

La Clusterización de la Cultura: la Aglomeración Geográfica en las Industrias Creativas y Culturales¹

*THE CLUSTERING OF CULTURE:
GEOGRAPHIC AGGLOMERATION IN THE
CREATIVE AND CULTURAL INDUSTRIES*

¹Esta reflexión es resultado de un proyecto de investigación realizado entre los meses de febrero y junio de 2022 gracias al apoyo de la Oficina de Investigación del Tecnológico de Artes Débora Arango Institución Redefinida a través del Proyecto Formativo Integrador (PFI) del programa de Proyectos Culturales con código PFI-42-2022. Buscó indagar con los estudiantes del III nivel de la Técnica Profesional en Ejecución de Proyectos Culturales qué eran las Áreas de Desarrollo Naranja, en qué territorios del Valle de Aburrá estaban localizadas, qué las caracterizaba, cuál era su relación con el programa de Proyectos Culturales y, a partir de estas consideraciones, contactar y visitar tres de ellas, visitas y diálogos que pudieron materializar un conversatorio, una activación cultural en el Distrito Creativo Perpetuo Socorro y un video pódcast, todo esto organizado y ejecutado por los estudiantes con la asesoría de los profesores del programa. Las Áreas de Desarrollo Naranja que se contactaron y visitaron (en adelante ADN) fueron ADN Valle de la Innovación (Envigado), ADN Distrito Moda (Itagüí) y ADN Distrito Creativo Perpetuo Socorro (Medellín). Este acercamiento a las ADN por parte del Proyecto Formativo Integrador responde a la necesidad de definir campos fundamentales de intervención, articulación e investigación que sean afines al currículo y a los propósitos del programa y, en consecuencia, afines a la gestión cultural y a los proyectos culturales. Definir rutas futuras que incluyan los territorios, sus singularidades, el campo de la economía creativa, las industrias creativas y culturales, permite que los estudiantes, en esa exploración, se acerquen a contextos de formulación, coordinación y ejecución de proyectos culturales, artísticos y creativos. Por la diversidad de vocaciones o campos en los que se orientan las ADN, la investigación de esta estrategia es completamente idónea para los estudiantes del programa, no solo en esta vigencia 2022-1, sino en vigencias futuras. Precisamente la amplia demanda de proyectos culturales, creativos o artísticos que pueden planificarse, ejecutarse y coordinarse desde la gestión cultural tienen cabida en procesos de articulación a las ADN o Distritos Creativos y/o Culturales de la ciudad.

Bernardo Galeano Bolívar

Filósofo de la Universidad de Antioquia y profesor de la misma Universidad. Ha colaborado en medios colombianos como la Revista Metrónomo, Revista Corónica y la Revista Generación de El Colombiano sobre temas asociados a la crítica literaria y musical. Ganador de la “Beca para la elaboración de crítica en Audiovisuales, Música, Teatro, Artes Visuales y Gestión Cultural” (Secretaría de Cultura de Medellín 2017), de la “Beca en investigación curatorial” (Secretaría de Cultura de Medellín 2019), de la “Beca Investigación y puesta en valor del Teatro Lido” (Secretaría de Cultura de Medellín 2019), de la “Beca de creación literaria” (Secretaría de Cultura de Medellín 2020), de la “Beca en curaduría histórica” (Alcaldía de Bogotá – FUGA 2020) y del estímulo para la creación de un catálogo narrativo sobre lugares de memoria en Medellín (Museo Casa de la Memoria, 2022), orientadas a la investigación y creación académica, cultural y artística. En cuanto a premios literarios, ha sido finalista en los concursos Medellín en 100 Palabras (Comfama / Fundación Plagio, 2018) e Historias de aeropuerto (2019) organizado por el Aeropuerto Olaya Herrera y la Biblioteca de Guayabal; ganador del concurso #MicroCiFi 2021 organizado por Eventos del Libro / Fiesta del libro de Medellín. Ha trabajado en proyectos conjuntos con el escritor español Jorge Carrión. Actualmente se desempeña como profesor del Tecnológico de Artes Débora Arango Institución Redefinida en la decanatura de Proyectos Culturales.

Correo electrónico:

bernardo_galeano@deboraarango.edu.co

Fecha de recepción: 24 de octubre de 2022

Fecha de aprobación: 24 de noviembre de 2022

DOI: 10.37127/25393995.162

Resumen

Esta reflexión es parte de una investigación preliminar —de corte cualitativo— y no es concluyente en la medida en que puede ampliar el número de entrevistas, encuentros y bibliografía sobre su objeto de estudio. Define, en primer lugar, lo que podría entenderse por la *clusterización de la cultura* a través de lo que ha llamado la literatura especializada *distritos creativos y culturales*. Menciona, también, la estrategia territorial vinculada a la cadena de valor de las economías creativas del gobierno colombiano 2018-2022 conocida como *Áreas de Desarrollo Naranja*. Por último, pretende ubicar en contexto y proporcionar rutas de indagación y gestión, no solo sobre los territorios o “polígonos” demarcados en las Áreas de Desarrollo Naranja y los distritos creativos y culturales, sino también en la ampliación de la noción de *lugar* como un concepto dinámico y en construcción respecto a la clusterización cultural.

