



**Procesos de renovación urbana a partir de políticas culturales en el barrio Perpetuo  
Socorro de la ciudad de Medellín**

**María Alejandra Montaña Palacio**  
**Trabajo de grado para optar al título de Antropóloga**

**Asesor**  
**Simón Puerta Domínguez**  
**Antropólogo – Doctor en Filosofía**

**Universidad de Antioquia**  
**Facultad de Ciencias Sociales y Humanas**  
**Departamento de Antropología**  
**Medellín**  
**2021**

## **Agradecimientos**

A mi familia, por ser fuente de energía, de amor y comprensión, por su apoyo incondicional en mis búsquedas y procesos, por su aliento constante y la confianza en mí.

A Mariana por leerme, escucharme, enseñarme e inspirarme con su lucidez, amor y cuidado que nutrieron mi proceso y mi alma.

A Gisela, Érika, Estefanía, Diana y Mariana por caminar a mi lado en todas las etapas de este proceso, por escucharme, apoyarme y creer en mí. En su reflejo me encuentro.

A Simón por la paciencia, la comprensión y la empatía, por entenderme cuando ni yo misma lo hacía y orientarme con su serenidad y brillantez.

A Érika, Catalina, Paula y Juliana por conversar conmigo y ayudarme con la investigación desde la sinceridad y sensatez.

El trabajo de grado se convirtió en parte de mi vida y me acompañaba a todas partes, por eso quiero agradecer a todos los que me escucharon y conversaron conmigo, gracias por alimentar y esclarecer desde su conocimiento y empatía este proceso.

## Contenido

<b>Agradecimientos.....</b>	<b>2</b>
<b>Índice de figuras.....</b>	<b>4</b>
<b>Resumen.....</b>	<b>5</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>6</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>7</b>
<b>Marco teórico .....</b>	<b>9</b>
<b>Consideraciones metodológicas .....</b>	<b>13</b>
<b>Estructura del texto .....</b>	<b>17</b>
<b>Capítulo I. Acercamiento contextual al Distrito Creativo Perpetuo Socorro .....</b>	<b>19</b>
<b>Capítulo II. Una mirada hacia el proceso de instauración y articulación del Distrito Creativo Perpetuo Socorro.....</b>	<b>29</b>
<b>Observando el Distrito Creativo.....</b>	<b>29</b>
<b>Estrategia para la instauración del Distrito Creativo .....</b>	<b>32</b>
<b>Los festivales como reflejo del proceso de formación del Distrito Creativo.....</b>	<b>37</b>
<b>Actores a cargo de la construcción del Distrito Creativo.....</b>	<b>43</b>
<b>Conexiones Creativas.....</b>	<b>43</b>
<b>Ruta Naranja .....</b>	<b>44</b>
<b>Comfama.....</b>	<b>47</b>
<b>Mattelsa.....</b>	<b>49</b>
<b>Almacentro .....</b>	<b>52</b>
<b>UPB.....</b>	<b>53</b>
<b>Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) .....</b>	<b>55</b>
<b>Corporación Perpetuo Socorro.....</b>	<b>56</b>
<b>Proceso de articulación del Distrito Creativo en el barrio Perpetuo Socorro.....</b>	<b>58</b>
<b>Sistema de valores del Distrito Creativo .....</b>	<b>64</b>
<b>Proyección del Distrito Creativo.....</b>	<b>68</b>
<b>Capítulo III. La ciudad creativa. Políticas culturales enfocadas a la cultura como recurso y su efecto en la transformación urbana .....</b>	<b>71</b>
<b>La cultura y la creatividad como recurso en la Economía Naranja.....</b>	<b>71</b>
<b>Transformación urbana a partir de políticas culturales .....</b>	<b>76</b>
<b>Consideraciones finales .....</b>	<b>83</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## Índice de figuras

