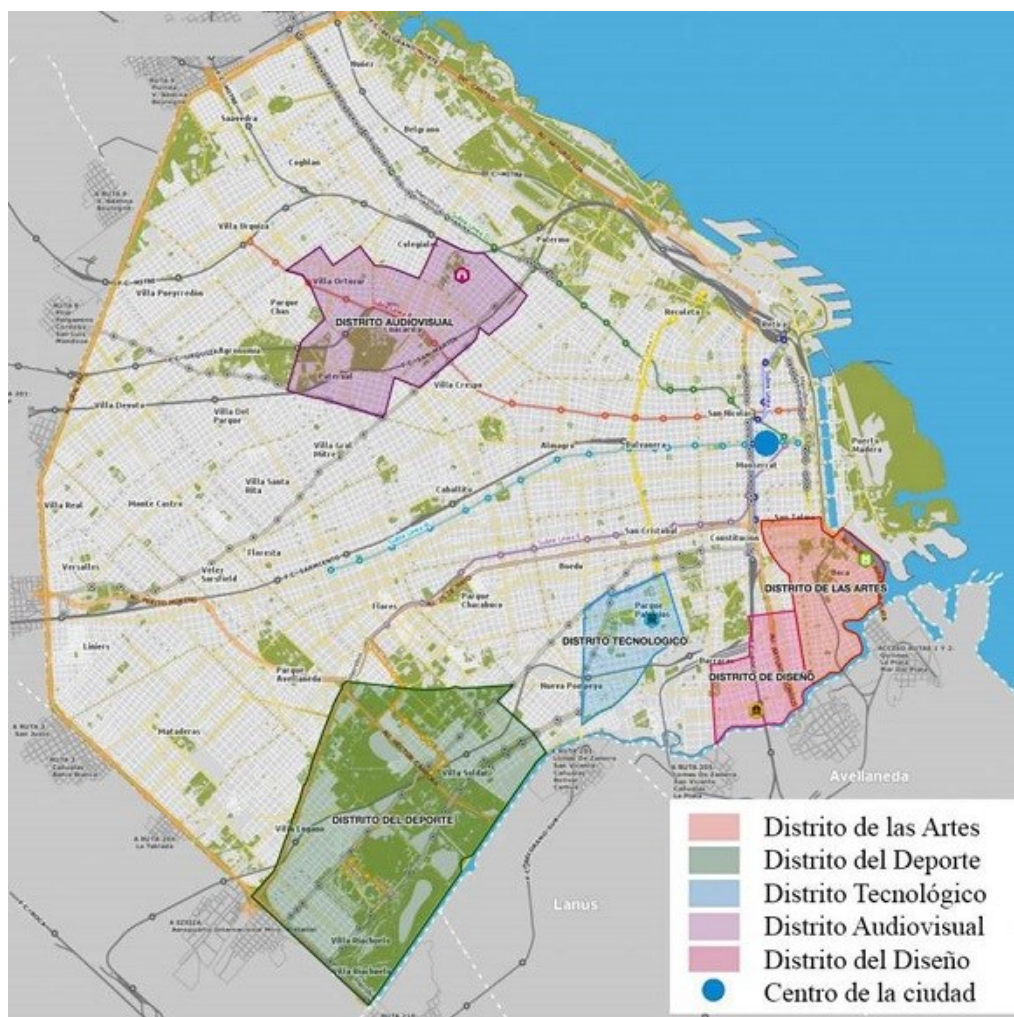
## **Buenos Aires – Distrito De Las Artes**

Los orígenes del proyecto de consolidación de distritos en la ciudad de Buenos Aires, Argentina, se remontan al año 2008, bajo el mandato de Mauricio Macri como jefe de gobierno de la capital del país, cuando se proyecta en la ciudad una estructura burocrática encargada de promover y consolidar una política pública para la reunión de organizaciones pertenecientes a un mismo sector económico en un determinado territorio. Estos territorios se denominaron Distritos Económicos, haciendo alusión al valor, predominantemente económico, de la conjunción de empresas e instituciones bajo el modelo de clúster, que ya se definió con antelación. (González Redondo, 2020)

La creación de esta estructura burocrática, como menciona (Avogadro, 2019, p. 12), hace que el “modelo de Buenos Aires parta de una modalidad de intervención pública en la que el Estado actúa como facilitador del mercado, otorgando beneficios económicos a los inversores interesados en radicarse en los nuevos distritos.”

La ciudad, a la fecha, cuenta con cinco distritos económicos consolidados: deportes, artes, diseño, audiovisual y tecnológico. A pesar de que todos podrían responder en mayor o menor medida a la denominación de Distrito Creativo y que las particularidades hacen de cada uno de ellos un caso de estudio, para esta ocasión haremos énfasis en el Distrito de las Artes, ya que, en primer lugar, la literatura encontrada y en su efecto usada hace énfasis en este territorio en específico y, en segundo lugar, responde a las necesidades del estudio de caso propio para el análisis comparativo. Se hará una excepción al momento del análisis de innovación ya que la literatura ha hecho énfasis en los Distritos Tecnológico y Audiovisual a la hora de hacer los análisis o comentarios correspondientes.

Ilustración 4: Mapa de los Distritos Económicos de la ciudad de Buenos Aires.



Fuente: Economías creativas y renovación urbana. Nuevos usos y usuarios en Parque Patricios, Buenos Aires.  
(Lerena & Orozco, 2020)

El Distrito de las Artes de Buenos Aires, se encuentra localizado en los tradicionales barrios San Telmo y La Boca al sur de la ciudad, reconocidas por su valor histórico y emblemático y por el asentamiento de prácticas culturales y artísticas de gran valor patrimonial para la ciudad. El distrito cuenta con aproximadamente 300 hectáreas de extensión y busca promover “la creación, producción, gestión, comercialización y difusión de obras artísticas vinculadas a las artes visuales, musicales, literarias y escénicas.” (Thomasz, 2016, p. 149)



## Tipología

Aunque en el barrio La Boca ha existido una vocación artística popular surgida de las iniciativas de artistas como Benito Quinquela (1890 – 1977), entre otros, con instituciones culturales tradicionales y con un circuito turístico reconocido en la ciudad por la coexistencia de comunidades artísticas independientes y una clase media pujante y combativa (Thomasz, 2016), diversos autores Carmona, (2017), González Redondo (2020), Thomasz, (2016) han reseñado lo que fue una reticencia férrea de los residentes ante la promoción de una ley para la consolidación del Distrito de las Artes en este territorio bonaerense que desconocía las problemáticas y necesidades territoriales como las crisis habitacional en barrios densamente poblados con poca capacidad de vivienda, el surgimiento de inquilinatos precarios o el déficit de servicios públicos y que pasaba por alto el rol de los artistas locales, de los simbolismos culturales y de las tradiciones territoriales que no se contemplaban en el proyecto.

En otras palabras, el Distrito de las Artes, no era un proyecto que surgiera de la intención colectiva de transformar un territorio a partir de su vocación y de sus capacidades, si no que por el contrario pretendía imponer un modelo económico que atrajera a inversionistas privados exógenos o que consolidara unas dinámicas mercantiles, con el argumento de resemantizar simbólicamente (González Redondo, 2020) el barrio, atraer otros públicos locales e internacionales que dinamizaran el turismo y que por ende transformara urbanísticamente el barrio y generara desarrollo económico para las comunidades artísticas.

Lo anterior da entender que a pesar de existir un círculo económico fundamentado en las artes, con creadores, gestores e instituciones de por medio, la delimitación del Distrito, responde a la tipología de *inducidos*, ya que no existe una iniciativa comunitaria o local que incitara al gobierno local y a otros actores estratégicos a entablar sinergias para la transformación territorial,

si no que por el contrario fue una iniciativa unilateral de carácter público que no tuvo una construcción colectiva de identidad y ni incluyó las posturas y las necesidades de los ciudadanos.

En síntesis, los distritos económicos en Buenos Aires en general responden a esta misma tipología, que como se menciona en los párrafos anteriores, han sido iniciativas gubernamentales fundamentadas en una política estatal para promover ciertos sectores de la economía creativa.

### **Gobernanza**

En materia de gobernanza, para este caso, vale la pena traer a colación el caso específico de la gobernanza urbana tal como lo menciona González Redondo, (2020) para hacer alusión o caracterizar de alguna u otra forma la manera en que la Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires abordó e implementó los Distritos Económicos a lo largo y ancho de la ciudad. La gobernanza urbana responde, entonces, a la necesidad de estudiar y entender el relacionamiento que se teje entre los actores involucrados en la formulación de políticas públicas enfocadas en el desarrollo de las ciudades. (Vásquez Cárdenas, 2013)

La política de implementación de los distritos económicos estuvo marcada de manera general por “la conversión de antiguos mercados o establecimientos industriales en megacentros temáticos, la convocatoria al sector privado, la habilitación de una serie de incentivos económicos y –como se verá– el desconocimiento de los intereses de los ciudadanos que residen en los espacios urbanos afectados” (Thomasz, 2016, p. 146)

En especial, para el análisis de la gobernanza, cabe resaltar dos aspectos de los anteriormente mencionados: a) la convocatoria al sector privado; b) el desconocimiento de los intereses de los ciudadanos residentes. Al ser la gobernanza un modelo de cooperativo de

gobierno, pues es relevante revisar, cómo este cooperativismo se hace realidad de cara a estos 2 actores mencionados que juegan un papel fundamental en los Distritos Económicos.

Como ya se mencionó, la naturaleza del proyecto de distritos en la ciudad era principalmente económica, por lo que la unión de esfuerzos con el sector privado de la ciudad para movilizar la inversión a un territorio delimitado fue una prioridad para el gobierno bonaerense. Era implícita la necesidad de crear un músculo público que garantizara el acercamiento al sector privado con el fin de afianzar los lazos, crear sinergias, establecer objetivos colectivos que dieran legitimidad a los proyectos de los distritos económicos. Es así como el gobierno queda a cargo de fortalecer el desarrollo urbanístico y el sector privado de movilizar el capital que permita crear flujos económicos.

No obstante, el modelo de gobernanza urbana, en este caso, se queda corto ante la implicancia de un tercer actor: la ciudadanía. Los modelos de desarrollo territoriales tienen la necesidad intrínseca de involucrar a los habitantes de un territorio, ya que de una u otra forma no solo tienen un conocimiento de las dinámicas socio económicas que allí han sucedido y de los problemáticas y necesidades, sino que también son quienes han construido un relato y un imaginario histórico que permite la creación de comunidad y el fortalecimiento de esas redes colaborativas en pro de objetivos comunes.

En el caso del Distrito de las Artes se destaca el rechazo primario que generó el rumor de la promulgación de la ley en torno a algunas temáticas de interés especial de la comunidad de los barrios implicados tales como: derecho a la vivienda, desarrollo urbano, patrimonio e identidad (Thomasz, 2016). Esto explica que existió una desconexión total entre los intereses sociales y los intereses gubernamentales al momento de plantear este tipo de proyectos que según los habitantes solo pretendían favorecer al empresariado, a la especulación inmobiliaria y a un

supuesto falso discurso del desarrollo económico. En últimas, el proyecto de ley surtió efecto, a pesar de las críticas y reticencias.

En resumen, la gobernanza de estos proyectos fue desigual ante los distintos actores de interés y comunidades involucradas, ya que hubo un desbalance en la generación de relaciones de cooperación en el momento de la implementación de los proyectos, favoreciendo, relativamente el interés del sector privado, que en últimas eran los impulsores económicos de los distritos.

## **Innovación**

El impulso de la innovación era sin duda una de las tres motivaciones que tuvo el Gobierno de Buenos Aires para fomentar una política de distritos, unido al crecimiento económico y el desarrollo urbano (Thomasz, 2016). No obstante, en este caso, hay todavía carencia de investigación y documentación de cómo la innovación ha jugado un papel de este proceso de consolidación o qué casos se destacan dentro de los proyectos y programas de impulso a la innovación.

En general las iniciativas de innovación abierta y de articulación del conocimiento y la generación de estrategias innovadoras para el fortalecimiento de los territorios se dan por medio de la articulación del Estado, quien juega un papel de suma relevancia en el proceso de encontrar los objetivos comunes y de incentivar con medidas tributarias y recursos para poder así migrar hacia un ecosistema de innovación (Avogadro, 2019).

Avogadro (2019), en su análisis comparativo de los Distritos Tecnológico y Audiovisual resalta varios elementos relevantes a mencionar en el caso de la innovación. Inicialmente, destaca por ejemplo que en el tecnológico “persisten lógicas de articulación conservadoras,

personalistas y sectarias ligadas a ciertos modos de hacer y pensar tradicionales”, que dificultan el proceso para identificar esos caminos comunes que tejen las condiciones necesarias para consolidar un ecosistema innovador. Y, en segundo lugar, menciona que hay un déficit de inversión de las entidades y empresas que se han establecido en los diferentes distritos creativos de Buenos Aires en I+D, carencia de suficiente capital humano capacitado y cualificado y por último la deficiencia de los sistemas de innovación de las organizaciones.

En síntesis, la ciudad de Buenos Aires se ha convertido en un importante referente en Latinoamérica al momento de hablar de distritos creativos. En particular el gobierno de la capital durante la última década ha invertido importantes recursos económicos y humanos para fortalecer una estrategia que le ha permitido consolidar el ecosistema creativo y cultural con impactos directos en materia de desarrollo económico, fomento del turismo y creación de capital social y cultural.

Encontramos entonces que el Distrito de las Artes responde a la tipología de inducidos y que ha implementado un modelo de gobernanza urbana con rezagos en el relacionamiento con los ciudadanos que han vivido tradicionalmente en el territorio y la innovación en los Distritos Tecnológico y Audiovisual según los diferentes estudios depende de la gestión y promoción del Estado, las dinámicas aún son conservadoras y hacen falta recursos en I+D.

## **Barcelona**

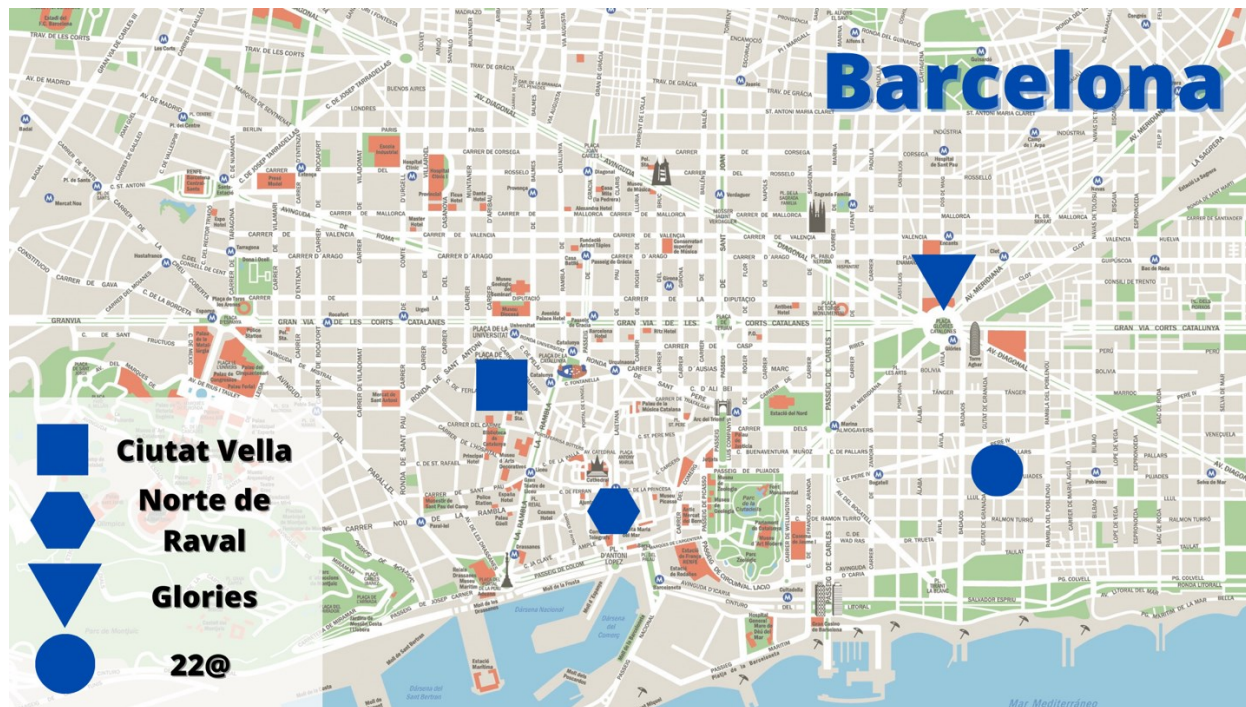
Sin duda alguna Barcelona ha sido por décadas uno de los grandes ejes del movimiento creativo y cultural de Europa y de España. La capital catalana se ha convertido en un referente internacional en el fomento de políticas de desarrollo económico y urbano que tienen como eje fundamental la cultura y la innovación. Como mencionan Sánchez Belando et al. (2012) el éxito de este modelo se ha fundamentado en la realización de “grandes eventos, la gobernanza y participación del sector cultural, el desarrollo de instituciones culturales de excelencia y el liderazgo de redes de ciudades, que han convertido a Barcelona en un modelo de referencia por su capacidad de innovar en el discurso sobre la política cultural.”

A diferencia de Buenos Aires, en Barcelona, los distritos creativos no han surgido por decisión o iniciativa exclusiva del gobierno de la ciudad, en este caso se han dado procesos heterogéneos y progresivos que han permitido el surgimiento de estos proyectos de ciudad. Finalizando los años setenta y comenzando los ochenta, tras la llegada del gobierno socialdemócrata, inicia un proceso de recuperación del patrimonio y de fortalecimiento institucional en materia de administración y política cultural. Es para los noventa, tras la consolidación del proceso que se dan pasos relevantes como el liderazgo de “los proyectos de modernización urbana y a la vez los de construcción de equipamientos culturales siempre aplazados por falta de fondos” (Sánchez Belando et al., 2012, p. 38).

Cabe aclarar, que, en Barcelona, solo se ha delimitado y se ha creado un proyecto sólido de distrito creativo, llamado Distrito 22@, los otros territorios, son más del tipo clúster, ya que reúnen a un grupo de instituciones con algunas características que comienzan a generar unas dinámicas particulares sociales y económicas y que, o no tienen una institucionalidad

establecida, o su institucionalidad es de carácter privado, a pesar de que pueda tener apoyo público.

*Ilustración 5: Mapa caso de estudio de clústeres culturales Barcelona.*



Fuente: Elaboración propia

## Tipología

Un artículo publicado por la Universidad de Barcelona realizado en el 2014, en el cual Rius Ulldemolins & Zarlenga (2014), entendiendo los avances del análisis de las dinámicas territoriales de la cultura y la relevancia de la naturaleza de las actividades culturales y de las interacciones sociales que allí surgen proponen categorizar cuatro territorios en la ciudad de Barcelona que fueron denominados territorios creativos y que contaban con características muy particulares por medio una tipología de clústeres culturales: clúster de industrias culturales, agrupación de instituciones culturales, distrito cultural y escena cultural.

Dentro de las características relevantes para la diferenciación tipológica se pueden destacar el tipo de gobernanza, los diferentes patrones de interacción o el objetivo de la concentración. Todas estas perspectivas se vuelven muy interesantes en dos sentidos. Uno, de cara a los impactos que pueden tener cada uno de estos territorios según las dinámicas que hayan adoptado según su naturaleza y desarrollo; y dos de cara a la superación de un análisis exclusivamente económico que ha caracterizado los estudios y trabajos que se han realizado a nivel internacional en torno a los clústeres o las dinámicas de agrupamiento.

En este caso, mencionaremos los cuatro territorios y a cuál tipología pertenece según el estudio ya mencionado:

- **Distrito 22@:** la llegada del siglo XXI trajo a Barcelona un plan de intervención integral de alrededor de 200 hectáreas industriales del barrio Poblenou con el fin de sustituir su vocación sin dejar de lado la capacidad productiva (22@ Network BCN, n.d.). Para esto se introduce la posibilidad del asentamiento de empresa “empresas y equipamientos relacionados con las nuevas tecnologías” y se delimitan cinco clústeres (media, diseño, TIC, energía y biotecnología) que en su sumatoria compondrán la totalidad de uno de los primeros distritos de innovación a nivel internacional (Rius Ulldemolins & Zarlenga, 2014). En específico, los clústeres de media y diseño, que se pueden categorizar como sectores de la industria creativa, son los que responden a la tipología Clúster de Industrias Creativas. Como mencionan los autores, estos clústeres agrupan una diversidad de empresas, tanto por sus diferencias en tamaño, estructura jurídica o razón de ser con el fin de aunar esfuerzos para poder lograr una mayor competitividad por medio de la interacción entre organizaciones y personas.



- **Proyecto de Glòries:** este proyecto, que corresponde a la tipología de *Agrupación de Instituciones Culturales*, nace de la idea de reunir en un perímetro cercano a todas esas instituciones culturales que son los “brazos ejecutores” de la política cultura, en otras palabras, las instituciones que hacen realidad o materializan las políticas, el papel. Desde una perspectiva sociológica como Rius Ulldemolins & Zarlenga (2014) citan de DiMaggio (1987; 1991), este proceso de agrupamiento es precedido, por un proceso de institucionalización de las artes o de la misma política cultural como medida para poder ampliar los impactos de las artes y la cultura en la transformación social. El agrupamiento de estas instituciones pretende posibilitar el compartir de servicios, equipamientos y centralizar la atracción de públicos y usuarios.

El proyecto de Glòries tiene como eje central la construcción del Teatro Nacional de Cataluña bajo el liderazgo del ayuntamiento de Barcelona en los años noventa. El teatro se vuelve ese motor articulador o ese atractivo para desarrollar otros proyectos culturales en el sector, tales como museos, otros teatros y tras estos equipamientos físicos la llegada de orquestas o instituciones académicas artísticas.

- **Distrito Cultural del norte de Raval:** ha sido una constante en el desarrollo o surgimiento de distritos culturales, a nivel internacional, la reutilización de un espacio o edificio tradicional dejado a la deriva para estructurar proyectos de transformación urbana, social y económica de un territorio. Este proyecto no se aparta de esta constante y surge como iniciativa del ayuntamiento por revitalizar la antigua Casa de la Caridad convirtiéndola en dos instituciones culturales de peso: Centro de Cultura Contemporáneo

de Barcelona y el Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona. Ambas instituciones logran un proceso de regeneración urbana apalancada por inversión privada para uso mixto, principio fundamental de un Distrito Cultural. Toman lugar, tras el proceso de atracción, diversas organizaciones e instituciones de la economía creativa tales como academias, teatros, galerías, editoriales, entre otras, para consolidar un ecosistema que fluye alrededor de la cultura y la creatividad y atrae consumidores apasionados o curiosos del mundo del arte y la cultura.