Palabras clave

Distritos creativos; distritos culturales; clúster; Áreas de Desarrollo Naranja; economía creativa; industrias creativas y culturales.

Abstract

*This text is a preliminary investigation -of a qualitative nature- and is not conclusive to the extent that it can expand the number of interviews, meetings and bibliography on its object of study. It defines, in the first place, what could be understood by the **clustering of culture** through what specialized literature has called **creative and cultural districts**. It also mentions the territorial strategy linked to the value chain of creative economies of the Colombian government known as **Áreas de Desarrollo Naranja**. Lastly, it aims to place in context and provide routes for inquiry and management, not only about the territories or "polygons" demarcated in the Orange Development Areas and the creative and cultural districts, but also in expanding the notion of *place* as a dynamic concept under construction regarding cultural clustering.*

Keywords

Creative districts; cultural districts; cluster; cultural industries; creative economy; creative industries.

Introducción

Cada vez son más conocidos y ganan más fuerza los territorios orientados —y especializados— en la cultura y la creatividad. Conocidos como distritos creativos, distritos culturales, barrios artísticos y un sinnúmero de etiquetas que, con algunos matices importantes, tienen en común la aglomeración geográfica y económica de actividades y lugares relacionados con las industrias creativas y culturales. Es decir, lugares o territorios claramente delimitados, de naturaleza diversa —espontáneos o inducidos— en los que se asienta una oferta algunas veces cultural (museos, galerías de arte, cafés, gastronomía), otras creativa, en ocasiones tecnológica o afines al amplio —y debatido— campo de las industrias creativas y culturales. También existen distritos que acogen enfoques que incluyen varias o todas las categorías anteriores (cultura, creatividad, etc.), u otros con una clara inclinación hacia alguno de ellos o, lo que es lo mismo, con una vocación claramente definida. Para algunos, estos territorios revelan importantes cambios urbanísticos, turísticos y de desarrollo territorial; para otros, una estrategia coordinada que busca, entre algunos de sus propósitos, la valorización de suelo de lugares abandonados por las economías postindustriales; en otras palabras, procesos de gentrificación que desplazan a habitantes de algunos sectores de las ciudades para dar lugar a espacios recuperados y que armonicen con ciertas concepciones de crecimiento económico y estetización urbana.

No entraremos a problematizar los complejos debates que se desprenden de estas síntesis u opiniones. Lo que nos interesa es el fenómeno en sí mismo, esto es, la creciente aglomeración en barrios o sectores de las ciudades contemporáneas de actividades económicas vinculadas a las denominadas industrias creativas y cultura-

les. Esto no quiere decir que antes no hubiese fenómenos similares; no habría que ir muy lejos para encontrar ejemplos que lo desmientan. Lo que sí parece nuevo es el modo en que se han constituido y las estrategias empleadas en ello y, por supuesto, que las ciudades en las que esos procesos se están dando también han cambiado respecto al pasado inmediato. Es claro, también, que detrás de esto hay complejas aristas y puntos por detallar, pero esto excedería los límites que se propone este texto. Pretende, más bien y en primer lugar, comprender lo que podríamos llamar la *clusterización de la cultura*; en segundo lugar, acercarse al concepto de Áreas de Desarrollo Naranja (en adelante ADN), una estrategia del gobierno colombiano 2018-2022 que se asocia a lo que entenderemos por clusterización de la cultura. Por último, pretendemos ubicar en contexto y proporcionar rutas de indagación y gestión, no solo sobre los territorios o “polígonos” demarcados en las Áreas de Desarrollo Naranja y los distritos creativos y culturales, sino también en la ampliación de la noción de *lugar* como un concepto dinámico y en construcción respecto a la clusterización cultural.

Este texto se deriva del Proyecto Formativo Integrador del programa de Proyectos Culturales del Tecnológico de Artes Débora Arango Institución Redefinida. Fueron pocos meses de búsquedas, visitas y reflexiones por parte de profesores y estudiantes del programa respecto a las ADN, pero suficientes para hacernos una idea de los problemas y retos que estas implican, además de los exámenes críticos que corresponden también desde un ejercicio académico y práctico con estudiantes. Recolectamos bibliografía referida a temas de ADN y distritos creativos y culturales en un proceso de análisis de información. Como se sabe, en Colombia ha terminado por asumirse como conceptos sinónimos las ADN y los distritos creativos y culturales. Sin embargo, la bibliografía crítica sobre estos lugares o estrategias en Colombia es prácticamente inexistente. Se entiende, en parte, que este modelo, tal y como se concibe desde el gobierno colombiano 2018-2022, tiene pocos años de

existencia. Esto, se sabe, influye en la recepción y en las posibles conclusiones que puedan derivarse en tan poco tiempo. Pero, por otro lado, es fundamental que empiecen a escribirse textos críticos sobre lo que se ha construido o trabajado, textos que permitan poner en perspectiva los mecanismos jurídicos, los planes, las leyes, los aciertos y desaciertos de la entrada en el escenario nacional y mediático de la Economía Naranja respecto a temas como la gobernanza, la sostenibilidad, la articulación de los sectores involucrados, las políticas culturales o el fortalecimiento de territorios con vocaciones orientadas a la cultura y la creatividad, etc. Esta investigación es el comienzo de una más amplia que, desde el programa de Proyectos Culturales, pretende profundizar un conocimiento crítico que se materialice en la solidez que el programa pueda ofrecer a los estudiantes para formular, ejecutar, coordinar y proponer proyectos culturales que piensen la innovación en la cultura enmarcados en estos espacios de ciudad, a saber, los distritos creativos y culturales; y cómo, también, el programa pueda ser una plataforma importante para proponer cambios y mejoras en este tipo de estrategias.