<b>Figura 1: Una de las paredes de Bodega Comfama. Grafitis y plantas, elementos característicos del Distrito Creativo.....</b>	<b>36</b>
<b>Figura 2: Expresión artística en las paredes de Bodega Comfama.....</b>	<b>36</b>
<b>Figura 3: Festival Perpetuo Socorro. El festival siempre está acompañado de oferta comercial.....</b>	<b>38</b>
<b>Figura 4: Mapa de distribución Festival Perpetuo Socorro.....</b>	<b>39</b>
<b>Figura 5: Tarima para espectáculos musicales. ....</b>	<b>40</b>
<b>Figura 6: Espacio para talleres creativos de la UPB dentro de Bodega Comfama.....</b>	<b>40</b>
<b>Figura 7: Calle al frente de la calle cerrada en la que se instalan locales de comida y los talleres rentados exhiben comercio de emprendimientos y empresas creativas. ....</b>	<b>41</b>
<b>Figura 8: Instalación inflable para niños dentro de Bodega Comfama en un festival. ...</b>	<b>42</b>
<b>Figura 9: Entrada Ruta Naranja.....</b>	<b>45</b>
<b>Figura 10: Taller de creación de producto dentro del edificio de Ruta Naranja.....</b>	<b>46</b>
<b>Figura 11: Taller de creación de producto dentro del edificio de Ruta Naranja.....</b>	<b>46</b>
<b>Figura 12: Anuncio de Sábados Perpetuos en la entrada principal de Bodega Comfama. ....</b>	<b>47</b>
<b>Figura 13: Edificio Mattelsa. ....</b>	<b>49</b>
<b>Figura14: Mercado para empleados dentro del edificio de Mattelsa.....</b>	<b>51</b>
<b>Figura 15: Restaurante para empleados dentro del edificio de Mattelsa .....</b>	<b>51</b>
<b>Figura 16: Estructura que expresa tradición del barrio. ....</b>	<b>58</b>
<b>Figura 17: Papel de los actores de la Corporación Perpetuo Socorro, de acuerdo con su propia presentación en redes sociales. ....</b>	<b>66</b>

## Resumen

Esta investigación indagó por el proceso de renovación urbana en el barrio Perpetuo Socorro de la ciudad de Medellín, a partir de políticas culturales que promueve la instauración de un Distrito Creativo como factor de transformación urbana y sus posibles implicaciones para la proyección de la ciudad. Debido a la novedad de este proyecto, se hace una descripción del proceso de instauración del Distrito en el barrio, a partir de la observación participante y conversaciones con los actores protagonistas. Los hallazgos de esta investigación permiten observar una nueva forma de gestión cultural como recurso económico, influenciada por la Economía Naranja. Las ciudades, al ser escenario de la cultura, se convierten en un territorio de explotación económica que deben ser reflejo de las nuevas dinámicas económicas; de ahí que estas políticas culturales estén atadas a procesos de renovación urbana. Partiendo del estudio de caso del Distrito Creativo Perpetuo Socorro, se puede analizar cómo cambia la proyección de la ciudad, hacia una instrumentalización económica de la cultura y la ciudad, proponiendo nuevas formas de urbanismo y planeación urbana.

**Palabras clave:** renovación urbana, Distrito Creativo, políticas culturales, Economía Naranja, industrias creativas y culturales, Perpetuo Socorro, Medellín

### **Abstract**

This investigation looked for the process of urban renovation in the neighborhood El Perpetuo Socorro in the city Medellín, from cultural politics that promotes the instauration of a creative district as a factor of urban transformation and its possible implications for the projections of the city. Because of the novelty of this project, it does a description of the process of instauration of the district in the neighborhood, starting with the participant observation and conversation with the protagonists. The findings of this investigation allows to look a new form of cultural management like economic resources, influence by the orange economy. The cities, because they are a cultural stage, they become a territory of economic exploration, that has to be reflection of the new economic dynamics, that is why this cultural politics are united with the process of urban renovation. From the studies of case of this creative district Perpetuo Socorro, we can analyze how the projection of the city change towards new forms of urbanism and urban planning.

**Key words:** cultural renovation, creative district, cultural politics, creative economy, creative and cultural industries, Perpetuo Socorro, Medellin.

## Introducción

Cuando se piensa en procesos de renovación urbana, generalmente se hace referencia a grandes proyectos de vivienda, donde se integran el comercio y la habitabilidad. Sin embargo, el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 hace una apuesta por la cultura como agente de cambio y renovación urbana; propone la creación de Áreas de Desarrollo Naranja (ADN) destinadas a la protección y promoción de la cultura y el desarrollo de la Economía Naranja. Para estas ADN se destinaron cinco ciudades: Manizales, Barranquilla, Cali, Bogotá y Medellín (Sánchez, 2019). En Medellín, está ubicada, específicamente, en el barrio Perpetuo Socorro, donde actualmente se instaura el Distrito Creativo Perpetuo Socorro.