- **Escena Artística del sur de Ciutat Vella:** a diferencia de todos los anteriores ejemplos que responden más a la tipología de inducidos, haciendo alusión a las tipologías propuesta al inicio del trabajo, el sur de la Ciutat Vella si responde a un distrito cultural espontáneo, de allí su categorización como *Escena Artística* en el texto de Rius Ulldemolins & Zarlenga. Este último concepto, como menciona López (2018), hace “referencia a un espacio específico y plural de prácticas artísticas que van tejiendo cuestiones en común” y relaciones comunitarias donde priman los lazos personales. Es a raíz de estas relaciones interpersonales de los creativos es que se genera un intercambio de ideas y conocimiento que da pie a una escena creativa llamativa e innovadora. El sur de Ciutat Vella, se ha caracterizado desde décadas atrás como un barrio bohemio que atrajo a creadores y artistas y que creó una escena alternativa que no depende de la financiación y gestión de agentes privados. La independencia económica y la necesidad de liderazgos naturales que gestionen la escena le ha dado este territorio una estabilidad discontinua, pero que ha permitido que se consolide como un interesante laboratorio cultural y social. (Rius Ulldemolins & Zarlenga, 2014)

## Gobernanza

En el caso de los 4 distritos caracterizados por los investigadores de la Universidad de Barcelona, se han distinguido tres tipos de gobernanza que predominan en el proceso de consolidación de los clústeres de la capital catalana: *top – down*, *bottom – up* y *mixta*. La definición presentada en el marco conceptual de dichos conceptos sirve para entender la intención de los autores por categorizar las dinámicas de gobernanza ya que hay una alusión clara a los sentidos en que se imponen dinámicas de relacionamiento entre actores. La categoría mixta, de manera adicional, responde a la necesidad de legitimar y reconocer dinámicas posteriores al diseño e implementación de los distritos y que se vuelven fundamentales a la hora de entender la manera en que se gobiernan los territorios y cómo se relacionan las instituciones públicas, las organizaciones privadas, el sector social (ciudadanos y creadores independientes) y otros actores que habiten el territorio.

Tomando en consideración lo anterior, tenemos que los clústeres 22@ y Distrito Cultural del norte del Raval responden a la categoría de mixtos, ya que en un inicio la iniciativa de transformación urbana y el impulso al proyecto se dio por parte de la administración pública, sumado a los esfuerzos para garantizar su éxito por medio de asignación de recursos tanto humano como pecuniario. No obstante, tras la consolidación de los clústeres, sus estrategias y proyectos no dependen exclusivamente de que este actor líder participe y se generan sinergias internas que apalancan los impactos.

Los otros dos clústeres, Proyecto Glòries y la escena artística del sur de Ciutat Vella, corresponden a *top – down* y *bottom – up* respectivamente. En el primer caso, al ser un proyecto que reúne exclusivamente grandes instituciones de la economía creativa donde no hay necesariamente cabida a un relacionamiento social que pueda incidir activamente en el territorio

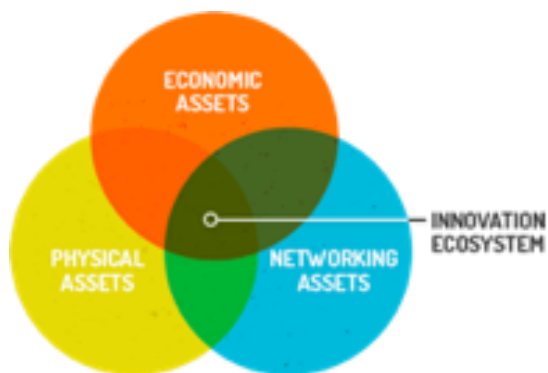
o en el proyecto. Por el contrario, el segundo caso, es una iniciativa propiamente comunitaria y espontánea de un agrupamiento de creadores donde no hay ningún tipo de esfuerzo institucional y que en contraposición se afianza de manera natural.

## **Innovación**

Para el caso de la *Agrupación de Instituciones Culturales* y los *Distritos culturales*, a diferencia de los sub clústeres (media y diseño) del distrito 22@, que per se está categorizado como un Distrito de Innovación y se clasifican como un Clúster de Industrias Culturales, la innovación abierta y la colaboración para el logro de los objetivos no es visible y se evidencia por las dificultades para que las diferentes organizaciones culturales lleguen a consensos para proyectos colaborativos innovadores. A pesar de la anterior afirmación, es de resaltar la facilidad de creación de productos culturales y sociales innovadores de las escenas artísticas gracias a su naturaleza comunitaria y solidaria.

El Distrito 22@, al ser un proyecto que surge bajo la necesidad de transformar la vocación económica de un territorio y pasar de ser exclusivamente industrial a darle paso a economías del conocimiento y de la tecnología, entiende muy bien las condiciones requeridas para que realmente la delimitación geográfica sea un determinante para fomentar la innovación. Como uno de los primeros distritos de innovación a nivel global, el know-how acumulado les ha permitido destacar tres elementos fundamentales para lograr crear un ecosistema innovador: un activo económico, un activo físico y una red.

*Ilustración 6: Elementos fundamentales para un ecosistema de innovación.*



Fuente: Página web de 22@ Network BNC

Por su parte en la *Agrupación de Instituciones Culturales* y el *Distrito Cultural*, a pesar de ser territorios donde emana la creatividad, otras formas de entender la innovación (por lo menos desde la revisión de literatura) carecen de relevancia. Tal vez se podría hablar de innovación abierta, en cuanto a la necesidad que existe por parte de las organizaciones en los territorios de establecer dinámicas de relacionamiento para la solución de problemas y atracción de públicos, aun así, existen fuertes barreras para materializar estas dinámicas colaborativas tal como lo mencionan Rius Ulldemolins & Zarlenga en sus conclusiones de la investigación.

Para finalizar, vale la pena resaltar el potencial de la escena artística para convertirse en un laboratorio de innovación cultural y social al responder a unas dinámicas sociales no tradicionales de las cuales pueden emanar iniciativas de transformación disruptivas en materia de desarrollo urbano, económico, social y cultural, nuevos productos culturales con éxito en el mercado que dinamicen en el consumo de economía creativas.

Tabla 3: Tipología de Clústeres Culturales

	Clúster industrias culturales	Agrupación de instituciones culturales	Distrito cultural	Escena cultural
Perspectivas de análisis	Geografía, economía	Sociología de las organizaciones, ciencia política	Geografía, sociología urbana, planificación urbana, <i>marketing</i>	Sociología de las artes y la cultura, <i>cultural studies</i>
Definición	Concentración de industrias culturales	Agrupación de grandes organizaciones culturales públicas o de tercer sector	Regeneración de un espacio urbano a partir de intervenciones públicas y inversión privada	Establecimiento de una comunidad de artistas y de consumidores culturales
Objetivo concentración	Economías de escala, intercambio de informaciones, colaboraciones flexibles	Mancomunación de servicios, concentración de la oferta, proyectos concertados	Dinamización comercial, atracción de la demanda y el turismo, <i>branding</i> urbano	Lazos de solidaridad, refuerzo de la identidad, impulso de la creatividad
Sistema organizativo	Sistema industrial	Campo organizacional	Regeneración urbana, <i>branding</i> urbano	Comunidad, creación
Patrones de interacción	Asociación	Gobernanza multinivel	Partenariado público-privado	Comunidad
Política pública dominante	Promoción económica	Política cultural (sectorial)	Política urbanística	Política cultural (creadores)
Organismo implementador	Agencias de desarrollo económico	Gobierno, ministerios y agencias culturales	Agencias de desarrollo local y promoción turística	Ministerios y agencias culturales
Dinámica de gobernanza	Mixta	<i>Top down</i>	Mixta	<i>Bottom up</i>

Fuente: Industrias, distritos, instituciones y escenas. Tipología de clústeres culturales en Barcelona. (Rius Ulldemolins & Zarlenga, 2014)

En conclusión, Barcelona ha consolidado un ecosistema cultural y creativo sólido que le ha permitido desarrollar múltiples proyectos de agrupamiento que responden a necesidades y características de los territorios, de allí que las dinámicas de cada uno de los agrupamientos sean bastante particulares como se puede evidenciar en la Tabla 2. En particular este trabajo de Rius Ulldemolins & Zarlenga (2014) enriquece la conversación sobre la necesidad de entender a profundidad cada uno de los proyectos y se vuelve en un importante referente de investigación para las ciudades que comienzan a consolidar diversos agrupamientos.

## Resultados

Para recapitular hasta ahora, en el presente texto se realizó un contexto amplio de lo que son los distritos creativos en dos fases: primero, un marco conceptual donde se aborda desde una perspectiva conceptual, las Industrias Creativas y Culturales, algunas nociones derivadas y otras propuestas divergentes de dicha conceptualización tradicional, tales como las Empresas de Base Creativa y Cultural que proponen Podestá & Hernández (2012) o la idea de Economía Cultural e Industrias Creativas de Cooke & Lazzarotti (2007), a la cual se acoge éste análisis, también la idea de clúster cultural y creativo desde su definición semántica y su transición al uso por parte de la economía cultural y creativa.

Posteriormente, se presentó la estructura metodológica usada en la investigación y un estudio de caso con el objetivo de referenciar y entender de manera particular como otras ciudades del mundo han implementado distritos creativos, en qué contextos, con qué propósitos, estructuras de gobierno y resultados. Para lo anterior, se usaron como referencias las ciudades Buenos Aires, Argentina y Barcelona, España. Dos ciudades, no solo con gran tradición cultural y creativa y líderes en la implementación de este tipo de distritos en Latinoamérica y Europa respectivamente, sino también con una fortaleza en la documentación e investigación de este tipo de experiencias que fueron fuente inspiración para la realización del presente trabajo.

En esta línea, el contenido permitió tener las suficientes herramientas de análisis para abordar con propiedad la pregunta de investigación.

En el estudio de caso, donde se abordan los distritos creativos de Buenos Aires y de Barcelona, se propone una estructura del contenido a abordar: tipología, gobernanza e innovación. La literatura usada para poder presentar esta información, a pesar de que no necesariamente nos diera la información de manera textual con respecto a la forma, validaba la

estructura y alimentó de manera satisfactoria la propuesta. Es por esto, que de esta manera se presentará la información recopilada y analizada con la metodología de investigación pues permite realizar un comparativo posterior y poder exponer algunos análisis personales que podrían ser de interés.

Con la indagación se tuvo la oportunidad de esclarecer el panorama actual de tres Distritos Creativos del Área Metropolitana del Valle de Aburrá, en específico del Distrito de Medellín<sup>4</sup> (dos distritos caracterizados) y el municipio de Envigado (un distrito) y entender la tipología del distrito desde una perspectiva de inducidos o naturales. Se identificaron las dinámicas que se dan en estos territorios de relacionamiento entre los actores que lo habitan o que llegan con intereses de crecimiento para determinar qué tipo de gobernanza se da en cada uno de ellos. Y por último se hicieron cuestionamientos y preguntas sobre la innovación en los territorios, para tratar de entender cómo se aborda y por supuesto cómo se gestiona tanto en las organizaciones mismas que componen el distrito como desde las entidades que ejercen un rol de liderazgo sobre quienes se carga la responsabilidad de propiciar esos espacios de fomento de la innovación y el pensamiento creativo.

Se presentan a continuación los resultados investigativos.

### **Distrito San Ignacio.**

El distrito San Ignacio, se encuentra en el centro de la ciudad de Medellín, en la comuna 10 La Candelaria, barrios Boston, Bombona no. 1 y La Candelaria, un territorio con unas características sociales y económicas particulares. Para el año 2018, la Alcaldía de Medellín

---

<sup>4</sup> El Acto Legislativo 01 del 2021 del Congreso de la República le otorga la calidad de Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación a la ciudad de Medellín y se dictan otras disposiciones.



proyectaba una población de 85.724 personas, lo que representa el 3,4% de la población, una de las cifras más bajas para las comunas de Medellín. Entre algunos datos podemos destacar que mientras la comuna 10 ocupa el quinto puesto en Índice Multidimensional de Condiciones de Vida, también ocupa el tercer lugar más alto en el índice de Gini y registra las tasas más elevadas en materia de homicidios y hurtos.

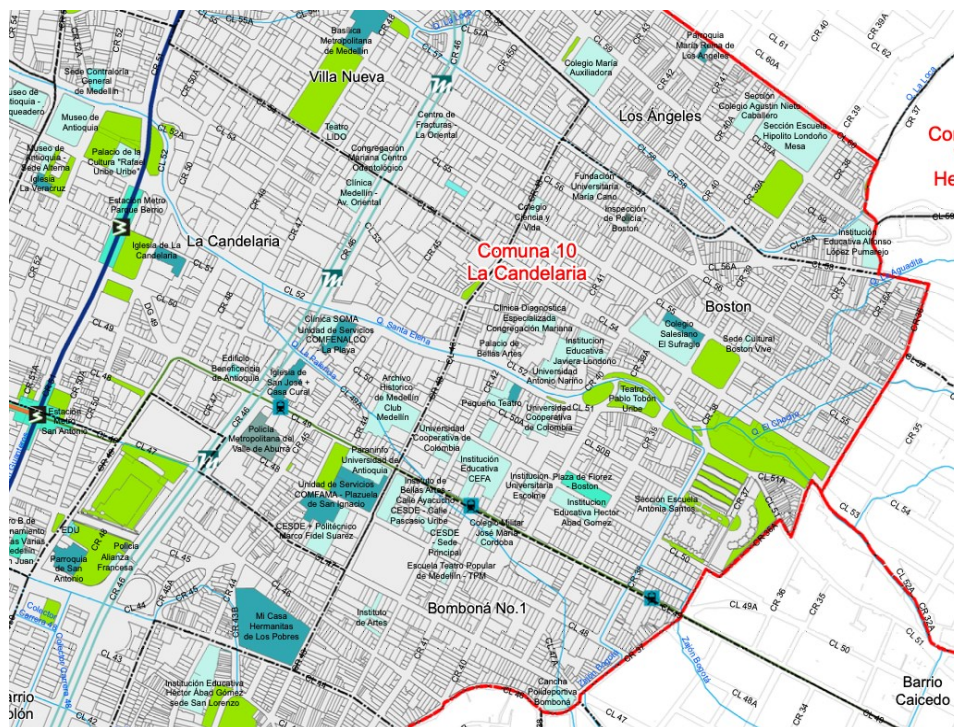
En contraste, La Candelaria es un territorio con una alta densidad empresarial, representada en una tasa de 245 empresas cada 1.000 habitantes, es decir 20.970 empresas, representando el 20,4 % de todas las empresas de la ciudad. (Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, 2019) Esta diferencia entre alto número de empresas y baja densidad poblacional residente dan como resultado que aproximadamente 1 millón de personas se movilizan diariamente por el centro de la ciudad. En otras palabras, el centro es el lugar de todos y de nadie, el lugar donde todos trabajan y que todos visitan, pero donde no hay una verdadera apropiación. (Coupé & Restrepo, 2018).

Hablar del centro de Medellín se convierte en un verdadero desafío dialéctico. El sin número de problemáticas y vulnerabilidades que se conjugan en esta porción de la ciudad, tales como alrededor de la mitad de la mitad de la fuerza laborar en condición de informalidad o el 66% habitantes de calle y 22% de trabajadores sexuales de la ciudad, complejizan el razonamiento de las dinámicas sociales, contrastadas por las altas tasas de empleabilidad y de concentración empresarial que no dejan de ser imperativos para entender las realidades del territorio (Proantioquia, 2017).

Justamente, bajo esta perspectiva, nace el distrito: “el interés de trabajar por la protección, la mejora y la conservación del territorio San Ignacio, aunando esfuerzos para generar las condiciones de hábitat propicias que permitan mejores niveles de vida para los ciudadanos, el

florecimiento de la cultura en todas sus expresiones, la adecuada labor educativa y el goce de los espacios públicos” (Distrito San Ignacio & Alcaldía de Medellín, 2020).

*Ilustración 7: mapa de los Barrios La Candelaria, Bomboná No.1 y Boston.*



Fuente: Alcaldía de Medellín, Departamento Administrativo de Planeación (2019)

No existe en Medellín un territorio con una tradición tan profunda y un bagaje cultural y educativo como San Ignacio. Sus 48 sitios de interés histórico de los cuales 21 son declarados Bienes de Interés Patrimonial, 40 espacios culturales entre los que se encuentran 8 bibliotecas, 2 centros de documentación y un archivo histórico, 34 salas de exhibición artística con 5.774 sillas y 12 grupos de teatro lo confirman. (San Ignacio, n.d.)

Este territorio en el centro de Medellín se erige en torno a su emblemático claustro San Ignacio, edificio que comienza a ser construido en 1803, como la Escuela de las Primeras Letras y que fue realidad gracias a la sumatoria de esfuerzos de la comunidad y por supuesto la iglesia

para expandir esa pequeña villa transitoria en la mitad de Antioquia (Distrito San Ignacio & Alcaldía de Medellín, 2020).

Tras múltiples usos y denominaciones dadas la administración local en 1873 se estableció en el edificio, la Universidad de Antioquia (UdeA) y se “constituyen las escuelas de literatura y filosofía, jurisprudencia y ciencias políticas, ciencias físicas y naturales, medicina e ingeniería” (Restrepo Uribe, 2017), no obstante dicho avance tuvo sus vicisitudes tras la llegada de guerras civiles y otras problemáticas de corte político que afectaron significativamente la continuidad y el crecimiento del proyecto académico. Solamente, entrado el siglo XX, la Universidad logrará una cierta estabilidad que le permite ampliar su oferta académica, por la que pasaran grandes pensadores e intelectuales antioqueños, acompañada de la construcción del edificio que hoy conocemos tras los notables y profundos deterioros sufridos tras alojar grupos militares en las guerras. (García Estrada, n.d.).

Este edificio, se convierte en la casa del conocimiento y el lugar que le dará cabida a todo tipo de movimientos educativos y culturales que imprimirán en la hoy conocida Plazuela San Ignacio, en su tríptico de edificios (Echavarría Arroyave, 2018) (Paraninfo de la UdeA, Iglesia San Ignacio y Claustro Comfama con sus nombres actuales) y sus calles aledañas un sello único que transita entre lo bohemio e intelectual y lo conservador y tradicional. Un texto titulado *Conservación y restauración del edificio del Paraninfo de la Universidad de Antioquia* ejemplifica y relata la importancia de esa conversación armónica entre el edificio y la plazuela (no plaza por su tamaño y particular forma rectangular como menciona Echavarría Arroyave (2018):

“El edificio del Paraninfo, no debe considerarse aisladamente, ya que surgió del conjunto convento – iglesia – colegio de San Francisco, parte integral de la Plazuela de San Ignacio nació con él. Este conjunto de arquitectura ecléctica conforma con ella y las demás fachadas que le dan paramento, un

espacio público coherente y unitario, de gran calidad representativa de una época pasada en la que el respeto por el detalle, la escala y las personas eran común denominador en el diseño.” (Secretaría de Educación y Cultural et al., 1990)

*Ilustración 8: Plazuela San Ignacio en 1941.*



Tomada de: Oasis San Ignacio (Montoya, 2013).

Es alrededor de la Plazuela San Ignacio que se establece el barrio Guanteros, un lugar determinante en la consolidación de Medellín como gran ciudad. Este barrio sería el lugar de residencia de una heterogeneidad de poblaciones que llegaban en la ciudad y que contrastaban con la tradición intelectual, religiosa y militar que habitaba las inmediaciones de la Plazuela:

“Era el barrio de los Guanteros un hervidero de gentes populares. Trabajadores, pequeños comerciantes, artesanos, campesinos, músicos, vagabundos y vividores se fundieron en una masa compleja, que en el día laboraba de sol a sol y en la noche le robaba hasta los últimos destellos a la luna, derrochando placeres alrededor de tiples y damajuanas de aguardiente. En las noches muy pocos se arriesgaron por esos parajes. Si algunos visitaron los famosos bailes de Guanteros, se despidieron



los 50s traerá consigo un nuevo movimiento artístico que encuentran en lo que hoy son los barrios La Candelaria, Bombona no. 1 y Boston, un territorio que alojará los más emblemáticos teatros de la ciudad. En 1967 se inaugura el Teatro Pablo Tobón Uribe y en la década de los 70 nacen proyectos independientes como El Pequeño Teatro, el Teatro Matacandelas y el Teatro Popular de Medellín y de manera posterior surgirán otros proyectos escénicos tales como La corporación Ateneo Porfirio Barba Jacob. Todas estas organizaciones marcaron un antes y un después en el movimiento de las artes escénicas de Medellín

Es entonces el distrito, el lugar donde han confluído, los grandes pensadores, reconocidos militares, movimientos religiosos, donde tuvieron lugar tradicionales instituciones de educación como el Colegio de San Ignacio, el Colegio de San José, el Liceo Antioqueño y más recientemente casa de instituciones de educación superior como la Universidad de Antioquía en el reconocido parainfo, la Fundación Universitaria Bellas Artes, entre otras instituciones de educación secundaria y superior y por supuesto las más importantes organizaciones culturales de la ciudad junto a librerías, bibliotecas y edificios patrimoniales. Esta conjunción de cultura, educación y patrimonio imprimieron ese sello único que hace de San Ignacio un lugar representativo en términos de desarrollo.

“Con doscientos años de historia se sigue presentando ante la ciudad como un proyecto colectivo, que duele y vibra en las venas de ciudadanos y organizaciones, que traza la historia de la ciudad y de su gente, que sigue, como en sus inicios, invitando a ser querido, cuidado y construido por muchos.”

(Distrito San Ignacio & Alcaldía de Medellín, 2020)



## Tipología

Distrito San Ignacio: Patrimonio, Cultura y Educación, nace en el año 2017 gracias a la sinergia de 4 organizaciones de la ciudad: Proantioquia, Comfama, Grupo Argos y la Universidad de Antioquia. 4 organizaciones con propósitos muy diferentes, pero que, bajo el entendido de la sumatoria de capacidades, le proponen a la ciudad un proyecto de delimitación territorial de 62 hectáreas, con la intención de mejorar las condiciones de habitabilidad urbana, la movilidad humana, proteger y conservar la historia y el patrimonio y atraer al territorio nuevos públicos que fortalezcan los proyectos culturales y por consiguiente su incidencia social.

*Ilustración 10: Logo institucional del Distrito San Ignacio*



El distrito parte del reconocimiento de una tradición cultural y patrimonial, entendiendo que de manera natural y orgánica en el último siglo se han asentado una cantidad significativa de organizaciones culturales y creativas de distintas índoles: “44 espacios culturales, 88 espacios educativos, 28 sitios de interés histórico, 11 espacios para el disfrute público y 21 bienes declarados de interés cultural” (Distrito San Ignacio & Alcaldía de Medellín, 2020). San Ignacio es un distrito cultural por antonomasia y justamente esa conversación amplia, propuesta por organizaciones privadas y públicas, busca poner la mirada en un fenómeno ya existente, un ecosistema ya vivo, que, parafraseando a Gisela Posada, Líder del Programa Cultura Centro UdeA, en la entrevista realizada en el paraninfo de la Universidad de Antioquia, necesita

intervenciones en materia de transformación urbana y territorial, que buscan una mayor incidencia en el territorio para que de algún otro modo generen una mayor plusvalía y se le entreguen más beneficios a lo social y a lo cultural y se pueda preservar el sentido de lo público.