En esta investigación se realizaron visitas a tres ADN del Valle de Aburrá en la ciudad de Medellín. Realizamos un estudio cualitativo que se estructuró en tres momentos importantes. Primero, entrevistas cortas que realizamos a líderes de las ADN del Perpetuo Socorro (Lina Moná), Envigado (Verónica Castaño y Javier Vargas) e Itagüí (Andrés Urrego) en las que, ancladas a la estrategia de un video pódcast, indagamos sobre lo que eran las ADN y qué caracterizaba a cada una de las que visitamos a partir de sus respuestas y de la contextualización de los propios territorios. Así, pudimos comprender las vocaciones o actividades económicas de las tres ADN mencionadas. Segundo, realizamos observaciones etnográficas y recorridos breves a las ADN para conocer las instalaciones, lugares, polígonos que las componen y las actividades y personas que las realizan.

Por último, a partir de bibliografía general sobre distritos creativos, pudimos acercarnos a definiciones conceptuales sobre lo que son, pero también a lecturas críticas de este tipo de proyectos urbanos y económicos vinculados a las denominadas industrias creativas y culturales, y a la transformación de las ciudades en sintonía con lo que Richard Florida denominó la *clase creativa*. También se indagó en artículos que exponen, describen y revisan las experiencias en diferentes ciudades del mundo, especialmente en Latinoamérica. Varios países latinoamericanos pueden ya ofrecer una perspectiva sobre lo que ocurre con este tipo de estrategias en economías emergentes y realizar estudios comparativos con lugares que se distancian en parte de las características morfológicas, geográficas, sociales, patrimoniales, económicas y urbanísticas que poseen nuestras ciudades, incluso, las diferencias que hay en las ciudades de la región y a nivel del territorio nacional colombiano.

La Clusterización de la Cultura

Es probable que, a la hora de despertar para el trabajo, el sonido de una alarma que proviene de un smartphone te haya alertado sobre el hecho de que deberías levantarte e ir a tomar una ducha. Pocos minutos después, mientras te tomas un café y te alistás para salir, ingresas a Facebook en ese mismo dispositivo que evitó que siguieras durmiendo hasta mediodía y te enteras del restaurante que visitó un amigo el día de ayer; a renglón seguido, abres Twitter y no puedes imaginar lo que puede estar pasando por la cabeza de aquel dirigente nacional que ha declarado la guerra a su país vecino. Antes de salir de casa, revisas el tráfico, primero, y el correo, después, en la suite de servicios que te proporciona la empresa que, antes de que se constituyera en lo que hoy es, era un motor de búsqueda más a finales de la década del noventa del siglo pasado. Llegas al trabajo después de una mañana de intenso tráfico y, suponiendo

que necesitas un computador para tu labor, enciendes uno que muy probablemente posea un sistema operativo de la empresa líder en la venta y comercialización de sistemas operativos, Microsoft.

Si bien nuestras rutinas no son necesariamente las mismas, en algún momento de un día normal habrás hecho algunas de las cosas que se describen líneas atrás. Todos experimentamos de manera cotidiana el influjo que empresas como Apple, Facebook, Google o Microsoft tienen sobre nuestras vidas y sobre nuestra cotidianidad. Incluso hoy,

una infinidad de aplicaciones que integran Google Maps hacen concordar cada perfil de usuario con una multitud de servicios disponibles en la zona del entorno. Las pulseras conectadas miden los flujos fisiológicos aconsejando, en función de los resultados, ir a un restaurante dietético, beneficiarse de una sesión de yoga, encargar complementos alimenticios o programar sin esperas una cita en una clínica. (Sadin, 2018, p. 147).

Lo anterior acentúa más la creciente dependencia e influjo del que venimos hablando y, por otro lado, la capacidad de colonizar nuestra cotidianidad que tienen algunas tecnologías y empresas que ofrecen los servicios y bienes que consumimos, y por supuesto, de despertar necesidades que no sabíamos muy bien que teníamos.

