



El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia



GUÍA METODOLÓGICA

PARA LA DELIMITACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE ÁREAS DE DESARROLLO NARANJA EN COLOMBIA

Dirección de Estrategia, Desarrollo y Emprendimiento.
Viceministerio de La Creatividad y la Economía Naranja.
Ministerio de Cultura.

2020

CONSEJO
NACIONAL
DE LA
ECONOMÍA
NARANJA



2020

Decreto 1935
18/10/2018
"Por el cual se crea y
reglamenta el
funcionamiento del
Consejo Nacional de la
Economía Naranja"

Ministerio de Cultura

Carmen Inés Vásquez Camacho

Ministra

Pedro Felipe Buitrago

Viceministro de la Creatividad y la Economía Naranja

Julián David Sterling Olave

Secretario General

Diana Carolina Molina Carvajal

Directora Estrategia, Desarrollo y Emprendimiento

María Cristina Díaz Velásquez

Coordinadora Política Pública y Oportunidades

Gabriel Enrique Arjona Pachón

Manuel Andrés Rincón Gómez

Investigación, redacción y desarrollo

Andrés Felipe Oviedo

Dirección de Arte

Jimena Silva Camacho

Diseño y diagramación

Bogotá, D.C., 2020

ISBN [impreso]: 978-958-753-403-0

ISBN [digital]: 978-958-753-404-7

República de Colombia

Ministerio de Cultura

Carrera 8 No 8-55

Teléfono (571) 3424100

Bogotá D.C.

servicioalciudadano@mincultura.gov.co

www.mincultura.gov.co

www.economianaranja.gov.co

Contenido



	GUÍA METODOLÓGICA PARA LA DELIMITACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE ÁREAS DE DESARROLLO NARANJA EN COLOMBIA	1
1.	CAPÍTULO 1. CONSIDERACIONES TEÓRICAS	5
	1.1. Introducción	6
	1.2. Conceptualización	7
	1.3. Las ADN en el marco institucional y jurídico de Colombia	10
	1.4. Intervención del Estado y desarrollo de las ADN	11
2.	CAPÍTULO 2. CONFORMACIÓN DE UN ÁREA DE DESARROLLO NARANJA	14
	FASE 1: Planeación e insumos	16
	2.1. Identificar las herramientas que otorgan fuerza legal al ADN y robustecen su delimitación e implementación	16
	2.2. Caracterización del Área de Desarrollo Naranja	16
	2.3. Delimitación de los polígonos	19
	PRIMER RESULTADO: Delimitación y declaratoria	21
	2.4. Declaratoria del ADN	21
	FASE 2: Implementación, evaluación y seguimiento	23
	2.5. Estrategias e instrumentos para la conformación del modelo de gobernanza del ADN	23
	2.6. Definir proyectos prioritarios y agendas creativas	25
	2.7. Seguimiento y medición	26
3.	CAPÍTULO 3. ALGUNOS AVANCES LOCALES EN COLOMBIA EN LA CONFORMACIÓN DE ADN	30
4.	CAPÍTULO 4. OTRAS CONSIDERACIONES	36
	4.1. Gentrificación, más allá del problema: una oportunidad	37
	4.2. Fortalecimiento de marca	38
	BIBLIOGRAFÍA	42
	ANEXO 1. Vocaciones, descripción y delimitación de la primeras diez ADN delimitadas en Colombia	44
	ANEXO 2. Códigos CIU en las ADN delimitadas	58

PRESENTACIÓN

La administración del presidente Iván Duque incluyó en la ley del *Plan Nacional de Desarrollo “Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad”* 2018-2022 el Pacto X: “Pacto por la protección y promoción de nuestra cultura y desarrollo de la Economía Naranja”, considerando que la “cultura y el estímulo de la creatividad pueden configurarse como base de la Economía Naranja contribuyendo al desarrollo sostenible y a la solución de los desafíos productivos y de empleo del país”. Para cumplir con este propósito, dentro de los objetivos y estrategias se ha propuesto impulsar las agendas creativas para municipios, ciudades y regiones, y el desarrollo de Áreas de Desarrollo Naranja (ADN); espacios geográficos que operan como centros de actividades económicas y creativas, delimitadas y reconocidas a través de instrumentos de ordenamiento territorial o decisiones administrativas de la entidad territorial.

Mediante la implementación de las ADN, será posible contribuir en la transformación social y económica de Colombia, ubicando la cultura en el centro de la agenda de desarrollo, en una estrecha relación con las dinámicas, necesidades y realidades de las distintas regiones. Al momento de escribir estas líneas, Colombia cuenta con veintidós ADN, declaradas y delimitadas por doce alcaldías, desde ciudades capitales como Riohacha, Barranquilla, Cali, Montería o Medellín, hasta municipios más pequeños como Girardot y Villapinzón en Cundinamarca, El Banco y Ciénaga en Magdalena, Villa del Rosario en Norte de Santander y La Ceja en Antioquia. De igual forma, se está acompañando a más de veinte municipios en las gestiones para establecer ADN adicionales.

La declaratoria y el reconocimiento formal de estos distritos culturales es el resultado de un gran esfuerzo entre el Gobierno Nacional, las alcaldías, agentes y organizaciones culturales y creativas del país. Pero es también un punto de partida que reafirma el compromiso de hacer de Colombia un epicentro regional y mundial de la Economía Creativa y, a través de ella, aumentar la innovación, generar empleo, incentivar la inversión pública y privada, recuperar el patrimonio cultural material e inmaterial de la nación, promover la conservación ambiental, transferir conocimientos, crear y consolidar el sentido de pertenencia en los territorios, desarrollar mecanismos de inclusión social y acceso ciudadano a la oferta cultural y creativa, así como recuperar el tejido social y económico del país.

Esta guía metodológica se emite en cumplimiento del artículo 2.12.1.1.8 del Decreto 1080 de 2015, pero, más allá del cumplimiento de esta disposición, esperamos que resulte de utilidad para orientar la implementación de las Áreas de Desarrollo Naranja en Colombia y obtener esos objetivos ambiciosos, pero posibles, de desarrollo humano sostenible, en línea con la Agenda 2030 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, y la garantía plena de los derechos culturales a lo largo y ancho de nuestra geografía.

Carmen Inés Vásquez Camacho
Ministra de Cultura

1

CONSI
DERA
CIONES

● TEÓRICAS

1.1. Introducción

El fenómeno internacional de los distritos culturales o creativos, definido en la legislación nacional de Colombia como Áreas de Desarrollo Naranja (ADN)¹, ha sido abordado en ciertos casos desde una perspectiva eminentemente económica, pero es importante recordar que estos implican una multidimensionalidad que también debe ser reconocida, identificada y estudiada en términos de capital simbólico, redes, relaciones y dinámicas sociales, artísticas, culturales y patrimoniales.

Como sugiere Uldemollins (2008), los distritos culturales son fenómenos que han figurado como catalizadores para el desarrollo urbano de muchas ciudades y cuyas dinámicas se ven afectadas por las políticas públicas (Montgomery, 1995), la influencia de instituciones determinadas (Newman y Smith, 2000), aunque también se han abordado temas asociados con las lógicas del clúster creativo (Crewe, 1996 y Bovone, 2005) y, por supuesto, también existen estudios como los de Montgomery (2003) o Mommaas (2004), dirigidos a explicar este tipo de manifestaciones culturales y artísticas de una manera holística.

Antes de abordar estos elementos a profundidad, es primordial identificar las condiciones para afirmar que una zona geográfica particular es realmente un distrito cultural o creativo. En primera instancia, en el distrito cultural existe una relación entre el patrimonio arquitectónico y artístico del lugar y su capital simbólico. En segundo término, existe una reunión y afluencia de agentes, iniciativas, emprendimientos, organizaciones (públicas y privadas) y empresas culturales, así como un flujo o intercambio constante de bienes y servicios culturales. En tercer lugar, el distrito cultural evidencia la diversidad artística y cultural de la ciudad. En cuarto lugar, un distrito cultural implica que el espacio físico no solo es el lugar en que tienen lugar los procesos socioeconómicos y culturales, sino que también puede ser empleado como insumo del proceso creativo, constituyendo relaciones cuasi orgánicas con quienes lo habitan. Como quinto requisito, el capital simbólico desarrollado en el distrito creativo se torna en un elemento identitario del mismo. Finalmente, la política pública ejerce efectos importantes y significativos en la evolución del distrito en el tiempo. Lo anterior constituye una hoja de ruta y no es en sentido estricto una “camisa de fuerza”. El distrito creativo puede carecer de una o algunas de las condiciones ya enunciadas; no obstante, su presencia contribuye a su identificación y sostenibilidad.

En cuanto al capital simbólico² del distrito, este es el resultado de la relación entre el espacio geográfico, las alusiones, referencias y relaciones establecidas en obras reconocidas que proporcionan al espacio determinado prestigio. Al mismo tiempo, cuando una obra está asociada con un lugar vinculado a determinados valores artísticos y culturales, la obra se transforma en el resultado de un mecanismo de distinción. Lo anterior sugiere que la sociedad en su conjunto asigna valores subjetivos que proveen de prestigio tanto al distrito como a las obras que allí se desarrollan y, en consecuencia, su influencia puede reconvertirse en capital económico mediante la captación de capital e inversiones, y en capital social a través de la constitución de un ecosistema de valor.

En cuanto a la reunión de agentes y empresas culturales, este fenómeno no es fortuito. Por el contrario, responde a una lógica de conformación de redes, socios estratégicos,

1. Para efectos de este documento, se emplearán como sinónimos las expresiones Áreas de Desarrollo Naranja (ADN), distritos creativos y distritos culturales.

2. El capital simbólico puede definirse como “cualquier propiedad (cualquier especie de capital, físico, económico, cultural, social) percibida por agentes sociales cuyas categorías de percepción son tales, que permiten conocerlo (percibirlo) y acordarle un valor” (Bourdieu, 1998, p.55).

intermediarios y usuarios que facilitan la consecución de resultados y objetivos formulados a través de las iniciativas y agentes artísticos y culturales.

Al interior de los distritos culturales se crean dinámicas que rompen con el paradigma de segregación a partir del espacio, y tales lugares se reconfiguran generando un desvanecimiento en la contraposición demanda-oferta cultural, los límites suelen ser difusos y las interacciones ambiguas, creando las dinámicas, flujos y lógicas hoy presentes en los distritos culturales. Será tarea de los miembros públicos y privados de cada distrito promover estos espacios con modelos de gobernanza e integración basados en reglas claras. De cualquier forma, los distritos creativos deben representar un medio para la convivencia, la articulación de agentes, la transferencia de conocimiento y la inclusión para construcción de identidad cultural de la ciudad y el país.

En cuanto a las políticas públicas, deben focalizar esfuerzos para encontrar un punto de convergencia entre lo urbano y la importancia cultural, en donde no sea protagonista únicamente la dimensión económica. En esta medida, las políticas públicas también deben demostrar efectos contundentes en dimensiones sociales y de renovación urbana. Esto supone, entonces, una integración de diferentes aspectos: arte público, transporte, seguridad, espacios culturales, vínculos entre el concepto creativo y el ecosistema de valor (Evans, 2001). Es fundamental identificar infraestructuras, concentración y proximidad de creadores, artistas y equipamientos que permitan la formación de proyectos que posteriormente configuren un capital simbólico que sea valorado socialmente. Este proceso también se logra a través de la conformación de clústeres y la creación de instituciones de formación y otras, que contribuyan a las manifestaciones creativas y culturales, la investigación, industrias conexas, flujo de bienes y servicios culturales. Todo este proceso no surge exclusivamente de manera espontánea, también es la respuesta a incommensurables apuestas del sector privado y organizaciones no gubernamentales. Igualmente, es importante no perder de vista que las actividades culturales y creativas no se dan en “el vacío”, sino en un entramado de otras actividades sociales y económicas con las que interactúan y se establecen procesos de complementariedad y aprendizaje recíproco.

En síntesis, además de la importancia de la intervención mediante política pública, también es de suma relevancia la conformación de un capital social y económico alrededor del distrito creativo o ADN, el desarrollo deliberado de un ecosistema de valor, una articulación de los artistas con los flujos de bienes y servicios, y la conformación de un distrito con identidad, incluyente y diverso.

1.2. Conceptualización

En los últimos años las ciencias sociales y económicas han prestado un interés creciente por el análisis de la dinámica territorial de la cultura y, particularmente, su tendencia hacia la clusterización (Ulldemolins y Zarlenga, 2014). Lo anterior ha venido aparejado del interés de diversos gobiernos locales y nacionales por invertir en infraestructura cultural y desarrollar políticas para el fomento y estímulo a las empresas productoras de bienes y prestadoras de servicios culturales. Dicho interés se ha dado en dos líneas principales:

En primer lugar, las que tienen como meta el desarrollo de sectores económicos vinculados a la producción de bienes culturales a partir del fomento de actividades relacionados con las llamadas industrias culturales o creativas (cine, radio, televisión), al diseño (web, textil, gráfico, industrial), la moda, la publicidad, la fotografía y la arquitectura (...). En segundo lugar, las que tienen como finalidad la generación de servicios culturales para el atractivo turístico y comercial a través de la recuperación del patrimonio existente de los centros urbanos (regeneración urbana), la creación de instituciones y equipamientos culturales (como museos y centros culturales), la organización de eventos, etc. (Ulldemolins y Zarlenga, 2014: 49).

Ambas estrategias han tenido una dinámica principalmente urbana, caracterizada por el agrupamiento o concentración territorial de empresas, instituciones o agentes culturales en los denominados barrios artísticos, distritos culturales, clústeres culturales o, en una mayor extensión geográfica, ciudades creativas, por mencionar algunas de las principales denominaciones empleadas en la literatura especializada.

Así, por ejemplo, Llorente (2009) define los barrios artísticos como aquellos en los que hay una alta concentración de uno o más de los siguientes tres factores: (i) afluencia de artistas (en la calle, talleres, residencias, cafés o locales de ocio); (ii) abundancia de arte en el espacio público (murales, esculturas, monumentos, etc.); o (iii) la profusión de establecimientos artísticos (públicos o privados).

Por su parte, la definición del modelo de distrito cultural parte de la base de que la cultura es un recurso para el desarrollo económico de las ciudades y regiones (Lazzeretti, 2008), que algunos definen como: “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” (Frost Kumpf, 1998, tal como es citado en Lazzeretti, 2008).

Siguiendo a Lazzeretti (2008), el proceso de estructuración del distrito cultural hace referencia, entre otros, a los siguientes aspectos:

- Aumento en la división del trabajo basado en el patrimonio cultural, artístico y medioambiental.
- Relaciones entre habilidades productivas especiales y un cuerpo general de necesidades culturales.
- Construcción de un mercado laboral local (equipos).
- Presencia de integradores específicos de diferentes especializaciones (por ejemplo, los museos de Florencia).
- Rutinas de socialización del distrito aplicadas por agentes colectivos e individuales.
- Institucionalización de rutinas formales e informales.
- Desarrollo de conocimiento y habilidades dentro de los distritos.
- Desarrollo de un fuerte sentimiento de pertenencia.
- Plenitud de la iniciativa empresarial.
- Otras destrezas a identificar.

En una publicación reciente, José Miguel Benavente y Matteo Grazzi, del Banco Interamericano de Desarrollo, (2017) argumentan que el proceso creativo es estimulado por la cercanía de los pares, proveedores y consumidores, ya que tiende a apoyarse en el conocimiento tácito, que es difícil de transmitir a distancia. En esta medida, los “clústers

creativos incluyen empresas creativas que aprovechan la concentración geográfica para mejorar la colaboración que beneficia a todos sus miembros. Esta acción colectiva aumenta la innovación y productividad de las empresas, que pueden tener acceso a mejores insumos en forma de trabajadores, conocimiento, tecnologías y nuevas oportunidades” (p. 21).

Celis (2006) afirma que los distritos creativos pueden comprenderse a partir de dos perspectivas: los estudios urbanos y la geografía económica. A partir del ámbito urbano, un distrito creativo puede considerarse una concentración de artistas o de actividades culturales que emergen orgánicamente al interior de las ciudades, o que pueden promoverse mediante políticas o procesos de renovación urbana de áreas problemáticas. En este caso, no es necesariamente una prerrogativa un desarrollo de la dimensión económica de las mencionadas concentraciones. Visto desde la perspectiva de la geografía económica, las afluencias de artistas por fuerza deben alcanzar condiciones particulares para ser consideradas distritos creativos:

- Concentración de empresas del mismo sector económico
- Concentración de actividades económicas complementarias
- Presencia institucional que impulse la articulación entre actores
- Infraestructura adecuada para la producción
- Intercambio de los bienes y servicios; e innovación en los procesos

Las ADN deben responder a las necesidades artísticas, culturales e identitarias del territorio. Esto significa que los instrumentos de gobernanza, incentivos, la integración de agentes pueden ser tan diversos como los mismos distritos creativos, todo con el propósito, entre otros, de renovar las dinámicas socioeconómicas de las ciudades.

Conforme a lo expuesto, en términos generales la premisa común es que la concentración cultural genera beneficios económicos por la concentración y densidad de intercambios entre agentes culturales (economía de aglomeración), al tiempo que en muchos casos es importante para adelantar procesos de revitalización o renovación urbana. Autores como Ulldemolins y Zarlenga (2014) insisten en que también es necesario contemplar la dimensión social, como factor de comprensión de los procesos de creación e innovación en los clústeres culturales.