El barrio Perpetuo Socorro se encuentra ubicado entre el centro administrativo de la Alpujarra y la calle 30, entre el río Medellín y la avenida Oriental. La ubicación de este barrio exhibe un gran potencial por su estrecha relación con los sectores Alpujarra y San Diego (Fukuoka y Daza, 2003), además, su ubicación cerca de la avenida el Poblado, a las estaciones Exposiciones e Industriales del metro y a la avenida 33, y la ciclo ruta que lo atraviesa, permite un fácil acceso al barrio en diferentes medios de transporte.

El Perpetuo Socorro ha tenido históricamente vocación industrial. Muchas industrias, sobre todo del sector automotriz crearon allí su espacio de producción, lo que marcó un precedente para su formación, ya que, de forma orgánica se agruparon talleres mecánicos, bodegas y almacenes. Las personas que ocupan este barrio son los trabajadores de estos establecimientos, quienes en su mayoría llevan muchos años allí. Por la vocación del barrio, no existen viviendas, por lo que no pueden nombrarse habitantes del barrio, pero estos trabajadores y mecánicos habitan este espacio todos los días, es su lugar de trabajo, pero de también de interacción, son ellos quienes lo recorren y le dan vida.

La instauración del Distrito Creativo está enmarcada en las políticas culturales cuyo nuevo enfoque es la Economía Naranja, esta tiene como objetivo principal el fomento de las industrias creativas y culturales para el crecimiento económico y el desarrollo de las ciudades.

La cultura y el papel que juega dentro de la sociedad ha ido cambiando a lo largo del tiempo de acuerdo con las necesidades que debe resolver. Gracias a la capacidad que tiene este concepto para adquirir matices y utilidades diversas, ha sido moldeado hasta convertirse en un recurso económico para el desarrollo de las ciudades. Este cambio preciso del valor de la cultura se hace visible a partir de los años ochenta y durante la década de los noventa, cuando las industrias culturales –sellos discográficos y grandes estudios cinematográficos– empiezan a adquirir fuerza a nivel global, produciendo significativas sumas de dinero (Martínez, s.f).

Adicionalmente, se tienen en cuenta las industrias creativas, las cuales buscan “aglutinar el conjunto de creadores que trabajan en sectores como la moda, la publicidad, la música, el arte contemporáneo, el desarrollo de software, etc” (Martínez, s.f, 34). A su vez, el Ministerio de Cultura define las industrias culturales en la “Política para el emprendimiento y las industrias creativas”. En ella les otorga dos enfoques importantes de resaltar, ya que, trata de darles un valor como agentes de identidad y no limitarlas solamente a su capacidad económica, así:

Las industrias creativas tienen una doble naturaleza: por una parte sus productos (bienes o servicios) transmiten ideas, valores, modos de vida y contenidos simbólicos que reflejan el perfil espiritual de una comunidad, preservando así el sentido de pertenencia a su identidad; por otra, obedecen a las reglas económicas de la producción y el comercio y pueden llegar a ser poderosos motores de desarrollo económico y social (Mincultura, 2010, p. 559).

De esta forma, la cultura comienza a obtener mayores responsabilidades en la configuración de las ciudades y de la identidad social de sus habitantes, se convierte en una “potente herramienta que puede fomentar la cohesión social, puede resolver conflictos, puede promover el desarrollo económico, ayudar a combatir la exclusión, ayudar a la integración, promover el turismo, crear identidades metropolitanas o servir como herramienta pedagógica” (Martínez, s.f, p. 34), propiciando siempre el valor económico de la cultura.

Este enfoque de las políticas culturales se convierte en agente de cambio para la configuración de las ciudades, ya que el espacio se pone al servicio de los objetivos económicos, expresados a través de las industrias creativas y la promoción de la cultura como recurso. Para esto, la ciudad crea toda una plataforma espacial que propicie la construcción y



el intercambio de bienes creativos que respondan a las necesidades culturales de la sociedad y se acomoden a los estándares de sostenibilidad ambiental y social buscados en esta nueva era.