Vale aclarar que a pesar de que ya existía dicha institucionalidad y haya un proceso de colectividad en marcha, la declaratoria del distrito es reciente a la fecha de escrito por lo que no se han materializado otros beneficios que pueda traer consigo el proyecto para los actores que lo conforman.

En el primer mapa podemos evidenciar la delimitación geográfica exacta del distrito y la densidad de organizaciones pertenecientes a las diferentes categorías de interés.

*Ilustración 11: mapa del Distrito San Ignacio.*



Fuente: periódico El Colombiano (2021)

Se puede decir entonces, que este distrito responde a las características de un distrito natural, donde de manera espontánea se fueron agrupando actores culturales y educativos durante



el último siglo que han preservado el legado de grandes artistas, intelectuales y bohemios que tuvieron la oportunidad de pisar las calles del distrito dejando a su paso una huella imborrable para la ciudad. John Jairo Arboleda, rector de la UdeA dice de manera muy bella en una conversación virtual con los dirigentes de las organizaciones líderes del proyecto: “La Plazuela San Ignacio siempre ha olido a Medellín” (Comfama, 2020)

Haciendo alusión a la categorización de Rius Ulldemolins & Zarlenga (2014), San Ignacio respondería a las características reales de un distrito creativo, con algunas nociones de escena cultural. Distrito Creativo, en el sentido de la necesidad de revitalizar el territorio con el propósito de atraer nuevos públicos y habitantes que hagan parte activa de las agendas culturales y educativas del distrito, que ya de por sí son ricas pero que han carecido de nuevas afluencias, limitando el poder transformador del contenido que allí se genera y que por supuesto hay un “paternariado” público – privado en la definición del proyecto. Y Escena Cultural por qué como ya vimos, de manera natural y espontánea se consolidó una comunidad de agentes culturales y educativos que encontraron en el centro de Medellín de los años 60s, 70s y 80s un público que impulsaba y frecuentaba los espacios culturales de la ciudad.

En diciembre del año 2021 este Distrito es oficialmente declarado como ADN, lo que representa un espaldarazo desde la institucionalidad pública al proyecto.

*Ilustración 12: Mapa artístico y cultural de la comuna 10 - La Candelaria.*



Fuente: Alcaldía de Medellín, (2019).

## Gobernanza

Se ha convertido en un elemento fundamental para la promoción de Distritos Creativos alrededor del mundo la participación del sector privado por ser estos dinamizadores del desarrollo que atrae capacidades y recursos económicos que fortalecen los proyectos. Vale aclarar, que no es menos significativa la participación de los gobiernos en sus diferentes órdenes, entendiendo que es el sector público el que dictamina las normas de planificación territorial, aprueba todo tipo de intervenciones urbanísticas y otorga los beneficios en materia de tributación de territorios y sectores determinados.

Bajo la anterior premisa se constituye San Ignacio, integrando dos organizaciones de carácter privado, una universidad de carácter público, una caja de compensación familiar y la

Alcaldía de la ciudad, aunando esfuerzos y llegando a acuerdos para hacer realidad un modelo de, que como menciona Jorge Mario Velásquez (Comfama, 2020), se podría convertir en una estrategia replicable de intervención para todo el centro de la ciudad.

En un primer momento, se podría inferir que la gobernanza de este territorio responde a la categoría de *top – down*. El proyecto de San Ignacio cuenta con una junta directiva conformada por las entidades ya mencionadas, que toman decisiones estratégicas en materia de proyectos y que claramente al ser las entidades que aportan recursos económicos toman decisiones financieras que impactan la viabilidad y el curso del proyecto. Además, tanto la UdeA como la caja de Compensación Familiar de Antioquia Comfama administran y salvaguardan los dos edificios referentes y patrimonio del distrito, el Paraninfo de la Universidad de Antioquia y el Claustro San Ignacio, respectivamente. Esto no es un hecho menor, entendiendo que, en torno a la Plazuela San Ignacio, es que nace el proyecto y este pequeño lugar se convierte en el corazón del Distrito, desde donde se articulan, pilotean y ejecutan muchas de las estrategias de intervención y promoción del distrito. Al mismo tiempo, la vinculación de un actor como la Alcaldía de Medellín está mediada por unas políticas estratégicas de ciudad y unos lineamientos organizacionales que le impiden de manera natural relacionarse como un igual ante el resto organizaciones.

En las conversaciones que se pudieron adelantar con otros actores se pueden identificar dos posturas. Una primera visión por parte de entidades con mayor envergadura organizacional que ven en el distrito una oportunidad de fortalecimiento de los hábitos de consumo cultural y de las relaciones y alianzas de carácter público o privado que pueda traer consigo mayor cantidad de recursos humanos, intelectuales y económicos. En contraste, entidades de carácter independiente y que son más pequeñas, manifiestan que aún hacen falta canales de comunicación directa que le

permita a todos los actores poder tener una interlocución activa con quienes gestionan y administran el proyecto de distrito. Añaden que, los programas y proyectos que se planean para el distrito carecen de suficiente socialización y concertación por parte de la institucionalidad, lo que hace que dichas actividades no responden siempre a los intereses y capacidades de todos los actores, por lo que responder exclusivamente a los intereses de la institucionalidad.

Cabe considerar, por otra parte, que una de las particularidades del distrito, es que entre las distintas organizaciones culturales que habitan el territorio del distrito, ya existían formas de relacionamiento y plataformas, tales como Medellín en Escena<sup>5</sup> o Caminá pa'l Centro<sup>6</sup>, que han permitido consolidar agendas y proyectos culturales, estrategias de promoción y fortalecimiento de las organizaciones, y relacionarse con otros sectores y actores de manera colectiva, sin la necesidad de la delimitación geográfica con una institucionalidad. Es decir, San Ignacio, de manera natural consolidó un modelo de gobernanza *bottom – up* que ha facilitado que exista un verdadero ecosistema creativo. Sin lugar a duda, estas formas de relacionamiento entre la base de las organizaciones han tenido la capacidad de trascender lo cultural y las conversaciones y acuerdos han avanzado hacia la social. Parafraseando a Gisela Posada en San Ignacio se han logrado importantes los pactos sociales que permiten establecer unos mínimos de actuación en pro de la transformación social de un territorio y una ciudad que ha sido violentada y que no ha logrado cerrar heridas profundas causadas por la violencia imperante.

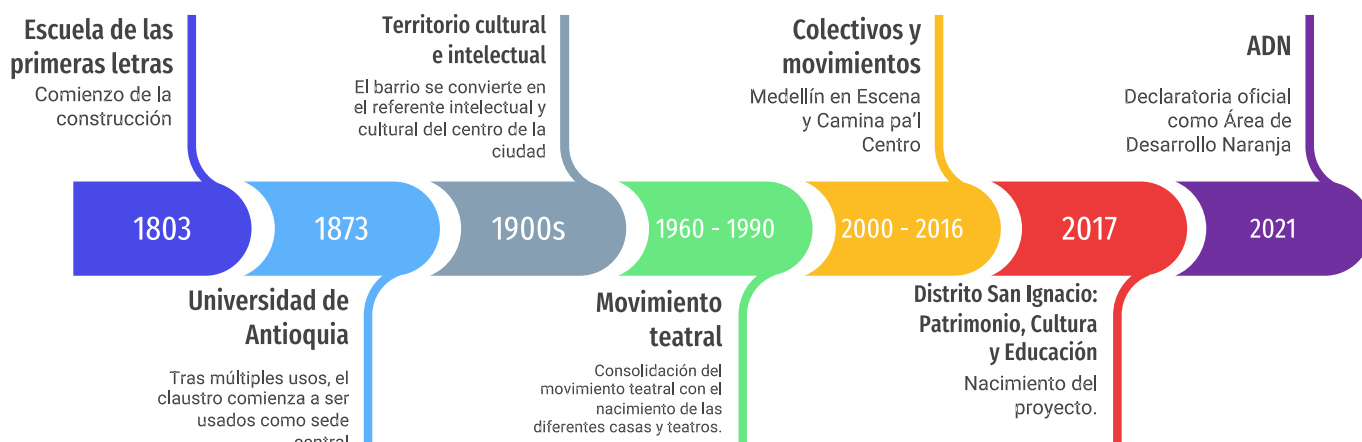
---

<sup>5</sup> Medellín en Escena: “entidad cultural y artística de carácter privado, sin ánimo de lucro y de beneficio común que agremia 18 salas asociadas de artes escénicas”. Información tomada del sitio web de la entidad.

<sup>6</sup> Caminá pa'l Centro: “Es una estrategia de movilización social y ciudadana que inició el 22 de abril de 2016 con la participación de 38 instituciones y colectivos culturales del centro de Medellín. Durante este tiempo de ejercicio cultural y ciudadano han logrado consolidar la invitación a recorrer el centro mediante la vinculación de 63 entidades y colectivos que hoy conforman la Alianza Cultural por el Centro.” Información tomada del sitio web de Compas Urbano.

Se puede decir entonces, que efectivamente se ha consolidado en San Ignacio un modelo de carácter mixto donde las diferentes formas de relacionamiento llegan a enriquecer la labor de transformación de un territorio históricamente golpeado por fenómenos sociales pero que no ha dejado perder esa esencia bohemia, crítica, reflexiva y creativa.

*Ilustración 13: Línea de tiempo proyecto San Ignacio*



Fuente: elaboración propia

Es conveniente agregar que esta propuesta de caracterizar a San Ignacio como un modelo mixto de gobernanza tiene retos que asumir. Hace falta un llamado más activo a que los ciudadanos que habitan este territorio participen de manera propositiva en las decisiones, para así satisfacer las verdaderas necesidades y problemáticas que padece el distrito desde diferentes perspectivas.

Por otro lado, existe todavía una carencia de sinergias y objetivos colectivos con el gran número de instituciones educativas de los múltiples niveles que le permita al distrito avanzar en una agenda investigativa y de pensamiento en torno al sinnúmero de dinámicas que se viven en San Ignacio y visualizar soluciones y estrategias de intervención con rigurosidad académica. En tercer lugar, ha habido una falta de acercamiento al sector comercial que, por la vocación de la

ciudad, juega un papel preponderante en el desarrollo económico del distrito y no existen aún o por lo menos no se identificaron en las entrevistas procesos de construcción colectiva con estos. Claramente este sector tiene dos caras, la legal y la ilegal y es allí donde el gobierno toma relevancia en la manera cómo se implementan estrategias de intervención y articulación y que a lo sumo se puedan reducir otras problemáticas derivadas tales como la inseguridad, movilidad o ambientales.

### **Innovación**

Tratar de indagar sobre procesos de innovación en un territorio donde impera lo tradición y el legado puede ser un gran reto si se analiza desde una perspectiva exclusivamente tecnológica, pero si se amplía la mirada de las diversas formas tipologías de la innovación y se tratan de entender las diferentes dinámicas, estrategias, proyectos, entre otras a la luz de estas otras formas, el reto disminuye su complejidad y se abren nuevas posibilidades.

Es claro, aún existen algunos paradigmas al mencionar la palabra innovación dentro del sector cultural, ya que inmediatamente se asocia la palabra con temas exclusivamente de tecnología, por lo que poco o nada se habla de innovación. No obstante, aunque la palabra innovación no sea parte del léxico o de la cotidianidad de los actores culturales y creativos que habitan San Ignacio, no significa que no se puedan caracterizar casos de innovación en procesos, productos, innovación social o innovación colaborativa.

En primer lugar, el Distrito San Ignacio es una innovación per se, que podría caracterizarse como Innovación Social, ya que se ha propuesto revitalizar un espacio que socialmente se ha deteriorado y que atesora un gran número de patrimonios invaluable para la vida cultural y artística de la ciudad por medio de un proyecto colectivo y de ciudad que busca

sumar capacidades para transformar el territorio a través de la creatividad, de la apropiación territorial, de intervenciones urbanísticas enfocadas en la movilidad humana y por supuesto reconocimiento de la dignidad de los oficios y las tradiciones de las personas que habitan y transitan el territorio. Ejemplo de esto es un proyecto de apropiación urbana de la Plazuela San Ignacio por medio de tableros de ajedrez o mesas de tenis de mesa para todo el público que frecuenta el espacio tenga diversas formas de relacionarse con sus pares y de disfrutar de la magia de la plazuela a través del deporte.

Adicional a lo anterior, San Ignacio rompe con un fenómeno habitual de los distritos creativos alrededor del mundo: la gentrificación. Boldrini & Malizia (2014, p. 162), definen de manera clara la gentrificación como “los procesos de renovación de viejos centros urbanos mediante transformaciones materiales (edilicias) e inmateriales (económicas, sociales y culturales) conducidas por agentes privados y/o públicos, provocando la subida del valor de las propiedades y el consiguiente desplazamiento y/o sustitución, directo e indirecto, de la población residente por otros grupos sociales con poder adquisitivo más elevado.” Hernando Gómez, director del proyecto San Ignacio menciona que a este distrito es un proyecto de gentrificación a la inversa, es decir, un distrito que no pretende transformar su infraestructura inmobiliaria y busca que las estrategias de renovación urbana no ahuyenten o expulsen a quienes hoy habitan el territorio y por el contrario atraigan a quien se fueron y a quienes quieran vivir alrededor del arte y la cultura.

Con respecto a la identificación de procesos de innovación colaborativa, entidad como una plataforma común de generación de ideas y creación de oportunidades, en San Ignacio hay una tendencia natural a la cooperación o existe un ecosistema creativo y cultural que ha permitido fortalecer las relaciones entre actores, incluso antes de tener el Distrito San Ignacio

consolidado. Existen proyectos como La Pascasia, que como menciona Sergio Restrepo, gerente del Claustro San Ignacio, es un caso real de este tipo de innovación, ya que es un espacio físico donde confluyen una serie de expresiones artísticas y actores locales, reuniendo en un espacio: librería, sello musical, galería, teatro, habitada por grupos musicales, artistas visuales y ciudadanos que han construido de manera conjunta una agenda cultural y de pensamiento que le ha dado vida a una calle que no representaba valor alguno para el territorio y que hoy se convierte en un espacio de confluencia de diversos públicos de toda la ciudad que vienen a disfrutar de la programación y de la experiencia San Ignacio. Otras experiencias como la colaboración entre grupos teatrales y musicales para creación de espectáculos o la articulación de entidades para la realización de intervenciones en el espacio público, también se convierten en un activo relevante de la vida cultural del distrito.

No es un secreto las constantes dificultades que enfrentan las entidades de carácter cultural y artístico para gestionar administrativamente las organizaciones y lograr perdurar en el tiempo. Cientos de colectivos y agrupaciones culturales ni siquiera logran consolidarse debido a la falta de procesos de gestión sólidos y sostenibles. En San Ignacio, por el contrario, se ha conformado una red fuerte de organizaciones que han perdurado durante décadas gracias a que con innovaciones en los procesos de gestión administrativa son una realidad. Perfecto ejemplo de esta situación se puede evidenciar con entidades como el Pequeño Teatro.

El Pequeño Teatro es una organización cultural con aproximadamente 50 años de tradición, que habita una de las pocas casas republicanas que aún sobreviven en el centro de Medellín y que son parte del patrimonio arquitectónico de la ciudad. A pesar de haber sobrevivido, casi de manera literal, a los complejos años 80 y 90 que vivió Medellín, marcados por la violencia, el narcotráfico, el poco apoyo a los procesos artísticos y el escaso desarrollo de



públicos, entrado el siglo XXI la entidad toma la decisión de transformar por completo los paradigmas de venta de boletería y reducir la inasistencia a las salas de teatro.

La estrategia de aporte voluntario como mencionan en su página web: “la modalidad de ingreso, denominada “entrada libre con su aporte voluntario” fue implantada desde 2002 y se constituye para los asistentes en un reto permanente de valoración de las artes, en una ingeniosa estrategia de formación de públicos, pero principalmente en puerta de acceso a las manifestaciones del arte abierta para todos los públicos” (Pequeño Teatro, n.d.). De manera adicional, esta entidad ha materializado otras alternativas de promoción de la oferta como taquillas automáticas en universidades o lugares de interés público o boletería digital.

*Ilustración 14: Pequeño Teatro*



Fuente: Página Web del Pequeño Teatro.

Por su parte el Festival de Teatro San Ignacio, ha sido una iniciativa reciente del distrito que ha buscado poner a disposición de toda la ciudadanía una amplia oferta de teatro y arte para toda la ciudadanía, atrayendo la mirada de cientos de transeúntes y ciudadanos al Distrito.

El festival es una gran apuesta por traer a la ciudad las más calificadas compañías teatrales de carácter nacional e internacional, que además tienen la posibilidad de interactuar con las compañías locales, generando intercambios estéticos y de conocimiento que repercuten en las propuestas creativas que se generan en el distrito. Un elemento crucial de este festival es la constante colaboración y apoyo del Festival de Teatro de Manizales, que pone a disposición del festival en San Ignacio, todas sus capacidades y conocimientos en materia logística, estética y administrativa para que el festival pueda pensarse y repensarse de manera constante y que la realización del proyecto se de manera exitosa.

Indudablemente, San Ignacio no es, solamente, un territorio donde la creatividad es un activo natural, sino también un lugar donde la innovación es una realidad, gracias a la materialización de múltiples iniciativas que están logrando verdaderos cambios de las visiones y realidades de las organizaciones culturales y artísticas, que están atrayendo nuevos públicos y que están transformando algunas dinámicas y realidades sociales. Se queda corto este texto, para relatar las iniciativas innovadoras que se pueden encontrar en el distrito, como los nuevos relatos de Universo Centro o las propuestas de revitalización del espacio público que ha implementado el Teatro Pablo Tobón Uribe, no obstante, esto se convierte en una buena señal de las perspectivas futuras que tiene el distrito en materia de atracción de públicos y de apropiación del espacio de todos.

### **Distrito Creativo Perpetuo Socorro**

Entre las muchas particularidades que puede tener una ciudad como Medellín, hay una que en las últimas dos décadas ha tomado especial relevancia: su modelo de planificación urbana. El siglo XX, fue un cúmulo de decisiones y sucesos que la consolidaron como una

ciudad industrial, pero que bajo este modelo económico no se lograron articular las características geográficas de la ciudad, las nuevas dinámicas socioeconómicas y los modelos de planificación. Resultado de esto es una ciudad que en la rivera del río desarrolló toda su infraestructura industrial y que hacia las laderas expandió su infraestructura habitacional, problemática que décadas después vemos reflejadas en las múltiples problemáticas en materia de movilidad, contaminación, gestión de los recursos, entre otros.

Para los años 40, el sacerdote Eduardo Díaz impulsa el proyecto de construcción de un nuevo templo religioso en las inmediaciones del centro de la ciudad, en el barrio San Diego al sur de la ciudad. El proyecto toma la tutoría del ingeniero Félix Mejía, quien supervisa el diseño y construcción de la iglesia de estilo neogótico entre 1944 y 1953, año en el que se termina su construcción y es entregada a la ciudad bajo el amparo de Nuestra Señora del Perpetuo Socorro. (Restrepo Mejía, 2016)

Bajo este contexto, a partir de los años 50 el barrio Perpetuo Socorro toma el nombre del templo y se consolida como una zona industrial en el centro de la ciudad que alojó empresas y organizaciones dedicadas a suplir las necesidades de las grandes empresas textiles e industriales de la ciudad que se ubicaron a lo largo del valle maximizando los beneficios y desconociendo los proyectos de planificación y las consecuencias geográficas de dichas decisiones (Perfetti del corral, 1995).

Durante la segunda mitad del siglo XX y hasta hace un par de décadas se alojaron dentro del barrio o en sus cercanías empresas muy representativas de la ciudad como las textiles, Pintuco, Cementos Argos o Coltabaco. Paulatinamente se fueron desplazando, consecuencia de las nuevas dinámicas económicas globales, abriéndole paso a la industria automotriz que actualmente es la actividad general del territorio ubicado en el corazón de la ciudad.

En esa lógica, el distrito Perpetuo Socorro se ubica en una de las zonas más privilegiadas de la ciudad, con los mayores potenciales de desarrollo por sus accesos y características topográficas. Inserto en la comuna 10, al igual que su homólogo San Ignacio, hoy el distrito tiene una vocación casi que exclusivamente automotriz, con unas cuantas bodegas industriales y comerciales, uno de los más importantes hospitales de la ciudad el Hospital General de Medellín y 2 centros comerciales en el límite oriental de barrio, Almacentro y Premium Plaza. Se alimenta de vías arterias importantes de la ciudad como la Avenida El Poblado, las calles 30 y 33, la Avenida Regional y la carrera Bolívar por donde también pasa el Metro de Medellín ubicando en los límites sur y norte del barrio 2 estaciones de su línea A: Industriales y Exposiciones.

A pesar de ser tan central y tener tantas facilidades de transporte, así, el barrio es estigmatizado debido a las percepciones de inseguridad, a la casi nula habitabilidad del barrio y a las dinámicas sociales causadas por la vocación automotriz que generan visitas por exclusiva necesidad y ambientes rudos, caracterizados por el ruido, la maquinaria, la polución y el irrespeto por el espacio público.

*Ilustración 15: Vista aérea del barrio Perpetuo Socorro. Iglesia Nuestra señora del Perpetuo Socorro y estación Exposiciones del Metro de Medellín.*



Tomada de: El Perpetuo Socorro, de talleres y bodegas a espacio para el arte. El Colombiano (2019). Por: Esteban Vanegas

Conscientes de los múltiples factores que aquejaban a la ciudad y las posibilidades del territorio, se da por parte de la administración municipal, empresarios, urbanistas y académicos, la propuesta de nuevo Plan de Ordenamiento Territorial (POT) el cual se materializa en 2014. Este año será decisivo para comenzar a gestar el sueño de la transformación del barrio.

El nuevo modelo de ciudad, propuesto en el POT de la ciudad contempla una serie de objetivos estratégicos que edifican la propuesta de revitalizar urbanísticamente un barrio como el Perpetuo Socorro: la necesidad de desarrollar un nuevo modelo policéntrico de ocupación de la ciudad, que limite su expansión a las laderas y que por el contrario compacte su crecimiento; la consolidación del espacio público como una reivindicación a la vida cotidiana y un eje fundamental de la estructuración de un territorio; la reivindicación de la movilidad no

motorizada y del transporte público invirtiendo la pirámide de la movilidad urbana, donde el vehículo privado se ubica en el último escalón de prioridad.