Con respecto al beneficio económico, Santagata (2002) afirma que dentro de un distrito creativo “los costos del uso del mercado son más bajos que en cualquier otro lugar, debido a la intensa creación de externalidades positivas, el conocimiento tácito, la alta tasa de innovación, la fácil conexión en red y la difusión gratuita de información” (p. 4).

También es importante anotar que la sola proximidad no genera en sí misma los beneficios de la economía de aglomeración, se requiere un contacto permanente entre las empresas, establecer relaciones de cooperación, incluso de interdependencia y confianza, intercambios de conocimiento, especialización de funciones, circulación de la información.

Del mismo modo, cabe resaltar que existe un nexo simbiótico muy fuerte entre el territorio, la cultura y la economía, en tanto las industrias culturales “toman su inspiración” del vínculo que establecen con las culturas locales: “allí traducen la creatividad en cultura y la cultura en bienes y servicios económicos valiosos” (Santagata, 2002: 3).

1.3. Las ADN en el marco institucional y jurídico de Colombia

La definición y regulación de las ADN es un hecho inédito y novedoso en la regulación y la política cultural de Colombia. La Ley 1834 de 2017 –Ley de Economía Naranja–, establece en su artículo 5° siete estrategias de gestión pública, una de las cuales es la de “Infraestructura”. En reglamentación y desarrollo de estas disposiciones legales, el Decreto 1204 de 2020 adiciona el Decreto 1080 de 2015, Único Reglamentario del Sector Cultura, con el fin de adoptar la Política Pública integral de la Economía Creativa. El artículo 2.12.3.1.7.: “Línea 4 Infraestructura”, determina que una de sus acciones estratégicas consiste en “Estimular el desarrollo de Áreas de Desarrollo Naranja (ADN) en todo el territorio nacional”.

Del mismo modo, según el artículo 179 de la Ley 1955 de 2019 (*Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 Pacto por Colombia, pacto por la equidad*), las ADN son definidas como “los espacios geográficos que sean delimitados y reconocidos a través de instrumentos de ordenamiento territorial o decisiones administrativas de la entidad territorial, que tengan por objeto incentivar y fortalecer las actividades culturales y creativas previstas en el artículo 2° de la Ley 1834 de 2017. Las ADN basadas en la oferta cultural y creativa son espacios que operan como centros de actividad económica y creativa, contribuyen a la renovación urbana y al mejoramiento del área de ubicación, crean un ambiente propicio en el que confluyen iniciativas en estos campos, fortalecen el emprendimiento, el empleo basado en la creatividad, el turismo, la recuperación del patrimonio cultural construido, la conservación medioambiental, la transferencia de conocimientos, el sentido de pertenencia, la inclusión social y el acceso ciudadano a la oferta cultural y creativa”.

Lo anterior se encuentra reglamentado en el Decreto 697 de 2020 “Por el cual se adiciona el Decreto 1080 de 2015, Único Reglamentario del Sector Cultura, y se reglamentan los artículos 179 y 180 de la Ley 1955 de 2019, *Ley del Plan Nacional de Desarrollo 2018 - 2022, Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad*”. Las principales disposiciones de esta norma en materia de ADN son las siguientes:

- En el artículo 2.12.1.1.3. 1080 de 2015, adicionado por el Decreto 697 de 2020, se determina que las ADN tienen como propósito: “incentivar y fortalecer las actividades culturales y creativas previstas en el artículo 2° de la Ley 1834 de 2017, en sectores como los editoriales, audiovisuales, fonográficos, artes visuales, artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, educación artística y cultural, diseño, publicidad, contenidos multimedia, *software* de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agencias de noticias y servicios de información, y educación creativa. Mediante estas actividades, las Áreas de Desarrollo Naranja (ADN) deberán operar como centros de actividad económica y creativa, que contribuyan a la renovación urbana y al mejoramiento del área de ubicación, al emprendimiento, el empleo, el turismo, la recuperación del patrimonio cultural construido, la conservación medioambiental, la transferencia de conocimientos, el sentido de pertenencia, la inclusión social y el acceso ciudadano a la oferta cultural y creativa”.

- El artículo 2.12.1.1.3. del Decreto 1080 de 2015, adicionado por el Decreto 697 de 2020, establece que las ADN pueden constituirse como espacios geográficos delimitados a través de instrumentos de ordenamiento territorial o decisiones administrativas adoptadas por la alcaldía municipal o distrital correspondiente; o bien como Espacios circunscritos a inmuebles

determinados, declarados como Bien de Interés Cultural (BIC) del ámbito nacional o territorial en la categoría del Grupo Urbano-Sector Urbano o del Grupo Arquitectónico.

- El artículo 2.12.1.1.6. Decreto 1080, adicionado por el Decreto 697 de 2020, estipula: “Las Áreas de Desarrollo Naranja (ADN) que se creen al amparo del artículo 1790 de la Ley 1955 de 2019 pueden ser distritos creativos, distritos culturales, distrito en algún campo específico de las artes o la creatividad, fábrica o espacio cultural o cualquier otro que autónomamente se decida. Se procurará, para efectos de los estímulos nacionales, que estén precedidas de la denominación Área de Desarrollo Naranja (ADN)”.

- En el artículo 2.12.1.1.6. del Decreto 1080, adicionado por el Decreto 697 de 2020, en su artículo 2.12.2.2.4. establece que los proyectos postulados que hagan parte de las ADN podrán ser beneficiarios del incentivo tributario de deducción por inversiones y donaciones a proyectos de economía creativa de que trata el artículo 180 de la Ley 1955 de 2019, que concede beneficios a quienes inviertan o donen recursos a proyectos de Economía Naranja, otorgando una deducción en el impuesto de renta correspondiente al 165 % del valor real invertido o donado, en el periodo gravable en que se realice la inversión.

1.4. Intervención del Estado y desarrollo de las ADN

Ahora bien, en cuanto a la intervención del Estado a través de programas y política pública, cuando son liderados desde el Gobierno, estos procesos de clusterización cultural pueden darse en dos grandes vías: (i) planes de acción para fortalecer concentraciones culturales históricamente existentes (procesos de abajo-arriba), o (ii) planes de acción para desarrollar o favorecer nuevas concentraciones culturales (procesos de arriba-abajo).

Para el caso de la estrategia de abajo-arriba, autores como Mark Stern y Susan Seifert (2007) escriben sobre el cultivo de los distritos culturales “naturales” como un vehículo para traducir la cultura local o de base en procesos de revitalización urbana, cuyo principal desafío es fomentar estas redes sociales definidas geográficamente sin apagar la “chispa” que las hace distintivas.

Dichos distritos son entendidos como redes definidas geográficamente, creadas por la presencia de una alta cantidad de activos culturales (organizaciones, empresas, participantes, artistas) en barrios particulares (Stern y Seifert, 2007). Lo que los hace “naturales” es que surgieron sin intervención del Estado o políticas públicas concretas para el efecto. En Estados Unidos, diversos estudios en diferentes ciudades (Filadelfia, San Francisco, Atlanta y Chicago) han demostrado que los barrios más diversos en términos étnicos, sociales y económicos son más proclives a contar con una vida cultural más intensa y activa, al tiempo que registran una mayor densidad de activos culturales.

De igual modo, el Social Impact of the Arts Project (SIAP) de la Universidad of Pennsylvania ha documentado una relación sólida y duradera entre el compromiso cultural, la disminución de la pobreza y el crecimiento de la población en Filadelfia: “los vecindarios con muchos proveedores culturales dentro de media milla tenían casi cuatro veces más probabilidades de ver un aumento de su población y una disminución de la tasa de pobreza durante la década de los 90 que aquellos con pocos proveedores” (Stern y Seifert, 2007: 8). Además de los beneficios económicos, la actividad cultural intensa y permanente que favorecen los distritos culturales,

también promueve los vínculos sociales, son importantes para cerrar brechas sociales entre los ciudadanos, promover el diálogo y la construcción conjunta de proyectos.

En la segunda vía, referente a las estrategias de arriba-abajo, el Estado determina geográficamente el área sobre el cual aplica una serie de incentivos fiscales (en impuestos sobre la renta, predial, industria y comercio, delimitación urbana, entre otros, según el régimen tributario nacional y territorial vigente) a quienes desarrollen las actividades culturales y creativas que se pretende estimular. Los beneficios fiscales se pueden complementar con mecanismos financieros (p. ej. créditos con mayores facilidades de acceso y tasas preferenciales) o de otra índole para favorecer la creación, producción, distribución, circulación y consumo de bienes y servicios culturales.

Una estrategia alternativa o complementaria a los incentivos fiscales, consiste en diseñar mecanismos de “gobernanza cultural” que implican la financiación directa del Estado a las instituciones y actividades culturales del distrito, mediante la creación de impuestos con destinación específica y la conformación de juntas locales que deciden sobre la inversión de lo recaudado. En esta línea se destacan los casos de: (i) el Distrito de Instalaciones Científicas y Culturales (SCFD, por sus siglas en inglés) en Denver, Colorado; (ii) el Parque Zoológico Metropolitano y el Distrito de Museos de St. Louis (MZPMD, por sus siglas en inglés); y (iii) el Distrito de Activos Regionales de Allegheny en Pennsylvania (ARAD, por sus siglas en inglés). En SCFD y ARAD se destina un porcentaje del impuesto a las ventas para el financiamiento directo de las instituciones y programas culturales del distrito, mientras que en el caso de MZPMD se usa un porcentaje del impuesto a la propiedad como fuente de financiación (Moon, M. J., 2001). En los tres casos se han establecido juntas locales, con miembros designados por los gobiernos locales, para la toma de decisiones sobre la asignación y administración de los recursos recaudados y destinados al fortalecimiento cultural territorial, que varía de escala geográfica entre una municipalidad (o varias dentro de un mismo condado), un condado o incluso varios condados (caso del SCFD).

Ambas vías entrañan riesgos comunes y diferenciados. En cuanto a los primeros, conviene señalar que la formación de distritos culturales, especialmente cuando existe algún tipo de intervención estatal, es propensa a generar procesos de gentrificación que deterioren su patrimonio cultural y disloquen la comunidad local, de modo que se pueden convertir en espacios de consumo estandarizados, en los que predominan las tiendas de lujo y se expulsa a la comunidad artística (Ulldemolins y Zarlenga, 2014). Así entonces, resulta vital contemplar desde el inicio el componente social, es decir, la comprensión de las dinámicas e interacciones del lugar, los habitantes y residentes, la población flotante, las actividades que allí se realizan, entre otros aspectos.

Un segundo riesgo común es la inequidad vinculada a la dinámica laboral de los artistas. Es bien conocido que esta tiende a que los grandes beneficios económicos se queden en unos pocos, mientras la mayoría de los artistas y creadores no recibe una remuneración alta y constante por su trabajo, productos o servicios. En el mismo sentido, dado que algunas profesiones u ocupaciones son más valoradas que otras, los técnicos y otros oficios creativos tienden a recibir bajas remuneraciones, menores al esfuerzo e importancia de su contribución al desarrollo de los productos o servicios creativos (Stern y Seifert, 2007).

En cuanto a los elementos diferenciados, la estrategia de arriba-abajo tiene el riesgo de imponer un esquema vertical, “importado” o extrapolado como modelo de otra región o país, que no corresponde a las condiciones socioeconómicas y culturales del lugar, de tal

modo que se produce un fracaso en su implementación (Santagata, 2002). En algunos casos, el resultado de estas políticas ha sido: “la atracción de turistas, consumidores y residentes de alto ingreso y no la generación de un CEC [Clúster Económico Creativo]”. El principal problema con este tipo de políticas es que dejan fuera la lógica y complejidad de la producción en sectores creativos y se enfocan, casi exclusivamente, en la cuestión del consumo de productos, servicios y espacios públicos estetizados” (Mercado Celis, 2016: 191 – 192).

Por su parte, la estrategia de abajo-arriba conlleva el peligro de distorsionar, impactar o incidir de manera negativa en las dinámicas favorables y “naturales” del lugar, que inicialmente motivaron la intervención del Estado. En esta medida, hay que adelantar regulaciones y políticas públicas que contemplen el enfoque de la Acción Sin Daño (ASD), propuesto en la década del noventa del siglo XX por el equipo de *Collaborative for Development Action*, a partir de un análisis de las acciones humanitarias en diferentes contextos. Este enfoque parte de la premisa de que las intervenciones pueden contribuir favorablemente a transformar situaciones de conflicto, mejorar las condiciones de vida, generar desarrollo y ayudar a cerrar brechas sociales; pero también pueden aumentar las tensiones, fragmentar más el tejido social o exacerbar los conflictos. De este modo, es importante previamente reflexionar sobre los posibles impactos (directos e indirectos, deseados y no deseados) y modos de relación con todos los actores sociales que serán afectados (de manera positiva o negativa) por la definición de una nueva ADN o clúster cultural.



2.

**CONFORMACIÓN
DE UN ÁREA DE
DESARROLLO
NARANJA**

Para identificar, delimitar e implementar las ADN no existen fórmulas o recetas; las lógicas o dinámicas con las que opera un distrito creativo varían dependiendo del territorio y de sus habitantes. En consecuencia, los pasos que se enuncian a continuación son únicamente una guía, ya que la conformación del ADN debe responder a las necesidades de la ciudad o el municipio. Sin embargo, los pasos que se describen son un importante inicio para reconocer las condiciones que debe cumplir un espacio georreferenciado que sostenga toda la infraestructura y talento que requiere un ADN, y garantizar su pleno funcionamiento y sostenibilidad en el largo plazo tanto para los creadores como para las audiencias y los ciudadanos.

A continuación los pasos para la conformación de un ADN, en donde la *Guía Práctica para la Creación de Áreas de Desarrollo Naranja*³, realizada por la Alcaldía Mayor de Bogotá en cabeza de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, constituyó un insumo fundamental para la realización de esta sección. En esta se describirán dos fases (en donde en la primera etapa se destaca la delimitación del ADN como primer resultado) y siete acciones esenciales que describen sus respectivas fases, desde la planeación hasta la consolidación.

Figura 1. Fases y acciones para la identificación y delimitación de un ADN.



Fuente: elaboración propia

3. Disponible en: <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/economia-cultural-y-creativa/distritos-creativos>. Acceso: 25 de agosto de 2020.

FASE 1: PLANEACIÓN E INSUMOS

2.1. Identificar las herramientas que otorgan fuerza legal al ADN y robustecen su delimitación e implementación

Constituye una prioridad, sobre todo en las etapas más prístinas del proyecto, rastrear, reconocer y clasificar, tanto en el ámbito nacional como en el territorial, las normas actuales que facilitan la delimitación del ADN, que además permitirán fortalecer en términos tributarios, económicos, sociales y ambientales los emprendimientos que se consolidan al interior del distrito creativo y que propendan por el adecuado funcionamiento de un modelo de gestión sostenible. Mediante el reconocimiento de esta normativa será posible reconocer las oportunidades y debilidades potenciales de cada emprendimiento, de sus posibles alianzas y del aprovechamiento del espacio dispuesto en el (los) polígono(s) delimitado(s).

El reconocimiento de la normativa también constituye un importante instrumento para la identificación de potenciales aliados estratégicos para el ADN, por ejemplo, posibles inversionistas que mediante instrumentos tributarios, proximidad o afinidad con su objeto social consideren la posibilidad de invertir en la consolidación de los emprendimientos que conforman el distrito creativo o instituciones de carácter público, que mediante el ejercicio de sus facultades faciliten acciones que permitan fortalecer marca, identidad e integración del flujo de bienes y servicios culturales ofertados en el territorio.

En dirección a lo ya mencionado, es importante realizar un diagnóstico de la norma en el marco de la vocación cultural y artística del ADN, con el objetivo de reconocer la coherencia y articulación entre los objetivos del nuevo proyecto y las necesidades de la ciudad o municipio. Toda esta normativa, desde la Ley 1955 de 2019 (Plan Nacional de Desarrollo, principalmente en sus artículos 179 y 180 reglamentados mediante el Decreto 697 de 2020), Conpes, Plan de Ordenamiento Territorial, planes parciales, decretos y resoluciones o cualquier otro instrumento urbano de uso del espacio público, así como toda la normativa asociada con artes, patrimonio e industrias creativas y culturales, debe considerarse y hacer parte integral del decreto que delimite el ADN, con el fin de argumentar con solidez los usos y acciones al interior del distrito creativo.

2.2. Caracterización del Área de Desarrollo Naranja

Como se mencionó al inicio de este documento, los distritos creativos pueden ser inducidos o espontáneos. En el primer caso, son ADN que surgen como resultado de la intervención del Estado, bien sea mediante instrumentos de política o a través de acciones concretas que pretenden reconfigurar espacios determinados que están siendo subutilizados o que experimentan problemas de deterioro en el tejido económico y social y que al mismo tiempo son susceptibles de potencial y aprovechamiento en términos artísticos, patrimoniales, culturales y creativos. Por otra parte, los distritos creativos espontáneos surgen como

consecuencia del desarrollo, a lo largo del tiempo, de prácticas asociadas con las Industrias Creativas y Culturales, (en adelante ICC) que se han manifestado en estos espacios y que en consecuencia han facilitado la concentración de infraestructura, insumos, talento humano, audiencias, clientes y bienes de capital de índole cultural que facilitan el movimiento artístico y económico en un territorio específico.