Teniendo en cuenta los discursos, tanto de la administración como del sector privado que intervienen esta zona, se puede observar cómo la acción de las políticas culturales, por medio de la creación del Distrito Creativo se establecen como un factor de cambio para la renovación del barrio Perpetuo Socorro. De ahí, que el objetivo general que se busca resolver con esta investigación sea indagar por el proceso de renovación urbana en el barrio Perpetuo Socorro de la ciudad de Medellín, a partir de políticas culturales que promueven la instauración de un Distrito Creativo como factor de cambio y sus posibles implicaciones para la proyección de la ciudad de Medellín.

Debido a esto, se hace un recorrido por la formación del Distrito Creativo, haciendo énfasis en algunos actores institucionales encargados de llevarlo a cabo. Lo que se propone es entender cómo se instaura el Distrito en el barrio, el proceso de articulación con las dinámicas existentes y cómo se va incorporando en la ciudad y su economía. Es necesario aclarar que esta aproximación es apenas un ligero acercamiento para entender las dinámicas del Distrito, ya que, la investigación se llevó a cabo durante un momento inicial, de exploración y lanzamiento.

### *Marco teórico*

La creación del Distrito Creativo está enmarcada en la Economía Naranja, economía cuyo fin es el desarrollo de las industrias creativas y culturales, apoyado en políticas culturales en las que el valor de la cultura no solo está representado por su capacidad de cohesión social, sino en su valor económico. La llegada del Distrito en el barrio Perpetuo Socorro, está representada por un proceso de renovación cultural, en el que la vocación del barrio cambia de industrial a creativo, lo que desencadena la gentrificación de este espacio de ciudad, desplazando a talleres mecánicos, bodegas y cafeterías por tradición instaladas aquí.

Teniendo en cuenta que el eje promotor de esta transformación urbana es la Economía Naranja y esta a su vez se apoya de las políticas culturales, se hace necesario entender lo que son y cómo se configuran de acuerdo con el fin que deben favorecer, en este caso la economía. Para lo que Miller (2012) propone una definición de política cultural que permite un mejor

entendimiento del fenómeno particular, ya que ubica el accionar de las entidades encargadas de velar por la cultura en la ciudad y la posible influencia que esta tiene en la organización urbana:

Actualmente, política cultural se refiere a los apoyos institucionales, a la producción y a la memoria estética. La política cultural acorta la distancia entre el arte y la vida cotidiana. Los gobiernos, los sindicatos comerciales, las universidades, los movimientos sociales, los grupos comunitarios, las fundaciones, las obras de caridad, las iglesias y las empresas asisten, financian, controlan, promueven, educan y evalúan la cultura. Esto es lo que ocurre cuando [...] las ciudades trabajan de la mano de compañías para valorizar sus zonas céntricas; [...] Estos criterios se derivan de la doctrina legal, la educación cívica, las metas del turismo, la planeación urbana o los deseos filantrópicos. (Miller, 2012, p. 23).

Por su parte, Yúdice, introduce otra forma de entender la política cultural y es agregando un valor económico, considerando la cultura como recurso, así:

Las transformaciones operadas por la globalización de la economía, los concomitantes desplazamientos demográficos y sus repercusiones en las políticas nacionales y locales, la magnificación y la capitalización de lo simbólico debido a innovaciones tecnológicas en las telecomunicaciones y en la industria del entretenimiento han realizado el valor de la cultura como recurso. [...] El concepto de recurso absorbe todas las acepciones de la noción de cultura: la alta cultura, la antropología y la masiva. (2002, p. 39).

Con la introducción de esta forma de entender la cultura, surgen nuevos cuestionamientos por la capacidad moldeable que tiene la cultura, su potencialidad como agente de cambio y la herramienta en la que se ha convertido en la actualidad, para esto, Yúdice (2000) muestra “que el sentido de cultura que prima hoy en día es el de la cultura como recurso para la producción intelectual y el desarrollo urbano” (p. 38). Con esto, se introduce el potencial de las políticas culturales en las transformaciones urbanas, a partir de su potencial económico.