Pues bien, como probablemente lo habrá advertido ya el lector, estas empresas y servicios que hemos mencionado se constituyeron en la que quizás sea la agrupación geográfica de empresas más famosa de todas. Es probable que cuando se menciona el complejo París-Saclay o Skolkovo Innovation City nada acuda a nuestra mente, pero si alguien nos habla de Silicon Valley, inmediatamente llegan los nombres de las empresas que mencionamos antes. Estos lugares, que podríamos situar geográficamente en

ciudades precisas (París, Moscú y San Francisco, respectivamente), se les conoce como clúster. Las características básicas de lo que se conoce como un clúster podrían sintetizarse en la agrupación de empresas, instituciones u organizaciones concentradas geográficamente cerca y generalmente situadas en un mismo sector económico. Así, por ejemplo, lo que caracterizaría a Silicon Valley es lo densamente poblado de empresas vinculadas con el sector de la innovación tecnológica y su cercanía en términos geográficos. Para muchos, la noción de clúster fue ampliamente teorizada por el profesor y académico Michael Porter en el contexto de las disposiciones de las economías nacionales, pero también de la morfología urbana y económica de las ciudades contemporáneas, aunque históricamente esta noción haya estado más vinculada al sector industrial que al cultural y creativo:

El mapa económico del mundo actual está dominado por lo que yo llamo clústeres: masas críticas, en un solo lugar, de éxitos competitivos inusuales en campos determinados. Los clústeres son una característica llamativa de prácticamente todas las economías nacionales, regionales, estatales e incluso metropolitanas, especialmente en los países económicamente más avanzados. Silicon Valley y Hollywood pueden ser los grupos más conocidos del mundo. Sin embargo, los clústeres no son únicos; son muy típicos, y ahí radica una paradoja: las ventajas competitivas perdurables de una economía global radican cada vez más en las cosas locales (el conocimiento, las relaciones, la motivación) que los rivales distantes no pueden igualar. (Porter, 1998, párr. 3)

La anterior cita de Porter es interesante en la medida en que no solamente menciona un clúster con amplias repercusiones tecnológicas como lo es Silicon Valley, sino que la industria cinematográfica, representada en el icónico Hollywood, también va a ser parte de esas dinámicas económicas que él vincula con los clústeres y, con el desarrollo conceptual de lo que Howkins (2013) llamará *economía creativa*, la indus-

tria audiovisual ocupará un lugar cada vez más significativo dentro de las industrias culturales y creativas. Incluso el afamado sociólogo y periodista Frédéric Martel (2011) ha llamado a estas industrias creativas como paradigmáticas representaciones del *soft power*, es decir, formas de colonización de los países económicamente poderosos que no necesitan ya la fuerza militar o violenta, sino que apelan a maneras “suaves” para lograr esa colonización. De aquí se derivan algunas discusiones de un debate que ha derramado mucha tinta sobre el papel: los efectos de la globalización sobre los contextos culturales y sus territorios. Incluso es sintomático que, a propósito del tema de los clústeres, Porter ubique la paradoja de que las ventajas competitivas de la globalización se den precisamente cuando se articulan factores locales que otros no puedan igualar desde las distancias geográficas que puedan separarlos.

Así pues, Porter menciona que las “ventajas competitivas” de una economía global se basan precisamente en las dinámicas locales que los competidores que están lejos no pueden igualar. Esto último es importante porque de allí derivarán tendencias que, reconociendo el modelo de los clústeres, lo retomarán en el contexto de un creciente interés en los aportes económicos de las industrias creativas y culturales, y de la importancia de la interacción y dinámicas locales en la consolidación de procesos creativos, culturales y económicos. Es decir, en la raíz de la creciente clusterización de la cultura (esto

es, la concentración geográfica de una cantidad importante de empresas, emprendimientos, artistas, equipamientos culturales, gestores culturales y creativos, apoyada en la formulación de planes territoriales incentivados por la institucionalidad y por la iniciativa privada, que pretenden ubicar la cultura como base importante del desarrollo económico de las ciudades) está la idea según la cual entre más cercanos —física y geográficamente— los agentes culturales y creativos, mejores y más eficaces serán los procesos de consolidación cultural y, por supuesto, económica. La explicación inicial de esta idea parece relativamente sencilla. Puede resumirse en el hecho de que solo garantizando la constante interacción de agentes locales es posible su fortalecimiento, mucho más con el auge que estos lugares (distritos creativos, distritos culturales) han venido teniendo y lo que han significado, según algunas voces, para el desarrollo local de las ciudades en las que se implementan. Ese fortalecimiento de agentes locales permite que las instituciones y personas involucradas en estos territorios generen sinergias, o al menos ese es uno de los propósitos fundamentales y de los resultados que se esperan.

Lo que este giro planteó, en últimas, no fue otra cosa que el aprovechamiento de equipamientos culturales locales (museos, barrios, patrimonio cultural y arquitectónico), la aglomeración de instituciones orientadas a la cultura y el arte en un espacio delimitado y claramente localizado o, por otro lado, la reactivación de espacios que

El afamado sociólogo y periodista Frédéric Martel (2011) ha llamado a estas industrias creativas como paradigmáticas representaciones del *soft power*, es decir, formas de colonización de los países económicamente poderosos que no necesitan ya la fuerza militar o violenta, sino que apelan a maneras “suaves” para lograr esa colonización.

habían tenido un uso eminentemente industrial pero que, gracias a intervenciones urbanísticas, apropiación, procesos de consolidación y trabajo conjunto entre la institucionalidad (alcaldías, ayuntamientos, etc.), el sector privado (empresas, emprendimientos culturales, instituciones privadas con o sin un marcado interés en la cultura), la academia (universidades, instituciones técnicas y/o tecnológicas) y la comunidad, dio apertura a lo que la literatura especializada ha dado en nombrar distrito cultural. Estos procesos, por supuesto, no han estado exentos de una mirada crítica que pasa por incluir en estos debates los procesos de gentrificación que son, muchas veces, el punto de la discordia con las comunidades directamente afectadas. Miller (2018) resume la recepción crítica sobre este punto del siguiente modo:

Una extensa literatura ha demostrado que la cultura y la estética de barrios donde viven y trabajan artistas son apropiadas, comercializadas, empaquetadas y vendidas para atraer élites e inmobiliarias que desplazan a los artistas existentes y a la "indeseable" clase trabajadora para hacer sus negocios ocupando la fama artística de dichos barrios. (Miller, 2018, p. 142).