Dicho lo anterior, el primer paso en esta segunda etapa consistirá en reconocer las características propias y vocación cultural y creativa del ADN. Dichos criterios están directamente vinculados a la densidad empresarial, flujo de bienes y servicios culturales, presencia de bienes de capital de orden cultural, entre otros. Así entonces, será pertinente tener en cuenta lo siguiente:

- Realizar una tipificación de las actividades económicas de la Economía Naranja priorizadas en el territorio, teniendo en cuenta las 103 identificadas en la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja del Dane⁴. Tener clara esta clasificación facilitará la identificación de las firmas que focalizan su objeto social a actividades reconocidas previamente como de Economía Naranja y que, por tanto, ejercen un rol determinado e indispensable en el ecosistema de valor en la generación y circulación de bienes y servicios culturales.

Hay que aclarar que los códigos CIIU constituyen un mecanismo ampliamente aceptado y robusto de clasificación. No obstante, también puede recurrirse a la clasificación de organismos multilaterales y autoridades en materia cultural. En esta medida, también es muy importante revisar qué actividades se encuentran por fuera de esta clasificación y deberían incluirse. Solo por citar un ejemplo, el turismo cultural carece de CIIU, pero puede ser muy importante para el desarrollo del ADN.

- Finalmente, es primordial recurrir a inscripciones, matrículas y fuentes secundarias de orden cuantitativo que faciliten la geolocalización de unidades productivas, emprendimientos o empresas del sector. Un aliado natural y altamente efectivo son las cámaras de comercio y la institucionalidad cultural de ciudades y municipios que pueden facilitar datos e información pertinente para la consolidación de un mapeo o diagnóstico de las ICC de los territorios. No debe descartarse la academia como otra fuente de información, pues mediante investigaciones académicas también puede disponerse de información valiosa para esta etapa del proceso.

2.2.1. Registro de las actividades económicas culturales y creativas

Para delimitar e implementar un ADN, identificar las actividades económicas y situar a las unidades productivas, emprendimientos y empresas es una tarea necesaria, más no suficiente. También es indispensable crear un registro de todas las actividades culturales y creativas que se desarrollan en ciudades y municipios, además de identificar los vínculos con lugares específicos en donde se llevan a cabo. Esta información permitirá reconocer la vocación cultural del territorio, así como identificar qué tipo de prácticas y reproducciones predominan en el tiempo, p. ej. festivales de artes audiovisuales, teatro, danza, música, ferias del libro, etc.

4. Véase: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/sateli_cultura/economia-naranja/3er-reporte-economia-naranja-2014-2019.pdf

Estas fuentes pueden ser consultadas a través de fuentes oficiales públicas y privadas, correspondientes a estudios, mapeos, caracterizaciones y estadísticas del sector cultural y creativo. Por ejemplo, el Mapeo Exprés de Industrias Culturales y Creativas es un instrumento de información territorial, articulado entre la Financiera de Desarrollo Territorial (Findeter) y MinCultura, que tiene como finalidad principal la identificación y comprensión de los sistemas culturales y creativos en un área geográfica concreta con el propósito de lograr su planificación y gestión. Algunos de sus objetivos son:

- Identificación de los agentes del sector y sus relaciones en la cadena de valor detallando sus roles.
- Identificación del Panorama cultural de cada ciudad.
- Identificar el grado de desarrollo de los sectores creativos y culturales de la ciudad.
- Generar datos y análisis transversales para la toma de decisiones.
- Generar un directorio sectorial con las variables incluidas en la metodología de mapeos.
- Integrar los datos obtenidos en un aplicativo que involucre la georreferenciación y los datos de caracterización de cada agente cultural y creativo consultado.
- Plan estratégico por cada ciudad que incluya proyectos priorizados durante la aplicación metodológica y la identificación de necesidades y oportunidades del sector.

En este proceso se utiliza la metodología de bola de nieve, la cual permite la identificación de agentes del ecosistema cultural y creativo sin importar su tamaño o modelo de gestión. Esta estrategia de recolección de información se fortaleció con fuentes de información secundaria: Rues y Pila. Esta metodología puede ser transferida por el Ministerio de Cultura a la institucionalidad y a algunos actores que hacen parte de los procesos culturales en los territorios.

2.2.2. Capacidad de los bienes de capital de orden cultural

Es de amplia utilidad establecer un indicador que permita determinar una razón aritmética entre la concentración de los bienes de capital (exclusivamente culturales) y el espacio físico disponible. Otro indicador muy útil y complementario a este es la relación entre dicha concentración de bienes de capital y densidad poblacional. Entre mayor sea el cociente de estas razones, las probabilidades de optimización de estos bienes de capital culturales para los ciudadanos y la ciudad serán mayores. Para obtener resultados más confiables para la planeación a futuro es recomendable hacer estudios demográficos, un análisis de residentes y flujo de personas en el espacio geográfico en que será conformado el ADN. También será pertinente identificar prácticas y reproducciones en los diferentes ámbitos de la vida.

Así como la institucionalidad es una fuente confiable y efectiva para la identificación y georreferenciación de agentes, también lo es para alcanzar los mismos fines en lo que respecta a la infraestructura cultural disponible en la ciudad; las bases de datos de los organismos oficiales del Estado sumadas a fuentes obtenidas a través de redes (cuyas fuentes sean confiables) y medios especializados, pueden ofrecer un amplio espectro de la capacidad que tiene una ciudad para fortalecer procesos artísticos y culturales mediante la consolidación de un distrito creativo. En el caso de Colombia puede acudir

al Dane (entidad responsable de la planeación, levantamiento, procesamiento, análisis y difusión de las estadísticas oficiales de Colombia); a las Unidades Administrativas Especiales de Catastro que usualmente cuentan con bases oficiales de información de los predios ubicados en las ciudades del país y registran los cambios físicos de las ciudades; al Instituto Geográfico Agustín Codazzi que en su misión funge como la autoridad de regulación catastral en el país, produciendo y suministrando información oficial en estas materias. Las secretarías de planeación también hacen parte del grupo de fuentes fiables. Esto, solo por citar algunas de las instituciones que podrían ser objeto de consulta.

Dentro del proceso de identificación y georreferenciación de las unidades productivas, emprendimientos y empresas de Economía Naranja, también es pertinente construir una base de las potenciales actividades conexas a las que habrán de operar al interior del ADN, esto supone reconocer todas las actividades y eslabones que hacen parte del ecosistema de valor de las ICC. También es muy útil determinar los bienes sustitutos y complementarios a la oferta cultural del territorio con el fin de dinamizar la actividad económica en el ADN y otorgar a clientes, usuarios y audiencias una oferta integral, sumada a la oferta cultural del lugar.

Con toda esta información disponible se procederá a elaborar mapas y gráficos que permitan comprender en esencia tres elementos fundamentales para el ADN: primero, concentración de artistas, gestores culturales, organizaciones, emprendimientos o empresas; segundo, agrupación de bienes de capital para la generación de cultura; y tercero, flujo de bienes y servicios culturales. A partir del análisis de datos y el cruce de variables pueden obtenerse todo tipo de referentes, abstracciones y hojas de ruta cuyo propósito será tomar las mejores decisiones (con la mayor cantidad de información fiable posible) al conformar el ADN y determinar sus usos. Estas decisiones solo podrán ejecutarse con un panorama claro de las dinámicas y lógicas mediante las cuales se expresa el territorio y sus habitantes. La información disponible será empleada entonces para predecir y estimar oportunidades articuladas con los objetivos del ADN, maximizando resultados y minimizando el uso de recursos. Todas estas acciones derivan finalmente en la delimitación de los polígonos en coherencia con el comportamiento (ya identificado) del territorio.

2.3. Delimitación de los polígonos

Una vez estimada la densidad de agentes culturales e identificada su relación con la infraestructura cultural y los bienes de capital disponibles, es necesario determinar los atributos peculiares de cada zona delimitada en función de las actividades artísticas y culturales más robustas y con mayor potencial de desarrollo, así como su grado de asociatividad, de modo que el ADN se distinga claramente de otros polígonos o distritos creativos.

Lo anterior significa identificar los usos de los bienes de capital culturales en los polígonos y la naturaleza jurídica o formas de asociatividad y gestión cultural de los agentes que emplean tales activos: emprendimientos comunitarios, personas naturales, S.A.S., sociedades anónimas, sociedades limitadas, Esales, etc. Esto supone también crear un sistema que permita comparar la fortaleza del sector frente a los demás ámbitos de la economía. Reconocer todas estas características del territorio permitirá, posteriormente,

identificar aquellas variables que constituyan un Dofa para cada emprendimiento y para el proyecto en su conjunto, además de reconocer y suplir todo aquello que precisen los emprendimientos para alcanzar sus objetivos y propósitos corporativos, artísticos y culturales.

Este ejercicio constituye un insumo necesario e invaluable para determinar acciones e instrumentos que fortalezcan al sector desde la competencia de los gobiernos nacional y local. Así mismo, permitirá a los dueños del capital identificar las unidades de negocio que resulten más coherentes y atractivas a sus intereses.

La descripción del territorio puede consolidarse mediante las cámaras de comercio (o la institución que haga sus veces), que, como aliados naturales del ADN, cuentan con las bases de datos y la información necesaria para cruzar dos variables fundamentales en este proceso: los códigos CIIU asociados a los objetos sociales de las empresas que están debidamente registradas y su respectiva ubicación geográfica al interior de la ciudad. Esta información permitirá categorizar las empresas a partir de su actividad y la naturaleza de la oferta cultural con respecto a su ubicación en el área delimitada. Adicionalmente, permitirá calcular su desarrollo mediante variables económicas e indicadores financieros (también registrados en estas bases de datos).

Como metodología complementaria puede triangularse la información, a través de metodologías propias de los estudios sociales, cartografías sociales, historias de vida, entrevistas a profundidad, etnografías o cualquier otro tipo de instrumento apropiado y consecuente con la información requerida.

En este punto es importante recordar que las ADN, por definición, son centros de actividad económica y creativa delimitados y reconocidos a través de instrumentos de ordenamiento territorial o decisiones administrativas de la entidad territorial, que tengan por objeto incentivar y fortalecer las actividades culturales y creativas previstas en el artículo 2° de la Ley 1834 de 2017. En consecuencia, y con el objetivo de cumplir los fines para los cuales han sido ideadas, las ADN no serán equipamientos aislados y tampoco ciudades o municipios completos⁵. Para efectos prácticos, las formas de identificación de los polígonos que conformarán el ADN pueden ser a través de las UPZ, definidas como “instrumentos de planeamiento que establecen la reglamentación urbanística para un conjunto de barrios que presentan características comunes en su desarrollo urbanístico, así como en sus usos y actividades predominantes. Su objetivo es precisar y complementar la norma urbana de la ciudad desde una escala más local y con participación de la ciudadanía”.⁶ Otra forma de identificación puede ser mediante Unidades de Actuación Urbanística (UAU), que corresponden a “Áreas conformadas por uno o varios inmuebles, delimitados en un Plan Parcial, que deben ser diseñadas y/o construidas como una unidad de planeamiento y ejecución, la cual tiene por objeto garantizar el uso racional del suelo, centralizar en una entidad gestora la ejecución de las actividades inherentes al desarrollo propuesto y facilitar la dotación, con cargo a sus propietarios, de las obras de urbanismo secundario, mediante esquemas de gestión que procuren el reparto de las cargas y beneficios derivados de la respectiva actuación”.⁷ Otra forma de delimitación puede darse

5. En otras latitudes, las ADN, en promedio, oscilan entre una (1) y siete (7) hectáreas. En Colombia, algunas alcanzan las quince (15) hectáreas de extensión, y aunque su área responde a la vocación y dinámicas del territorio, hay que aclarar que una sola infraestructura no podría fungir como centro de actividad económica y creativa de manera integral o como instrumento de clusterización. De otra parte, una ciudad o municipio completo, delimitado como ADN, presentaría problemas en el momento de otorgar beneficios o exenciones tributarias de orden local y, adicionalmente, presentarían dificultades en lo referente a la conformación de los modelos de gobernanza para la administración de capital, bienes, servicios y talento humano.

6. Disponible en: <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Transformar-Bogota-Articulacion-publicoprivada/Desarrollo-Urbano-y-Regional/Que-son-las-Unidades-de-Planeamiento-Zonal-UPZ>
Acceso: 30 de agosto de 2020.

7. Disponible en: <https://www.catastrobogota.gov.co/glosario/unidad-de-actuacionurbanistica#:~:text=%C3%81rea%20conformada%20por%20uno%20o,las%20actividades%20inherentes%20al%20desarrollo>

a través de un instrumento tan sencillo como calles y carreras, o cualquier otro, dentro del esquema de norma urbana de la ciudad que permita hacer una delimitación clara del distrito creativo y sus respectivos equipamientos.

Finalmente, en esta etapa es prioridad generar procesos de integración con la comunidad en lo que respecta a la identificación y reconocimiento de las aspiraciones, objetivos, propósitos y requerimientos de todos los agentes que hacen parte de la ruta del emprendimiento y que conforman el distrito creativo. En segunda instancia, es pertinente comprender que rastrear la naturaleza jurídica de los agentes al interior del ADN tiene como propósito la construcción de un espectro bastante amplio de la situación del territorio y, por tanto, permite obtener referencias acerca del escenario en el que se implementará y consolidará todo el distrito.

PRIMER RESULTADO: DELIMITACIÓN Y DECLARATORIA

2.4. Declaratoria del ADN

Una vez se han identificado alcances, limitaciones y actores mediante el reconocimiento de los instrumentos jurídicos atinentes a la regulación del uso del espacio público, de las actividades ICC desarrolladas en el territorio y, entre tanto, se cuente con un conocimiento concreto de la concentración y naturaleza de personas, emprendimientos, empresas y equipamientos culturales y creativos georreferenciados, será procedente la declaratoria del ADN mediante instrumentos de ordenamiento territorial, tales como: el Plan de Ordenamiento Territorial (POT), esquemas de ordenamiento territorial, planes maestros, planes parciales, Planes Especiales de Manejo y Protección (PEMP), o decisiones administrativas de la entidad territorial como acuerdos del Concejo o un decreto ordinario de delimitación. Este último constituye una herramienta expedita para los casos en que: (i) no sea necesario hacerlo mediante un instrumento de ordenamiento territorial porque no se modificarán las disposiciones en materia de usos y edificabilidad en la zona declarada, y (ii) tampoco se prevea una asignación de beneficios tributarios territoriales (para lo cual usualmente es necesario un acuerdo del Concejo municipal o distrital).

En el decreto de delimitación debe hacerse explícita la articulación entre la norma nacional, los planes de desarrollo locales y la norma vigente. Además, debe realizarse la respectiva delimitación, deben incluirse los códigos CIIU con los cuales se mide la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja y deben estar asociados a la vocación y dinámicas culturales de las ciudades y municipios.

Para alcanzar tal fin, el Ministerio de Cultura ha desarrollado un protocolo de acompañamiento continuo que consiste, primeramente, en la socialización de la visión general del marco normativo de la Economía Naranja y de los aspectos conceptuales sobre la definición, estructura, importancia y demás elementos de estos espacios. Posterior a ello, se comparte el estado del arte del municipio o ciudad con respecto a las iniciativas desarrolladas en términos artísticos, patrimoniales, de industrias creativas y culturales en el territorio. También se exponen las razones por las que se desea delimitar un ADN en el

municipio. Se definirá si el ADN corresponde a una iniciativa espontánea o inducida, si se cuenta o requieren mapeos, caracterización o algún documento técnico que justifique la decisión. Asimismo, se revisa si se han identificado otros instrumentos normativos con los que se pueda articular el decreto a estructurar. Adicionalmente, se socializan las posibles decisiones administrativas mediante las que se delimitará el distrito creativo y se comparte con el territorio, las fases y acciones integrales que tendrán que concretarse para la identificación, delimitación y activación del ADN.

Una vez definida la necesidad o interés del municipio en la delimitación y evaluada la información compartida al Ministerio de Cultura, se envía un correo institucional con los insumos correspondientes para la formulación de un primer borrador de decreto ordinario de delimitación o la decisión administrativa que requiera el territorio.

Después de estos primeros acercamientos, se definen, atienden y solucionan las dudas y comentarios del municipio frente a la información enviada. Luego, mediante un acompañamiento permanente en el que suelen realizarse reuniones intermedias para aclarar dudas o ahondar en temas normativos o procedimentales específicos, se define un cronograma, hitos y entregas. A medida que se avanza en la formulación y elaboración de la decisión administrativa, desde el Ministerio de Cultura se propone avanzar paralelamente en la definición de aliados para consecución de recursos.

También se socializan posibles fuentes e instrumentos:

- Convocatoria Colombia Crea, Decreto 697 de 2020.
- Líneas especiales de financiación (Bancoldex, Findeter y Fondo Nacional de Garantías).
- Recursos de regalías.
- Rentas exentas, Decreto 286 de 2020.
- Programa Nacional de Estímulos.
- Programa Nacional de Concertación Cultural
- Ley de Espectáculos Públicos
- Se socializa la oferta interinstitucional consolidada en el ABC de Economía Naranja, para que se identifiquen posibles aliados institucionales, oferta en formación, apoyos, incentivos y financiamiento, acompañamiento y asistencia técnica y conocimiento.

El primer proyecto de la decisión administrativa debe contener, entre otros, los siguientes elementos:

- Delimitación de polígonos.
- Coherencia con la norma de ordenamiento vigente.
- Códigos CIU que determinarán la vocación del ADN.

El Ministerio de Cultura procede a la revisión; el coordinador de la línea de Desarrollo Cultural y Políticas Públicas, junto con el profesional encargado del acompañamiento al municipio, formulan los comentarios finales y son remitidos mediante correo institucional a los actores e instituciones encargados de la expedición del decreto o decisión administrativa. Finalmente, se realiza el seguimiento correspondiente a la firma, numeración y expedición del decreto ordinario de delimitación de la decisión administrativa correspondiente.