En este contexto surgen las industrias creativas y culturales, en las que la cultura y sus políticas son utilizadas para el crecimiento económico. Sobre las industrias creativas y culturales, la Unesco proporciona una definición operativa:

Todas las definiciones coinciden en considerar que las *industrias culturales* representan sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor. También son denominadas en algunos países “*industrias creativas*” (*creative industries*) y conocidas en ámbitos económicos como “*industrias de futuro*” (*sunrise industries*) o, en medios tecnológicos, como “*industrias de contenido*” (*content industries*). Las industrias culturales incluyen la edición impresa y multimedia, la producción cinematográfica y audiovisual, la industria fonográfica, la artesanía y el diseño. Ciertos países extienden este concepto a la arquitectura, las artes plásticas, las artes del espectáculo, los deportes, la manufactura de instrumentos musicales, la publicidad y el turismo cultural. (2000, p. 11).

Esta definición permite conocer cómo se están entendiendo las industrias creativas en el país para los planes de desarrollo y la creación de las “Políticas para el emprendimiento y las industrias culturales” del Ministerio de Cultura, ya que estas están basadas en la definición que proporciona la Unesco. Por otro lado, Yúdice brinda un análisis más amplio y expone un origen de las industrias creativas:

El modelo de las industrias creativas tiene su origen en el maridaje de concepciones tradicionales de las artes y las industrias culturales (radio, prensa, cine, televisión, música) con los nuevos medios digitales que aumentaron cada vez más el empleo en diseño, publicidad, moda, comunicación, etcétera. Y estas industrias creativas a su vez fueron posibilitadas por la innovación en la *high tech*, nuevas tecnologías digitales, telecomunicacionales y biotecnológicas en ciudades y regiones como Silicon Valley al sur de San Francisco, Seattle, Austin y Boston. (2008, p. 57).

Así mismo, Yúdice (2008), propone como forma organizativa de las industrias creativas, la visión de (Jacobs, 1997): “[...] una asociación público-privada de funcionarios gubernamentales, empresarios, educadores, directores de organizaciones no gubernamentales y ejecutivos de los medios de masas, cuyo propósito es el desarrollo económico de la ciudad” (p. 49). Esto puede evidenciarse en el caso del Perpetuo Socorro, donde los principales actores,

Comfama y Mattelsa muestran precisamente la unión entre la empresa pública<sup>1</sup> y la empresa privada.

Lo dicho hasta aquí permite tener un acercamiento a las políticas culturales, su potencial transformador y a las industrias creativas y culturales, donde la cultura se convierte en una herramienta económica. Ahora, a modo de integración y enfocando el potencial a las transformaciones urbanas, Yúdice (2008), muestra a través del caso de ciudades estadounidenses, como las políticas culturales intervienen en la organización social:

Tras la desindustrialización y los desórdenes urbanos de los años sesenta y comienzos de los setenta, la política cultural local de las *arts agencies*, que sirvió en parte para apaciguar manifestaciones y motines, coincidió con proyectos de desarrollo para los centros deshabitados en muchas ciudades estadounidenses (Yúdice, 1999). [...] Irónicamente, el modelo surgió a partir de la experiencia de artistas que se habían instalado de manera ilegal en las recién desocupadas fábricas del barrio que se llamaría SoHo, y que tuvieron que mudarse cuando las nuevas clases medias –las clases creativas que trata Richard Florida (2002)– invadieron el barrio en busca del caché dotado por el arte. Diez o 15 años después el valor de los inmuebles se había multiplicado por un factor de 180 o 18 000 por ciento. (p. 47)

Como el caso estadounidense, se pueden identificar otros en el mundo, I Mateo (2010), expone, que en Europa para el 2001, “el Comité Eurocities publicó un documento en el que se consideraba la cultura como el principal motor de las transformaciones urbanas de las ciudades europeas del siglo XXI” p. 135. Incluso, expone, que se emplean “estrategias culturales” para la renovación urbana, lo cual buscaría, posteriormente, una “limpieza social” de determinados sectores de la ciudad.

Tales concepciones acerca de este nuevo rol de la cultura en la práctica del planteamiento normativo y estratégico urbano fueron tenidas en cuenta por el sociólogo francés Pierre Bourdieu (1979), quien consideraba que el “capital cultural” podía ser visto como una fuente de ingresos los valores de los cuales podían ser reconvertidos en términos económicos. (I Mateo, 2010, p. 135)

---

<sup>1</sup> Cabe aclarar que Comfama es de naturaleza público-privada, pero en el caso específico del Distrito Creativo, actúa como el eje articulador público.