Allí donde Miller escribe barrios, otros podrían pensar también en distritos de tipo cultural o creativo, pero la base sobre la que operan los procesos de gentrificación serían los mismos: aprovechar el capital simbólico asociado a un lugar habitado o frecuentado por la *clase creativa* y la valorización real de estos suelos que se derivan de ese proceso de capitalización simbólica para desplazar a quienes lo habitaban, dando lugar a especulación inmobiliaria; esto unido, por supuesto, a transformaciones urbanas que lo hacen posible. Como lo han escrito algunos críticos, lo anterior funciona a la manera de un marketing de ciudades, en el que los procesos de revitalización cultural importan en la medida en que ayudan como atractivo para clases económicas con alto poder adquisitivo a ocupar

esos lugares. Muchas de estas críticas apuntan a las ideas del profesor estadounidense Richard Florida, quien para muchos ha jugado un papel importante en la estrategia de clusterización de sectores culturales y creativos a partir de sus ideas sobre lo que él denomina la clase creativa. No vamos a profundizar en esto, pero sí es importante señalar que en la comprensión de este reciente fenómeno de agrupación geográfica de entornos económicos asociados a la cultura y la creatividad es fundamental remitirse a las obras de Richard Florida, particularmente al libro *La clase creativa*.

Allí donde Miller escribe barrios, otros podrían pensar también en distritos de tipo cultural o creativo, pero la base sobre la que operan los procesos de gentrificación serían los mismos: aprovechar el capital simbólico asociado a un lugar habitado o frecuentado por la *clase creativa* y la valorización real de estos suelos que se derivan de ese proceso de capitalización simbólica para desplazar a quienes lo habitaban, dando lugar a especulación inmobiliaria; esto unido, por supuesto, a transformaciones urbanas que lo hacen posible.

Distritos Culturales y Áreas de Desarrollo Naranja

En la parte anterior de este texto se manifiesta que, en Colombia, y sobre todo a partir del gobierno del presidente Iván Duque y de la famosa Ley Naranja que incentivaba las industrias creativas y culturales en el país enmarcados en la promesa de fortalecer la Economía Naranja (entiéndase economía creativa), se empezaron a generar como estrategias territoriales asociadas a esta política las denominadas Áreas de Desarrollo Naranja. Decíamos también que, en términos generales, se empezaron a equiparar estas áreas en correspondencia a lo que en otros países se entendían como distritos culturales y creativos, estos últimos hacían parte ya de espacios en sintonía con cierto aire bohemio o cultura, paradigmáticamente en suelo europeo, o habían ido articulándose de manera orgánica alrededor de actividades económicas culturales; o por el contrario, habían sido inducidas de manera “artificial” en espacios industriales abandonados, y luego recuperados y rehabilitados para usos artísticos y culturales.

Para comprender en este contexto las dinámicas o estrategias que se han implementado en Colombia a través de las Áreas de Desarrollo Naranja (ADN), se hace necesario entonces la comprensión de la noción de distrito cultural y las implicaciones que de esta se derivan.

A propósito del acercamiento a la definición de distrito cultural, Pilar Aumente Rivas, académica que ha dedicado importantes artículos sobre el tema, señala lo siguiente:

Si recogemos alguna de las definiciones que circulan sobre el Distrito Cultural habremos de recordar las primeras referencias elaboradas por Porter o Lazzeretti al hilo de la definición de los sistemas locales de alta cultura. De esta manera hablaríamos de un área urbana con fuerte presencia de bienes culturales que asume algunas de las características propias

de lo que Lazzeretti define como lugares de alto valor cultural. (Aumente Rivas, 2018, p. 21)

Aumente Rivas destaca que se trata de un área urbana con “presencia de bienes culturales”. Pese a que inicialmente estos elementos son claves —que se trata, por un lado, de un espacio de la geografía urbana, y por otro, que en ese espacio se encuentran bienes culturales— y nos proporcionan una idea más o menos clara de lo que, a grandes rasgos, es un distrito cultural, cabría preguntarse qué significa aquí el adjetivo **cultural**, pues si bien la palabra distrito nos lleva a pensar en áreas urbanas delimitadas, incluso a la noción más familiar de distrito industrial, decir de algo que es **cultural** conlleva, en ocasiones, problemas que no son precisamente sencillos dado su carácter polisémico. Cabría preguntarse entonces qué es lo exactamente cultural que define a un distrito de esta naturaleza. Algunas de las asociaciones inmediatas cuando decimos de algo que es cultural van a rodear, sin duda, las costumbres, los conocimientos o las formas de vida de una comunidad, sea esta amplia o limitada. Esta perspectiva, llamémosle, **antropológica**, no sería por la que se inclinaría la noción de lo cultural en este contexto, más bien podríamos decir que se decantaría por el **ámbito artístico** de lo cultural,

en el sentido de **cultura** como el conjunto de ejercicios artísticos, humanísticos y creativos (diseño, teatro, literatura, pintura, escultura, etc.). Es decir, el distrito cultural no recoge una perspectiva antropológica como tal, sino que está pensado en términos más humanísticos, o como mínimo en el primer nivel, en la apariencia, porque después tiene efecto sobre el bienestar al tener implicaciones económicas, sociales y políticas”. (Molano, 2017, p. 31).