2.5. Estrategias e instrumentos para la conformación del modelo de gobernanza del ADN

El modelo de gobernanza de un Área de Desarrollo Naranja puede definirse como el esquema para gestionar los asuntos de interés común del ADN y contiene las reglas de juego para la representación, participación, toma de decisiones y administración del distrito creativo. Entre otros aspectos, el modelo de gobernanza debe definirse en el marco de lo estipulado en la normativa vigente; en segunda instancia es necesario que dé respuesta a las necesidades, vocación y objetivos del ADN.

En este punto se aconseja, inicialmente, definir un horizonte temporal (corto, mediano y largo plazo). En cada elemento del horizonte debe definirse un conjunto de actividades que permitirá consolidar el propósito del ADN (procesos de clusterización, circuitos culturales, procesos de formación, desarrollo de tanques de pensamiento *–think tanks–*, implementación de laboratorios de innovación y recuperación del espacio público, creación, fortalecimiento, restauración y recuperación de infraestructura). También es decisivo especificar el objetivo general⁸ que guiará el accionar de la hoja de ruta en un horizonte de tiempo específico y realista, definir objetivos específicos de activación, es decir, aquellos que detallan los procesos necesarios para poder llevar a cabo de forma gradual el objetivo general, que suelen expresarse en términos de tiempo y cantidad. Igualmente, es útil determinar los lineamientos o principios que harán parte del ADN, aquí algunos ejemplos:

- Retorno social
- Sostenibilidad Ambiental
- Uso y Apropiación de TIC
- Inclusión
- Salvaguarda y protección del patrimonio cultural y natural
- Sostenibilidad económica
- Política urbana

Una vez cumplidos estos dos requisitos, este esquema de gestión permitirá articular, en primera instancia, el rol de los diferentes actores que hagan parte del ADN, estos pueden ser públicos, privados o de naturaleza mixta; así mismo, facilitará la armonización de los espacios, infraestructuras, equipamientos y demás recursos físicos disponibles con la oferta y el flujo de bienes y servicios culturales definidos a partir de la vocación identificada en la ciudad o municipio. De manera simultánea, el modelo de gobernanza tiene como propósito reconocer cuáles son los objetivos comunes por los que cada actor trabajará en el ADN y la infraestructura susceptible de mejora para consolidar la oferta de bienes

⁸. Asociado con el objetivo general del ADN, también es recomendable realizar la línea base del proyecto. Con esta acción se pretende proporcionar una base de información contra la cual monitorear y evaluar el progreso y eficacia de las acciones durante la implementación de la misma después de que se haya completado la activación del ADN.

y servicios culturales. La generación de mecanismos de articulación entre entidades integrará al distrito cultural con otros sectores sociales y económicos. También facilitará el “ajuste” entre la oferta cultural del territorio y la demanda, lo que supone nuevos recursos y nuevos aliados.

De otra parte, la Red Mundial de Distritos Culturales y Creativos (GCDN, por sus siglas en inglés), propone cuatro principios a fin de garantizar una buena gobernanza en los ADN:

Primero, es necesario el fomento de un buen liderazgo que se adecúe a las necesidades del ADN y que facilite el perfecto engranaje de todos los miembros del ecosistema de valor. En segundo término, propone la formulación e implementación de una estrategia que garantice una planeación proactiva y receptiva. En otras palabras, la estrategia debe propender por la generación de cambios de manera propositiva y no reactiva. Al mismo tiempo, debe plantearse a modo de diálogo entre los diferentes actores en donde el consenso sea el instrumento fundamental. En tercera instancia, las operaciones del ADN deben dirigirse a la optimización de recursos sin sacrificar la calidad de los bienes o servicios ofrecidos. Y finalmente, en cuarto lugar, garantizar la conformación de asociaciones adecuadas a las necesidades del ADN y de la ciudad, lo que implica, además, escuchar las propuestas de los miembros que conforman el modelo de gobernanza.

Algunas recomendaciones útiles y aspectos a considerar en el momento de conformar el modelo de gobernanza están asociados con la identificación de actores que, como ya se ha mencionado, pueden tener diferentes naturalezas jurídicas. No obstante, en este punto y en lo que respecta a los actores, es indispensable reconocer qué rol desempeñan, cuáles son sus competencias, alcances, objetivos y propósitos institucionales. Es imprescindible identificar esos fines comunes entre las organizaciones dispuestas en el territorio y los procesos que se desarrollan al interior del ADN. Esto permitirá reconocer *stakeholders* y constituir alianzas estratégicas que consoliden el ecosistema de valor.

Es también de suma importancia identificar la disponibilidad de recursos, liquidez y rentabilidad de los aliados que conforman el modelo de gobernanza. Así mismo, es pertinente cuantificar los recursos que se requieren para satisfacer las necesidades y lograr los objetivos comunes que se han definido en el distrito creativo. Adicional a esto, es necesario conectar dichos objetivos o fines con presupuestos y cronogramas que consoliden la planeación estratégica y la ejecución de proyectos.

En lo que respecta a las decisiones, es importante definir la forma en que estas serán tomadas; en esta vía será necesario determinar si el ADN requiere de la constitución de una persona jurídica, si es efectivo delegar la administración del espacio público o si se puede recurrir a cualquier otro instrumento en el marco de la Ley. Posterior a ello, la administración debe evaluar las fuentes reales y potenciales de recursos⁹, tanto si son permanentes u ocasionales. Con los recursos disponibles serán apalancados los proyectos definidos en el ADN.

En Colombia, un ejemplo de modelo de gobernanza de ADN es El Perpetuo Socorro en Medellín, cuya administración y gestión la realiza la Corporación El Perpetuo Socorro, conformada por una alianza entre Mattelsa, Comfama, Universidad Pontificia Bolivariana y Almacentro. La comunidad de la zona hace parte de varios de los procesos desarrollados en el distrito, como el Festival del Perpetuo Socorro.

En cuanto a la administración delegada del espacio público para el caso de las ADN,

⁹. Dentro de las fuentes de recursos pueden encontrarse incentivos tributarios, donaciones, inversiones, créditos, convocatorias, entre otras.

se puede destacar la regulación de Bogotá, con los Distritos Especiales de Mejoramiento y Organización Sectorial, Demos¹⁰, un instrumento de iniciativa privada que promueve acciones complementarias a las intervenciones y actuaciones que adelanta el Distrito Capital en áreas delimitadas de la ciudad. Estos tienen por finalidad el mejoramiento, mantenimiento, administración y preservación de las condiciones urbanas, ambientales y socioeconómicas de los espacios públicos respectivos.

En suma, el modelo de gobernanza entonces estará facultado para recuperar, a través de su gestión, las dinámicas sociales del territorio y fortalecer la asociatividad, la clusterización empresarial; lo que a su vez permitirá el acercamiento de bienes y sectores conexos y complementarios a la cultura. En consecuencia, el ADN experimentará una mayor asistencia de audiencias, usuarios y clientes, así como una optimización en sus procesos.

2.6. Definir proyectos prioritarios y agendas creativas

Uno de los desafíos para crear un entorno favorable para la economía creativa consiste en la generación de mecanismos, instancias, estrategias y herramientas de articulación entre los sectores público y privado y en el orden nacional y territorial. Partiendo de esto, el Ministerio de Cultura busca una adecuada sinergia del ecosistema creativo en los territorios para alcanzar mayor eficacia en la ejecución de los planes, programas y proyectos en el nivel nacional, regional y municipal, que redunde en el fortalecimiento de los sectores culturales y creativos. Para esto, el Viceministerio de la Creatividad y la Economía Naranja viene promoviendo la Estrategia Nodos y Mesas de Economía Naranja para descentralizar las líneas y acciones de la Política Integral, con la presencia de los ámbitos nacional y local en varios departamentos del país.

El ejercicio de construcción de las Agendas Creativas está enfocado principalmente en acompañar técnicamente la revisión y actualización de las iniciativas asociadas de los sectores naranja planteadas en diferentes instrumentos de regionalización como: planes y agendas de competitividad e innovación, proyectos de corredores turísticos, hojas de ruta para la competitividad, planes de trabajo de clústeres registrados, y las iniciativas de las nuevas autoridades locales y regionales en esta materia.

El diseño de las Agendas Creativas es asesorado mediante un trabajo conjunto entre el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT), con las Comisiones Regionales de Competitividad y el Ministerio de Cultura, desde el Viceministerio de la Creatividad y Economía Naranja. Es importante señalar que estas agendas darán cuenta de los proyectos territoriales estratégicos a implementar en los territorios, que tendrán como reto consultar las dinámicas actuales provocadas ante la emergencia sanitaria y su impacto en los sectores naranja.

Sumado a lo anterior, es necesaria la formulación, planteamiento e implementación de una suerte de “Diagrama de Gantt” que permita definir los planes de trabajo, vinculados a tareas y sujetos a cronograma. En esta etapa es fundamental determinar los objetivos y propósitos prioritarios del ADN, con la finalidad de diseñar un conjunto de estrategias que permitan situar al distrito creativo como un lugar (física y virtualmente) fácilmente

10. El marco normativo de los Demos está constituido por: (i) Ley 9 de 1989 (art. 7); (ii) Decreto 190 de 2004, POT, (art. 461); (iii) decretos 540 y 552 de 2018.

reconocible en lo que respecta a una alta oferta de cultura y un elevado flujo e intercambio de saberes, bienes y servicios artísticos, creativos y culturales.

Las ya mencionadas estrategias también deben enfocarse en configurar un eje de articulación entre la cultura y el turismo en la ciudad y, en consecuencia, crear una identidad en los territorios que les permita ser identificados como lugares en donde se fomenta la cultura, la innovación, la creatividad y la tecnología.

Para lograr este y otros objetivos, se puede pensar en estrategias como la creación de canales que permitan divulgar la oferta institucional y situar al ADN como espacio líder en procesos de Economía Naranja. Así entonces, será pertinente proceder con una estrategia de divulgación que en el corto y mediano plazo facilite el acceso a nuevos públicos y, en consecuencia, a nuevas fuentes de financiación, bien sea por la transacción de bienes y servicios o por la capacidad de captar fuentes de apalancamiento mediante nuevas firmas o capital inversionista. En esta medida, es recomendable crear puntos de convergencia entre los objetivos del ADN y el sistema de divulgación que se implemente. En cuanto a este sistema, es necesario definir también la compatibilidad de los canales empleados, el tipo de información que se socializará y lo que el ADN pretende transmitir como marca. También es necesario considerar el tipo de audiencias que quiere atraer y el alcance que desea lograr.

En segunda instancia, es importante crear mecanismos que faciliten la integración y alianza entre instituciones y diferentes sectores, que permitan optimizar mediante ideas, talento humano, recursos y capital, cada acción realizada en el ADN. Dentro de esta integración es de suma importancia incluir a toda la institucionalidad de orden público cuyo objetivo esté enfocado al patrimonio, las artes y las industrias culturales y creativas en donde se desarrolle el distrito creativo, esto con el propósito de crear agendas y acciones conjuntas que dinamicen la agenda cultural de la ciudad y también amplíen el abanico de infraestructuras, espacios y equipamientos disponibles, generando beneficio para las audiencias, el ADN y las instituciones.

Finalmente, nuevos ingresos y vías de desarrollo se obtienen a través de nuevas acciones. Esto significa que debe trabajarse de manera constante en idear e implementar nueva oferta cultural, creativa y patrimonial, de manera que los bienes y servicios tengan ventajas competitivas y comparativas con una importante articulación de aliados estratégicos, tanto desde el ámbito privado como desde el público, la academia y las ONG, con el propósito permanente de promover la pluralidad y la integración de toda la sociedad.

2.7. Seguimiento y medición

Las acciones de los actores que conformen el modelo de gobernanza deben estar dirigidas, entre otras cosas, a garantizar la sostenibilidad del ADN y sus proyectos, esta sostenibilidad puede asegurarse y evaluarse mediante la conformación de indicadores. Estos instrumentos de valoración permitirán seleccionar, en diferentes ámbitos, la mejor alternativa para el fortalecimiento del distrito creativo, también facilitarán la evaluación de desempeño del mismo.

“Los indicadores son la forma de medición de una determinada meta. Si bien, existen

diferentes tipos de indicadores (de producto, de gestión, de resultado, de proceso, etc.), lo recomendable en el caso de una infraestructura que tiene como propósito brindar un servicio público es medir los efectos (impactos) que tiene sobre una población objetivo o una comunidad. En ese orden de ideas, se recomienda que los indicadores sean medidos anualmente” (Fonade-UNOPS, 2016).

Su medición también puede darse en lapsos de tiempo más cortos. En todo caso, es fundamental que el cálculo se lleve a cabo periódicamente.

Adicionalmente, la *Guía para el Diseño de Proyectos Sostenibles* de la Oficina de las Naciones Unidas de Servicios para Proyectos (Fonade-UNOPS, 2016) afirma que cuando se piensa en el seguimiento y medición, de manera inherente se están contemplando mecanismos para el acompañamiento y desarrollo del plan, así como la evaluación de su implementación a través de los indicadores, cuantitativos y cualitativos, que midan los resultados. El seguimiento debe efectuarse de forma continua a lo largo de la implantación del plan, de tal forma que se pueda controlar y medir en tiempo real la evolución y el desarrollo de este, permitiendo tomar medidas correctivas para corregir y subsanar posibles carencias en su implantación.

Esta misma guía menciona que usualmente se unifica una metodología que permita incluir las acciones de sostenibilidad y operación dentro de la estructura de costos del proyecto, de manera que los mismos estén incluidos en el flujo de caja y, por tanto, incidan en los indicadores de evaluación, bien sean indicadores de rentabilidad (Valor Presente Neto, VPN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (RB/C), indicadores de costo-eficiencia (Costo por capacidad y Costo por beneficiario) o indicadores de costo mínimo (Valor Presente de los Costos, VPC, y Costo Anual Equivalente, CAE), guardando coherencia con el nivel de detalle de la información disponible en cada una de ellas, como se presenta a continuación.

No obstante, para ahondar en el diseño, desarrollo o aplicación de indicadores se recomienda consultar la *Guía Metodológica para la Formulación de Indicadores* del DNP.¹¹

No existen muchos documentos asociados con la formulación de indicadores para los distritos creativos en la región. Sin embargo, dentro de los indicadores generales de creatividad se incluyen las infraestructuras de universidades y centros de investigación, entre otros, que serán enunciados más adelante, puesto que permiten introducir y transferir nuevas ideas en los territorios (Mitchell, 2007). Desde el ámbito cultural y, especialmente, a partir del concepto de ciudades creativas, se introducen aspectos como la constitución de una amplia plataforma social institucional para la presentación de expresiones culturales y la disposición para la recepción de ofertas culturales (políticas-conceptuales), (Manito & Kreanta, 2009).

También existen propuestas de indicadores que dan cuenta de aspectos como nivel de adquisición de conocimiento y competencias, desempeño de roles y modificación en la estructura humana del territorio, sobre todo en lo que concierne a clase. Además, en algunos estudios europeos se incluyen variables asociadas con los bienes públicos (Landry, 2012). Estos indicadores hacen parte de la batería convencional empleada en las ciudades creativas (Suwala, 2014; Markusen, 2007; Mossig, 2011; Sailery Papenheimer, 2007; Thiersteine et al., 2009).

11. Disponible en: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Inversiones%20y%20finanzas%20pblicas/Guia%20Metodologica%20Formulacion%20-%202010.pdf> Acceso: 02 de septiembre de 2020.

Adicional a esto, estudios en Latinoamérica (Gierhake, K., & Fernández-Jardon, C. M., 2017) proponen considerar elementos como la comunicación interinstitucional y entre agentes para evaluar los niveles de interacción Estado-comunidad y estimar la promoción e integración de valores culturales. Los indicadores a saber son: comunicación-interacción de la sociedad local, la existencia de instrumentos de comunicación¹² y la cultura política local (esto teniendo en cuenta que quienes intervienen en el proceso de conformación e implementación de un ADN son actores políticos). Estos mismos autores presentan una batería de indicadores de territorios creativos aplicado al Distrito Metropolitano Quito, capturados a través de metodologías cualitativas propias de los estudios sociales; mediante entrevistas semiestructuradas al interior de las instituciones (principalmente al interior de aquellas que dirigen la política, que para el caso del ADN suele ser la alcaldía y sus secretarías de Cultura, Hacienda y de Desarrollo Económico) y la sociedad civil, evalúan la consistencia entre los soportes de documentos legales de planeación municipal, discursos y resultados.

Esta metodología, denominada “geografía aplicada”, como toda metodología consta de alcances y limitantes; mediante las entrevistas y el contraste de información (limitada) será posible capturar momentos puntuales en una línea de tiempo y no toda la trazabilidad de un proyecto altamente complejo. Empero, los resultados son importantes en tanto permiten identificar las necesidades que demanda dicho proyecto en su implementación y realimentar a las instituciones con la información recabada. Esa metodología también permite evaluar la pertinencia de robustecer los resultados y la información obtenida mediante insumos que permitan emplear métodos cuantitativos, cuyos resultados serían analizados de forma simultánea.