A su vez, Harvey (2007) permite abordar las problemáticas sociales producto de las formas organizativas de la ciudad. Una de estas problemáticas hace referencia a las desigualdades económicas que se producen por una redistribución inequitativa de los ingresos en las ciudades. Para el caso de esta investigación, ingresos provenientes de la cultura como lo muestra Yúdice (2008), “pululan los estudios que muestran que industrias creativas pertenecen a un sector que contribuye cada vez más al producto interno bruto” (p. 57). Estas industrias son soportadas por una plataforma urbanística enfocada en la producción cultural y con todo el potencial para la renovación urbana, reemplazando los habitantes y las industrias comerciales por las nuevas poblaciones creativas.

Es así como, a través del uso de la cultura como recurso en el marco de la Economía Naranja, se plantea el Distrito Creativo, cuyo interés es potenciar las industrias creativas y culturales. Para desarrollar este proyecto es necesario llevar a cabo un proceso de transformación urbana que favorezca este tipo de economía y que esté alineado con los ideales que propone el enfoque creativo y cultural. Por lo tanto, las actividades tradicionales se ven amenazadas por la llegada de nuevos actores que imponen una dinámica diferente y estéticas llamativas y modernas en la nueva infraestructura instalada.

De ahí que, el proceso de renovación urbana que se da en el Perpetuo Socorro puede verse como gentrificación, entendida como “las transformaciones sociales y cambios demográficos de todo tipo que operan en las áreas centrales de la ciudad y que dan como resultado procesos de segregación social que remueven población de rentas bajas recambiándola por otra de características socioeconómicas más elevadas” (Checa-Artasu, 2011, p. 3). El Distrito Creativo lo que busca, a través de la Economía Naranja, es expulsar la actividad industrial de apariencia desgastada y sucia y reemplazarlo por actividades creativas que involucren una nueva forma de construcción y estética en la que participen actores con mayor fuerza económica, siendo esto llamativo para atraer inversión de capital tanto nacional como internacional.

*Consideraciones metodológicas*

El acercamiento al barrio Perpetuo Socorro nace por un interés personal sobre los procesos de construcción de la ciudad y los diferentes mecanismos utilizados para pautar el relacionamiento y el comportamiento social dentro de ella. La ciudad actual, en su alto nivel de construcción y con las nuevas dinámicas a las que ahora debe responder, por ejemplo, la ciudad global, presenta grandes retos, ya que todo nuevo proyecto traerá consigo resultados ambivalentes, beneficiando a quien lo instaure y perjudicando a quien debe desplazarse para su desarrollo. Es así como con la intención de buscar esta ambivalencia en un proyecto de ciudad se estudió el Distrito Creativo y su proceso de instauración dentro del barrio.

La investigación se llevó a cabo entre los años 2019 y 2020. Es importante resaltar que, si bien la duración de la investigación es grande en cuestiones de tiempo, no estuvo siempre activa durante los dos años. La extensión se debe principalmente a los ritmos académicos que supone estudiar en una universidad pública y específicamente en la Universidad de Antioquia, pero también a mis vivencias personales y a la pandemia mundial por Covid-19.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó como metodología la revisión de fuentes documentales y la aproximación etnográfica. Teniendo en cuenta que la renovación urbana que se está llevando a cabo en el Perpetuo Socorro corresponde a la construcción de un Área de Desarrollo Naranja (ADN) y un Distrito Creativo, la revisión documental se centró en el direccionamiento estratégico, para conocer dentro de la planeación de la ciudad el proyecto al que se inscribe. Debido a esto, se revisó: el Plan de Ordenamiento Territorial 2014-2027, Plan de Desarrollo Local Comuna 10 2014-2018, Plan de Desarrollo de Medellín Cuenta con Vos 2016-2019, Informe de Calidad Medellín Cómo Vamos 2018, el Compendio de Políticas Culturales del Ministerio de Cultura, específicamente los capítulos de política de infraestructura cultural, política para el emprendimiento y las industrias culturales y política para el turismo cultural.