Pensar de ese modo los distritos culturales nos permite ubicar lo que no solo teóricos o estudiosos del tema han involucrado dentro de estos espacios, sino también comprender el tipo de cambios que estos mismos espacios localizados

han tenido en relación directa con la consideración de las industrias culturales y creativas.

Según el portal de Economía Naranja del gobierno colombiano, encontramos esta definición de Área de Desarrollo Naranja que, en parte, sintetiza las consideraciones que hemos hecho sobre los anteriores elementos teóricos, a saber: la delimitación geográfica, la inclusión de actores culturales y creativos en la lógica de estos territorios, y la cadena de valor de la economía creativa:

Las Áreas de Desarrollo Naranja (ADN) son espacios geográficos que se delimitan y reconocen mediante decisiones administrativas de la entidad territorial o instrumentos de ordenamiento territorial. Su propósito es integrar a artistas, creadores, emprendedores, infraestructuras y equipamientos culturales, con el propósito de consolidar los procesos de creación, producción, circulación, distribución y acceso a las manifestaciones, bienes y servicios culturales y creativos. (Ministerio de Cultura, 2022)

Como se señala en este apartado que resume en parte las estrategias llevadas a cabo en estos espacios, o al menos lo que pretenden, existe una relación estrecha entre lo que se comprende como distrito cultural o creativo y lo que se

entiende en Colombia por ADN. Básicamente podría decirse que en Colombia el nombre de ADN se flexibiliza para asumir, en su consideración teórica y conceptual, los diferentes tipos de distritos, ya sean culturales o creativos. Es así como asumimos la base teórica de lo que comprenden y son las Áreas de Desarrollo Naranja: territorios delimitados por polígonos con una base jurídica basada en la Ley Naranja de 2017, inducidos o espontáneos, cuyo propósito fundamental es fortalecer las cadenas de valor del sector cultural y creativo. Si bien las nociones pueden tener diferencias conceptuales que maten sus implicaciones, algunas definiciones de distritos culturales se solapan con las de ADN; así, por ejemplo, define Frost-Kumpf la noción de distrito cultural:

Un área bien diferenciada, etiquetada y de usos múltiples en una ciudad, en la que una alta concentración de servicios culturales sirve de reclamo para el desarrollo de otras actividades. Típicamente, la zona está definida geográficamente (usualmente menos de 100 bloques) e incorpora otros usos del suelo, pero la característica definitoria es la concentración de instalaciones culturales y actividades relacionadas. (Frost-Kumpf, 1998, p. 10)

En términos generales, se empezaron a equiparar estas áreas en correspondencia a lo que en otros países se entendían como distritos culturales y creativos, estos últimos hacían parte ya de espacios en sintonía con cierto aire bohemio o cultura, paradigmáticamente en suelo europeo, o habían ido articulándose de manera orgánica alrededor de actividades económicas culturales; o por el contrario, habían sido inducidas de manera “artificial” en espacios industriales abandonados, y luego recuperados y rehabilitados para usos artísticos y culturales.

Si retomamos la anterior definición como si fuese la de un ADN, no se distanciaría mucho de las que, en las visitas que realizamos con los estudiantes del programa de Proyectos Culturales del Tecnológico de Artes Débora Arango a las ADN del Valle de Aburrá, nos proporcionaron como manera de identificar las características conceptuales, morfológicas y físicas de este tipo de territorios. Es así que ambos conceptos podrían intercambiarse para describir más o menos una misma realidad o fenómeno sin por ello encontrar distancias conceptuales importantes.

Es así como asumimos la base teórica de lo que comprenden y son las Áreas de Desarrollo Naranja: territorios delimitados por polígonos con una base jurídica basada en la Ley Naranja de 2017, inducidos o espontáneos, cuyo propósito fundamental es fortalecer las cadenas de valor del sector cultural y creativo.

Más allá del Aula Tradicional de Aprendizaje

Además de acercarnos a descubrir y comprender qué eran los distritos culturales y creativos y, de manera local, visitar las tres ADN que definimos en el Proyecto Formativo Integrador, también nos preguntamos cómo, desde el quehacer como estudiantes y profesores, y desde las herramientas que proporciona el programa

de Proyectos Culturales, podíamos generar reflexiones sobre el papel de la gestión cultural en estos territorios. En ese proceso organizamos un conversatorio que tuvo lugar en el Teatro del Parque Cultural y Ambiental Otraparte y que contó con importantes actores en la consolidación de estas estrategias; nuestra premisa para ese conversatorio giró alrededor del presente y futuro de las ADN. También planeamos y ejecutamos una activación cultural en un proceso de co-creación con la corporación Perpetuo Socorro en el distrito creativo del mismo nombre, una manera de articularnos a estos territorios con las capacidades de gestión cultural de nuestros alumnos. Esto, por supuesto, generó más cosas.