Tanto los indicadores como la metodología para definirlos permiten caracterizar instituciones, territorio, agentes, lógicas alrededor de la política y dinámicas económicas. Por supuesto, los indicadores deben contrastarse frente a los objetivos formulados, en términos macro, como por ejemplo la articulación del desarrollo humano con una perspectiva coherente con el territorio, desarrollar el ADN en función de la sociedad y el territorio y empleando como prerrogativa los bienes públicos, articular el desarrollo integral de la cultura con el medioambiente, la sociedad, la economía y la identidad, generar procesos de desarrollo en términos tecnológicos y la implementación de modelos de gestión, normativa y sostenibilidad que propendan por el ejercicio de derechos y en donde sea pertinente analizar aspectos urbanos y sociales tales como movilidad, transporte seguros, etc.

Lo indicadores deben considerar obstáculos como asimetrías en el desarrollo territorial del país, heterogeneidad, asimetrías tributarias, entre otros, que sean propios de cada territorio. Igualmente, deben plantearse sobre el reconocimiento de los recursos y activos especificados (Córdova, 2010), así como sobre la capacidad y articulación institucional para implementar instrumentos de gestión y cooperación internacional y el alcance de crear vínculos y estrategias con la academia, el sector privado y la comunidad. Adicionalmente, deben constituir un sistema de monitoreo a la gestión, gestión de riesgos y sistemas integrados de seguridad del ADN, que además logren construir una memoria institucional y al mismo tiempo conformen un insumo para la formulación de nuevos proyectos (que incluso podrían llegar a ser de orden multisectorial).

Pueden explicar el proceso de innovación social materializado por el ADN dando

¹². Estos instrumentos también incluyen procesos de retroalimentación.

cuenta del nivel de cohesión en un grupo social vinculado al distrito creativo a partir de las reformas urbanas en el territorio, evaluando el nivel de aceptación e integración al proceso. Estos identifican, también, el potencial como territorio creativo y cuáles pueden ser los futuros procesos de innovación social y las lógicas de la cultura política local que tendrán efecto sobre tales procesos, así como la capacidad del ADN para la generación de valor mediante la configuración de bienes y servicios innovadores. En esta medida, es fundamental identificar desde un principio las expresiones humanas y estructurales en el territorio (patrimonio) y cuál es su relación con el ADN en comparación con otras ciudades y otros distritos creativos, de tal suerte que sea posible extraer oportunidades y elementos comunes. Finalmente, debe contarse con indicadores que faciliten la cualificación de los factores que definen un ADN en un territorio particular, siempre buscando que la mirada del distrito se amplíe a elementos más allá de los aspectos económicos sin dejar de considerar su alta importancia.

The background is a vibrant orange color with a complex, cracked, and layered texture, resembling dried mud or peeling paint. A large, semi-transparent white number '3' is centered in the upper half of the image, with a small white dot positioned to its right.

3.

**ALGUNOS AVANCES
LOCALES EN COLOMBIA
EN LA CONFORMACIÓN
DE ADN**

Teniendo en cuenta las consideraciones antes descritas, al momento de la elaboración de esta guía, en Colombia se han creado mediante acto administrativo veintidós Áreas de Desarrollo Naranja en doce municipios y distritos del país, diseñadas como modelos de renovación urbana basados en la vocación de cada ciudad o municipio para fomentar la integración de agentes, bienes y mercados culturales y creativos. A continuación se describen los rasgos generales de las ADN declaradas, con el único propósito de que sirvan de referente para los nuevos procesos de delimitación, regulación y delimitación de los futuros distritos creativos y culturales.

Tabla 1. ADN Delimitadas en Colombia a corte 15-10-2020.

Departamento	Municipio	Decisión administrativa	Año	ADN delimitadas
Antioquia	Medellín	Resolución 201950108887 de noviembre 18 de 2019. Decreto 2474 del 26 de diciembre de 2019.	2019	1
Antioquia	La Ceja	Decreto 155 del 04 de septiembre de 2020	2020	1
Atlántico	Barranquilla	Decreto 0447 de 2019 de diciembre 26 de 2019.	2019	1
Córdoba	Montería	Decreto 0378 del 04 de septiembre de 2020.	2020	1
Cundinamarca	Villapinzón	Decreto 077 de julio 17 de 2020.	2020	4
Cundinamarca	Girardot	Decreto 170 del 01 de septiembre de 2020	2020	1
La Guajira	Riohacha	Decreto 129 de julio 03 de 2020.	2020	1
Magdalena	Ciénaga	Decreto 271 del 02 de octubre de 2020	2020	1
Magdalena	El Banco	Decreto 155 del 16 de agosto de 2020	2020	2
Norte de Santander	Villa del Rosario	Acuerdo 016 del 07 de septiembre de 2020	2020	6
Tolima	Ibagué	Decreto 482 del 24 de septiembre de 2020	2020	1
Valle	Cali	Resolución No 4171. 010. 21.0.92 de diciembre 26 de 2019.	2019	2
TOTAL				22

Fuente: elaboración propia.

Algunas características comunes que guardan las decisiones administrativas mediante las que fueron declaradas las ADN son:

Primero, todas fijan una articulación clara entre la norma nacional, por ejemplo, los artículos 70, 71 y 72 de la Constitución Política, la Ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura), la Ley 1834 de 2017 (Ley Naranja), la Ley 1955 de 2019 (Plan Nacional de Desarrollo) y otras normas relevantes para la garantía de los derechos culturales de todos los ciudadanos, con los planes de desarrollo aprobados en los territorios. De igual forma, los fines de las ADN descritas en cada decreto son explícitamente coherentes con los instrumentos de ordenamiento territorial (p. ej. POT, PEMP, entre otros) de las ciudades y municipios en donde se identificaron y delimitaron los distritos culturales.

Otro aspecto importante es que en cada una de las normas que permitió la delimitación de estos distritos culturales y creativos, se menciona de manera concreta y clara cuál es la vocación del territorio, cuáles son las razones y los fines de dicha delimitación en términos de artes, patrimonio, industrias creativas y culturales. Lo anterior, en clara alineación con las estrategias de gestión pública previstas en la Ley 1834 de 2017.

En cuanto a la delimitación, en su mayoría las ciudades y municipios recurrieron a las calles y carreras como instrumento de identificación de los alcances y límites espaciales del ADN. Ciudades como Riohacha, adicionalmente, emplearon el uso de coordenadas; Villapinzón recurrió a la identificación catastral de los predios y en el caso de Medellín fueron empleadas las Unidades de Actuación Urbanística (UAU). Así mismo, es importante comentar que en general cada ADN abarca un solo polígono, excepto en los casos de Barranquilla y Girardot que cuentan con dos y cinco polígonos, respectivamente.

Hasta el momento, la ciudad de Medellín es la única que ha otorgado beneficios tributarios de orden local para el ADN. Aunque, por ejemplo, Barranquilla se encuentra realizando los estudios económicos respectivos para otorgar exenciones fiscales a los emprendimientos en el ADN de Barrio Abajo.

Las ADN son concebidas en cada decreto, resolución o acuerdo del Concejo, como herramientas para el diseño e implementación de nuevos modelos de desarrollo en la ciudad, en los que se priorizará el emprendimiento, la creación de nuevos empleos, la atracción de inversión y otras finalidades como la promoción del turismo cultural.

En cuanto a la extensión, las ADN delimitadas cuentan con polígonos que rondan áreas un poco mayores a una hectárea (en el Banco y en La Ceja), hasta áreas que oscilan entre las catorce y quince hectáreas (p. ej. Cali, Barranquilla, Medellín y Villapinzón).

También hay ciudades con áreas más extensas como Ibagué: ADN Capital Musical con veinticinco hectáreas, o Girardot: Visión 20-40 con treinta hectáreas aproximadamente.

Sobre su naturaleza, las ADN en Medellín, Cali La Licorera, las cuatro ADN de Villapinzón, tres en Villa del Rosario, el ADN Suchiimma en Riohacha, Montería y un ADN en el Banco son de carácter inducido; mientras que los demás distritos creativos en el país presentan una naturaleza espontánea en sus procesos y dinámicas, los cuales se tiene previsto fortalecer mediante la declaratoria del ADN.

En lo referente a las vocaciones creativas y culturales, traducidas en los códigos CIU, se encontró lo siguiente: en El Perpetuo Socorro se priorizaron las actividades asociadas con las industrias culturales y los procesos de formación. También hacen parte del ADN actividades de industrias creativas, puntualmente aquellas vinculadas con el desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas). Asimismo,

en Antioquia, en La Ceja, el ADN Villa Creativa tiene sus mayores fortalezas en las industrias culturales, haciendo énfasis en las industrias creativas a través de la publicidad y el diseño.

Otros elementos importantes de este ADN son los espectáculos en vivo y actividades asociadas con el turismo y el patrimonio. Al mismo tiempo, en el Distrito Creativo Barrio Abajo, el 'corazón' del ADN es el Carnaval de Barranquilla. Allí, los espectáculos en vivo y la creación literaria, musical, teatral, audiovisual, así como las artes plásticas y visuales son el eje del fortalecimiento y promoción de la cultura en la ciudad.

Por su parte, Girardot Visión 20-40, incluyó actividades en sus cinco polígonos asociadas al turismo y a las actividades relacionadas con las artes audiovisuales, espectáculos en vivo y los procesos de creación de las industrias culturales, en donde también hacen parte los museos, el patrimonio, las bibliotecas y los archivos. En Villapinzón, municipio categoría seis, cada una de las ADN cuenta con una vocación particular. En el ADN Hato Viejo, los códigos CIU que determinan la vocación son aquellos focalizados en las industrias culturales y los procesos de formación; en el ADN El Trueque son prioridad las actividades de comercio de bienes y servicios culturales, mientras que en el ADN Labranza y Curtido la gran apuesta es la fabricación de estos bienes. Finalmente, en el ADN Senderos de Tradición y Vida se consolidan todas las actividades vinculadas al turismo.

Al norte del país, en el Banco (Magdalena), además de las actividades de Economía Naranja correspondientes, se propuso incluir una sección con actividades que no hacen parte de la cuenta satélite de cultura, pero que responden a la vocación del territorio y también constituyen acciones vinculadas a la cultura, asociadas mayormente al turismo. Asimismo, en Magdalena, en Ciénaga, las vocaciones definidas en el decreto de delimitación están ampliamente relacionadas con la fabricación de artesanías, el fortalecimiento de las industrias culturales y los espectáculos en vivo.

En Riohacha, aunque las industrias culturales juegan un papel determinante, se ha dado prioridad a la fabricación de artesanías y existe una "apuesta importante" por la recuperación del patrimonio material e inmaterial de la ciudad. Allí también se incluyeron actividades de turismo cultural y las relacionadas con el deporte, recreación y aprovechamiento del tiempo libre.

Ibagué, capital del departamento del Tolima, focalizó acciones en sectores como el fonográfico, audiovisual, en los medios digitales y *software*, en el turismo cultural en la educación cultural y creativa, las artes escénicas, la manufactura de bienes y servicios culturales, y, por supuesto, el patrimonio y la música.

En la ciudad de Cali (en sus dos ADN), también resultaron prioritarias las actividades relacionadas con las industrias culturales. Sin embargo, allí predominan fuertemente las actividades de espectáculos en vivo, actividades relacionadas con las artesanías y la edición de programas de informática (*software*).

La Guajira y El Banco, mediante la expedición de sus respectivos decretos, dispusieron la conformación del Comité Distrital y Municipal de Economía Naranja, respectivamente. En el caso de Riohacha también se fijó la formulación de la Política Pública Distrital de Economía Naranja.

De otra parte, los códigos CIU que suelen presentarse con mayor frecuencia en las decisiones administrativas que delimitan las ADN, son los siguientes¹³:

13. La información detallada de los códigos CIU por ADN se presenta en el Anexo 2 de esta guía.

Tabla 2. Algunos de los códigos CIIU más empleados en las decisiones administrativas de delimitación de ADN – Tabla de frecuencias a nivel nacional.

Código CIIU	Frecuencia (No. de ADN que incluyen estos códigos)
6020, 9002, 9004, 9007, 9008 y 8553	10
5911, 5912, 5914, 5920, 7410, 7420, 9001, 9005, 6010 y 9102	9
5913, 9003, 9006, 9008 y 9101	8
3210, 3220, 5820, 6201 y 7310	7
6391 y 6399	6
8523, 6202, 5511 y 7110	5

Fuente: elaboración propia.

Los códigos CIIU de la primera fila muestran que Colombia es un país predominantemente musical, en donde la creación y las actividades musicales y de otros espectáculos en vivo tienen una mayor frecuencia en las ADN delimitadas a la fecha (casi en un 50 %). También la enseñanza cultural juega un papel fundamental en los procesos de formación al interior de los distritos creativos. Finalmente, la frecuencia de los códigos CIIU da cuenta de la vocación que tiene el país con relación a la creación audiovisual. Siguiendo esta misma línea, la segunda fila (en menor frecuencia) muestra códigos CIIU asociados con actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión; actividades de postproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión, también de exhibición de películas cinematográficas y videos (códigos 5911, 5912 y 5914).

Además, se observan en este segundo renglón actividades de grabación de sonido y edición de música, el diseño y de fotografía que juegan un papel importante. También es notable la contribución de las creaciones literarias y audiovisuales, por supuesto sin olvidar el aporte del patrimonio cultural material del país (actividades y funcionamiento de museos, conservación de edificios y sitios históricos).

En ocho de las ADN delimitadas, hasta el momento, se evidencian actividades de distribución de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión, así como las relacionadas con el teatro, las bibliotecas y archivos.

La fabricación de joyas, bisutería y artículos conexos, y la fabricación de instrumentos musicales, tienen alta representatividad en las ADN (siete de las veintidós delimitadas).

De la misma forma, la edición de programas de informática (*software*), las actividades de desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas) y la publicidad, realizan su aporte desde la industrias creativas a los distritos delimitados.

Las actividades de agencias de noticias y de servicio de información no clasificada previamente (n.c.p.) se repiten reiteradamente en seis de las veintidós ADN identificadas en Colombia.

Finalmente, casi en el 25 % de las ADN, la educación media técnica y de formación laboral, así como las actividades asociadas con el turismo, las de arquitectura e ingeniería y otras actividades conexas de consultoría técnica, conforman un elemento importante en las vocaciones culturales y creativas de los territorios.

Actualmente, Montería y Villa del Rosario se encuentran fortaleciendo y ampliando sus vocaciones culturales y creativas, mediante reglamentaciones a las normas que efectuaron la declaratoria de las ADN.



4.

OTRAS CONSIDERACIONES

Además de las fases y acciones que permiten identificar, delimitar y avanzar en la implementación de un Área de Desarrollo Naranja (ADN), también existen otros aspectos que deben tenerse en cuenta para que sea posible un modelo de sostenibilidad en el largo plazo, una agenda cultural permanente y la consolidación del distrito creativo. Algunos de los más importantes son la gentrificación y el fortalecimiento de marca –elementos relevantes para el posicionamiento del ADN–, el fortalecimiento de los bienes y servicios culturales en términos de calidad y flujo, así como de sus bienes conexos, la promoción de las ADN como centro de cultura ciudadana incluyente, la implementación de estrategias y la formulación de nuevos proyectos.

4.1. Gentrificación, más allá del problema: una oportunidad

Uno de los propósitos fundamentales de un ADN es comprender las lógicas sociales del territorio y adoptarlas a los procesos de renovación urbana que por definición hacen parte del distrito creativo, no únicamente en términos de desarrollo en clave de infraestructuras culturales, también es indispensable considerar las lógicas, tradiciones y reproducciones específicas de las poblaciones que asumirán en cierta medida los cambios generados a partir de la delimitación e implementación del distrito creativo.

Actualmente, es prioritario pensar en que la renovación urbana debe ir acompañada de atender las necesidades de los habitantes del nuevo ADN. Esto implica que el fortalecimiento de la infraestructura en un territorio no supone un avance robusto si no existe una integración de la comunidad a los proyectos y entre grupos sociales al interior del distrito. El ADN debe ser un catalizador para reducir los niveles de desigualdad, fomentar determinantes de movilidad social y mejorar las condiciones de vida de sus habitantes.

Dicho lo anterior, es importante poner en consideración la definición del *Diccionario de la Geografía Humana* acerca del concepto de gentrificación: “asentamientos de clase media en propiedades renovadas o reconstruidas, ubicadas en antiguos distritos al interior de una ciudad, anteriormente ocupados por una población de menores ingresos” (Gregory, 2009, pp.273–274). Y como afirman Lees, Slater, & Wyly (2010), se observa hoy en día como un proceso urbano global que incide en centros urbanos (pequeños y grandes) en todo el mundo. La categoría de gentrificación explica cómo un barrio, que suele ser de clase obrera y que experimenta situaciones de abandono y deterioro, sufre un proceso de recuperación y en consecuencia de valorización que conlleva a la salida de sus habitantes tradicionales por habitantes de clases sociales más altas (*Habitat International Coalition, 2012*).

No obstante lo anterior, es necesario hacer algunas aclaraciones: primero, este proceso no surge de manera premeditada; esto significa que no se da usualmente de manera intencional, aparece como consecuencia de la forma en que surge el proceso de renovación. Segundo, la gentrificación se da en agentes con similares condiciones socioeconómicas dado el ya mencionado proceso de valorización del espacio, lo que inexorablemente implica un incremento en el costo de mantenimiento de viviendas e infraestructuras, haciendo inviable e insostenible la permanencia de los antiguos habitantes. Finalmente, zonas estratégicas de la ciudad son susceptibles a procesos de renovación

por razones económicas o de concentración demográfica, en este caso es fundamental garantizar las condiciones de vida de los habitantes del territorio. En consideración a este último punto, es fundamental recordar que no es en un sentido estricto el mercado el que dicta las condiciones de renovación urbana sino la institucionalidad que mediante política pública propenden por la integración y el desarrollo urbano.