En consecuencia, el uso industrial que caracterizaba el barrio cambio a uso mixto, definido dentro el POT como *áreas de actividad económica en transformación*, que da lineamientos para promover el desarrollo de actividades productivas de alto valor y conocimiento, fomentando los equipamientos en función de las nuevas tecnologías, la investigación, la innovación y la creatividad y permitiendo la sana convivencia con proyectos de uso residencial (Alcaldía de Medellín, 2014). En otras palabras y como lo planteó Janoschka (2011), se busca mercantilizar el espacio urbano para crear nuevos paradigmas económicos y sociales, abriéndole paso a actores del sector privado con capacidad de inversión y que a su vez atraigan emprendimientos, startups, proyectos inmobiliarios, restaurantes y otras actividades comerciales que generen valor en la lógica de la planeación urbana propuesta por el neoliberalismo y de la globalización.

El año 2016, es un año decisivo para este barrio. El arribo de Mattelsa<sup>7</sup> fue un primer paso para comenzar a gestar el sueño de tener un distrito creativo y cultural en Medellín. Esta empresa liderada y gestionada por una comunidad de jóvenes llega al barrio Perpetuo Socorro con la intención de promover la transformación sostenible del territorio y crear un ecosistema social, cultural y económico con visión de futuro. Inspirados en Wynwood, Miami y la metamorfosis de esta zona, Mattelsa toma la decisión de asentar su sede central en Perpetuo Socorro, principalmente por la facilidad de promover la movilidad sostenible gracias a su fácil

---

<sup>7</sup> Mattelsa es una empresa del sector textil de la ciudad creada en el año 2006 que se ha convertido en pionera en proponer un modelo empresarial centrado en el bienestar social y en la generación de impacto a través de la creación de comunidad. Hoy cuenta con presencia a nivel nacional en más de 30 municipios y con importante canal de ventas por medio de su página web.



accesibilidad en bicicleta, caminando o en transporte público lo que podría a su vez atraer otros establecimientos comerciales, empresariales y residenciales que le den vida propia a un barrio fundamentado en los principios de la sostenibilidad, entendida no solamente desde su componente ambiental si no también social (y cultural) y económico. (Vega, 2020)

*Ilustración 16: edificio central de Mattelsa*



Fuente: registro fotográfico de AIA, empresa constructora del edificio.

La caja de compensación Comfama llega al territorio en el 2017 con una propuesta de atracción de capital humano al barrio que detonaría nuevas dinámicas sociales y de emprendimiento del distrito. Como mencionan en su página web “bodega/Comfama es la sede de los independientes y emprendedores del ecosistema creativo y cultural, donde a partir de una agenda de aprendizaje y cultura, reúne a personas sensibles al arte, a nuevas familias y a los vecinos del territorio para dinamizar su cotidianidad e inspirarlos para fortalecer sus proyectos.” (Comfama, n.d.)

La sinergia entre Mattelsa y Comfama le daría paso a una nueva conversación con la Alcaldía de Medellín y la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB), completando la triada estratégica universidad – empresa – estado que, bajo la premisa y el propósito de regenerar un territorio a través de la cultura, la creatividad (Trujillo, 2020) y la sostenibilidad, permitiría materializar el sueño de tener un distrito creativo en la ciudad de Medellín.

El Perpetuo Socorro, sería decretado como Distrito Creativo en el año 2018 por la Alcaldía de Medellín y en el 2019 en el marco del proyecto del Ministerio de Cultura del gobierno colombiano, se decretó como Área de Desarrollo Naranja bajo el amparo del decreto 2474 del 2019.

*Ilustración 17: Mapa geográfico del distrito.*



Fuente: Periódico El Colombiano (2019)

## Tipología

Como se logra entrever en las líneas anteriores, el Distrito Perpetuo Socorro es un distrito que sin lugar a duda responde a la característica de inducido. Un barrio con una vocación económica natural que, ante las bondades geográficas, los rezagos de densificación urbana en el



centro en contraste con la expansión de la ciudad a las laderas, se apresta, por medio de una alianza público-privada, para atraer lo que Richard Florida llamó la clase creativa, una clase que busca crear valor económico fundamentados en el conocimiento y en el talento individual, tales como, artistas, músicos, científicos, desarrolladores de software y de hardware, diseñadores, emprendedores e innovadores, entre muchos otros oficios que tienen como fundamento el conocimiento.

Para lograr materializar el sueño de convertir un barrio en un distrito creativo, se requiere de un esfuerzo unificado que permita canalizar las propuestas y capacidades de los actores estratégicos que hagan parte del proyecto. Es así que, Mattelsa, Comfama y la UPB crean en el 2018 la Corporación Perpetuo Socorro la cual se encarga de aglutinar los creativos y empresarios que ven una oportunidad en el barrio y dirigir las estrategias de relacionamiento, posicionamiento e intervención que se realizan en el distrito.

Como se menciona en su página de Instagram, el propósito de la Corporación “es “potenciar este territorio para que los creadores vivan trabajen, progresen y la ciudad tenga un espacio verde para habitar” (El Perpetuo Socorro, n.d.) . Bajo dicha intención pretenden crear “un ecosistema urbano, sostenible y vibrante para las industrias creativas y culturales.”<sup>8</sup> Para lo anterior, la corporación se plantea 5 principios que guían todas las actividades y todos los proyectos de desarrollo cultural, creativo y urbanístico: la inclusión, respeto, interdependencia, sostenibilidad y responsabilidad espacial<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup> Textualmente el propósito de la corporación dice lo siguiente: “Somos un ecosistema urbano, sostenible y vibrante para las industrias creativas y culturales. Nuestra intención es potenciar este territorio para que los creadores vivan, trabajen, progresen y la ciudad tenga un espacio verde para habitar.”

<sup>9</sup> Información obtenida de su perfil de Instagram ya que no está disponible en ningún sitio web.

Ilustración 18: mapa de creadores del distrito.



Fuente: Cuenta de Twitter del distrito: @Perpetuo\_DC

La característica de distrito inducido trae consigo una serie de retos importantes, que vale la pena mencionar. En primer lugar, el territorio no tiene una vocación artística ni creativa en particular, lo que de entrada complejiza la creación del ecosistema creativo, donde múltiples actores interactúen activamente en pro del fomento de la creatividad y de la cultura en sus múltiples dimensiones. A pesar de esto, el distrito a la fecha ya aloja 35 instituciones y empresas del sector creativo que se han sumado a la iniciativa y que comienzan a tejer ese entramado de relaciones que son fundamentales para el éxito de un distrito. En la Tabla 4, se caracterizan las entidades que hoy se encuentran en el territorio.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Agradecimiento especial a Erika Jaramillo, directora de la Corporación Perpetuo Socorro por compartir esta información.

*Tabla 4: Entidades creativas y culturales en Perpetuo Socorro.*

#	Entidad	Actividad	Empleados
1	Corp. Perpetuo Socorro	Articulador del Distrito Creativo	1
2	Mattelsa	Empresa de tecnología y filosofía que hace ropa	348
3	bodega/Comfama	Centro Creativo y Cultural	27
4	ELPAUER	Fortalecimiento ecosistema creativo y cultural	
6	Ruta Naranja	Coworking - Landing de empresas	13
8	Amati	Café	2
9	Distrito Cafetero	Fábrica de Café y restaurante	23
10	Estudio Perpetuo 401	Estudio Fotográfico	4
11	Alejandro Manosalva	Estudio Fotográfico	4
12	La Fábrica	Fábrica de Café	10
13	SightBe	Coworking – Innovación	2
14	Uman	Empaques compostables	4
15	Dimétrica	Constructora	8
16	Cristal Up	Productos para manos y pies	4
17	Herbiota	Diseño del paisaje	2
18	Vetro	Tierra de lentes (gafas)	3
19	Almacentro	Centro Comercial	25
20	Makaia	Tecnología, cooperación e innovación	33
21	The Chef is Back	Innovación gastronómica	6
22	Elements Danza	Academia de danza urbana	4
23	Cannaxia Labs	Productos de cannabis cosméticos y medicinales	43
24	Hub Innovación SENA	Centro para la cuarta revolución industrial	22
25	3 Cordilleras	Cervecería artesanal	47
26	Fundación Puntos Verdes	Reciclaje de desechos electrónicos	7
27	Agrofácil	Productos para agricultura	14
28	RBR	Rodamientos	60
29	Iglesia del Perpetuo Socorro	Templo	1
30	La Pola Records	Cervecería artesanal	4
31	Colegio Comfama	Centro de experiencias inspiradoras	16
32	Premium Plaza	Centro Comercial	200
33	Elemental	Cocina, mesa y bar (implementos)	5
34	Grupo Citic	Diseño y fabricación de ambientes (BTL)	24
35	Fundación El Arte de los Sueños	Transformador de vidas a través del arte	19
36	Kattakao	Chocolates Premium	
<b>TOTAL</b>			<b>985</b>

Fuente: Erika Jaramillo, directora de la corporación Perpetuo Socorro. (2021)

De la anterior caracterización se sacan dos conclusiones: el distrito está teniendo la dificultad de atraer muchas entidades de sectores específicos de la economía naranja que bajo el

modelo de agrupamiento puedan fortalecer la cadena de valor y darle una vocación en particular al territorio o, por el contrario, hay una tendencia a atraer una diversidad de organizaciones que bajo la premisa de la pluralidad fortalecen y catapultan la generación de ideas para resolver problemas comunes y atraer mayor variedad de consumidores.

Como resultado primario de este análisis se puede decir que el proyecto tiene mucho camino por recorrer y el ecosistema apenas comienza a germinar. Por su parte líderes de organizaciones y emprendedores son optimistas al respecto y creen que se está gestando un ecosistema interesante, teniendo en cuenta que en el distrito se han asentado organizaciones como Ruta Naranja<sup>11</sup>, El Pauer<sup>12</sup>, Hub de Innovación del SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje) que tienen un especial interés o enfoque en fortalecer las capacidades del sector cultural en materia de estructura de modelos de negocio, desarrollo de productos y servicios, fomento de la innovación y creación de redes colaborativas.

En segundo lugar, el distrito desde su concepción, planteó importantes retos en materia de sostenibilidad, esto teniendo en cuenta que Medellín es una ciudad donde el rey de la movilidad aún es el vehículo particular con un parque automotor para el 2020 de 1.740.487 según cifras de la Secretaría de Movilidad, con grandes problemáticas en la calidad del aire con picos donde las cifras de material particulado marcan por encima de lo recomendado por el Ministerio de Medio Ambiente, con una cifra de solo 3.77 metros de espacio público por habitante, entre otras problemáticas (Medellín Cómo Vamos, 2021).

---

<sup>11</sup> Proyecto liderado por la Corporación Ruta N, entidad que tiene un enfoque en fortalecimiento de negocios e innovación y que crea este proyecto con enfoque en la economía cultural y las industrias creativas.

<sup>12</sup> “El Pauer es la estrategia de la alianza Comfama y Ruta N para fortalecer el sector creativo y cultural de Antioquia desde una perspectiva de negocios y generación de empleo.” <https://elpauer.co/que-es-elpauer/>

*Ilustración 19: Edificio de Ruta Naranja*



Fuente: Página Web de Ruta N

Teniendo en cuenta esta compleja situación y al ser un distrito inducido, se hace posible trabajar estos asuntos clave, en materia de planeación y de desarrollo de iniciativas que ayuden a mejorar indicadores como los acabados de mencionar. Sin embargo, requieren de la completa voluntad y apoyo de la administración distrital, que, bajo las dinámicas de la administración pública, siempre tiene limitaciones en materia de recursos por las asignaciones realizadas con antelación.

Por ahora, el distrito se plantea algunos retos a corto y mediano plazo<sup>13</sup> como el fortalecimiento de la infraestructura y la cultura de la movilidad sostenible con nuevos kilómetros de ciclo rutas, más puntos de carga para la movilidad eléctrica y nuevas estaciones de EnCicla<sup>14</sup> o el mejoramiento del equipamiento urbano con nuevos y mejores parques públicos, peatonalización de vías públicas para el disfrute de la ciudadanía, creación de micro bosques,

---

<sup>13</sup> Sin datos cuantitativos o indicadores que sean de acceso público.

<sup>14</sup> Sistema de Bicicletas Públicas del Área Metropolitana del Valle de Aburrá.

promoción de los jardines verticales y las huertas urbanas, entre otros. Todo lo anterior en el marco de un propósito del distrito que es la creación de un barrio verde que limpie cantidades considerables de CO<sub>2</sub> como se expone en su proyecto marco y lo valida su actual coordinadora.

En tercer lugar, se hace imprescindible hablar sobre la gentrificación y el fenómeno que se viene dando en el distrito. Como ya se ha mencionado en este apartado, el barrio es reconocido por su vocación automotriz, por consiguiente, el gran grueso de su infraestructura inmobiliaria está constituido por bodegas y locales comerciales. Esta característica, se hace importante de cara a los procesos de atracción de empresas y organizaciones creativas y culturales que puedan unirse a la red de entidades que van tejiendo el ecosistema del distrito.

No es un secreto, que a pesar del porcentaje representativo de empleabilidad que genera la economía cultural y las industrias creativas<sup>15</sup>, aún existen brechas importantes en los modelos de negocio, la sostenibilidad financiera de las organizaciones y la formalidad de los empleos. Aún hoy, a pesar de la considerable oferta de fortalecimiento disponible desde el sector público y privado, se mantiene en un gran porcentaje la dependencia del sector cultural y artístico de las convocatorias públicas y los apoyos filantrópicos de grandes grupos empresariales.

Este marco, pone en duda la posibilidad de que haya un interés masivo o una capacidad creada para que organizaciones del sector se unan al proyecto en el corto plazo, ya que el fenómeno de gentrificación que se viene dando en el territorio, donde la vocación tradicional del territorio es desplazada por una vocación “impuesta”, ha hecho que los propietarios de los inmuebles consideren elevar los cánones de arrendamiento que ya hoy, por el uso comercial que se le da a los espacios y por los grande tamaños, es elevado. Todo lo anterior se da, aun cuando,

---

<sup>15</sup> Según el último estudio realizado por la Organización de Estados Iberoamericanos y la CEPAL, denominado *La contribución de la cultura al desarrollo económico en Iberoamérica*, en Colombia el sector cultural y la cadena de valor asociada genera aproximadamente el 4,4% de los empleos.

desde la gestión del distrito han tratado de ser cuidadosos con los procesos, bajo la premisa de realidad que todo proceso de transformación urbana conlleva estos desplazamientos, que no necesariamente son dañinos y que ignorarlos sería el verdadero problema.

Hay dos particularidades que anotar para este fenómeno: primero, al ser un territorio donde casi que el único habitante que pernocta de manera continua es el párroco del templo, los desplazamientos producidos por la gentrificación son de empresas que tienen asiento en el territorio y no de ciudadanos. Esto tiene una connotación especial ya que no existen tradiciones y/o costumbre sociales y culturales que generen un arraigo al territorio y que por el contrario quienes frecuentan el barrio, son los empleados y trabajadores de las empresas que lo hacen en sus horarios laborales y no tienen intereses particulares por el desarrollo del barrio. Y segundo, no existe un interés o una necesidad de las empresas del sector automotriz que habiten el distrito de trasladarse a otras zonas de la ciudad, mientras los precios de arrendamiento no excedan la capacidad de las empresas o la demanda no lo pida.

En síntesis, el distrito tiene la fortaleza institucional de las organizaciones privadas que han promovido este distrito y que creen indiscutiblemente en la capacidad transformadora del sector cultural y creativo. Fundamentados en los lineamientos que brinda el POT y acompañados por la Alcaldía de Medellín se viene gestando un ecosistema creativo y una planificación territorial que en perspectiva de futuro puede convertirse en un importante referente nacional e internacional de transformación. Aun así, hay retos que enfrentar como la convivencia y colaboración con la industria automotriz que aún hoy es representa la gran mayoría de empresas y ocupa casi la totalidad de los inmuebles del territorio o la atracción de capital privado e inversionistas que encuentren una posible barrera en los propietarios de suelo, quienes tiene poder casi absoluto sobre el uso que se le dé y el valor comercial que puedan tener.

## **Gobernanza**

El barrio Perpetuo Socorro como ya hemos mencionado, es un territorio donde no existen una base social que se haya preocupado por el desarrollo territorial, por el contrario, los dueños de las empresas y talleres solo tienen interés en el territorio por su naturaleza económica, por lo que no han existido iniciativas ciudadanas de juntanza y creación de un modelo cívico de gobernanza. Ejemplo de esto, es que de los diferentes barrios que conforman la comuna 10 de Medellín, Perpetuo Socorro es una de las pocas que no cuenta con Junta de Acción Comunal (JAC) (Barajas, 2018). No hay registro tampoco, de agremiaciones empresariales o sindicales particulares a este territorio.

Es ahí donde la Corporación creada para la materialización del distrito juega un rol fundamental ya que es la primera iniciativa del territorio que vela por el cumplimiento de un objetivo común y trabaja para la materialización de los proyectos, actividades e planes que se plantean de manera conjunta entre los fundadores e integrantes de la corporación (Mattelsa, Comfama y UPB) y todas las empresas y organizaciones de base creativo y cultural que se unen al proyecto y llegan al barrio en el rol de aliados. De igual manera, la corporación facilita la conversación con las empresas y entidades que tienen base en el territorio pero que tienen otras vocaciones económicas y a su vez se relaciona de manera activa con la administración distrital para la planificación y socialización de los distintos proyectos e intervenciones que se tengan planteadas en el distrito.



*Ilustración 20: Logo institucional Corporación Perpetuo Socorro*



Bajo la caracterización que se viene haciendo en este trabajo, se podría decir que el modelo de gobernanza bajo el cual se puede entender este distrito es el de *top – down*, entendiendo que desde la corporación se lideran y se plantean las bases y principios que estructuran el proyecto y que las organizaciones se unen a dicho modelo.

La corporación cuenta con un consejo directivo, conformado por los directores o líderes de las 3 organizaciones ya mencionadas, quienes toman decisiones sobre los recursos y prioridades en la gestión. La gobernanza del proyecto se plantea bajo una serie de mesas y comités temáticos que, sumando las capacidades y conocimientos de las múltiples organizaciones que las componen, dan respuesta a ese propósito superior que es tener un distrito creativo y cultural sostenible.

Algunos ejemplos pueden ser el comité de contenidos, conformado por todas las partes de interés, que se reúne de manera periódica para socializar y debatir los planes y actividades de promoción y difusión que se van planteando para el distrito, o la mesa de proyectos estratégicos que lo que busca es plantear una serie de proyectos para fortalecer y promover el ecosistema de la economía cultural y las industrias creativas con enfoque en los sectores audiovisual y artes

visuales (identificados bajo una priorización de necesidades) por medio de recursos y cooperación internacional. Dichos espacios que se lideran desde la corporación han permitido que los lazos interinstitucionales y las dinámicas colaborativas entre los actores que van haciendo parte del proyecto se fortalezcan, a favor del ecosistema creativo. Solo por mencionar algún ejemplo, las 3 organizaciones que tienen lugar en el territorio que tienen un enfoque en fortalecimiento de capacidades y desarrollo de productos y procesos por medio de metodologías de innovación (Ruta Naranja, ELPAUER (Emprendimiento creativo y cultural de Comfama) y Hub de Innovación del SENA) vienen haciendo un trabajo muy interesante de reconocimiento de las fortalezas y debilidades de cada una de ellas de tal manera que la demanda de acompañamiento logre captar la oferta que mejor se ajuste a sus necesidades o que en caso tal pueda migrar de un proceso a otro sin que haya trabas en el camino y lograr el propósito superior que es el desarrollo de habilidades para la gestión de las organizaciones y el abordaje de la innovación.

A pesar del rol protagónico de la corporación en el desarrollo y materialización del proyecto y el reconocimiento que le dan los diferentes entrevistados al compromiso y gestión de su líder Erika Jaramillo, la posibilidad de incidir en la toma de decisiones en materia de proyectos de infraestructura es absolutamente limitada, ya que son la Alcaldía y los dueños del suelo quienes toman las últimas disposiciones al respecto. Esto se vuelve relevante, por ejemplo, con los posibles proyectos inmobiliarios que en algún momento se puedan llegar a dar, ya que no necesariamente conversen con la visión sostenible, creativa y de habitabilidad controlada del distrito, creando posibles burbujas inmobiliarias que densifiquen el territorio sin tener en cuenta los actores y que incluso puedan llegar a excluir el tipo de habitantes (la clase creativa) que se

quieren atraer al barrio. Uno de los entrevistados, lo resume de la siguiente manera: “la corporación tiene la capacidad de crear dinámicas más que desarrollos territoriales”.

En torno a la corporación hay dos fenómenos relevantes que son importantes a la hora del análisis en gobernanza. Primero, el nivel de confianza alto que tienen todos los actores vinculados al proyecto en la gestión de la corporación, que a final de cuentas está depositada en una persona: Erika Jaramillo. Los entrevistados, sin importar las diferentes posturas o perspectivas que pudieran tener sobre el futuro del distrito, todos declararon confianza absoluta sobre el liderazgo de la corporación y su representante. Y el segundo fenómeno en contraste, preocupa que la gestión de una responsabilidad de las dimensiones de un distrito esté exclusivamente a cargo de una sola persona, entendiendo los riesgos que tiene depositar todo el conocimiento y gestión de un proyecto en un individuo para lograr materializar toda la planificación e ideas que se van acumulando. Cabe aclarar, que lo anterior no es poner en duda la idoneidad del liderazgo, por el contrario, es preocuparse por la sobrecarga laboral y la solidez de la corporación como institución.

Ahora bien, la Alcaldía de Medellín no solo tiene la incidencia en materia de infraestructura que en este caso no tiene la corporación, sino que también se convierte en un actor fundamental de cohesión empresarial y de impulso a los proyectos estratégicos que trascienden las intervenciones físicas. En este caso, proyectos como la EcoCiudad y el Valle del Software<sup>16</sup>, en un principio son coherentes con los principios que desde un comienzo se plantean para el distrito. No obstante, la materialización de dichas ideas, están supeditadas por la voluntad política y las dinámicas propias de la administración pública, que no necesariamente responden a las necesidades en materia de tiempo y recursos que pueda necesitar un proyecto como estos.

---

<sup>16</sup> Proyectos transversales del Plan de Desarrollo Medellín Futuro 2020 – 2023.

Aun así, todos los actores reconocen que, indiferente de la administración de turno, el distrito Perpetuo Socorro ha recibido en mayor o menor medida apoyo por parte de secretarías como Cultura, Desarrollo Económico y Hacienda (encargada de los beneficios tributarios dispuestos para el distrito) o el Departamento Administrativo de Planeación, las cuales han aportado según la disponibilidad de recursos al fortalecimiento del ecosistema.

Vale la pena traer a colación a Janoschka (2011), a la hora de hablar de gobernanza en un territorio en el cual se plantea un nuevo modelo de planificación que pretende modificar por completo las dinámicas socioeconómicas, ya que recopila algunas posturas críticas que pueden ser puestas en perspectiva. Como menciona en su texto, estos modelos, suelen invisibilizar la participación ciudadana y usar modelos de gobernanza urbana superficiales sin incidencia en la toma de decisiones y que a su vez no satisfacen las necesidades reales de los habitantes y crean estéticas urbanas pensadas exclusivamente en la atracción del turismo y de las clases medias altas que se han alejado del centro de las ciudades.