Fue así que, a partir del fenómeno de la clusterización de la cultura y de la apropiación del concepto de ADN, pudimos preguntarnos, por ejemplo, sobre los procesos de innovación asociados a las ADN, sobre las oportunidades de empleo o de inserción laboral en estos espacios para gestores que no tenían precisamente un capital para emprender, del lugar de los artistas en esos mismos espacios y de una amplia cantidad de interrogantes que, de otro modo, no hubiesen sido posibles. Gracias a esos acercamientos, a conocer de primera mano estos lugares en las visitas que realizamos y en las entrevistas a líderes de las ADN y, por otro lado, a las lecturas que hicimos para comprender estos fenómenos en otros países y latitudes, los estudiantes del III nivel de la Técnica Profesional en Ejecución de Proyectos Culturales tuvieron la oportunidad de enfrentar realidades complejas más allá del aula tradicional de clase o, lo que es lo mismo, que el aula aumentó considerablemente sus dimensiones: ese entorno de aprendizaje fue la ciudad misma.

De allí, de esa gran aula que tuvieron los estudiantes —y que trastoca, además, la visión de los profesores—, se pensó que una gran cuestión que habría que abarcar en las agendas de estos distritos creativos es cómo se incluye la innovación, particularmente en el contexto tan específico de las necesidades y particularidades

de cada territorio. Cuando hablamos de innovación es muy probable que las imágenes que nos hagamos estén relacionadas con la innovación tecnológica o económica. Poco se piensa, en términos generales, de la innovación cultural. Los distritos deberían enfocar —con la articulación pública y privada— dentro de sus políticas y organización, no solo la innovación en los servicios o productos culturales, sino también en los procesos, y hacerlo simultáneamente con enfoques locales y globales, reconociendo también que la proximidad es fundamental dentro de ciertos procesos de intercambio y agenda cultural, pero que el trabajo con geografías que no están precisamente próximas a los territorios de estos distritos es hoy una necesidad o casi una exigencia desde la creciente globalización, aun cuando haya debates contemporáneos que problematicen este último fenómeno.

Las preguntas y las respuestas sobre este tipo de retos tienen que estar haciéndose y respondiéndose todo el tiempo: ¿cómo podemos materializar procesos de innovación cultural significativos, abiertos, plurales y que permitan el fortalecimiento de las economías locales asociadas a la creatividad y la cultura? ¿Cómo aprovechar el entusiasmo del sector sin que se caiga en la precarización o el trabajo gratuito? ¿Cómo buscar oportunidades que no solo estén a la orden del día de los megaproyectos o de quienes tienen altas capacidades de inversión? ¿Cuál es el papel del Estado más allá de las estrategias de becas, estímulos o beneficios parafiscales?

Precisamente sobre esta última pregunta, la economista italiana Mariana Mazzucato (2017) ha escrito un interesante libro en el que desmitifica una concepción inercial del Estado que ha dominado los discursos económicos y políticos en las últimas décadas. Esta concepción «considera que las empresas son las fuerzas innovadoras, mientras que al Estado se le asigna el papel de la inercia: es necesario para lo “básico”, pero demasiado grande y pesado como para ser un motor dinámico» (Mazzucato, 2017, p. 27). El libro de Mazzucato pretende desmentir esa falsa imagen. Este tipo de búsquedas que se realizan con los estudiantes transitan también la posibilidad de revisar, examinar y proponer modificaciones, reestructuraciones y miradas nuevas sobre las estrategias que tiene el Estado respecto a las dinámicas económicas del sector cultural, pero también asignar y reivindicar que el papel del Estado respecto a la cultura no solamente sea proveer un andamiaje jurídico o cumplir un papel básico; mejor cabría preguntarse: ¿puede el Estado ocupar un papel dinámico en la consolidación del ecosistema de las industrias creativas y culturales que incluya también a gestores culturales, artistas y creativos que no tienen la posibilidad de tener un brazo económico fuerte o invertir en empresas o emprendimientos? Mientras más minimicemos el papel del Estado en la economía, particularmente en el sector cultural, menos capacidad tendremos de asignar un papel relevante y convertirlo en un actor fundamental.

De allí, de esa gran aula que tuvieron los estudiantes —y que trastoca, además, la visión de los profesores—, se pensó que una gran cuestión que habría que abarcar en las agendas de estos distritos creativos es cómo se incluye la innovación, particularmente en el contexto tan específico de las necesidades y particularidades de cada territorio.

En el contexto de estas búsquedas también es importante pensar en la inserción de los actores culturales que conforman nuestro Tecnológico y cuáles son esas características que hacen parte del amplio campo de la gestión cultural, y por supuesto, artística. Pese a que este tipo de territorios ha venido ganando popularidad en el contexto global —y particularmente en Colombia— pudimos constatar además que todavía faltan asuntos importantes por resolver respecto a las estrategias de las ADN, entre ellas la más importante, quizás, el modelo de gobernanza.