Es muy importante tener en cuenta que los procesos de gentrificación responden a dinámicas sociales y de carácter normativo –pues muchas veces son consecuencia de una actuación legal–, por tanto no siempre resultan evidentes para las autoridades. Así, siempre debe tenerse en mente que el objetivo de estas iniciativas no es otro que el desarrollo y la recuperación urbana.

Teniendo en cuenta lo descrito anteriormente, se considera que existen estrategias plausibles para evitar que surjan problemas negativos de gentrificación a partir de la conformación de los distritos creativos. Una de las estrategias más eficaces para prevenir este tipo de procesos es hacer partícipes a los residentes en la etapa de planeación y hacer explícito su interés legítimo en pertenecer a estos procesos (Mayorga, Lamouroux, 2012). Para esto, están a disposición diferentes instrumentos de participación que propenden por la creación de canales de comunicación entre los diferentes agentes involucrados en el proceso.

Otro instrumento útil puede ser vincular a los residentes en calidad de inversionistas mediante instrumentos fiduciarios en donde se otorguen activos y en contraprestación se reciban derechos fiduciarios que aseguren una retribución coherente con la transacción realizada. La ventaja de este instrumento es que una vez renovado el territorio serán claras las condiciones de disposición y destinación del terreno o inmueble y, más importante aún, los residentes podrán continuar habitando el territorio. Al final, lo que sucederá es que en muchos casos no será necesaria la compra de predios, lo que también reduce costos a los inversionistas en términos de inversión inicial.

Aunque el ordenamiento jurídico actual no es muy extenso en relación a los procesos de gentrificación, es importante mencionar que un elemento que hace robustas las decisiones administrativas tomadas radica en considerar y resolver las dudas de los habitantes del ADN delimitado.

Finalmente, es preciso afirmar que de manera inevitable un proceso de renovación urbana como el que supone un ADN traerá consigo valorizaciones en el territorio, no únicamente en un sentido estrictamente material, también traerá consigo un crecimiento en términos simbólicos, culturales y sociales, lo que supone efectos claramente positivos para una ciudad. Y aunque no es posible mitigar en forma absoluta los efectos de este cambio en el valor del territorio, sí es posible reducir los efectos colaterales que podrían afectar a los residentes mediante las herramientas ya referidas. Para esto, será importante que en el futuro se creen instrumentos legales que armonicen los procesos de renovación urbana y protejan a los habitantes de los territorios susceptibles a estos procesos.

4.2. Fortalecimiento de marca

Para ofrecer una guía orientadora a quienes con su gestión promueven la dinamización de la oferta cultural en los distritos creativos y su respectivo posicionamiento de marca, se ha realizado un compendio de estrategias y categorías emanadas del

estudio de caso del Distrito Creativo de Leicester en el Reino Unido (Leicester's Cultural Quarters, CQart) que potencialmente también pueden aplicarse al caso colombiano. Allí, a través de la operacionalización de métodos cualitativos, ha sido posible definir categorías analíticas que podrían facilitar la formulación de una propuesta aplicable a diferentes distritos para su recuperación y dinamización.

Es importante empezar por mencionar que la idea de crear y fortalecer una marca está íntimamente vinculada a los procesos surgidos de la revolución industrial y, por consiguiente, son paralelos a ella. Sin embargo, fue en la última década del siglo pasado que el concepto de marca se incorporó a las ideas, creencias y experiencias de los clientes, usuarios o audiencias. Ya a principio del siglo XXI la marca se vinculó, además, con los conceptos de calidad y lealtad (Jaffe y Nebenzhal, 2006).

Con lo anterior en mente, la idea de ciudad evoluciona y se configura como un producto y una marca que necesariamente debe ser gestionada. En esta medida, se hace necesario transmitir a las personas las imágenes y mensajes asociados con un territorio particularmente definido; el propósito de esta estrategia de comunicación no es otro que atraer públicos, empresas y turistas (Philo y Kearns, 1933, p.3). Esta idea ha cobrado tanta importancia que, incluso, se ha llegado a considerar que la marca es un determinante de ciclos económicos positivos en las ciudades debido a que demanda empleos e inversión. Esto resulta obvio cuando se piensa que la imagen de una ciudad está directamente relacionada con su atractivo y con la idea que los públicos se forman de ella. Por todo esto, es importante descubrir nuevas y mejores formas de construir y comunicar dicha imagen.

Tradicionalmente, las investigaciones se han dirigido al estudio de países y ciudades.

39

No obstante, a partir del desarrollo y puesta en marcha de la cuarta revolución industrial se ha considerado estudiar espacios más acotados, tales como los distritos creativos, dado que son estos los que constituyen un mecanismo efectivo de recuperación del tejido económico y social en los territorios, creando valor y actividades de interés para los ciudadanos en dichos lugares. En esta dirección, Roodhouse (2006, p.123) los define como lugares que aportan a la reconfiguración de un área geográfica, posicionan el espacio en diferentes niveles, crean y democratizan la oferta cultural en las ciudades, son catalizadores del desarrollo, la innovación, las redes y la formación, atraen turistas y artistas, integran a la ciudad con la agenda cultural formulada, mejoran la calidad de vida de quienes habitan en sus zonas de influencia, desarrollan identidad a partir del territorio, atraen inversión y capital mediante la formulación de proyectos y operan para la transacción y flujo de bienes y servicios culturales.

Mediante una revisión bibliográfica y un aplicado trabajo de campo (en el caso de Leicester, se recurrió a entrevistas abiertas y semiestructuradas a expertos durante un periodo de tres años) es posible recabar información sobre los festivales y actividades culturales que se desarrollan en el ADN. También es posible encontrar información corporativa asociada al distrito y archivos documentales o imágenes del mismo a partir del análisis de casos de estudio. De las ya mencionadas entrevistas y encuestas podrá consolidarse una categoría de análisis y se podrá desarrollar un modelo.

Así, en primera instancia, es necesario identificar y caracterizar el talento humano, equipamientos e infraestructuras que hagan parte del ADN, es preciso reconocer esos espacios en los que hay actividades de consumo cultural, ocio y entornos propicios para el trabajo. En estos entornos, a su vez, es fundamental ubicar las obras o elementos creados

en el mismo territorio. Es importante también identificar las infraestructuras recuperadas, remodeladas y a las que se les han dado nuevos usos y significados, ya sea por la comunidad, los artistas o las firmas, para responder, además, cuáles de estos espacios son públicos, privados o mixtos, cuáles responden a dinámicas de producción, comercio o creación y cuáles ofrecen bienes y servicios conexos.

En segundo lugar, es propicio identificar cuál fue la vocación tradicional del distrito, cuál fue su historia, si hubo conflictos y de qué tipo. También es importante reconocer las actividades artísticas y culturales que se han desarrollado históricamente en el territorio. En pocas palabras y a modo de ejemplo, se requiere trazar una línea longitudinal del origen del lugar, evolución y los medios, lógicas y dinámicas empleados para su conformación. Es importante tener claridad sobre la estrategia de creación, delimitación, revitalización del ADN y qué zonas e infraestructuras fueron intervenidas, así como identificar cuáles fueron los cambios.

Con toda esta información ya es posible dar inicio a un plan de construcción de imagen de marca para el distrito. Este puede darse en conjunto con instituciones públicas y privadas mediante la disposición de obras de arte público en la zona. La cualidad que deben tener estas obras se resume en la consolidación de una identidad. En el plan deben incluirse privados, artistas, sector público y academia para consolidar una imagen de marca que mediante las artes, el patrimonio o las industrias creativas y culturales, ofrezcan un relato de cuál es la historia y elementos de valor (mayormente simbólico) en el ADN.

La idea principal es crear redes y fortaleza interinstitucional e intersectorial de los agentes que configuran el distrito creativo para desarrollar un conjunto de valores, una visión y un accionar que dirija al ADN a optimizar los recursos disponibles para alcanzar los fines comunes que previamente se han definido.

Estos fines, en el caso de Leicester, se plantean tan solo como referente y son los siguientes: crear un espacio visual, física, sensorial, simbólica, emocional y culturalmente atractivo; configurar una experiencia cultural para todas las audiencias; desarrollar una oferta cultural incluyente y diversa; establecer redes entre personas y espacios mediante rutas diseñadas; instituir un sentido de pertenencia alrededor de una imagen de marca.

Para ello, es pertinente conformar circuitos o rutas con carácter cultural, artístico o histórico que comuniquen y popularicen todas las bondades del distrito creativo con diferenciación de audiencias objetivo (p. ej. adultos mayores, niños, turistas, etc.), para lo que será necesario demandar el talento de artistas, emprendimientos y firmas locales. En este sentido, también es útil agregar imágenes, logos y elementos que representen la identidad local.

En términos de infraestructura es importante remodelar la disponible y, en mayor medida, la que sea de orden público para optimizar su aprovechamiento. También atrae artistas y audiencias, la conformación de espacios de *coworking* y la consolidación de espacios en donde se celebren eventos artísticos, festivales, ferias, exposiciones y otros como por ejemplo, asesoría empresarial para artistas. Lo anterior tendrá como propósito último la atracción de nuevas empresas y emprendimientos al territorio.

Otro elemento que fortalecerá la imagen de marca del distrito creativo será la oferta diversa y, en algunos casos, a bajos precios o eventualmente gratuita, para democratizar el acceso a la cultura a todos los ciudadanos. Esta oferta diversa debe integrar los diferentes sectores de las artes invitando a artistas de otros lugares y debe garantizar la sostenibilidad del espacio y de los procesos.

Además de lo ya mencionado, es importante definir espacios “secundarios” que complementen la oferta de los espacios “primarios” y operen como conexos a la oferta del distrito. Por ejemplo, servicios de comidas, que preferiblemente podrían ser tradicionales, y espacios de ocio y ocio nocturno.

Finalmente, debe fomentarse el desarrollo de proyectos de recuperación histórica del ADN, a fin de promover el espacio. Esto puede llevarse a cabo de la mano con la academia, de modo tal que, mediante el uso de la tecnología, una *app*, por ejemplo, pueda divulgarse toda la información relacionada con la memoria del barrio en el que se delimitó el distrito. En este caso es importante contar con testimonios, archivos e imágenes y documentos que promuevan una imagen positiva del distrito y que den cuenta de su trasegar y permitan contrastar su pasado con su presente.

Otra alternativa interesante es la creación de una aplicación móvil que facilite al usuario un recorrido virtual con la información concerniente a las infraestructuras más emblemáticas y a los procesos más importantes desarrollados en el ADN.

En síntesis, la imagen de marca del distrito creativo dispone de cuatro categorías cuyos elementos son los siguientes:

- Características: georreferenciación del ADN, capital simbólico a través de la historia del distrito y configuración de identidad y sentido de pertenencia.
- Usos diferenciados: agentes primarios (creativos y culturales), agentes secundarios (complementarios y conexos: ocio y comidas).
- Patrimonio: inmaterial (servicios, historias, experiencias) y material (infraestructura y equipamiento-obras).
- Audiencias: residentes y extranjeros (rutas y circuitos).

Esta categorización tiene un estrecho vínculo entre sí, su operacionalización y funcionalidad puede explorarse a nivel individual y como sistema interconectado. Ambas perspectivas son necesarias para comprender al ADN desde una visión holística que permita reconocer agentes, fines, estrategias y acciones, redes, motivaciones, modelo de gobernanza, cualidades e integración con las audiencias, usuarios y clientes. La imagen y posicionamiento de marca es causa y consecuencia de las características del distrito creativo, su vocación, capacidad y modelo de gestión del capital simbólico, cultural, económico y social, creando categorías susceptibles de usufructo y aprovechamiento a partir de las dinámicas y cualidades propias y únicas de cada territorio.

BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía de Bogotá (2019). *Guía Práctica para la Creación de Áreas de Desarrollo Naranja*.

Ashley, A. J. (2016). *Strategic Planning for Arts, Culture, and Entertainment Districts*.

Benavente, José Miguel y Grazi, Matteo (2017) *Políticas públicas para la creatividad y la innovación: impulsando la Economía Naranja en América Latina y el Caribe*. Washington, D.C., Banco Interamericano de Desarrollo.

Bourdieu, P (1998). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Ed. Taurus, Madrid.

Carrizo, J. G. (2018). *Gestión de la marca distrito cultural y creativo. Distritos culturales y revitalización urbana*, 201.

Celis, A. M. (2016). *Distritos creativos en la Ciudad de México en la segunda década del siglo XXI. territorios*, (34), 183-213.

DE, A. T. P. E. F., & LA ESTRUCTURACIÓN, D. P. GUÍA PARA EL DISEÑO DE PROYECTOS SOSTENIBLES.

Flores, E. O. (2012). *Producción social de la vivienda y el hábitat bases conceptuales y correlación con los procesos habitacionales*. Habitat International Coalition.

Gierhake, K., & Fernández-Jardon, C. M. (2017). "Indicadores de territorios creativos: una aplicación al Distrito Metropolitano Quito". *Revista Científica Visión de Futuro*, 21(1), 151-171.

Gregory, D. (2009). *Regional Geography. The Dictionary of Human Geography*, 5th ed. Chichester: Wiley-Blackwell.

Guevara, D. A. A. (2013). *La función social de los planes parciales en Colombia: ¿cómo combatir la gentrificación?* (Doctoral dissertation, Uniandes).

Jaffe, E. D., & Nebenzahl, I. D. (2006). *National Image & Competitive Advantage: the Theory and Practice of Place Branding*. Copenhagen Business School Press.

Lazzeretti, Luciana (2008). "El distrito cultural". En Vicent Soler (ed.) *Los distritos industriales*. Colección Mediterráneo Económico No. 13. Almería: Cajamar Caja Rural, Sociedad Cooperativa de Crédito. Disponible en: <http://www.publicacionescajamar.es/pdf/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/13/13-225.pdf> (Consultado el 29 de octubre de 2018).

Lees, L., Slater, T., & Wyly, E. K. (Eds.). (2010). *The Gentrification Reader* (Vol. 1). London: Routledge.

Mayorga Lamouroux, J. (2012). *Limitaciones en la gestión de planes parciales en áreas de renovación urbana en la ciudad de Bogotá, dc.*

Moon, M. J. (2001). *Cultural Governance: A Comparative Study of Three Cultural Districts*. *Administration & Society*, 33(4), 432-454.

Philo, C. and Kearns, G. (1993), Culture, History, Capital: a Critical Introduction to the Selling of Places, in C. Philo and G. Kearns (eds) *Selling Places. The City as Culture Capital, Past and Present*, Oxford: Pergamon Press, 1-32.

Presidencia de la República (2019). *Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022. Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad*.

Roodhouse, S. (Ed.). (2006). *Cultural Quarters: Principles and Practice*. Intellect Books. Walter (2002) "Cultural Districts, Property Rights and Sustainable Economic Growth". *International Journal of Urban and Regional Research* 26 (1): 9-23.

Stern, M. J., & Seifert, S. C. (2007). Cultivating "Natural" Cultural Districts. *Culture and Community Revitalization: A SIAP / Reinvestment Fund Collaboration 2007-2009*. Disponible en: http://repository.upenn.edu/siap_revitalization/4 (Consultado el 10 de noviembre de 2018).

Uldemollins, J. R. (2008). "Los barrios artísticos como base local de la cultura global. El caso del Raval de Barcelona". *Revista internacional de sociología*, 66(51), 179-205.

Ulldemolins, Joaquim Rius y Zarlenga, Matías I. (2014). "Industrias, distritos, instituciones y escenas. Tipología de clústeres culturales en Barcelona". *RES* 21: 47-68.

ANEXO 1. Vocaciones, descripción y delimitación de la primeras diez ADN delimitadas en Colombia

1. Medellín

El ADN El Perpetuo Socorro fue delimitado mediante dos actos administrativos, la Resolución 20195010888 de noviembre 18 de 2019, y posteriormente, mediante el Decreto 2474 del 26 de diciembre de 2019 se adoptó dicho distrito como Área de Desarrollo Naranja, el cual consta de veintiséis unidades de actuación urbanística.

En su primera decisión administrativa, la resolución se articuló con normas como el Plan Nacional de Desarrollo y el Conpes 3659 “Política nacional para la promoción de industrias culturales”. En la resolución también se hizo explícita la importancia de la cultura en la articulación entre los procesos de inclusión social y la dinamización de la estructura económica de la ciudad y cómo se articulan estos elementos con la política pública trazada en la ciudad. En consecuencia, en esta decisión administrativa se menciona que mediante Acuerdo municipal 066-2017 artículo 138 (Estatuto Tributario Municipal) se “autorizó una tarifa especial en el Impuesto de Industria y Comercio, Avisos y Tableros, para las empresas que desarrollen actividades industriales, comerciales y de servicio, al interior de distritos económicos-creativos que sean declarados mediante Resolución”.

En la resolución también se delimitan los polígonos en función de la reconfiguración territorial y la renovación urbana, a fin de superar los desequilibrios funcionales a escala local.