Dicha crítica, puesta sobre el distrito podría tener cabida, haciendo la claridad que es casi imposible hablar de participación ciudadana sino de participación empresarial. Diferentes actores entrevistados, reconocen que la relación y la conversación con los trabajadores y con los propietarios del suelo, ha sido, en cierta medida, insuficiente, dejando de lado las visiones, perspectivas y posibles necesidades que tienen estos dos tipos de habitantes sobre el proyecto y que en algún momento pueden ser relevantes para no fracasar en la implementación del modelo de transformación urbana.

Ahora bien, en contravía de la crítica que hacen muchos expertos, mencionados por el autor, sobre las nuevas estéticas y dinámicas sociales que traen consigo los modelos de planificación de corte neoliberal, en este distrito si debe ser un objetivo crear nuevas estéticas y

atraer nuevos habitantes que permitan florecer las dinámicas de consumo cultural y creativo que al final serán el pilar del ecosistema creativo que se pretende crear en el Perpetuo Socorro, consolidándolo como un destino turístico sostenible y un foco de desarrollo económico para la ciudad.

## **Innovación**

La particularidad de ser un distrito inducido dota al Perpetuo Socorro de una necesidad intrínseca de abordar la innovación. Por fortuna, el ecosistema de Ciencia, Tecnología e Innovación de la ciudad, sumado al ADN de las organizaciones aliadas y habitantes del barrio, han dotado al territorio de conversaciones estratégicas en torno a la importancia que tiene el fomento de la creatividad, la generación constante de ideas y la gestión de la innovación. No es una simple casualidad que organizaciones tan importantes para el emprendimiento como Ruta N o el SENA le hayan apostado al proyecto y hayan invertido considerables sumas de recursos económicos y humanos para equipar al distrito de entidades con las capacidades técnicas e intelectuales para apoyar los emprendimientos del sector creativo y acompañarlos en sus procesos de gestión de la innovación, diseño de los modelos de negocio, prototipado de nuevos productos y servicios, entre otras, a través de múltiples metodologías de vanguardia.

A propósito de lo anterior, John Howkins (2001), en su popular libro *The Creative Economy*, citando a Charles Landry, hace alusión al término Ciudad Creativa mencionando lo siguiente:

“En una ciudad creativa, la gente no sólo está abierta a nuevas ideas, sino que las busca activamente. La población pasa continuamente de hacer su propio trabajo a experimentar el trabajo de otros, de vender a comprar. Son creativos tanto en su actividad como personas de ideas como en su calidad de compradores, público, consumidores y usuarios de las ideas de otras personas, cuyos intereses pueden

ser tan excéntricos y extraños como los de cualquier creador. No se trata de una situación de dos cosas. Las personas creativas piensan de forma creativa tanto si dan como si reciben.”

La cita, no se aleja del propósito superior del distrito, que como ya se mencionó, es abonar el terreno y crear las condiciones para que en este territorio vivan y convivan ciudadanos con una fuerte atracción por el consumo de bienes y servicios culturales, creativos e innovadores de todo tipo, desde artes escénicas, museos, librerías, hasta tecnología o gastronomía y cafés, propiciando el desarrollo sostenible del sector.

Ahora bien, los discursos y narrativas no necesariamente relatan la realidad con detalle, reconociendo que son muy importantes en la consolidación de los imaginarios que se gestan alrededor de proyectos y permiten reforzar las ideas y propósitos que se tienen.

En Colombia es relativamente reciente, la conversación y la relevancia que tiene el sector creativo y cultural como un motor de empleabilidad y creación de riqueza. Son bastante nuevas las unidades de trabajo y gestión de la economía cultural y las industrias creativas en las instituciones de carácter público de todos los niveles. Las políticas culturales y de economía naranja son recientes, lo que hace difícil darle la relevancia que merece el sector en materia del aporte que hace al crecimiento y desarrollo multidimensional de nuestro país.

En esta línea, las condiciones de las políticas públicas han hecho que las instituciones culturales y organizaciones creativas con bases sólidas en sus modelos de generación de recursos aún no sean muchas. Los ejemplos más importantes se encuentran en el sector audiovisual y del cine que bajo la Ley del Cine y la Ley Filmación Colombia<sup>17</sup> han encontrado un impulso importante, las startups y emprendimientos de base tecnológica que ante las demandas del

---

<sup>17</sup> Ley 814 de 2003 y Ley 1556 del 2012 respectivamente.

mercado vienen proliferando rápidamente y tal vez unos cuantos proyectos de producción musical y empresas del sector gastronómico. Esto claramente repercute en la capacidad que tienen las organizaciones para tomar decisiones estratégicas y aventurarse a trasladarse a un ecosistema que se está gestando y que tal vez no se vean de manera clara los beneficios que trae la clusterización.

Bajo este contexto, las iniciativas que hoy se dan en el distrito en materia de innovación aún tienen un carácter muy cotidiano y se dan bajo la naturalidad del quehacer de las organizaciones. En las entrevistas realizadas, se pudo constatar que se viene creando un movimiento colaborativo entre las empresas y emprendimientos para experimentar en la creación de nuevos productos y servicios multimarca, que demuestren las potencialidades innovadoras para crear disrupciones en el mercado y fortalecer el distrito como una fuente generadora de productos creativos. Colaboraciones entre empresas cafeteras y cervecerías, entre el colegio Comfama y diferentes organizaciones para unir la fuerza emprendedora con la creatividad de los niños, entre muchas otras alianzas espontáneas, validan que la innovación colaborativa, deja de ser un discurso promocional de los distritos creativos y se va convirtiendo en una realidad, ante la llegada de una heterogeneidad de empresarios y emprendedores al territorio.

Las entrevistas permiten identificar algunos elementos que son fundamentales a la hora de querer esbozar de qué forma se ve reflejada la innovación en el distrito.

Inicialmente, es importante decir que podríamos clasificar dos tipos de organizaciones en el territorio. Un primer grupo, que tiene un carácter institucional y que dicha característica le permite contar con capacidades y recursos más robustos. Estas entidades, tienen consolidado un conocimiento técnico o tienen la capacidad de consolidarlo de tal forma que puedan ponerlo al servicio del resto de aliados. La innovación es un término pilar en la gestión que realizan,

entendiendo que son ellos quienes irradian el ecosistema gracias al conocimiento teórico y empírico de la gestión de la innovación y ponen todo esto al servicio del territorio y de la ciudad.

Por su parte existe, ese otro grupo grueso se caracterizan por ser emprendimientos y empresas que al final son quienes verdaderamente dinamizan el territorio, atraen los consumidores de los productos creativos y estimulan la economía cultural. Para este tipo de organización, la innovación más que una posibilidad se convierte en una necesidad, entendiendo que no hacen parte de un mercado esencial y que constantemente tienen que creando valor para sus mercados de tal manera que se puedan generar verdaderos vínculos entre el público, las empresas y el distrito. Es también importante mencionar que la gran mayoría de entidades que han llegado al distrito no superan los 5 años de creadas y se encuentran en procesos de consolidación, por lo que sus estructuras son dinámicas, hay una constante búsqueda de la calidad y la excelencia de los productos y servicios que se conceptualizan, son conscientes de las problemáticas, necesidades y potencialidades de la sociedad y del mercado por lo que sin importar al sector al que pertenezcan, desde las artes visuales hasta el sector gastronómico, pasando por el cannabis medicinal o el sector educativo, se buscan hacer las cosas por las vías no tradicionales. En otras palabras, hay una visión práctica de la innovación entendiendo que se tiene que convertir en la naturaleza del distrito y se trascienden las visiones teóricas, donde más que innovación de producto, procesos, abierta y social, todas se conjugan para darle valor a lo que es un verdadero distrito creativo. De allí la relevancia de la creación y fortalecimiento de procesos de I+D+i para consolidar las capacidades de investigación, desarrollo e innovación de los emprendimientos.

Este análisis, no pretende polarizar ambas tipologías institucionales, por el contrario, entender las partes de un todo, permite esclarecer los roles que juegan las organizaciones en el



distrito y de qué forma se aportan unas a otras para fortalecer, ese ecosistema creativo, que ya se ha mencionado en reiteradas ocasiones en este trabajo.

Así, pueden existir múltiples ejemplos y experiencias a relatar, que pueden dar luces para esclarecer todo lo anterior, no obstante, solo mencionaremos un par, que nos ayudan a ejemplificar.

- Mattelsa: la organización líder del proyecto ha logrado transformar la forma de pensarnos las empresas y que a través de una filosofía empresarial potente que se fundamenta en el disfrute cuidado de la vida, con un modelo de negocio dedicado a la venta de ropa, trata de impactar positivamente no solo a sus trabajadores sino a todo el ecosistema físico y empresarial en el cual está inserto. Se vuelve relevante hablar de esta organización, a la hora de hablar de innovación, ya que refleja el objetivo final de la innovación en este tipo de distritos. En palabras de su fundador Mateo Jaca: “La innovación es parte del ADN, no es un área. Tú no hablas de lo que es parte de ti.” Esta comunidad que se dedica hacer ropa de manera consciente, sin lugar a duda, es un referente para el distrito y sus partes, gracias a tener la capacidad de liderar las conversaciones incómodas y difíciles dentro de un territorio estéril de creatividad que ha comenzado a generar un cambio.
- La Fabrica.Mde: este proyecto llegó al barrio en medio de la pandemia del Covid-19 con el propósito de crear un centro colaborativo que les permitiera a múltiples emprendimientos cafeteros tostar y procesar sus cafés en un proceso centralizado, que además permitiera agremiar las marcas que se unen al proyecto con el fin de fortalecer un

mercado creciente en la ciudad y el país. La Fábrica nace de la marca Rituales, un café en el barrio Laureles y que sus fundadores llegaron al distrito, tras un proceso de estudio riguroso que les permitió entender que el distrito era un proyecto con perspectivas de crecimiento que traería beneficios invaluable para el emprendimiento y para la industria cafetera, posibilitando acrecentar el consumo de cafés de origen en un público que se siente atraído por este tipo de productos.

Adicionalmente, La Fabrica.Mde y Rituales tienen un proyecto de innovación social con comunidades de La Sierra, comuna 8 de Medellín, de donde proviene el grano, con quienes vienen innovando no solo en el proceso productivo si no también en la forma en la que los jóvenes y habitantes de dichos territorios se relacionan con el café para entender las oportunidades que trae consigo esta nueva vocación económica.

- Bodega Comfama: este proyecto ubicado en el corazón del distrito se ha posicionado como uno de los lugares más representativos del barrio, ya que, a través de una propuesta innovadora para cambiar los imaginarios y los paradigmas del espacio, han logrado reunir a artistas, creativos, mecánicos y empresarios en un mismo lugar y bajo una agenda cultural y formativa diversa.

La bodega liderada por Comfama se ha convertido en la casa de artistas y emprendedores, donde además al disfrute de la parrilla de actividades se pueden entablar conversaciones de negocios, realizar actividades de planeación estratégica para proyectos, o incluso usarlo como un coworking. De manera adicional, la bodega ha sido sede de múltiples organizaciones culturales o creativas tales como el Ballet Metropolitano de

Medellín (que por distintas situaciones han migrado del barrio) y de festivales y galerías de arte.

Otros proyectos como el Colegio Comfama, The Chef is Back o Cannaxia Lab también pueden representar el potencial creativo e innovador del distrito y convertirse en esos grandes atractores ya sea de la clase creativa o de los inversionistas de capital que soporten la financiación del proyecto.

Por último, una variable poco mencionada en este texto es la relevancia de creación de productos turísticos innovadores que permitan disfrutar los beneficios económicos y culturales que trae consigo el turismo responsable. De manera cautelosa se vienen creando rutas y tours que incluyen el barrio como destino, no obstante, la capacidad del distrito para acoger a los visitantes aún es limitada en cuanto a la oferta de valor que tiene para ofrecer. Emprendimientos como los cafeteros o los cerveceros son algunos de los que comienzan a atraer visitantes de forma continua por el contrario festivales y/o exposiciones son todavía temporales por lo que todavía existe un mercado por explorar que se conecte con los intereses del barrio, pero que de manera innovadora atraiga más visitantes locales y foráneos de forma permanente.

*Ilustración 21: Festival Perpetuo Socorro*

Fuente: Distrito Creativo Perpetuo Socorro: Área de Desarrollo Naranja de Medellín. Agencia de Noticias UPB – Medellín

A manera de conclusión y para tratar de condensar todo lo expuesto, el distrito Perpetuo Socorro es un territorio en constante transformación, con retos de grandes dimensiones en materia de desarrollo urbano pero que gracias a las condiciones geográficas (que posiblemente no tenga ningún otro lugar de la ciudad) y los proyectos de planificación que se vienen pensando desde hace algunos lustros para densificar el centro y el corredor del río, puede dar pasos unos pasos importantes para convertirse en un verdadero distrito creativo, cultural y sostenible.

Algunas condiciones sociales y económicas del territorio pueden en principio ser una barrera que obstaculice el cumplimiento del objetivo, pero que gracias al capital institucional que se ha tejido durante los últimos 5 años, bajo el liderazgo de la Corporación Perpetuo Socorro y en apoyo de la Alcaldía de la ciudades bastante probable que se logre una verdadera

transformación planificada y consciente, afrontando problemas como la gentrificación, fenómeno natural que se presenta en distritos inducidos, o la llegada de proyectos inmobiliarios no coherentes con el propósito, de manera responsable y decidida. Todo lo anterior, teniendo en cuenta la necesidad imperante que existe de robustecer la corporación con recursos humanos y financieros que le posibiliten la gestión futura de los proyectos y la gobernanza del territorio.

Para finalizar, el ecosistema creativo que viene consolidándose en el distrito comienza a generar valor económico y social para el barrio y la ciudad. La innovación colaborativa y el acompañamiento institucional para el fortalecimiento de capacidades y habilidades gerenciales, de negocio y de innovación no solo dotan al distrito de un alto contenido de valor si no que irradian a le aportan positivamente al desarrollo de la ciudad en el proceso de posicionamiento como Distrito de Ciencia, Tecnología e Innovación y de Destino Turístico Inteligente.

### **ADN Valle De La Innovación**

Envigado, también conocido como la ciudad señorial es un municipio del Valle de Aburrá que se ha convertido, en las últimas dos décadas en un referente de desarrollo humano tanto para la región como para el país gracias a su enfoque en calidad de vida, fortalecimiento de los programas sociales y educativos y de infraestructura pública. El DANE (2018) en su último reporte de Pobreza Multidimensional por municipios en Colombia, reporta que el 4,6% de los habitantes del municipio están en la línea de pobreza, porcentaje que solo supera el municipio vecino de Sabaneta. Datos como el mayor promedio de ingresos del Aburrá Sur y la menor tasa de desempleo (7,6%) respaldan dicha posición. (Cámara de Comercio Aburrá Sur, 2020)

Geográficamente está ubicada en el sur del Área Metropolitana entre los municipios de Medellín al norte, Itagüí y Sabaneta al occidente y Caldas al sur. El 81% de su territorio

corresponden al área rural y el restante 19% a su área urbana. En contraste con esta distribución territorial, 95,5% de sus 242.197 habitantes reside en la zona urbana (Alcaldía de Envigado, 2020; TerriData, 2020).

Esta alta concentración poblacional no ha sido un proceso deliberado de ocupación territorial, por el contrario, su ubicación estratégica, siendo el paso obligado de comerciantes y transeúntes que se dirigían al sur desde Medellín o al Oriente. Adicionalmente la llegada de importantes empresas a Envigado a lo largo del siglo pasado hicieron de este municipio un centro industrial que atrajo a muchos ciudadanos de otros territorios gracias a la alta demanda laboral que crearon tradicionales empresas como Rosellón, Fabrica de Calzado Rey Sol, Fabrica de Calzado “La bota del día”, Grulla y Peldar. La fuerza trabajadora que comienza a habitar esa pequeña población de Envigado de principios del siglo XX crea una demanda de servicios importante, que al final configuraron toda una cadena de productividad que fue el pilar de desarrollo de Envigado y el paso inicial para crear una vocación económica industrial, comercial y de servicios.

Hoy, este municipio cuenta con 168 empresas del sector comercio, restaurantes y hoteles y 58 empresas manufactureras. Estas últimas representan casi el 50% de los activos totales del Aburrá Sur, a pesar de que el municipio de Itagüí cuenta con 104 empresas en este sector, lo que demuestra la importancia económica y de valor que tiene este municipio en la estructura productiva y económica del Área Metropolitana. (Cámara de Comercio Aburrá Sur, 2020). Aun así, el uso del suelo de la zona urbana del municipio de Envigado es mayoritariamente de uso residencial con el 69,81%, seguido de un uso comercial y uso industrial con 16,32% y 9,78% respectivamente, y por último un 4,08% de espacio público con un aproximado de entre 3,75 y 4 m<sup>2</sup> por habitante, todavía muy lejos de los 15 m<sup>2</sup> sugeridos por el MinVivienda. (Salazar, 2017)

Envigado, no solo se ha destacado, por sus altos índices de calidad de vida y sus buenos desempeños a nivel institucional, sino que también ha sido la cuna y hogar de grandes ilustres del arte, la política y la historia de Colombia, que han dejado un gran legado cultural y patrimonial para este municipio y sus habitantes. Nombres como José Félix de Restrepo, José Manuel Restrepo Vélez, Alejandro Vélez Barrientos engalanaron la política colombiana en las primeras décadas del siglo XIX o personajes ilustres como Manuel Uribe Ángel, Fernando González y Débora Arango dejaron una herencia cultural e intelectual invaluable para la historia del municipio, de Antioquia y del país. Un bello párrafo de la historia de Envigado extraído de la página web de la Corporación OtraParte ilustra a la perfección este legado:

“No brillan sus armas en los campos de batalla, porque Envigado no produce guerreros; brillan su inteligencia y conocimientos en las constituyentes, en los congresos, en los foros nacionales y extranjeros en los que resuelve el destino de la nación, en la sabiduría y justicia de las leyes que emite, en la entronización del sentimiento democrático y del sometimiento a las leyes, en contraposición a la anterior forma monárquica de gobierno.” (Corporación OtraParte, n.d.)

*Ilustración 22: Parque Principal de Envigado Marceliano Vélez Barreneche con su iglesia Santa Gertrudis La Magna.*



Fuente: Revista Semana. Foto: Erick Morales

Envigado, ha logrado consolidar un importante infraestructura patrimonial y cultural y una serie de tradiciones inmateriales que han permitido mantener una idiosincrasia cultural característica del municipio según relatan los entrevistados y cómo es posible evidenciar en el Boletín Histórico del Centro de Historia de Envigado (2018). Se destacan lugares como la Casa Museo OtraParte, residencia del maestro Fernando González, Casablanca donde vivió Débora Arango o la Biblioteca Pública y Parque Cultural Débora Arango o tradiciones como la Semana Santa de la Parroquia Santa Gertrudis la Magna (templo principal del municipio) la cual está declarada como Patrimonio Inmaterial de la Nación (Ley 1812 del 2016). A continuación, se caracterizarán algunos de los bienes, atractivos o instituciones que se hacen parte del contexto cultural municipal y se especifica cuales hacen parte del polígono delimitado como ADN:



*Tabla 5: Equipamientos culturales y creativos del Municipio de Envigado dentro del Distrito Naranja.*

Nombre	Tipo	Característica	ADN
Casa Museo OtraParte	Museo patrimonial	BIC <sup>18</sup> - Ley 1068 de 2006.	SI
Casa Museo Débora Arango Pérez - Casablanca	Museo patrimonial	BIC - Ley 1248 2008	SI
Casa de la Cultura Miguel Uribe Restrepo	Casa de la Cultura	BIC del orden municipal	SI
Plaza de Mercado	Patrimonio y comercio	BIC del orden municipal	NO
Escuela Fernando González	Institución Educativa	BIC - Decreto 1913 de 1995	NO
Casa Consistorial de Envigado	Institucional	Recinto del Concejo Municipal	NO
Zona de la Buena Mesa	Zona	Atractivo gastronómico	SI
Parque Cultural y Ambiental OtraParte	Teatro y biblioteca		SI
Biblioteca Pública y Parque Cultural Débora Arango	Biblioteca		SI
Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango	Institución de Educación Superior	Con enfoque en economía creativa y cultural.	SI <sup>19</sup>
Biblioteca José Félix de Restrepo	Biblioteca		NO

Fuente: Elaboración propia.

Desde la perspectiva de planificación territorial, el decreto 600 del 2019 “por medio del cual se adopta la modificación excepcional de norma urbanística del plan de ordenamiento territorial del Municipio de Envigado Acuerdo Municipal 010 del 2011” incluye un importante proyecto que define la creación de un Distrito Naranja apostándole al fortalecimiento de la economía cultural y creativa haciendo alusión al estudio de identificación de las vocaciones económicas del municipio realizado por la Universidad EAFIT, donde justamente proponen que uno de los sectores promisorios en el desarrollo económico de Envigado son la economía de la cultura y la creatividad, el turismo cultural y urbano y las tecnologías de innovación y desarrollo.

<sup>18</sup> Bien de Interés Cultural – si no se referencia su orden corresponde al nacional.

<sup>19</sup> Actualmente la Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango se encuentra construyendo una nueva sede dentro del ADN a la cual se trasladará toda su oferta educativa principal.

La conjunción entre el valor patrimonial, histórico y cultural con el alto potencial territorial, los buenos desempeños institucionales y la planificación territorial es la que a la final crean la base para crear un proyecto como el Área de Desarrollo Naranja de Envigado en el año 2020.

*Ilustración 23: Vista aérea del Parque Cultural y Ambiental OtraParte y la Casa Museo OtraParte.*



Fuente: Cuenta de Twitter del Área Metropolitana del Valle de Aburrá (@areametropol)

Este ADN, al que le han dado como nombre Valle de la Innovación, cuenta con un territorio de 25,1 hectáreas y ha sido iniciativa exclusiva de la administración municipal a través de su Secretaría de Desarrollo Económico y el acompañamiento del Departamento Administrativo de Planeación y la Secretaría de Cultura<sup>20</sup>. Organizaciones como la Cámara de

---

<sup>20</sup> Al momento de la creación del distrito no existía la Secretaría de Cultura sino la Dirección de Cultura en la Secretaría de Educación y Cultura.

Comercio del Aburrá Sur y la Corporación OtraParte<sup>21</sup> también se involucraron activamente en la fase de planificación del distrito.

El Decreto N.º 551 de 2020 de la Alcaldía de Envigado, único documento público de referencia o fuente información secundaria al que es posible acceder digitalmente, destaca la relevancia del ADN para focalizar los esfuerzos de reactivación y renovación del territorio donde los bienes comerciales y de servicios relacionadas con las tradiciones culturales municipales, los equipamientos patrimoniales, las actividades creativas y las manifestaciones artísticas se convierten en un pilar fundamental de la nueva vocación económica municipal, haciendo además más atractiva la oferta turística.