De otro lado, aunque desde la ley 1834 de 2017, más conocida como Ley Naranja, el gobierno colombiano haya puesto el énfasis en la economía naranja o economía creativa, no son todavía muy claras las fuentes de financiación y el fortalecimiento del sector; o lo que es lo mismo: el apoyo a este tipo de economías que el gobierno 2018-2022 magnificó, ha constituido más bien una especie de desilusión o desengaño por parte del sector cultural. Si se fortalecen este tipo de estrategias con inversión pública y privada, Medellín y el Valle de Aburrá tendrá un amplio camino que recorrer y afianzar, sobre todo por el tipo de vocaciones que pudimos constatar en cada una de las Áreas de Desarrollo Naranja visitadas.

Lo que sí ha sido importante es el fortalecimiento de algunas ADN que han apelado a modelos de gobernanza que incluyen al sector privado, como es el caso de Perpetuo Socorro en Medellín, y las posibilidades que tienen en este tipo de espacios para los estudiantes del programa de Proyectos Culturales en la inserción y caracterización de estos territorios. En la visita directa a estas Áreas de Desarrollo Naranja y en los diálogos que entablamos, pudimos constatar que es fundamental que los estudiantes del programa fortalezcan el conocimiento de las dinámicas culturales y económicas de este fenómeno que, como vimos, no es solo local sino también global, como es el caso de los distritos culturales y creativos que son referencia en el mundo y de la creciente clusterización de la cultura. Tam-

bién fue importante este acercamiento porque pone de manifiesto la importancia del relacionamiento estratégico con entidades públicas y privadas para oportunidades de inserción laboral de nuestros estudiantes, como también de investigación, en el sentido de que tuvimos información de primera mano de los líderes de este tipo de territorios en el Valle de Aburrá para una comprensión más amplia y sólida de este fenómeno por parte de nuestros estudiantes, lo que redundará, por supuesto, en formación académica y práctica de calidad.

Por último, una de las conclusiones más importantes en este proceso estuvo asociada con la importancia de seguir fortaleciendo el sector cultural de la ciudad desde el programa de Proyectos Culturales con alianzas, articulaciones y procesos de co-creación asociados a instituciones culturales, puesto que permite el reconocimiento del programa, su capacidad de impactar el sector, pero a su vez, la posibilidad de ser impactados e incluir estos hallazgos tanto para el programa como para la experiencia individual y profesional de cada uno de los estudiantes.

Este tipo de búsquedas que se realizan con los estudiantes transitan también la posibilidad de revisar, examinar y proponer modificaciones, reestructuraciones y miradas nuevas sobre las estrategias que tiene el Estado respecto a las dinámicas económicas del sector cultural, pero también asignar y reivindicar que el papel del Estado respecto a la cultura no solamente sea proveer un andamiaje jurídico o cumplir un papel básico

Referencias

- » Arribas, L. M. (2020). Distritos Culturales y Revitalización Urbana: Miguel Ángel CHAVES MARTÍN - Isabel TEJEDA MARTÍN (Eds.). ARTE Y CIUDAD. Revista De Investigación, (17), 153-156. <https://doi.org/10.22530/ayc.2020.17.575>
- » Aumente Rivas, P. (2021). Arte colaborativo y Distritos culturales. Revisitando algunas fuentes. Arte y Políticas de Identidad, 25(25), 13–32. <https://doi.org/10.6018/reapi.506171>
- » Florida, R. (2008). Who's Your City?. Basic Books
- » Florida, R. (2010). The Great Reset: How New Ways of Living and Working Drive Post-Crash Prosperity. Harper Collins.
- » Frost-Kumpf, H. (1998). Cultural Districts. The Arts as a Strategy for Revitalizing Our Cities. Americans for the Art. Disponible en: http://www.americansforthearts.org/sites/default/files/Cultural%20Districts_0.pdf
- » Howkins, John (2013). The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. Penguin UK.
- » Martel, F. (2011). Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas. Taurus.
- » Mazzucato, M. (2017). El Estado emprendedor. RBA libros.
- » Moralo, A. (2017). El Distrito Cultural de L'Hospitalet. La transformación del espacio público a partir de la cultura. Departamento de Medios, Comunicación y Cultura Universitat Autònoma de Barcelona Trabajo Fin de Máster en Medios, Comunicación y Cultura. Disponible en: https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2017/hdl_2072_293666/Andrea_Moralo_-_TFM.pdf
- » Miller, T. (2018). El trabajo cultural. Editorial Gedisa.
- » Ministerio de Cultura (2022). Áreas de Desarrollo Naranja (ADN). Recuperado de: <https://economianaranja.gov.co/areas-de-desarrollo-naranja-adn/>
- » Porter, M. (1998). Clusters and the New Economics of Competition. Harvard Business Review. Disponible en: <https://hbr.org/1998/11/clusters-and-the-new-economics-of-competition>
- » Rosler, M. (2017). Clase cultural. Arte y gentrificación. Caja Negra.
- » Sadin, Eric (2018). La silicolonización de mundo. La irresistible expansión del liberalismo digital. Caja Negra.
- » Tironi Rodó, Manuel. (2010). ¿Qué es un cluster? Geografías y prácticas de la escena de música experimental en Santiago, Chile. EURE (Santiago), 36(109), 161-187. <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612010000300007>