También es importante mencionar que el barrio El Perpetuo Socorro cuenta con una ubicación estratégica que permitirá en el mediano y largo plazo la articulación y flujo de las actividades culturales y, por tanto, el fortalecimiento económico de la ciudad, dado que allí se identificó la posibilidad de conformar ecosistemas culturales y creativos que facilitarán el fortalecimiento y la sostenibilidad del ADN. En la resolución se hace explícita la finalidad de la delimitación del polígono, cuyo objetivo será: “articular al desarrollo territorial las economías de escala que potencien las capacidades instaladas de la comunidad y hagan parte del proceso mismo de renovación, a través del fortalecimiento de las instituciones culturales y su llegada al Perpetuo Socorro”. Tal articulación se evidencia en las actividades económicas con las que se mide la cuenta satélite de cultura e identificadas en este ADN, susceptibles de ser fortalecidas y empleadas para la recuperación del tejido social y económico de la ciudad. Otro objetivo esencial de la resolución es hacer explícita la importancia de consolidar a Medellín como una ciudad con elementos diferenciadores con respecto a otras regiones del país y, al mismo tiempo, articular esta iniciativa con los lineamientos del gobierno nacional.

En el posterior Decreto 2474 del 26 de diciembre de 2019 también son puestas en consideración las normas establecidas desde el orden nacional, incluida la Ley 1834 de 2017, Ley Naranja. Allí se adopta el Área de Desarrollo Naranja asociada al Distrito Económico y Creativo Perpetuo Socorro de la ciudad de Medellín, cuyo objetivo será impulsar y fortalecer las actividades del sector creativo mediante la articulación del sector privado

y las instituciones públicas para la formulación de programas, proyectos y acciones que fortalezcan el Área de Desarrollo Naranja.

El Distrito Creativo Perpetuo Socorro es un piloto de Renovación Urbana Sostenible que parte de establecer un sello de distrito creativo como una apuesta de renovación con énfasis social, educativo, ambiental, cultural y artístico, apostando por un desarrollo económico de la población y la proyección de Medellín como potencia de inclusión a través del desarrollo de las industrias creativas y la implementación de la Ley Naranja.

El Municipio de Medellín pretende construir un ecosistema haciendo uso de las industrias creativas y culturales, como un elemento de transformación y de apuesta por el crecimiento de la ciudad, convirtiendo una zona del Plan Parcial Perpetuo Socorro en un espacio urbano donde la experimentación en la economía creativa sea el elemento promotor, así como una de las estrategias para lograr la renovación urbana en el sector.

En lo que respecta al modelo de gobernanza del ADN, actualmente el distrito cuenta con la Corporación Perpetuo Socorro, encargada de dinamizar los proyectos creativos y culturales en la zona, donde uno de los aspectos más relevantes es que está conformada a través de la denominada “cuádruple hélice”: representación del gobierno local, la empresa privada, la academia y la comunidad, en los proyectos y agenda cultural del territorio.

Delimitación

El Distrito Económico y Creativo Perpetuo Socorro se ubica en el barrio Perpetuo Socorro, polígono Z3_R_21, al interior del Plan Parcial Perpetuo Socorro, específicamente en la zona comprendida por las siguientes Unidades de Actuación urbanística (UAU):

UAU 13	UAU 37
UAU14	UAU 38
UAU 15	UAU 39
UAU 16	UAU 40
UAU 17	UAU 41
UAU 18	UAU 42
UAU 22	UAU 55
UAU 23	UAU 56
UAU 24	UAU 57
UAU 33	UAU 58
UAU 34	UAU 63
UAU 35	UAU 64
UAU 36	UAU 65

2. Barranquilla

El ADN Barrio Abajo fue delimitado mediante el Decreto 0447-2019, en el cual se identificaron los antecedentes normativos nacional y territorial que permiten al distrito cultural operar de manera robusta. El ADN no solo se apoya en la normativa de orden nacional, también recurre a sus planes estratégicos territoriales, a sus políticas de empleo, emprendimiento y promoción de ciudad. Posteriormente, la decisión administrativa identificó dos polígonos delimitados de manera articulada con los Planes Parciales de Renovación y de Desarrollo. Para garantizar una justificación sólida a la delimitación de los polígonos, también se recurrió a instrumentos como el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) y el Plan Especial de Manejo y Protección (PEMP) para los bienes materiales que cuentan con declaratoria de Bienes de Interés Cultural (BIC), bien sea de orden nacional, departamental o municipal, identificando las potencialidades del territorio.

No es de menor importancia la disposición cultural de la ciudad. En el acto administrativo se invocan las necesidades y objetivos del territorio; por ejemplo, en el caso de Barranquilla se priorizó el desarrollo empresarial, los negocios colaborativos, también se emplazaron principios tales como la equidad y la participación democrática. Las estrategias, acciones y actividades CIU enuncianadas asimismo representan un aspecto clave en el documento, en tanto señalan la ruta a los objetivos del ADN, lo que supone nuevos relacionamientos con la tecnología, formulación y desarrollo de procesos de innovación y priorización en el flujo de bienes y servicios culturales, entre otros. Un aspecto final del acto administrativo es su alineación con la coyuntura económica, social y política del mundo y del territorio.

En este ADN se implementarán las siete estrategias enmarcadas en la Ley Naranja. En ellas se incluyen los programas: “Más cultura para todos”, que busca consolidar la ciudad como polo de desarrollo cultural promocionando el acceso libre y equitativo y con enfoque diferencial de la ciudadanía a los bienes y servicios y expresiones del sector cultural, para fomentar su apropiación social y articular los procesos de los distintos agentes, organismos y organizaciones culturales.

Otro programa que será implementado en el ADN es “Defendiendo el patrimonio” que busca rescatar el valor del patrimonio material e inmaterial y fomentar la apropiación social a través de su divulgación con el fin de fortalecer la preservación, defensa y sostenibilidad social y económica del mismo.

Otros programas son:

- Integral de empleo
- Apoyo al desarrollo empresarial
- Promoción de ciudad

Actualmente, para su plan de activación, la ciudad de Barranquilla se encuentra en proceso de contratación de una firma consultora. Dentro de las acciones previstas en este contrato de consultoría están:

- Análisis económico de los ingresos tributarios (distritales) generados en el ADN actualmente.

- Análisis de los beneficios tributarios vigentes para las actividades y zonas incluidas en el ADN, a nivel local y nacional.
- Construcción de propuesta de beneficios tributarios específicos, desarrollada en conjunto con el equipo de la Secretaría de Hacienda Distrital, que pretendan promover la localización de empresas, emprendimientos, participantes de las actividades asociadas a la Economía Naranja, así como la formalización de actores que actualmente desarrollan sus actividades de manera informal en el ADN.
- Informe de proyecciones financieras, que permita una adecuada evaluación de la viabilidad económica de la propuesta de beneficios tributarios asociados al ADN para el Distrito, así como la creación de Fondos.

Para la definición del modelo de gobernanza, la Secretaría de Cultura se encuentra en la búsqueda de aliados para lograr los objetivos del distrito y está en proceso de identificación de los espacios que no han sido aprovechados, junto con la revisión de instancias de participación.

Delimitación

PERIMETRO 1 (CARRERA 50): su delimitación inicia a partir del cruce de la carrera 36 con carrera 46 esquina del Parque Cultural del Caribe, de ahí en sentido norte hasta la carrera 50. Por la carrera 50 en sentido este hasta la intersección con la vía 40. De ahí por la vía 40 en sentido noroeste hasta el cruce con la carrera 51; de ahí en sentido oeste por la carrera 51 hasta el cruce con la calle 41. Por la calle 41 en sentido suroeste hasta la intersección con la carrera 46; de ahí en sentido este por la carrera 46 hasta la calle 36 punto de partida.

PERIMETRO 2 (CARNAVAL): su delimitación inicia a partir del cruce de la calle 49 con carrera 54 esquina del Sena Industrias Creativas; de ahí por la carrera 54 en sentido oeste hasta el cruce con la calle 50. Por la calle 50 en sentido sur hasta la intersección con la carrera 52; de ahí por la carrera 52 en sentido este por la calle 49 y de ahí en sentido norte hasta la carrera 54 punto de partida.

3. Girardot

El ADN Girardot Visión 20-40 con cinco polígonos, responde a la georreferenciación de las ICC Plan de Competitividad de Girardot 2007-2019 realizado en convenio por las cámaras de Comercio de Bogotá y Girardot, basándose en un estudio diagnóstico elaborado por la Universidad de Cundinamarca, Seccional Girardot. En este estudio se encontraron emprendimientos de Economía Naranja y prácticas culturales y creativas correspondientes a la agenda privada y pública del municipio, la concentración de infraestructuras asociadas a dichas prácticas, así como sus actividades complementarias y conexas.

La declaratoria del ADN define como principios y propósitos del distrito cultural la articulación de sectores y actores, la formulación de un modelo innovador de ciudad basado en el emprendimiento y la creación de empleo, la inversión, el acompañamiento

de la academia, la renovación del espacio, la creación de redes y la consolidación de los modelos de asociatividad.

En la primera zona o polígono se cuenta con una vocación histórica asociada con las artes audiovisuales. En la segunda zona se cuenta, entre otras cosas, con centros de formación y un Centro Sacúdete, de modo que allí la formación ejercerá un rol fundamental para la ciudad. En la tercera zona, el núcleo de desarrollo se concentrará en la circulación de actividades culturales a través del mejoramiento de su infraestructura. La zona número cuatro se enfoca en la memoria histórica y el comercio, sin olvidar los procesos de formación y difusión de las expresiones artísticas y culturales enmarcadas en la Economía Naranja. Finalmente, la quinta zona o polígono hace parte del corredor paisajístico en la ruta en donde la naturaleza, centros educativos, iglesias y bienes históricos conforman un espacio propicio para proyectar actividades turísticas de carácter cultural y urbanístico.

Delimitación

ZONA 1. Se encuentra ubicada entre las carreras 19, 20, 21 y 22 con calles 19, 20 y 22, en donde encontramos el Coliseo de Ferias José Alonso Escandón y el Parque Saavedra Galindo Quintas Ferroviarias de Girardot.

ZONA 2. Esta zona está conformada por las carreras 16, 17, 18, 19 y 20, con calles 16, 17, 18 y 19; cuenta con espacios académicos e históricos como la Universidad Piloto, las antiguas bodegas de la Federación de Cafeteros y el Centro Sacúdete.

ZONA 3. Se delimita con la carrera 12, 11 y 10 y las calles 12, 11 y 10; inicia desde el Hotel los Puentes hasta el Embarcadero Turístico, conectado con la Plaza de Mercado Leopoldo Rother, declarada patrimonio cultural y arquitectónico de la nación.

ZONA 4. Esta zona abarca la carrera 11, 12, 14 y 15 con calles 15, 16, 18 y 19; aquí se encuentra el Parque Bolívar, Banco de la República, la Catedral de Girardot, el Hotel Unión, Casa de la Cultura, Monumento de la Locomotora, Monumento al Camarógrafo, Teatro Cultural Luis Enrique Osorio y el Gran Camellón de Comercio.

ZONA 5. Está integrada por la carrera 14 con calle 19 hasta la calle 34, se realiza un desvío tomando la vía hacia Tocaima por la carrilera, haciendo el recorrido por el bien inmueble ferroviario del municipio (antiguas bodegas de la estación del tren y su camino hasta la vereda Guabinal).

4. Villapinzón

Villapinzón es el primer municipio de categoría seis en Colombia que realiza una “apuesta” decidida por la cultura y la Economía Naranja, a través de sus cuatro distritos culturales, por medio de los cuales se propone rescatar los valores históricos para que perduren en la memoria de las futuras generaciones, satisfacer la demanda de bienes y servicios culturales de primera calidad, desarrollar procesos de capacitación para las artesanías que han definido su identidad. El cimiento de sus ADN reposa en su patrimonio y en sus saberes ancestrales y en el desarrollo de procesos de turismo cultural.

En su decreto de delimitación, Decreto 077 de 2020, que se articula con las políticas generales de ordenamiento territorial (EOT) y con el Plan de Desarrollo del municipio, se hace explícita la necesidad de focalizar esfuerzos hacia la activación del turismo, fortalecer

la competitividad y crear nuevas fuentes de empleo en función de las vocaciones culturales del territorio. También se incluyen acciones y objetivos vinculados con el medioambiente y la recreación y el deporte como bienes conexos y complementarios a la cultura.

En este acto administrativo se resalta la importancia de las infraestructuras culturales identificadas para la activación de las ADN y su relación con la vocación diferenciada, pero siempre articulada entre cada uno de los distritos delimitados. De manera muy sucinta cada una de las ADN podría resumirse de la siguiente forma:

ADN Hato Viejo enmarcada en los conceptos de educación, turismo y cultura. Con la creación de esta ADN se busca integrar la cultura, el turismo, el deporte y el sano esparcimiento mediante la oferta de bienes y servicios culturales, la industria creativa, la innovación y el emprendimiento. Su valor principal será la consolidación de la memoria histórica del municipio.

El Trueque. Su fundamento yace en los conceptos de cultura, comercio y turismo. Esta ADN pretende satisfacer la demanda de bienes y servicios de primera calidad; sus ejes de acción se soportarán en la capacitación, adecuación y valor agregado de los productos artesanales en marroquinería, cestería, tejidos y la gastronomía; dinamizando el comercio y el bienestar del territorio.

Labranza y Curtido. Cultura, turismo, agricultura ancestral, carácter creativo y artesanías en cuero, serán el centro de esta ADN. Tiene su cimiento en el patrimonio cultural inmaterial. Se proyecta a corto plazo por las bondades de la tradición artesanal con la industria manufacturera del cuero, la lana, la cestería y productos gastronómicos de clima frío, mediante el legado tradicional forjado por familias campesinas. Se logra por medio de capacitaciones, innovación, acompañamiento técnico y comercialización.

Senderos de Tradición y Vida. Se activará a partir del turismo cultural y la ecología como bien conexo y complementario a la cultura; comprende recorridos por senderos de tradición indígena, en remembranza de las andanzas campesinas, desde el centro urbano hacia puntos de tradición cultural y turismo, ubicados en zona rural.

Actualmente el Ministerio de Cultura viene realizando un acompañamiento al municipio en la formulación de su modelo de gobernanza.

Delimitación

Hato Viejo, Camino de Libertad: Los predios se identifican catastralmente así:

Ítem	Predio	Área total m2	Ocupación		
			Total	Parcial	Área útil m2
1	25873000000100009000	4.942,03	X		4.942,03
2	25873000000100045000	24.755,36	X		24.755,36
3	MANZANA CATASTRAL No. 40	44.287,13	X		44.287,13
4	MANZANA CATASTRAL No. 39	3.860,00	X		3.860,00
5	PUENTE HISTORICO VEHICULAR	354,00	X		354,00
6	25873010000410007000	334,00	X		334,00
7	MANZANA CATASTRAL No. 34	7.753,71	X		7.753,71
8	MANZANA CATASTRAL No. 33	9.020,36			5.239,24
9	MANZANA CATASTRAL No. 26	2.077,68			1.517,57
10	25873010000250007000	404,00	X		404,00
11	25873010000250005000	2.163,00			1.146,74
12	25873010000250006000	852,00	X		852,00
13	MANZANA CATASTRAL No. 10	5.678,75	X		5.678,75
14	MANZANA CATASTRAL No. 59	1.723,88	X		1.723,88
15	ERMITA DE LA VIRGEN	705,57	X		705,57
16	25873010000240026000	113,21	X		113,21
17	25873010000240002000	895,28	X		895,28
18	MANZANA CATASTRAL No. 23	5.716,81	X		5.716,81
19	25873010000320006000	1.699,42	X		1.699,42
20	25873010000320005000	924,99	X		924,99
21	25873010000320004000	247,07	X		247,07
22	MANZANA CATASTRAL No. 45	4.866,00	X		4.866,00
23	MANZANA CATASTRAL No: 36	55.626,39		X	13.557,99
24	MANZANA CATASTRAL No. 16	11.898,10		X	5.829,51
25	25873010000360004000	2.182,48	X		2.182,48
26	25873010000360018000	126	X		126,00
27	25873010000360016000	160	X		160,00
28	PUENTE HISTORICO	137,26	X		137,26
Área total					140.000,00

El Trueque: Los predios se identifican catastralmente así.