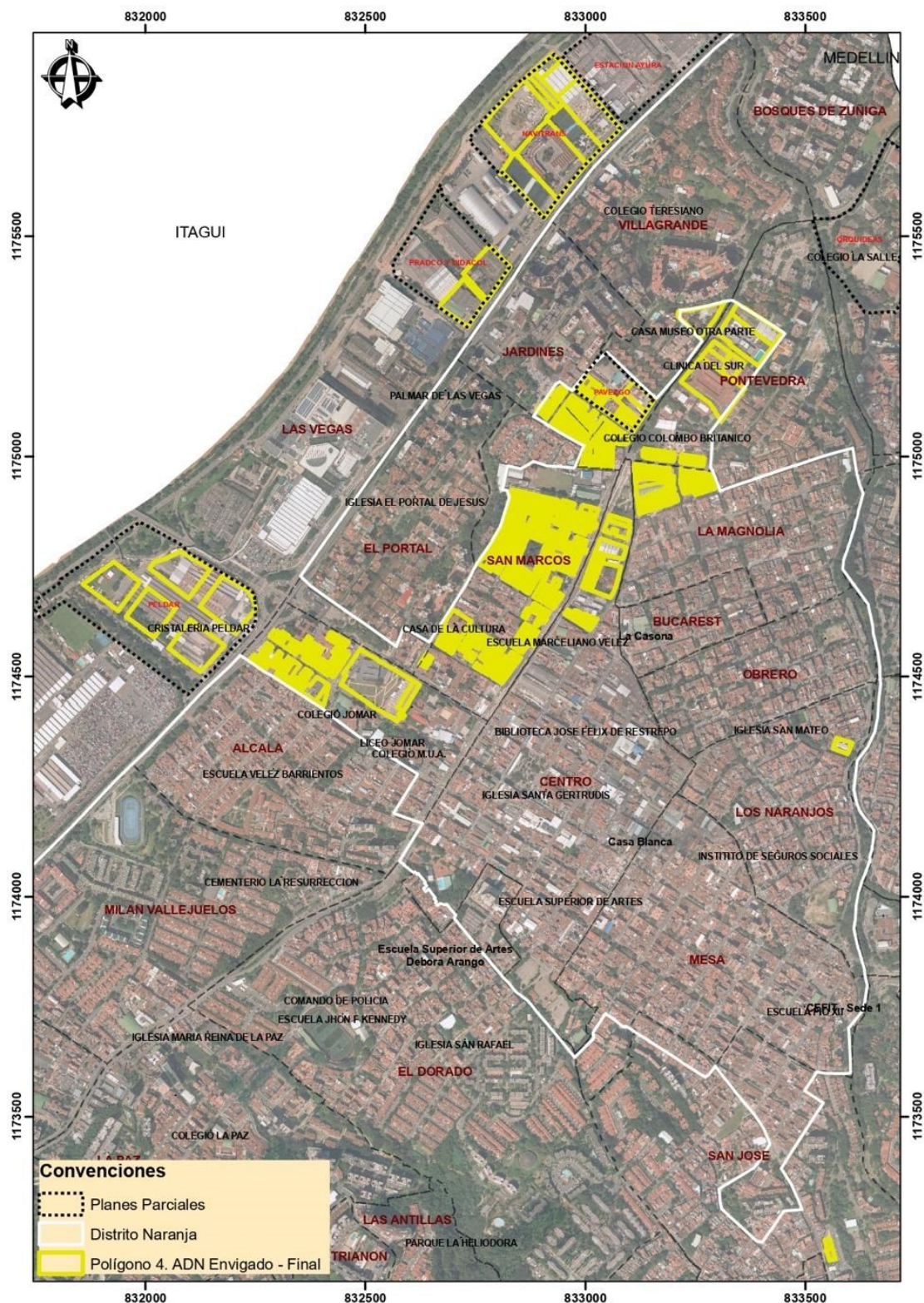
Se hace necesario aclarar que el ADN, como delimitación geográfica promovida como un proyecto en articulación con el Ministerio de Cultura, es solo una parte del territorio de lo que el municipio ha denominado Distrito Naranja y es parte del proyecto de materialización y ejecución de esa iniciativa de transformación de la vocación económica municipal, en concordancia con las nuevas dinámicas socioeconómicas urbanas. En la siguiente imagen es posible evidenciar las diferencias geográficas, siendo la delimitación en blanco el Distrito Naranja planteado en el POT Municipal y las áreas en color amarillo las áreas denominadas como ADN.

---

<sup>21</sup> Organización sin ánimo de lucro que tiene como propósito “difundir y preservar el legado del escritor Fernando González Ochoa, convertir la Casa Museo Otraparte en un centro cultural de proyección internacional y preservar el área como parque y jardín para beneficio de la comunidad y la protección del medio ambiente.”



Ilustración 24: Mapa de referencia geográfica de los proyectos de promoción de la economía cultural y las industrias creativas en Envigado.



Fuente: Departamento Administrativo de Planeación del Municipio de Envigado.

## Tipología

Para hablar de la tipología del ADN Valle de la Innovación, es importante comenzar refiriéndose a la metodología<sup>22</sup> de trabajo que usó la administración municipal para tener claridad sobre el área que debía ser incluida dentro de la delimitación.

La Secretaría de Desarrollo Económico en articulación con el Departamento Administrativo de Planeación, diseñaron un instrumento de análisis que les permitiera identificar, con diferentes actores estratégicos, cuál era el territorio que se debía delimitar como ADN.

Como herramienta inicial, se usó un análisis georreferenciado de las Unidades Productivas que tuvieran correlación con la Economía Naranja, realizada por la Cámara de Comercio con un resultado de 682 unidades productivas relacionadas con la economía naranja (183) y el turismo (499). De esta caracterización se realizaron 4 propuestas de ADN que fueron analizadas bajo las siguientes dimensiones cada con una serie de categorías:

- Ciencia, Tecnología, Investigación e Innovación.
- Cultural.
- Educación.
- Infraestructura.
- Social.
- Sostenibilidad.

Por medio de una escala de Likert se realizó una ponderación de los criterios para cada una de las propuestas de ADN con la cual al final se pudo determinar el territorio final que iba a ser delimitado tal como se puede evidenciar en el mapa ya expuesto. A diferencia del Distrito

---

<sup>22</sup> El acceso al documento técnico del ADN fue posible gracias a la colaboración del secretario de Desarrollo Económico del Municipio de Envigado, Gabriel Londoño y al equipo de trabajo que hizo parte de la formulación del proyecto.

Naranja, en el polígono denominado como ADN se tienen 17 actividades económicas dentro de la clasificación del CIU con un total de 76 empresas.

*Tabla 6: Actividades según el CIU dentro del ADN Valle de la Innovación*

Actividades Económicas	N.º de Empresas
Actividades de arquitectura e ingeniería y otras actividades conexas de consultoría técnica	11
Actividades de consultoría informática y actividades de administración de instalaciones informáticas	4
Actividades de desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas)	2
Actividades de espectáculos musicales en vivo	3
Actividades de las Agencias de Viaje	2
Actividades especializadas de diseño	2
Actividades y funcionamiento de museos, conservación de edificios y sitios históricos	1
Alojamiento en Hoteles.	1
Catering Para Eventos.	1
Creación audiovisual	1
Expendio a la Mesa de Comidas Preparadas	30
Expendio de Comidas Preparadas en Cafeterías.	5
Expendio por Autoservicio de Comidas Preparadas.	4
Organización de Convenciones y Eventos Comerciales	3
Otros Servicios de Reserva y Actividades Relacionadas	1
Otros Tipos de Expendio de Comidas Preparadas N.C.P.	4
Transporte de Pasajeros	1
<b>Total general</b>	<b>76</b>

Fuente: Información de la Cámara de Comercio según el Decreto 551 del 2020 de la Alcaldía de Envigado.

Todo lo anterior es importante mencionarlo, así fuera de manera superficial, para entender que inicialmente, si hubo un proceso analítico que permitió entender cuál era el espacio que respondía a las características de ADN y que tuviera el suficiente potencial para jalonar una estrategia de fortalecimiento de la economía creativa y la industria cultural.

Sin embargo, deben señalarse unos elementos identificados en la realización de las entrevistas y que han sido también objeto de cuestionamiento en este trabajo<sup>23</sup>.

Por una parte, el municipio de Envigado no cuenta con una caracterización real del sector cultural y creativo por lo que el análisis entregado por la Cámara de Comercio no permite tener conocimiento real del propósito de esas empresas caracterizadas como Economía Naranja. Esta falta de conocimiento real del sector se suma a la alta tasa de informalidad de los actores del sector cultural. Envigado puede tener una tradición cultural y aparentemente tener una alta tasa de artistas, pero esto se queda en los imaginarios colectivos de ciudad y de las instituciones, sin cifras o evidencias. Es allí, donde se pone en evidencia la crítica constante que ha hecho el sector cultural del país al concepto. Es tan amplio y confuso que al final no es posible entrever los límites de este tipo de economía. Evidencia de lo anterior es que incluso dentro de la misma administración se propenda porque las primeras acciones de impacto sea una verdadera investigación del territorio y sus actores.

*Tabla 7: Actores que participaron en el ejercicio de delimitación.*

Actor	Característica
Secretaría de Desarrollo Económico	Administración local
Secretaría de Educación - Dirección de Cultura	Administración local
Centro de Innovación y Desarrollo	Proyecto público
Departamento Administrativo de Planeación	Administración local
Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango	Institución de Educación Superior
CEFIT	Institución de Educación para el trabajo
Institución Universitaria de Envigado	Institución de Educación Superior
Cámara de Comercio Aburrá Sur	Institución privada
Área Metropolitana del Valle de Aburrá	Esquema asociativo territorial
Prosur	Corporación empresarial
ACOPI	Asociación
Ministerio de Cultura	Órgano nacional

Fuente: elaboración propia

<sup>23</sup> A raíz de su cercanía con el territorio y de su experiencia laboral dentro de lo que hoy es la Secretaría de Cultura y la Escuela Superior Tecnológica de Artes Débora Arango entre el 2018 y el 2020

Por otro lado, evidentemente las actividades relacionadas con el turismo se vuelven importantes a la hora de promover un distrito creativo y atraer diferentes mercados, pero justificar la creación de un ADN con una empresa de transporte de pasajeros, un hotel o una empresa de catering puede suponer una falta de concepto o propósito específico para el distrito. El hecho principal aquí, es que al no tener claridad sobre las realidades creativas y culturales del territorio o quienes habitan el perímetro se hace necesario justificar de manera más amplia el ADN involucrando el mayor número de sectores posibles, difuminando el propósito o el objeto central.

La anterior crítica, pone al descubierto que desafortunadamente no existe un verdadero ecosistema cultural y creativo donde haya una interacción activa y natural entre los actores. Sería injusto desconocer algunas iniciativas de la administración municipal en materia cultural y de fomento empresarial y tampoco se pueden ignorar las importantes instituciones y equipamientos con los que cuenta el sector como el Parque Cultural y Ambiental OtraParte (entendido como el conjunto completo donde está el recién inaugurado edificio donde se aloja el teatro y la biblioteca, la Casa Museo y el café), pero solo el hecho de tenerlas no supone un ecosistema. Como se mencionó anteriormente, no es suficiente tener dentro de un mismo territorio un cúmulo de organizaciones de un mismo sector si entre ellas no existen redes y canales de cooperación y de intercambio y no se propende por la consolidación de un público que consuma frecuentemente bienes y servicios culturales que dinamicen económicamente el territorio. (Rosenfeld, 1997)

Otra elemento a considerar, es que a diferencia de los otros dos distritos de los que se habló anteriormente donde los promotores principales de la delimitación territorial eran empresas privadas que se unían bajo mismos propósitos, el ADN Valle de la Innovación es una iniciativa



exclusivamente de la administración municipal, donde hubo algunas validaciones con gremios y entidades de carácter público, pero no cuenta con un respaldo activo empresarial que esté dispuesta a jalonar propuestas disruptivas y transformadoras de desarrollo territorial.

En consecuencia, de todo lo anterior, el ADN responde más la categoría de inducidos, a diferencia de lo que los gestores del proyecto proponen, entendiendo que es una iniciativa exclusivamente institucional, con pocos consensos o participación de los actores del territorio y sin claridades conceptuales sobre el propósito u objetivo del proyecto.

### **Gobernanza**

Los distritos inducidos, representan una complejidad mayor a la hora de crear estructuras sólidas de relacionamiento y de gobernanza, pues la creación de tejido social no es un hecho simple que suceda de manera repentina y que por el contrario requiere un amplio despliegue programático que permita crear lazos de confianza entre los actores que le permitan a la institucionalidad tener credibilidad a la hora de proponer estrategias y proyectos.

El ADN Valle de la Innovación, es un territorio con una delimitación muy reciente y que hace parte de la ola masiva de inauguración de territorios creativos en Colombia, como parte de las apuestas programáticas de los gobernantes de turno, no obstante, se ha desconocido por completo la necesidad de que la delimitación de los territorios o la declaración de distritos sean procesos progresivos que recojan las necesidades y propuesta de los actores del territorio y se creen líneas de trabajo y proyectos estratégicos que den solución a esas problemáticas.

En las entrevistas realizadas se pudo determinar que, las buenas intenciones por parte de la administración municipal por crear un modelo de gobernanza robusto se ven truncadas por la falta de recursos y conocimiento técnico para la gestión de los territorios creativos, amparándose

en la falta de acompañamiento del Ministerio de Cultura en los pasos iniciales de la gestión de resultados. Y justamente, es allí donde los impactos del programa se ponen en entredicho, ya que promueven las delimitaciones geográficas, pero no validan los antecedentes reales y los ecosistemas existentes en los territorios. En palabras más sencillas, se instalan placas en todo el territorio nacional pero no se crean capacidades.

La Alcaldía, según la información recopilada, ha creado un comité estratégico con actores relevantes del distrito para la gestión de proyectos y discusión de temáticas colectivas. No obstante, la efectividad de estos espacios es poca y no se plantean caminos claros que permitan la obtención de logros reales. Incluso el documento técnico del ADN ha planteado la creación de una corporación que gerencia el territorio con una participación amplia de actores públicos y privados en la junta, pero dicho organismo aún no es una realidad.

En este sentido, estaríamos hablando de una gobernanza *top – down* débil, sin consensos y con la falta de actores fuertes que inyecten capital humano y económico al proyecto, facilitando la toma de decisiones y la viabilidad estratégica del ADN.

## **Innovación**

Por último, hablar de innovación en el Valle de la Innovación de Envigado es una especie de paradoja y no existen suficientes experiencias significativas que detallar en un estudio como este. Esto se puede evidenciar en la carencia que ha tenido históricamente la Alcaldía municipal en materia de innovación pública, donde se fomente la innovación abierta para la resolución de problemas públicos, la creación de proyectos disruptivos de alto impacto social y económico o la misma transformación administrativa donde se procuren romper los esquemas rígidos y tradicionales que han caracterizado el sector público. Aun así, Envigado sigue siendo un

municipio referente a nivel nacional en materia de gestión, como se mencionó párrafos más arriba.

En efecto el Valle de la Innovación no cuenta con un programa de formación y capacitación en gestión de la innovación con enfoque en emprendimientos del sector creativo y cultural o no existen líneas estratégicas claras para el desarrollo territorial por medio de proyectos de innovación social o colaborativa. A pesar de esto, hay un par de experiencias que han contrarrestado dicha falencia y que se mencionan a continuación

La Secretaría de Desarrollo Económico creó en el 2021 el programa Ruta 21, con el objetivo de hacer más fuerte el ecosistema empresarial Envigadeño por medio de una ruta de intervención estratégica organizacional. De este programa salieron beneficiados algunos empresarios del sector creativo y cultural que tuvieron la oportunidad de tener este acompañamiento en materia de formación y que pueden ser un buen ejemplo para el futuro de la formación del sector.

El otro referente es el Centro de Innovación y Desarrollo (CID) de Envigado que con un equipo sólido ha logrado crear estrategias innovadoras especialmente para promover la educación con enfoque en Ciencia, Tecnología e innovación y la conceptualización y ejecución de proyectos que comprenden la relevancia de la creatividad, la sostenibilidad y la innovación. El CID, a su vez, ha liderado el Foro Metropolitano de Economía Naranja, que ha sido un espacio de interlocución de actores importantes del sector a nivel local, nacional e internacional donde se comparte conocimiento, buenas experiencias y se contrasta la información sobre este polémico concepto.

Aparte de lo relatado y de algunos intentos de colaboración entre actores privados sin mucho éxito, en Envigado la innovación como eje estratégico del desarrollo territorial y de la consolidación de distritos creativos, tiene mucho camino por recorrer.

En conclusión, a pesar de que el municipio tiene clara la necesidad de transformar su vocación económica, ante la reciente salida de las grandes industrias de los contextos urbanos y de la predominancia del sector servicios, este cambio aún requiere de tiempo, recursos y voluntad para materializarse.

Justamente la creación del ADN es una oportunidad valiosa para ello haciendo énfasis en el potencial creativo y cultural de Envigado tal como lo planteó la Universidad EAFIT (2017). No obstante, aún no ha sido posible consolidar propuestas o estrategias claras e innovadoras que jalonen ese cambio de manera más acelerada, ni tampoco se visibiliza una apuesta decidida y sólida en materia institucional que cambie ese incipiente capital social entre todos los actores del territorio para materializar ese propósito de tener un verdadero ecosistema cultural y creativo en este municipio al sur del Valle de Aburrá.

## Análisis Comparativo

### Determinantes del Desarrollo

El anterior apartado de este trabajo ha presentado 5 casos diferentes de implementación de distritos creativos. Para comenzar se presentaron dos casos de carácter internacional, que sirvieron como referencia para la elaboración de la herramienta de investigación, la revisión de los casos locales y como validadores de la estructura propuesta de caracterización en tres componentes: tipología, gobernanza e innovación.

La particularidad de estos casos es que las ciudades seleccionadas, Buenos Aires y Barcelona, son ciudades con una vocación creativa y cultural que han servido para que, tanto el sector público como el sector privado, hayan promovido la creación de diferentes tipos de agrupamientos culturales y creativos que han sido la base para que académicos y organizaciones hayan creado un importante volumen bibliográfico sobre los procesos y los resultados de los diferentes tipos de implementación. Los trabajos de Rius Ulldemolins & Zarlenga, (2014) en Barcelona o de González Redondo (2020) y Thomasz (2016) en Buenos Aires, fueron de especial importancia para la revisión de los casos y sirvieron como referentes para el cuerpo del trabajo.

Los tres distritos restantes, han sido foco de este trabajo ya que, bajo la necesidad de ampliar la discusión sobre distritos, clústeres o agrupamientos culturales y creativos en Colombia, se ha motivado la caracterización de tres casos de implementación de proyectos de delimitación territorial bajo el argumento del fortalecimiento de la economía creativa y cultural que tienen lugar en el Área Metropolitana del Valle de Aburrá: Distrito San Ignacio y Distrito Perpetuo Socorro en Medellín y ADN Valle de la Innovación en Envigado.

Como resultado de la caracterización y para poner en perspectiva los fenómenos descritos, se presentarán un análisis que parte de la comparación de las dinámicas y procesos investigados. Dichas conclusiones respaldan la propuesta que han hecho diferentes autores de profundizar sobre la naturaleza de los distritos o clústeres a nivel mundial y dejar a un lado las denominaciones homogéneas, con el fin de poder abordar los determinantes para su desarrollo.

En primer lugar, es posible evidenciar como la creación de políticas de formalización masiva de distritos culturales en Colombia, bajo el nombre de Áreas de Desarrollo Naranja, no ha contemplado a profundidad la necesidad de que las delimitaciones y la implementación traigan consigo procesos previos de reconocimiento del territorio y de conceptualización colectiva.

Los casos presentados se pueden analizar desde dos perspectivas bajo la anterior premisa. Los distritos de Medellín, a pesar de las diferencias fundamentales que tienen, han vivido procesos orgánicos de formalización tras algunos años de ideación, de investigación y de socialización participativa que dan como resultados distritos con una base conceptual. Esto permite la formulación de proyectos estratégicos en pro de la transformación territorial y del fortalecimiento del sector.

En esta línea el propósito del distrito San Ignacio de promover un ecosistema donde los bienes patrimoniales, la creación cultural y la oferta educativa sean la base para conservar el valor histórico del territorio y mejorar las condiciones de habitabilidad y consumo.

Y en esta misma perspectiva es posible evidenciar en el distrito Perpetuo Socorro, que, a pesar de su característica de inducido, ha logrado consolidar un propósito común que es transformar un barrio con una posición estratégica en la ciudad para que se convierta en un

referente en materia regeneración urbana con altos estándares de sostenibilidad y desarrollo cultural y creativo.

Por el contrario, el ADN Valle de la innovación ha sido un proceso más rápido que tiene según lo encontrado en este trabajo falencias en los procesos investigativos sobre el territorio y las dinámicas sociales que permitan crear verdaderos proyectos endógenos de transformación con base a las necesidades e imaginarios de los habitantes del territorio. Es por esto que la mirada unilateral de la institucionalidad y la dispersión de las estrategias de intervención no permiten visualizar un norte claro de los objetivos específicos del ADN y de la forma en que se pretende cohesionar todos los actores, que es fundamental para poder sumar actores a un objetivo común que logre una agenda colectiva y procesos de desarrollo de las organizaciones participantes.

El anterior análisis, sobre la forma en que se han consolidado los proyectos, afecta directamente la rigurosidad a la hora de entender la tipología de los distritos. Suponer que la presencia de un número considerable de artistas o la radicación de empresas creativas en un territorio no implica per se tener un distrito espontáneo y que estos últimos también tienen retos importantes a la hora de poder encontrar las soluciones y estrategias que respondan a las problemáticas habituales. Es por eso que el distrito creativo Perpetuo Socorro y el ADN Valle de la Innovación son agrupaciones inducidas, a diferencia del distrito San Ignacio donde ya existía por tradición una gran red de actores culturales, patrimoniales y educativos que habían creado estrategias para solucionar las problemáticas que los aquejaban y atraer nuevos públicos de manera colectiva, un recorrido de muchas décadas que tiene a su vez un público para sus actividades y aunque desafía los retos sociales de su territorio, cuenta con una dinámica propia y la integración con otras actividades económicas.

Con relación a esta idea y como un segundo punto, *la gobernanza* se configura como un componente que permite elaborar las políticas que crean y mantienen el tejido social y empresarial. Los sistemas de gobernanza facilitan que los gestores de los distritos y los actores planifiquen un entramado de relaciones por medio del cual se tramitan las ideas, los problemas y los proyectos que surjan a la medida del tiempo, se gestionan los recursos necesarios para viabilizar la ejecución de estrategias y se crean puentes con actores estratégicos (administración pública, agremiaciones, organizaciones ciudadanas, entre otras) que sirvan como impulsores de proyecto de mayor envergadura como las intervenciones físicas al espacio público.