Ítem	Predio	Área total m2	Ocupación		
			Total	Parcial	Área útil m2
1	25873010000240046000	228	X		228
2	25873010000240045000	86	X		86,00
3	25873010000240044000	90	X		90,00
4	25873010000240034000	132	X		132,00
5	25873010000240008000	305	X		305,00
6	25873010000240007000	67	X		67,00
7	25873010000240006000	191	X		191,00
8	25873010000240042000	310	X		310,00
9	25873010000240003000	378	X		378,00
10	25873010000240030000	55	X		55,00
11	25873010000240033000	55	X		55,00
12	25873010000240032000	285	X		285,00
13	25873010000240001000	175	X		175,00
14	25873010000130020000	37	X		37,00
15	25873010000130019000	39	X		39,00
16	25873010000130022000	626	X		626,00
17	25873010000130029000	119	X		119,00
18	25873010000130030000	119	X		119,00
19	25873010000130024000	581	X		581,00
20	25873010000130025000	177	X		177,00
21	25873010000130026000	670	X		670,00
22	25873010000130027000	774		X	500,00
23	25873010000130001000	251	X		251,00
24	25873010000130031000	135	X		135,00
25	25873010000130036000	59	X		59,00
26	25873010000130002000	196	X		196,00
27	25873010000130003000	241	X		241,00
28	25873010000130034000	168	X		168,00
29	25873010000130035000	175	X		175,00
30	25873010000130005000	685	X		685,00
31	25873010000130040000	121	X		121,00
32	25873010000130041000	131	X		131,00
33	25873010000130042000	134	X		134,00
34	25873010000130043000	142	X		142,00

35	25873010000080001000	498	X		498,00
36	25873010000080022000	798		X	500,00
37	25873010000080901901	800		X	500,00
38	25873010000080018000	747	X		747,00
39	25873010000080017000	650	X		650,00
40	25873010000080026000	800	X		800,00
41	25873010000080014000	694	X		694,00
42	25873010000080010000	603	X		603,00
43	25873010000080008000	460	X		460,00
44	25873010000080034000	115	X		115,00
45	25873010000080033000	474	X		474,00
46	25873010000040002000	483	X		483,00
47	25873010000040007000	219	X		219,00
48	25873010000040003000	20	X		20,00
49	25873010000040004000	377	X		377,00
50	25873010000040006000	347	X		347,00
51	25873010000040008000	120	X		120,00
52	25873010000020018000	88	X		88,00
53	25873010000020019000	95	X		95,00
54	25873010000020020000	90	X		90,00
55	25873010000020021000	115	X		115,00
56	25873010000020014000	116	X		116,00
57	25873010000020001000	1575	X		1575,00
58	25873010000010005000	242	X		242,00
59	25873010000010015000	327	X		327,00
60	25873010000010016000	500	X		500
61	25873010000010006000	1584	X		1584,00
62	25873010000010010000	35	X		35,00
63	25873010000010001000	318	X		318,00
64	25873010000020005000	958	X		958,00
65	25873010000020006000	748	X		748,00
66	25873010000020007000	138	X		138,00
67	25873010000020015000	239	X		239,00
68	25873010000020016000	253	X		253,00
69	25873010000020017000	162	X		162,00
70	25873010000020008000	883	X		883,00
71	25873010000020010000	643	X		643,00
72	25873010000020009000	880	X		880,00
73	25873010000070014000	183	X		183,00
74	25873010000070021000	198	X		198,00
75	25873010000070015000	104	X		104,00
76	25873010000070011000	280	X		280,00

77	25873010000120015000	220	X		220,00
78	25873010000120029000	243	X	X	243,00
79	25873010000120034000	186	X	X	186,00
80	MANZANA CATASTRAL No. 003	22172,87			20000,00
81	25873010000030002000	1806	X		1806,00
82	25873010000030001000	1000	X		1000,00
83	25873010000090005000	2708	X		2708,00
84	25873010000090017000	166	X		166,00
85	25873010000090016000	176	X		176,00
86	25873010000090015000	414	X		414,00
87	25873010000090002000	299	X		299,00
88	25873010000090001000	263	X		263,00
89	25873010000130011000	29	X		29,00
90	25873010000130012000	228	X		228,00
91	25873010000130013000	296	X		296,00
92	25873010000130014000	284	X		284,00
93	25873010000130015000	154	X		154,00
94	25873010000130016000	195	X		195,00
95	25873010000130017000	196	X		196,00
96	25873010000130018000	125	X		125,00
97	25873010000130019000	39	X		39,00
98	25873010000130020000	37	X		37,00
99	25873010000130021000	16	X		16,00
100	25873010000130022000	626	X		626,00
101	MANZANA CATASTRAL No. 047 A	9336,69	X		9336,69
102	MANZANA CATASTRAL No. 047 B	20763	X		20763
103	MANZANA CATASTRAL No. 006	8361,57		X	3889,32
104	MANZANA CATASTRAL No. 029	1269,35	X		1269,35
105	MANZANA CATASTRAL No. 028	223325		X	25635,26
106	MANZANA CATASTRAL No. 036	94541,78		X	8132,00
107	25873010000240035000	190,00	X		190,00
108	25873010000240012000	215,00	X		215,00
109	25873010000240014000	314,00	X		314,00
110	25873010000240015000	113,00	X		113,00
111	MANZANA CATASTRAL No. 033	9020,36		X	3781,12
112	MANZANA CATASTRAL No. 037	13127,00	X		13127,00
113	MANZANA CATASTRAL No. 038	3125,00	X		3125,00
114	25873000000020234000	26000,00		X	15000,00
Área total					139.357,74

Labranza y Curtido: Los predios se identifican catastralmente así.

Ítem	Predio	Área total m2	Ocupación		
			Total	Parcial	Área útil m2
1	25873000000050006000	2420	X		2420,00
2	25873000000050217000	6500		X	3300,44
3	25873000000050032000	20000,00		X	6062,18
4	25873000000050033000	6100		X	168
5	25873000000130202000	142267,00		X	60629,78
6	25873000000130437000	42000,00		X	19046,74
7	25873000000130242000	1750,00	X		1750,00
8	25873000000130506000	133000,00		X	9343,50
9	25873000000170541000	12849	X		12849
10	25873000000170454000	9000,00	X		9000,00
11	25873000000170516000	6000,00	X		6000,00
12	25873000000176063000	3939,87	X		3922,00
13	25873000000179999000	397,24	X		397,24
14	25873000000176043000	5278,56	X		5278,56
Área total					139.999,40

Senderos de Tradición y Vida: Los predios se identifican catastralmente así.

Ítem	Predio	Área total m2	Ocupación		
			Total	Parcial	Área útil m2
1	25873000000020100000	49000,00		X	15000,00
2	25873000000010043000	16474,00		X	16000,00
3	25873000000010002000	430000,00		X	6802,00
4	25873000000010212000	8000,00	X		8000,00
5	25873000000010213000	8000,00	X		8000,00
6	25873000000010217000	39000,00		X	10000,00
7	25873000000010220000	56000,00		X	10000,00
8	25873000000010221000	68000,00		X	10000,00
9	25873000000010116000	500000,00		X	10000,00
10	258730000000120293000	54331,00		X	10000,00
11	258730000000120641000	15308,00		X	8000,00
12	258730000000140119000	73000,00		X	5000,00
13	258730000000150293000	16000,00		X	5000,00
14	258730000000150026000	15000,00		X	5000,00
15	258730000000140066000	128548,00		X	5000,00
16	258730000000140484000	26000,00		X	5000,00
17	25873000000030453000	3198,00	X		3198,00
Área total					140.000,0

5. Riohacha

El ADN Suchiimma Centro fue delimitado mediante el Decreto 129 de julio 03 de 2020 expedido por la Alcaldía Distrital. Una de sus iniciativas más relevantes es la consolidación de un plan de recuperación del Centro de Riohacha y reafirmarlo como espacio geográfico propicio para el desarrollo de las Industrias Creativas y Culturales en el distrito.

En su decisión administrativa, el gobierno de Riohacha identificó todas las disposiciones con las que puede otorgarse fuerza jurídica a la delimitación del ADN, tomando como punto de partida la Constitución Política e invocando finalmente el POT de la ciudad y su Plan de Desarrollo, sin obviar la Ley del Plan Nacional de Desarrollo y otros mandatos relevantes para la construcción del decreto de delimitación. Luego de revisar los considerandos de la decisión, es evidente la articulación de las normas mencionadas y la coherencia existente entre sus objetivos. Así mismo, es consistente la delimitación del polígono elegido con la vocación que quiere promoverse en la ciudad.

Es importante mencionar que el decreto de delimitación de Riohacha también incluye la conformación del Comité Distrital de Economía Naranja y dicta la necesidad de formular una Política Distrital de Emprendimiento Cultural e Industrias Creativas que deberá desarrollarse en el término de un año. Para esta será fundamental la identificación de sectores y la formulación de lineamientos para su consolidación, cuyo propósito será el cumplimiento de los objetivos consagrados en el decreto a través de la promoción de la Economía Naranja, la definición de instancias, el uso de instrumentos e incentivos y la educación para la economía creativa.

55

Dentro de las infraestructuras y equipamientos culturales que hacen parte del distrito cultural, se encuentran: la Antigua Casa de La Aduana, el Centro Cultural Departamental, un compendio de alrededor de 47 casas con considerable valor arquitectónico y patrimonial, el Teatro Aurora, monumentos como el de La Identidad, El pedazo de Acordeón, El Palabrero, el del Milagro del 14 de mayo, la estatua del Almirante Padilla, los embarradores, ente otros. Además, cuenta con tiendas culturales, estaciones de radiodifusión sonora, salas de cine, galerías de artes plásticas y visuales, bibliotecas públicas o privadas, el callejón de los capuchinos, el callejón de las brisas, el muelle turístico de Riohacha, la catedral Nuestra Señora de los Remedios, la Capilla de la Divina Pastora y el Convento de los Hermanos Capuchinos.

También existen procesos de formación artística y cultural que están en manos de las organizaciones culturales de la sociedad civil, procesos de creación que requieren de fortalecimiento en su capacidad de gestión. Y, finalmente, se promoverán procesos en capacidad de producción, circulación y distribución de bienes y servicios de consumo cultural de calidad.

El siguiente paso en la consolidación del ADN será la conformación de un modelo de gobernanza que promueva la agenda cultural de la ciudad y posicione los bienes y servicios creados en Suchiimma Centro, la cultura y sus bienes conexos.

Delimitación

El ADN Suchiimma Centro, se localiza geográficamente así: a partir del cruce entre la calle 1ª o avenida 14 de mayo con la avenida circunvalar, siguiendo en sentido oeste por toda la calle primera hasta la intersección con la carrera 15. De ahí por la carrera 15 en

sentido sur hasta el cruce con la calle 12; de ahí en sentido este siguiendo por la calle 12 hasta el cruce con la avenida circunvalar; de ahí en sentido norte por la avenida circunvalar hasta la calle 1ª punto de partida. Las coordenadas del polígono en mención son: Punto 1. 11°33'14" N 72°54'13" W, Punto 2. 11°33'02" N 72°54'51" W, Punto 3. 11°32'45" N 72°54'55", Punto 4. 11°32'45" N 72°54'04" W.

6. Cali

Mediante Resolución No. 4171. 010. 21.0.92 de diciembre 26 de 2019, emitida por la Secretaría de Desarrollo Económico y el Departamento Administrativo de Planeación, se delimitaron dos ADN en esta ciudad: ADN Centro y la Antigua Licorera.

En la resolución se establecen los puntos comunes entre la normativa nacional y las metas, programas y prioridades locales (identificando las herramientas que otorgan fuerza legal al ADN y robustecen su delimitación e implementación).

Se hace explícita la necesidad de consolidar y promover en la ciudad condiciones para mejorar los niveles de empleo, trabajo decente y la generación de ingresos a los ciudadanos mediante un desarrollo económico sostenido, que propicie la inversión, la competitividad y la innovación; lo anterior en articulación con la institucionalización del modelo de gobernanza del ecosistema cultural y creativo de la ciudad.

En virtud de lo ya mencionado, se evidencia la necesidad de un ADN articulado con lo definido en el Plan de Ordenamiento Territorial de la ciudad y con los estudios técnicos realizados por las instituciones competentes de la ciudad, en los que se identifican infraestructuras, equipamientos y se priorizan zonas susceptibles a ser potenciadas como “detonantes” de las industrias creativas y culturales en Cali. Las ADN deberán, entonces, integrar las actividades productivas y todo el ecosistema de valor en lo referente a cultura, educación y emprendimiento en coherencia con las vocaciones identificadas en la ciudad. La Secretaría de Desarrollo Económico de Santiago de Cali definió que las actividades industriales, comerciales y de servicio que serán promovidas a través de la creación de los dos ADN, serán primordialmente:

- Actividades de edición
- Actividades cinematográficas, de video producción de programas de televisión, grabación de sonido y edición de música.
- Actividades de programación transmisión o difusión.
- Otras actividades profesionales, científicas y técnicas (actividades especializadas en diseño y actividades de fotografía).
- Actividades artísticas, creativas y de entretenimiento.
- Actividades de publicidad.
- Desarrollo de sistemas informáticos.
- Educación.

En este momento el modelo de gestión y gobernanza de las dos ADN se encuentra en etapa de construcción. En la Licorera, este está liderado por la Gobernación, mientras que el modelo de gobernanza del ADN Centro está abanderado por el gobierno de la ciudad.

Dentro de los desafíos comunes se encuentran: la gestión de recursos, incentivos a inversión privada y la activación cultural de la ciudadanía.

Delimitación

ADN Centro: se ubica en el barrio La Merced, específicamente en la zona delimitada que inicia por la calle quinta (Cl. 5), pasando por la carrera 1 (Kr. 1) hasta la calle novena (Cl. 9), continúa por la carrera octava (Kr. 8), después sube por la calle 8 (Cl. 8) y cierra por la carrera 6 (Kr. 6).

ADN Antigua Licorera: esta ADN se ubica específicamente en la zona que inicia por la calle veinticuatro (Cl. 24) hasta la carrera primera (Kr. 1), siguiendo hasta la calle veintiséis (Cl. 26), siguiendo por la carrera cuarta norte (KR. 4N) hasta la calle 30 (Cl. 30), continuando por la carrera primera (KR. 1) hasta la calle 28 (Cl. 28), siguiendo por la calle 27 (Cl. 27) hasta la carrera 6A (KR. 6A) bajando por la calle veinticinco (CL. 25) y cierra por la carrera octava (KR. 8).

ANEXO 2: Códigos CIU en las veintidós ADN delimitadas

Antioquia		Atlántico	Cundinamarca				
Medellín	La Ceja	Barranquilla	Girardot	Villapinzón			
El Perpetuo Socorro	Villa Creativa	Barrio Abajo	Visión 20-40	Hato Grande	El Trueque	Labranza y Curtido	Senderos de Tradición y Vida
3240	1512	3210	4911	1820	4761	3220	4911
5811	1513	3220	5021	5811	4769	3240	4921
5813	1811	5820	5813	5813	4741	1103	5511
5813A	1812	5911	5911	5819	4771	1312	5512
5813B	2610	5912	5912	5820	4772	1313	5513
5819	3092	5913	5913	5911	5611	1391	5514
5820	3210	5914	5914	5912	5612	1392	5519
5911	3220	5920	5920	5913	5613	1393	5520
5912	5811	6010	6010	5914	5619	1399	5611
5913	5819	6020	6020	5920	5630	1410	5612
5914	5820	6391	7110	6010		1420	5613
5920	6010	6399	7420	6020		1430	5619
6020	6020	7310	8523	6201		1512	5630
7310	6201	7410	8530	6312		1521	6311
7410	6202	7420	8541	6391		1522	7911
7420	6209	8553	8542	6399		1640	7990
9001	6312	9001	8543	7310		1690	8412
9002	6391	9002	8551	7410		1811	
9004	6399	9003	8553	7420		1812	
9005	7310	9004	9001	8553		2310	
9007	7410	9005	9002	9001		2393	
9008	7420	9006	9003	9002		2596	
6201	7740	9007	9004	9003		2591	
8553	8553	9008	9005	9004		2599	
8523	9001	9101	9006	9005		3110	
8541	9002	9102	9007	9006		v3210	
8542	9003	9103	9008	9007			
8543	9004		9101	9008			
	9005		9102	9101			
	9006		9103	9102			
	9007		9321	9103			

Antioquia			Cundinamarca				
	La Ceja		Girardot				
	Villa Creativa		Visión 20-40				
	9008		9321				
	9101		1811				
	9102		1812				
	8553		6110				
	5511		6130				
	5514		6202				
	7911		7110				
	7912		7120				
			7220				
			7490				
			8413				
			8511				
			8512				
			8513				
			8521				
			8522				
			8523				
			8530				
			8541				
			8542				
			8543				
			8544				
			8551				
			9412				
			9499				

Magdalena		La Guajira	Tolima	Valle	
El Banco		Ciénaga	Riohacha	Ibagué	Cali
ADN Centro Turística	ADN Centro Chapinero	ADN Centro Histórico	Suchiimma	Ibagué Ciudad musical	Licorera Centro
3210		9008	3210	1820	1820
3220		9101	3220	3220	5811
5810		9102	5810	5920	5813
5820		8553	5911	8553	5819
5911		5511	5912	9002	5820
5912		5514	5913	9007	5911
5913		7911	5914	6010	5912
5914		7912	5920	6020	5913
5920			6010	9102	5914
6010			6020	5911	5920
6020			6201	5912	6010
6201			6202	5913	6020
6202			6391	5914	6201
6391			6399	9004	6312
6399			7110	9008	6391
7110			7220	5820	6399
7220			7310	6312	7310
7310			7410	6201	7410
7410			7420	7410	7420
7420			8553	4769	8553
8553			9001	5511	9001
9001			9002	5611	9002
9002			9003	5612	9003
9003			9004	5613	9004
9004			9005	5619	9005
9005			9006	5630	9006
9006			9007	7990	9007
9007			9008	8523	9008
9008			9101	8541	9101

Magdalena			La Guajira	Tolima	Valle	
El Banco			Riohacha	Ibagué	Cali	
ADN Centro Turística	ADN Centro Chapinero		Suchiimma	Ibagué Ciudad musical	Licorera	Centro
9101			9102	8543	9102	
9102			9103	8544	9103	
5511				8551		
5512				9412		
5513				1410		
5519				4771		
5590				6311		
5523						
5524						
5612						
7911						
7912						
8230						
7990						



El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia

CONSEJO
NACIONAL
DE LA
ECONOMÍA
NARANJA

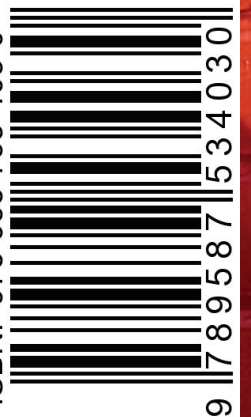
CREA TALENTO CREA COLOMBIA

2020

Decreto 935
18/10/2018

"Por el cual se crea y
reglamenta el
funcionamiento del
Consejo Nacional de la
Economía Naranja"

ISBN: 978-958-753-403-0



9 789587 534030