En consecuencia, este trabajo ratifica la necesidad de que los distritos creativos y culturales sean estrategias fundamentadas en la creación de ese tejido que se acaba de mencionar, promoviendo el desarrollo cultural y económico de los territorios, con la llegada de nuevos actores que transformen las dinámicas creativas e intelectuales del distrito bajo la premisa del respeto por la idiosincrasia y las tradiciones. En otras palabras, los ecosistemas creativos y culturales se convierten en la columna vertebral de los distritos creativos. (Rosenfeld, 1997; Bao & Blanco, 2014; Trujillo, 2020; Uribe, 2020)

Particularmente, el distrito San Ignacio se destaca entre los 3 casos caracterizados como distrito espontáneo, ya que surge como una propuesta para fortalecer la red de actores que ya existía y que no ha desaparecido, con una mirada más amplia sobre la necesidad de revitalizar del espacio y dotando de facultades a una organización que permitiera catapultar la apropiación territorial por parte de toda la ciudadanía por medio de planes de alto impacto tales como la peatonalización de corredores estratégicos, la intervención de los edificios patrimoniales en pro de la conservación o incluso la creación de agendas propias como El Festival de Teatro San



Ignacio y otros eventos propios como los recorridos San Ignacio, y los Festivales de la Calle Cervantes por mencionar algunos en éste punto.

Uno de los grandes retos que tienen los sistemas de gobernanza es la generación de confianza entre los actores, entendiendo que, solo así será posible dotar de credibilidad las decisiones de los organismos de gobierno y delegar la administración. Justamente el distrito Perpetuo Socorro ha logrado que La Corporación, tal como lo manifiestan los entrevistados, tenga altos niveles de confianza entre los actores creativos del territorio, posibilitando la atracción de nuevos inversores y facilitando la gestión de los planes estratégicos colectivos en articulación con la administración municipal y con los empresarios del barrio.

En tercer lugar, otra de las características distintivas de los distritos caracterizados es la participación de privados como promotores del agrupamiento. Los distritos de Medellín han sido promovidos por grupos de empresas y organizaciones privadas que bajo objetivos comunes han logrado crear organismos interinstitucionales que se propusieron formular los planes de creación. Esta participación privada ha sido fundamental en la garantía de recursos económicos y humanos que permiten la materialización de las ideas. Claramente la gestión privada por sí sola, no es una certeza de implementación si no existe voluntad política por parte de la administración pública de apoyar estos proyectos ya que de ella dependen los beneficios tributarios que se le ofrecen a los empresarios y creadores, las delimitaciones geográficas, la ordenación del uso del suelo y la gestión de las políticas públicas. No obstante, tener organismos privados que velen por la participación pública y tiendan puentes de relacionamiento se convierte en un imperativo.

En el otro extremo, está el ADN Valle de la Innovación que tiene como principal promotor la administración pública y no hay una vinculación directa de una empresa o institución privada que tenga la voluntad de inyectar recursos al proyecto para promover la

llegada de nuevos creadores. La Alcaldía Municipal viene promoviendo una serie de intervenciones importantes, como las obras de desarrollo urbano en la Zona de la Buena mesa para hacer más atractiva la llegada de nuevos empresarios del sector gastronómicos, aun así, queda a la voluntad de próximos gobernantes y de las complejas asignaciones presupuestales la vida del proyecto.

Con relación a la gestión de la *innovación*, es bueno mencionar que uno de los grandes potenciales que tienen los distritos es la capacidad que tienen para crear sinergias entre las organizaciones en pro de la innovación colaborativa. Este tipo de alianzas permite que las empresas puedan aprovechar, la cercanía, las capacidades, conocimientos internos y se nutran de las fortalezas de los pares para “generar nuevo valor a través de productos, servicios y procesos.” (Cornella, 2016)

Otros tipos de innovación aún tienen casos incipientes y existen grandes oportunidades para crear ecosistemas más atractivos para la creatividad. En especial el distrito Perpetuo Socorro y el ADN de la Innovación, por las características de los sectores que buscan atraer tienen gran potencial para albergar espacios donde confluyan los creativos y se incuben los emprendimientos tales como cafés, coworking y laboratorios. De hecho, el Perpetuo Socorro ya tiene algunos casos como Ruta Naranja y el Hub de Innovación que vienen haciendo un trabajo importante en acompañar e impulsar nuevos emprendimientos. El reto es poder consolidar ese entramado de necesidades que busca la clase creativa para que de verdad sea atractivo confluir estos espacios. Harán falta proyectos hoteleros, inmobiliarios y gastronómicos que soporten la propuesta. Las condiciones existen, pero se necesita de voluntad y recursos para hacerlos realidad.

A raíz de esta información este trabajo se permitirá hacer algunas breves proyecciones futuras de los determinantes en los procesos de desarrollo de los distritos y que se cree que

pueden ser los puntos de inflexión de los proyectos que garantizarán su permanencia en el tiempo

Para el caso de San Ignacio, se hará fundamental la continuidad en el tejido institucional, para seguir fortalecimiento la confianza entre las organizaciones líderes de los proyectos y la diversidad de organizaciones artísticas, culturales, patrimoniales y educativas que hacen parte del distrito, además del relacionamiento con las entidades gubernamentales. La reciprocidad en el cumplimiento de los compromisos y la búsqueda colectiva del fortalecimiento de los vínculos cultura – ciudadanía serán decisivos en la cohesión del distrito, bajo el supuesto que los procesos de revitalización territorial y las intervenciones físicas pueden ser una consecuencia de la apropiación de las comunidades del espacio público y del impacto de los proyectos de innovación colaborativa, trabajando sobre las problemáticas identificadas (Seguridad, movilidad, medio ambiente) y la necesidad de mejorar la dimensión económica en el marco de la sostenibilidad de las organizaciones y los proyectos.

El distrito Perpetuo Socorro, por su parte ha logrado consolidar una red de relaciones entre los emprendedores y organizaciones que han llegado al distrito como parte del proyecto gracias al trabajo liderado por la Corporación Perpetuo Socorro y las instituciones fundadoras, no obstante, sus retos de relacionamiento con las empresas y actores del sector automotriz son de mayor envergadura. Al final este sector, ha sido el que se ha apropiado del territorio por varias décadas y esto ha hecho que tengan mayor influencia en la especulación inmobiliaria de un barrio con una serie de bondades que lo hacen atractivo en materia de desarrollo urbano. Dicha especulación dificulta la llegada de nuevos actores creativos que fortalezcan el ecosistema.

Perpetuo Socorro es un distrito que se está convirtiendo en un eje atractivo de la transformación de la ciudad y en caso tal de superar las barreras en materia de desarrollo urbano

se puede llegar a ser un gran caso de éxito en Colombia, gracias a las bases sólidas que tiene en materia de principios y de objetivos de desarrollo fundamentados en la sostenibilidad.

Por último, el ADN Valle de la Innovación tiene un proceso que desarrollar en torno a construir claridades sobre sus formas y métodos para lograr la transformación económica que ha se ha planteado, esto solo será posible, si en primer lugar el proyecto liderado por la administración municipal acota objetivos y se permite entender a profundidad las dinámicas socioeconómicas de los actores culturales y creativos que habitan no solo el territorio sino también todo el municipio ya que muy probablemente, el ADN se convertirá en un espacio de confluencia municipal que impactará directamente las zonas contiguas a la delimitación.

Luego de este conocimiento más claro, será posible avanzar en el fortalecimiento del modelo de gobernanza y el sistema de interacción que trabajará en la creación de las redes interorganizacionales que hoy son inexistentes y en la vinculación de los actores privados que tendrán apuestas decisivas por el éxito del distrito. Este ADN tiene un gran potencial que será posible explotar si hay voluntad política, conocimiento técnico y suficientes recursos a disposición de la creación de un ecosistema creativo y cultural con miras a la innovación, teniendo como premisa la construcción de una visión colectiva que ayude a sumar actores del territorio y le dé continuidad al proyecto más allá de las administraciones.

Tabla 8: Análisis comparativo de tres distritos del Área Metropolitana del Valle de Aburrá

Concepto	Distrito San Ignacio	Distrito Perpetuo Socorro	ADN Valle de la Innovación
<b>Tipología</b>	Natural / Espontáneo	Inducido	Inducido
<b>Año de inicio del proyecto formal</b>	2017	2017	2020
<b>Objetivo Del Distrito</b>	Revitalización territorial, formación de comunidad, apropiación del espacio público y consumo cultural	Regeneración urbana, creación de comunidad, atracción turística	Desarrollo y vocación económica, atracción de demanda y turismo
<b>Gobernanza</b>	Mixto	Top – Down	Top – Down
<b>Sistema De Interacción</b>	Organismo adscrito	Corporación	Sin definir
<b>Gestores De Implementación</b>	Cooperación privada con respaldo público	Triada Universidad – Empresa – Estado.	Administración pública
<b>Vocación económica</b>	Comercial y educativa	Automotriz	Comercial
<b>Organizaciones predominantes</b>	Culturales, patrimoniales y educativas	Industrias creativas e incubadoras de emprendimientos	Industrias creativas y bienes de interés cultural
<b>Número de organizaciones</b>	+130	36	76
<b>Gestión de la innovación</b>	Innovación colaborativa, innovación de procesos e innovación social.	Innovación colaborativa, innovación de producto.	Sin definir

Fuente: elaboración propia.

## La Sostenibilidad de los Distritos

Tras este análisis surge entonces la duda sobre ¿cómo hacer sostenibles estos proyectos? Sería complejo proponer una fórmula única que garantice, tras un análisis, crear un modelo de gestión de los proyectos. No obstante, de la información recopilada si se pueden sacar algunas recomendaciones para tener en cuenta en futuras experiencias de implementación y gestión de proyectos de agrupamiento cultural o creativo:

- Realizar un análisis del contexto en el que se encuentra el territorio. Conocer su pasado, entender quienes habitan el posible distrito y su relación con la economía cultural y las industrias creativas, elementos de cohesión que permitan construir una red.

- Conocer a fondo la realidad y los determinantes de la sostenibilidad de las organizaciones creativas y culturales, Trabajar de su mano para conocer su estado desde una mirada de triple dimensión: económica, social y ambiental, integrar sus planes como organización y desde su propósito.
- Identificar los actores estratégicos de ese territorio, o los actores red, así como las potenciales redes locales, nacionales e internacionales que según su naturaleza pueden gestar, entre otras herramientas, van a ser de suma relevancia para que el gestor del distrito y sus integrantes dinamicen la consolidación del territorio.
- Planificar modelos de gobernanza facilitará la gestión de proyectos de beneficio colectivo y la retroalimentación constante de la gestión de los recursos. Además, se convertirá en una forma fácil de reconocer las características y particularidades de los actores que participan en el proyecto creando redes de conocimiento y de colaboración.
- Tener un líder o un equipo visible con dedicación al proyecto favorece la centralización de las necesidades y la gestión de los recursos y de los objetivos como un todo. El apalancamiento y la promoción de los proyectos tendrá responsables que trabajen en pro de su materialización.
- Reconocer la importancia de la participación tanto de entidades privadas como públicas posibilita la identificación de las capacidades, los alcances, los roles y los intereses de las partes además que diversifica las posibles fuentes de ingreso de recursos. La participación pública tendrá un importante impacto en la gestión del suelo y en la planificación de políticas estratégicas en materia de sostenibilidad. Por su parte, la participación pública genera un ambiente de confianza, de estabilidad y de atracción de la inversión.

- Unificar agendas y crear objetivos comunes se convierte en una estrategia fundamental de comunicación y de creación de demanda. A pesar de los propósitos individuales de cada empresa, emprendimiento u organización, estos proyectos colectivos favorecen la cohesión organizacional en torno al territorio y promueven la creación de comunidades con vínculos e intereses sobre el distrito.
- Es importante admitir que el territorio también hace parte de un contexto de un contexto urbano más complejo. Solo así se crearán proyectos adaptativos donde se promueve la creatividad y la innovación para que, como menciona Trujillo (2020), se cree valor simbólico, medioambiental, social y cultural que al final crea plusvalía económica.

Como reflexión final, vale la pena recordar la pregunta planteada por Brooks & Kushner (2001): ¿realmente benefician los distritos culturales a las instituciones culturales, a la economía cultural o la industria creativa? Es una pregunta que tendrá que hacerse en un par de años, cuando realmente se vean los impactos y consecuencias de la consolidación de estos proyectos que aún tienen mucho camino que recorrer y muchos retos que enfrentar como la consolidación de los modelos de gobernanza, la creación de confianza, la diversificación de la inversión y las intervenciones de infraestructura pública.

## Conclusiones

Hoy más que nunca, la creatividad, la innovación y la cultura han cobrado valor en los procesos de transformación de las ciudades, en la promoción del desarrollo y en la búsqueda de nuevas vocaciones económicas para dar respuesta a los nuevos retos económicos, sociales y medioambientales a los que se enfrenta la sociedad.

Como se pudo evidenciar en el marco conceptual, para darle respuesta conceptual a esta realidad en crecimiento, la academia, las organizaciones multilaterales, los gobiernos e instituciones privadas, han venido proponiendo una multiplicidad de conceptos tales como industrias creativas y culturales, economía creativa, clústeres o distritos culturales y creativos, entre otros que han ayudado a que los tomadores de decisiones públicas hayan volcado la mirada, sobre los impactos sociales y económicos que tienen estas apuestas de ciudad. Y aunque la discusión ha sido amplia y abierta, ha sido principalmente dada desde Europa y vale la pena explorar mayores aportes conceptuales que pueden surgir a raíz de las dinámicas propias de que se vienen dando en Colombia y en algunos otros países latinoamericanos.

En particular el fenómeno de creación de distritos culturales y creativos, que surge en los años 90 del concepto de clúster, ha venido tomando popularidad como una estrategia por medio de la cual es posible materializar las políticas públicas de fortalecimiento y promoción de la economía creativa y cultural con altos impactos en el desarrollo de los contextos urbanos. Prueba de lo anterior son los casos de éxito que se relataron como estudios de caso, en Barcelona y Buenos Aires.

Colombia, ha tratado de ponerse a la vanguardia y como resultado de la política de fortalecimiento de la Economía Naranja ha creado un proyecto como las Áreas de Desarrollo



Naranja (ADN) que promueve la delimitación de territorios que han tenido o por tradición vocación creativa y cultural o que si no la ha tenido vienen trabajando para imponer.

La ciudad de Medellín y sus municipios aledaños, como Envigado, se han acogido a esta tendencia y vienen trabajando en distritos culturales y creativos, todos con características especiales, para atraer a los emprendedores y empresarios de la economía cultural y las industrias creativas con el fin de consolidar ecosistemas donde prolifere la creatividad, el consumo y la producción de bienes y servicios culturales y creativos además y se propicie la transformación de los entornos urbanos. Este trabajo se propuso entender y profundizar sobre las razones por las cuales los gestores de los proyectos ya sean públicos o privados, se han motivado a inyectar recursos (económicos, humanos e intelectuales) a estos agrupamientos y sobre las características de las dinámicas sociales, culturales y creativas que tienen lugar en los distritos.

Es importante resaltar que a pesar de las profundas diferencias en la manera en que se han creado los proyectos, los diversos contextos en los cuales se encuentran inmersos, las diferentes perspectivas de implementación y su muy reciente formalización, los distritos son proyectos loables que demuestran que hay organizaciones y entidades públicas y privadas que han entendido que las expresiones artísticas, los bienes patrimoniales, los procesos educativos y los bienes y servicios creativos y turísticos tienen la capacidad no solo de generar el valor social, por el cual han sido tradicionalmente reconocidos, sino también de crear valor económico e impactar la forma en la que se piensan y se transforman las ciudades en materia de infraestructura, sostenibilidad y oportunidades.

Y aunque se puede ser optimista con respecto al futuro de los distritos e imaginarse una ciudad región, destacada internacionalmente por atraer creativos, empresarios, emprendedores a un ecosistema rico en cultural, creatividad e innovación, no se puede desconocer el largo camino

que aún queda por recorrer. El análisis comparativo realizado como último elemento de este trabajo, prueba que todavía hay dudas sobre la sostenibilidad de los proyectos en materia de recursos económicos, de las propuestas de valor y las gestiones para la atracción de talento regional, nacional e internacional, del interés por crear consensos y fortalecer los sistemas de gobernanza o por la disposición de las actuales o futuras administraciones de aportar decididamente a la materialización de los proyectos urbanos, tributarios, culturales y de desarrollo económico que se han trazado cada uno de los distritos.

Desafortunadamente Colombia ha sufrido por años una grave enfermedad de ineficacia e ineficiencia para resolver problemas públicos a causa de la dificultad de resolver conflictos políticos y trascender los intereses individualistas. Y uno de sus principales síntomas ha sido la falta de voluntad política e indiferencia para crear programas que trascienden períodos gubernamentales y que estén formulados bajo el reconocimiento de la diversidad territorial y cultural. Queda la expectativa de la continuidad y la sostenibilidad de proyectos como los ADN y las políticas de Economía Naranja cuando su legitimidad entre los actores culturales y creativos es relativamente baja y los respaldos han sido mayoritariamente institucionales, que por su naturaleza política son cambiantes.

Se esperaría que, en el futuro cercano, se tengan conversaciones más amplias, se propongan más estudios donde se puedan contrastar los resultados hasta la fecha y realizar otro comparativo sobre los avances e impacto de estos distritos, se realicen investigaciones desde las múltiples perspectivas con las cuales se pueden analizar estos fenómenos y se amplíe la mirada a otros distritos de la región y el país. Solo así, Colombia podrá crear su propio banco de conocimiento sobre distritos creativos y culturales que le permita diseñar mejores prácticas,

analizar más de cerca los fenómenos y experiencias y por ende tener distritos reales que aporten fuertemente al desarrollo de la economía cultural y las industrias creativas.

## Referencias

- 22@ Network BCN. (n.d.). *El District 22@, el primer Innovation District | 22@NETWORK BCN*. Retrieved August 17, 2021, from <https://www.22network.net/districte-22/>
- Aguilar Villanueva, L. F. (2006). *Gobernanza y gestión pública* (Primera ed). Fondo de Cultura Económica.
- Alcaldía de Bogotá. (2019). GUÍA PRÁCTICA PARA LA CREACIÓN DE ÁREAS DE DESARROLLO NARANJA. In *Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa*.
- Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa, (2019). [https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/adjuntos\\_paginas\\_2014/politica\\_publica\\_distrital\\_de\\_economia\\_cultural\\_y\\_creativa\\_0.pdf](https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/adjuntos_paginas_2014/politica_publica_distrital_de_economia_cultural_y_creativa_0.pdf)
- Alcaldía de Envigado. (2020). *Plan de Desarrollo Municipal 2020 - 2023 “Juntos Sumamos por Envigado.”* Alcaldía de Envigado.
- Decreto n° 551 de 2020*, (2020) (testimonio de Alcaldía de Envigado). <https://economianaranja.gov.co/media/4cndew3x/decreto-551-de-2020.pdf>
- Acuerdo n° 026 de 2020*, (2020) (testimonio de Concejo de Medellín).
- Acuerdo n° 48 de 2014*, (2014) (testimonio de Alcaldía de Medellín). [https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportaldelCiudadano\\_2/PlandeDesarrollo\\_0\\_17/ProgramasyProyectos/SharedContent/Documentos/2014/POT/ACUERDO\\_POT-19-12-2014.pdf](https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportaldelCiudadano_2/PlandeDesarrollo_0_17/ProgramasyProyectos/SharedContent/Documentos/2014/POT/ACUERDO_POT-19-12-2014.pdf)
- Alcaldía de Medellín. (2019). *Mapa artístico y cultural de la comuna 10-La Candelaria*. Diagnóstico Artístico y Cultural de La Comuna 10 – La Candelaria. <http://comuna10.com/diagnostico-cultural/>

- Álvarez-Aros, E. L., & Bernal-Torres, C. A. (2017). Modelo de Innovación Abierta: Énfasis en el Potencial Humano. *Información Tecnológica*, 28(1), 65–76.  
<https://doi.org/10.4067/S0718-07642017000100007>
- Ansell, C., & Torfing, J. (2016). Introduction: Theories of governance. *Handbook on Theories of Governance*, 1–17. <https://doi.org/10.4337/9781782548508.00008>
- Avis, W. R. (2016). Urban governance (Topic guide). *GSDRC, University of Birmingham*.  
[www.nationalarchives.gov.uk/doc/open-government-licence](http://www.nationalarchives.gov.uk/doc/open-government-licence)
- Avogadro, E. (2019). *Estrategias de desarrollo urbano desde el punto de vista de la economía creativa. La experiencia de los Distritos Creativos de la Ciudad de Buenos Aires. Una evaluación comparativa a través del cotejo de dos de ellos: el Distrito Audiovisual y el Distrito*.
- Bao, S., & Blanco, F. (2014). Modelos de formación de clúster industriales: revisión de las ideas que los sustentan. *Revista Galega de Economía*, 23(2), 179–198.
- Barajas, A. (2018, Octubre 8). El extraño caso de la JAC La Candelaria - Centrópolis. *Centrópolis*. <https://www.centropolismedellin.com/extrano-caso-la-jac-la-candelaria/>
- Beltrán Virgúez, J. E., Geraldine, D., & García, J. (2015). *FENOMENOLOGÍA DE LA ORGANIZACIÓN: UNA PERSPECTIVA TEÓRICA* Área de investigación: Teoría de la Administración y Teoría de la Organización.
- Boldrini, P. L., & Malizia, M. (2014). Procesos de gentrificación y contragentrificación: Los mercados de Abasto y del Norte en el Gran San Miguel de Tucumán (noroeste argentino). *Revista INVI*, 29(81), 157–191. <https://doi.org/10.4067/S0718-83582014000200005>

Brooks, A. C., & Kushner, R. J. (2001). Cultural Districts and Urban Development.

*International Journal of Arts Management*, 3(2), 4–15.

<http://www.jstor.org.ezproxy.eafit.edu.co/stable/41064719>

Buitrago, F., & Duque, I. (2013). La Economía Naranja: Una Oportunidad Infinita. In *Banco*

*Interamericano de Desarrollo* (Vol. 1, Sigue 2). <https://publications.iadb.org/es/la->

[economia-naranja-una-oportunidad-infinita](https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita)

Cámara de Comercio Aburrá Sur. (2020). *Informe Económico Aburrá Sur 2020*.

Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. (2019). Caracterización económica y

empresarial de la comuna 10 La Candelaria. *Raed*, 21, 193.

Carmona, R. (2017). *Implicancias políticas y sociales en el desarrollo de Distritos Creativos en*

*la Ciudad Autónoma de Buenos Aires*.

Castro-Higueras, A. (2016). *De las industrias culturales a las industrias creativas: Una visión*

*crítica*.

Centro de Historia de Envigado. (2018). *Boletín Histórico* (E. Restrepo, J. F. Flórez, & J.

Trujillo, Eds.). Centro de Historia de Envigado / Alcaldía de Envigado.

Cerrillo i Martínez, A. (2005). La Gobernanza hoy: Introducción. In A. Cerrillo i Martínez

(Ed.), *La gobernanza hoy: 10 textos de referencia* (pp. 11–35). Instituto Nacional de

Administración Pública.

Cinti, T. (2007). Cultural Clusters and districts: In P. Cooke & L. Lazzeretti (Eds.), *Creative*

*Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development* (pp. 70–91). Edward Elgar

Publishing.

<https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=iGHykkVY49MC&oi=fnd&pg=PA70>

[&dq=Cinti+creative+clusters&ots=g9ig0-zkOi&sig=nSkRxvPjKsin0xXRtA68rjzErbE#v=onepage&q&f=false](#)

Comfama. (n.d.). *¿Ya conoces nuestra bodega/Comfama?* Retrieved November 13, 2021, from

<https://www.comfama.com/trabajo-con-proposito/emprendimiento/ya-conoces-nuestra-bodega-comfama/>

Comfama. (2020). *¿Somos San Ignacio! Una Apuesta Colectiva Por El Centro de Medellín: Nace El Distrito San Ignacio.*

Comisión Europea. (2010). *Libro Verde: Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas.* [http://eur-](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0183:FIN:ES:PDF)

[lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0183:FIN:ES:PDF](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0183:FIN:ES:PDF)

Cooke, P., & Lazzeretti, L. (2007). Creative cities: An introduction. In *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development* (pp. 1–22). Edward Elgar Publishing.

<https://doi.org/10.4337/9781847209948.00007>

Cooke, P., & Schwartz, D. (2007). Creative regions: an introduction. In P. Cooke & D.

Schwartz (Eds.), *Creative Regions: technology, culture, and knowledge entrepreneurship* (pp. 1–27). Routledge.

Cornella, A. (2016). Conmoración: la ventaja de la innovación colaborativa. *Business &*

*Technology*, 24. <https://www.harvard-deusto.com/coinnovacion-la-ventaja-de-la-innovacion-colaborativa>

Corporación OtraParte. (n.d.). *Historia de Envigado.* Retrieved December 14, 2021, from

<https://www.otraparte.org/casa-museo/envigado/historia-de-envigado/>

- Coupé, F., & Restrepo, S. (2018). ¿Quién vive aquí? In G. S. Posada Mejía, A. F. Gallego Patiño, & Programa Cultura Centro (Eds.), *Memorias 2017: Ciudad al Centro* (pp. 105–131). Universidad de Antioquia.
- DANE. (2018). *Medida de pobreza multidimensional de fuente censal*. Medida de Pobreza Multidimensional Municipal de Fuente Censal 2018.  
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/pobreza-y-desigualdad/medida-de-pobreza-multidimensional-de-fuente-censal>
- Descalcar, R. (1984). Contracultura y tradición cultural. *Estudios Políticos (Nueva Época)*, 37, 209–237.
- Distrito San Ignacio, & Alcaldía de Medellín. (2020). *San Ignacio. Patrimonio Cultura y Educación: Declaración de intenciones*. <https://distritosanignacio.com/wp-content/uploads/2021/02/Declaracion-de-intenciones-sin-firmas-PDF.pdf>
- Easterly, W. (2008). Institutions: Top down or Bottom up? *The American Economic Review*, 98(2), 95–99.
- Echavarría Arroyave, V. (2018). Escándalos en la Plazuela de San Ignacio. *Periódico Nexos*.  
<https://www.eafit.edu.co/nexos/ediciones-impresas/Paginas/escandalos-en-la-plazuela-de-san-ignacio-211.aspx>
- El Perpetuo Socorro [@elperpetuosocorro]. (n.d.). *Historias destacadas - Esencia [Perfil de Instagram]*. Retrieved January 28, 2022, from <https://www.instagram.com/elperpetuosocorro/>
- Florida, R. (2004). Cities and the creative class. *Cities and the Creative Class, March*, 1–198.  
<https://doi.org/10.4324/9780203997673>



- Frost-Kumpf, H. A. (1997). *Cultural Districts: The Arts As a Strategy for Revitalizing Our Cities*. Americans for the Arts. <https://www.americansforthearts.org/by-program/reports-and-data/legislation-policy/naappd/cultural-districts-the-arts-as-a-strategy-for-revitalizing-our-cities>
- Fuster Guillen, D. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201–229.  
<http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>ORCID:<https://orcid.org/http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>
- Gamboa, S. (2018, June). *Distrito San Ignacio*. Universo Centro.  
<https://www.universocentro.com/NUMERO97/Distrito-San-Ignacio.aspx>
- García Estrada, R. (n.d.). *Universidad de Antioquia, dos siglos de historia: en 1803, Colegio Franciscano. En 1871, Universidad del Estado Soberano | La Red Cultural del Banco de la República*. Credencial Historia. Retrieved October 17, 2021, from  
<https://www.banrepcultural.org/biblioteca-virtual/credencial-historia/numero-167/universidad-de-antioquia-dos-siglos-de-historia>
- González, L. R., & Borello, J. A. (2013). *Innovación en las industrias culturales y creativas. ¿Cómo caracterizarla y medirla? El caso de la producción audiovisual en la Argentina y en los países semi- industrializados*. 1–26.
- Gonzalez Redondo, C. (2020). Urban governance: Reflections from the economic districts of the city of Buenos Aires. *Revista INVI*, 35(100), 91–114. <https://doi.org/10.4067/S0718-83582020000300091>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2010). *Metodología de la investigación* (5ta ed.).

- Hitters, E., & Richards, G. (2002). The creation and management of cultural clusters. *Creativity and Innovation Management*, 11(4), 234–247. <https://doi.org/10.1111/1467-8691.00255>
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy*. Penguin Group.
- Janoschka, M. (2011). Geografías urbanas en la era del neoliberalismo. Una conceptualización de la resistencia local a través de la participación y la ciudadanía urbana. *Investigaciones Geográficas*, 76. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-46112011000300009](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-46112011000300009)
- Jessop, B. (1998). The rise of governance and the risks of failure: The case of economic development. *International Social Science Journal*, 50(155), 29–45. <https://doi.org/10.1111/1468-2451.00107>
- Karlsson, C. (2010). *Clusters, Networks and Creativity*. (Issue January 2011). <http://www.cesis.se>
- Kaufmann, D., Kraay, A., & Zoido-Lobaton, P. (1999). *Governance Matters*. [http://www.worldbank.org/wbi/governance/working\\_papers.htm](http://www.worldbank.org/wbi/governance/working_papers.htm).
- Kogabayev, T., & Maziliauskas, A. (2017). The definition and classification of innovation. *HOLISTICA – Journal of Business and Public Administration*, 8(1), 59–72. <https://doi.org/10.1515/HJBPA-2017-0005>
- Lazzeretti, L. (2008). El distrito cultural. *Mediterráneo Económico*, ISSN 1698-3726, N<sup>o</sup>. 13, 2008 (Ejemplar Dedicado a: Los Distritos Industriales / Coord. Por Vicent Enric Soler i Marco), Págs. 327-351, 13, 327–351. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2602242&info=resumen&idioma=ENG>

Lerena, N., & Orozco, H. (2020). Economías creativas y renovación urbana. Nuevos usos y usuarios en Parque Patricios, Buenos Aires. *Revista INVI*, 35(98).

<https://www.redalyc.org/journal/258/25863397001/html/>

López Isaza, G. A. (2014, Diciembre). Innovación: lo social le es inmanente.

*Rev.Fac.Cienc.Econ*, XXII(2), 123–158.

<http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v22n2/v22n2a09.pdf>

López, M. D. (2018). Construir la escena local. Apuestas y prácticas en las artes visuales de la ciudad de La Plata. *Calle 14 Revista de Investigación En El Campo Del Arte*, 13(24), 457–467. <https://doi.org/10.14483/21450706.13538>

Marques, L., & Richards, Greg. (2014). *Creative Districts around the world* (L. Marques & Greg. Richards, Eds.). <http://creativedistricts.imem.nl/>

Medellín Cómo Vamos. (2021). *Informe de Calidad de Vida de Medellín* .

<https://www.medellincomovamos.org/system/files/2021-09/docuprivados/Documento%20Informe%20de%20Calidad%20de%20Vida%20de%20Medell%C3%ADn%202020.pdf>

Mejía-Villa, A. H., Recalde, M., Alfaro, J. A., & Guitérrez-García, E. (2017). Las Asociaciones Empresariales como Comunidades de Innovación Colaborativa: Desarrollo de un Modelo Teórico. *XXVII CONGRESO DE ACEDE*, 1–30.

<https://www.researchgate.net/publication/315067446>

Méndez, R. (2002). Innovación y desarrollo territorial: algunos debates teóricos recientes.

*EURE (Santiago)*, 28(84), 63–83. <https://doi.org/10.4067/S0250-71612002008400004>

Mercado Celis, A., A. (2016). Distritos creativos en la Ciudad de México en la segunda década del siglo xxi. *Territorios*, 18(34), 183–213. <https://doi.org/10.12804/territ34.2016.08>

- Ministerio de Cultura. (n.d.). *Áreas de Desarrollo Naranja (ADN)*. Retrieved November 14, 2021, from <https://economianaranja.gov.co/areas-de-desarrollo-naranja-adn/>
- Ministerio de Hacienda y Crédito Público. (2021). *Presupuesto General de la Nación y Presupuesto de Empresas Industriales y Comerciales*.  
[https://www.minhacienda.gov.co/webcenter/portal/EntOrdenNacional/pages\\_pgn](https://www.minhacienda.gov.co/webcenter/portal/EntOrdenNacional/pages_pgn)
- Mommaas, H. (2004). Cultural Clusters and the Post-industrial City: Towards the Remapping of Urban Cultural Policy. *Urban Studies*, 41, 507–532.  
<https://doi.org/10.1080/0042098042000178663>
- Montes, A. (2016). Guaneros, Leyenda de Arrabal. *Universo Centro*.  
<https://www.universocentro.com/NUMERO74/GuanerosLeyendadeArrabal.aspx>
- Montoya Suárez, O. (2004, August). SCHUMPETER, INNOVACIÓN Y DETERMINISMO TECNOLÓGICO. *Scientia et Technica*, X(25), 209–213.
- Murray, R., Caulier-Grice, J., & Mulgan, G. (2010). *The Open Book of Social Innovation* (T. and the A. National Endowment for Science & Young Foundation, Eds.).  
[www.socialinnovator.info](http://www.socialinnovator.info)
- NESTA. (2009). *Soft innovation Towards a more complete picture of innovative change*.
- OECD, & Eurostat. (2007). *Manual de Oslo*. (Issue 5). [http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/manual-de-oslo\\_9789264065659-es](http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/manual-de-oslo_9789264065659-es)
- OECD/Eurostat. (2018). Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation. In *The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities*. [https://doi.org/10.1787/9789264304604-en%0Ahttps://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oslo-manual-2018\\_9789264304604-](https://doi.org/10.1787/9789264304604-en%0Ahttps://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oslo-manual-2018_9789264304604-)

[en%0Ahttps://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oslo-manual-2018\\_9789264304604-en%0Ahttps://www.oecd-ilibrary.org/scie](https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oslo-manual-2018_9789264304604-en)

Ossa Oliveros, J. F., & Eslava, A. (2016). *Políticas públicas desde abajo: Proceso de concertación durante la formulación del programa Barrios Sostenibles en Medellín.*

Pequeño Teatro. (n.d.). *¿QUIÉNES SOMOS?* Retrieved November 3, 2021, from

<https://www.pequenoteatro.com/nosotros/quienes-somos>

Perfetti del corral, M. V. (1995). *Las transformaciones de la estructura urbana de Medellín.*

431. <http://oa.upm.es/13745/1/transformacionesurbanasmedellin.pdf>

Peters, G. B., & Pierre, J. (2005). ¿Por qué ahora el interés por la gobernanza? In *La gobernanza hoy: 10 textos de referencia* (pp. 37–56). Instituto Nacional de Administración Pública.

Podestá, P., & Hernández, M. C. (2012). *EMPRESAS DE BASE CULTURAL Y CREATIVA:*

*Identificación y Clasificación de sus Factores Críticos de Desempeño.* 6, 17–27.

Porter, M. E. (1999). Los "clústers" y la nueva economía de competencia Clusters and the new economics of competition. *Palmas*, 20(4), 51–65.

Posso Jiménez, L. (2012). Getsemaní: de barrio periférico a núcleo de la escena cultural

contemporánea\*. *Visitas al Patio*, 7, 87–104. <https://doi.org/10.32997/2027-0585-vol.0-num.7-2013-1691>

Proantioquia. (2017). *Diagnóstico del Centro de Medellín.*

<https://www.proantioquia.org.co/system/files/2020->

[12/docuprivados/Diagn%C3%B3stico%20Integral%20del%20Centro%20de%20Medell%](https://www.proantioquia.org.co/system/files/2020-12/docuprivados/Diagn%C3%B3stico%20Integral%20del%20Centro%20de%20Medell%C3%ADn.pdf)

[C3%ADn.pdf](https://www.proantioquia.org.co/system/files/2020-12/docuprivados/Diagn%C3%B3stico%20Integral%20del%20Centro%20de%20Medell%C3%ADn.pdf)

Restrepo Mejía, L. (2016). ARQUITECTURA NEOGÓTICA EN ANTIOQUIA, COLOMBIA.

In M. Checa-Artasu & O. Niglio (Eds.), *El Neogótico en la Arquitectura Americana* (I, p. 508). Ermes. Servizi editoriali integrati S.r.l.

Restrepo Uribe, L. M. (2017). *Las historias del Edificio de San Ignacio*. UdeA Noticias.

Rius Ulldemolins, J., & Zarlenga, M. I. (2014). Industrias, distritos, instituciones y escenas.

Tipología de clústeres culturales en Barcelona. *Revista Espanola de Sociologia*, 21(2014), 47–68. <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84906218557&partnerID=tZOtx3y1>

Rodríguez, Adolfo., & Alvarado, Hernán. (2008). Claves de la Innovación Social en América Latina y el Caribe. In *Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)* (Vols. 2004–1).

[https://repositorio.cepal.org/handle/11362/2536%0Ahttp://ulegid.unileon.es/admin/UploadFolder/63\\_\(2004\).pdf%5Cn](https://repositorio.cepal.org/handle/11362/2536%0Ahttp://ulegid.unileon.es/admin/UploadFolder/63_(2004).pdf%5Cn)

Rosenfeld, S. A. (1997). Bringing business clusters into the mainstream of economic development. *European Planning Studies*, 5(1), 3–23.

<https://doi.org/10.1080/09654319708720381>

Rozentale, I., & Lavanga, M. (2014). The “universal” characteristics of creative industries revisited: The case of Riga. *City, Culture and Society*, 5(2), 55–64.

<https://doi.org/10.1016/j.ccs.2014.05.006>

Rüede, D., & Lurtz, K. (2012). *Mapping the various meanings of social innovation: Towards a differentiated understanding of an emerging concept*. <https://www.h->

[brs.de/files/rueede\\_lurtz\\_-\\_mapping\\_the\\_various\\_meanings\\_of\\_social\\_innovation\\_isi.pdf](https://www.h-brs.de/files/rueede_lurtz_-_mapping_the_various_meanings_of_social_innovation_isi.pdf)

Salazar, E. (2017). *Las Casitas: Modelo de gestión integral para el redesarrollo*.

San Ignacio. (n.d.). *Distrito San Ignacio*. Retrieved January 8, 2022, from

<https://distritosanignacio.com/distrito-san-ignacio/>

Sánchez Belando, Ma. V., Rius Ulldemolins, J., & Zarlenga, M. I. (2012). ¿Ciudad creativa y ciudad sostenible?: Un análisis crítico del “modelo Barcelona” de políticas culturales.

*Http://Journals.Openedition.Org/Rccs*, 99, 31–50. <https://doi.org/10.4000/RCCS.5101>

Sánchez, J., & Carlos, J. (2011). La innovación: una revisión teórica desde la perspectiva de marketing. *Perspectivas*, 27, 47–71.

Sánchez, J. J., Arroyo, S., Parra, J. F., & Verdú, A. J. (2018). *Las Industrias Culturales y*

*Creativas en Iberoamérica: Evolución y Perspectivas* (Universidad Miguel Hernández de

Elche, Ed.). [http://culturacreativaiberoamericana.edu.umh.es/wp-](http://culturacreativaiberoamericana.edu.umh.es/wp-content/uploads/sites/1321/2018/11/Las-Industrias-culturales-y-creativas-en-Iberoamérica.pdf)

[content/uploads/sites/1321/2018/11/Las-Industrias-culturales-y-creativas-en-](http://culturacreativaiberoamericana.edu.umh.es/wp-content/uploads/sites/1321/2018/11/Las-Industrias-culturales-y-creativas-en-Iberoamérica.pdf)

[Iberoamérica.pdf](http://culturacreativaiberoamericana.edu.umh.es/wp-content/uploads/sites/1321/2018/11/Las-Industrias-culturales-y-creativas-en-Iberoamérica.pdf)

Santagata, W. (2006). Cultural Districts and Their Role in Developed and Developing

Countries. In V. A. Ginsburg & D. Throsby (Eds.), *Handbook of the Economics of Art and*

*Culture* (Vol. 1, Issue 2004, pp. 1101–1119). [https://doi.org/10.1016/S1574-](https://doi.org/10.1016/S1574-0676(06)01031-3)

[0676\(06\)01031-3](https://doi.org/10.1016/S1574-0676(06)01031-3)

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2016). *Research Methods for Business Students*

(Pearson, Ed.; Seventh ed). Pearson Education Limited.

Secretaría de Educación y Cultura, Dirección de Extensión Cultural, & Escobar Calle, M.

(1990). *Conservación y restauración del edificio del Parainfo de la Universidad de*

*Antioquia*. <http://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/359>

- Soulard, O. (2021). Los Distritos Culturales y Creativos no son novedad, pero están en auge. In Conexiones Creativas (Ed.), *Ecosistemas Creativos 2021* (4th ed., p. 80). Conexiones Creativas, Ministerio de Cultura de Colombia.
- Stern, M. J., & Seifert, S. C. (2007). Cultivating “Natural” Cultural Districts. *Culture and Community Revitalization: A SIAP/Reinvestment Fund Collaboration—2007-2009*.  
[https://repository.upenn.edu/siap\\_revitalization4](https://repository.upenn.edu/siap_revitalization4).  
[https://repository.upenn.edu/siap\\_revitalization/4](https://repository.upenn.edu/siap_revitalization/4)
- Taylor, S. P. (2017). What Is Innovation? A Study of the Definitions, Academic Models and Applicability of Innovation to an Example of Social Housing in England. *Open Journal of Social Sciences*, 05(11), 128–146. <https://doi.org/10.4236/JSS.2017.511010>
- TerriData. (2020). *Ficha técnica Envigado, Antioquia*. 882, 1–25.
- Thomasz, A. G. (2016). Los nuevos distritos creativos de la ciudad de Buenos Aires: La conversión del barrio de La Boca en el “distrito de las artes.” *Eure*, 42(126), 145–167.  
<https://doi.org/10.4067/S0250-71612016000200007>
- Trujillo, P. (2020). ¿CÓMO CONSOLIDAR UN ECOSISTEMA CREATIVO Y CULTURAL?: Los distritos creativos como referentes para los ecosistemas: “to be or not to be.” In *Ecosistemas Creativos 2020* (Conexiones, pp. 17–30). Conexiones Creativas, Ministerio de Cultura de Colombia.
- UNCTAD. (2008). Creative Economy Report 2008. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policymaking. In *Harvard Business Review* (Vol. 8, Issue 9).  
[http://unctad.org/en/Docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://unctad.org/en/Docs/ditc20082cer_en.pdf)  
<http://www.oecd.org/dataoecd/35/56/2101733.pdf>  
<http://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=1595>  
[http://www.isc.hbs.edu/Innov\\_9211.pdf](http://www.isc.hbs.edu/Innov_9211.pdf)



UNDP. (2013). *CREATIVE ECONOMY REPORT 2013 SPECIAL EDITION*.

<http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>

UNESCO. (1982). *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego - UNESCO Digital Library* (1st ed.). Fondo de Cultura Económica.

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000135399>

UNESCO. (2007). *STATISTICS ON CULTURAL INDUSTRIES: Framework for the Elaboration of National Data Capacity Building Projects*. (UNESCO, Ed.). UNESCO Asia and Pacific Regional Bureau for Education.

Universidad EAFIT. (2017). *ESTUDIO PARA LA CARACTERIZACIÓN DE LA VOCACIÓN ECONÓMICA DEL MUNICIPIO DE ENVIGADO COMPONENTE IIIB:*

*IDENTIFICACIÓN DE LA VOCACIÓN ECONÓMICA DE ENVIGADO*. [https://alcaldia-municipal-de-envigado-en-antioquia.micolombiadigital.gov.co/sites/alcaldia-municipal-de-envigado-en-](https://alcaldia-municipal-de-envigado-en-antioquia.micolombiadigital.gov.co/sites/alcaldia-municipal-de-envigado-en-antioquia/content/files/000067/3314_1_11e3e1b_escenarios_vocacion_economica-b.PDF)

[antioquia/content/files/000067/3314\\_1\\_11e3e1b\\_escenarios\\_vocacion\\_economica-b.PDF](https://alcaldia-municipal-de-envigado-en-antioquia.micolombiadigital.gov.co/sites/alcaldia-municipal-de-envigado-en-antioquia/content/files/000067/3314_1_11e3e1b_escenarios_vocacion_economica-b.PDF)

Urabe, K. (1988). *Innovation and the Japanese Management System*. 3–26.

<https://doi.org/10.1515/9783110864519-005/HTML>

Uribe, C. (2020). ¿Qué es un ecosistema creativo y cultural? *Ecosistemas Creativos 2020*, 9–16.

Vásquez Cárdenas, A. V. (2013). Las políticas públicas urbanas como proceso plural. Enfoques de política urbana y gobernanza urbana. *Estudios Políticos*, 42, 218–241.

Vega, L. (2020, October 26). *El Perpetuo Socorro y la infinita transformación de las ideas*.

Revista Link - ACI Medellín. <https://link.acimedellin.org/el-perpetuo-socorro-y-la-infinita-transformacion-de-las-ideas/>

- Vicario Martínez, L., & Rodríguez Álvarez, A. (2005). Innovación, Competitividad y Regeneración Urbana: los espacios retóricos de la “ciudad creativa” en el nuevo Bilbao. *Ekonomiaz: Revista Vasca de Economía*, 58, 262–295.
- Villa, L., & Melo, J. (2015). Panorama actual de la innovación social en Colombia. *Banco Interamericano de Desarrollo*, 81.
- Zarlenga, M. I., Ulldemolins, J. R., & Morató, A. R. (2016). Cultural clusters and social interaction dynamics: The case of Barcelona. *European Urban and Regional Studies*, 23(3), 422–440. <https://doi.org/10.1177/096977641351459>