Para la aproximación etnográfica, se hizo observación participante y entrevistas semiestructuradas. Durante la observación se realizaron múltiples visitas al Distrito, sobre todo a los festivales y eventos de la oferta cultural, con la intención de saber no solo el tipo de oferta creativa y cultural que ofrecía, sino también cómo era la asistencia a los eventos, con lo cual se podía conocer la acogida que el Distrito iba adquiriendo en la ciudad. Las visitas se realizaron en diferentes días de la semana y en horarios distintos para tener un panorama más amplio de cómo funcionaba el barrio con y sin eventos culturales. Así mismo, se procuró

participar en los diferentes lugares en los que se llevaban a cabo los eventos como Mattelsa, Bodega Comfama y Almacentro para conocer cómo cada uno de ellos participaba en el Distrito y en la agenda cultural.

Gracias a la participación en los eventos se realizó un mapeo de actores principales, teniendo en cuenta la presencia en la programación cultural y festivales y, su mención o no dentro de los mismos. Con ellos se estableció conversación para conocer acerca de su papel en la construcción del Distrito Creativo. Así, la entrevista estaba dirigida a tres aspectos principales: el rol de cada actor dentro del Distrito, la propuesta de articulación con las actividades existentes en el barrio y la proyección como Distrito Creativo Perpetuo Socorro. En algunas de las entrevistas se buscó información sobre actores con los que aún no se había logrado establecer contacto o su presencia no era clara.

La forma en la que se estableció contacto con estos actores fue principalmente a través de los eventos, de ahí que se pudiera conversar con Paula Trujillo, de Conexiones Creativas y líder el proyecto del Distrito Creativo y Catalina Cortés, directora de proyectos de la Corporación Perpetuo Socorro. A su vez, esta última interlocutora sirvió de puente para conversar con Juliana Restrepo, decana de la Facultad de Artes Integradas de la Universidad Pontificia Bolivariana. Las entrevistas son la clave para el desarrollo de esta investigación, ya que, gracias a ellas se puede tener un panorama amplio –desde la asociación público-privada– acerca de la consolidación del distrito y su proyección, y conocer los roles que cada uno como actor ejerce.

Es necesario resaltar las complicaciones que atravesaron la investigación. En marzo de 2020 el mundo entró en alerta por la pandemia de Covid-19, a lo cual el presidente de Colombia Iván Duque Márquez declaró cuarentena general obligatoria en todo el país, por lo que todos los ciudadanos debían permanecer en sus casas y se cerraron todos los establecimientos comerciales y culturales. Aunque la cuarentena general obligatoria duró aproximadamente tres meses, se mantuvieron restricciones para establecimientos de oferta cultural y eventos presenciales, además, apenas algunos talleres mecánicos estaban abiertos y las bodegas y almacenes de repuestos trabajaron en su mayoría a puerta cerrada, por lo que las actividades en el Distrito se vieron interrumpidas. Debido a esto, se replantearon los objetivos de la investigación y se decidió trabajar con el material que se había logrado adquirir hasta ese momento.

En el diseño de la investigación se había planteado abarcar las dos miradas del Distrito, los actores institucionales y las personas de los talleres, bodegas y cafeterías, para conocer de manera más amplia cómo se vive el proceso de instauración del Distrito desde las dos perspectivas. Con ellos solo se logró establecer algunas conversaciones que, aunque permitieron conocer circunstancias no contempladas por los actores institucionales y que pueden representar problemáticas para la consolidación del Distrito, no representan, debido a la cantidad, un hecho del que se pueda hablar de manera general o que pueda tomarse como evidencia contundente.

Las entrevistas que ya habían sido programadas con algunos actores institucionales se llevaron a cabo por medio digitales que posibilitaron el encuentro. La entrevista con Juliana Restrepo se llevó a cabo por video llamada de WhatsApp y con Paula Trujillo por llamada telefónica. Estas fueron las últimas entrevistas que se realizaron, ya que, todos los esfuerzos por entrar en contacto con las personas de Ruta Naranja y Comfama se vieron frenados. Además, acostumbrarse a esta nueva forma de socializar, localizar y conversar expuso grandes retos para todos. Sin embargo, gracias a la observación y la participación en diferentes eventos se logró recoger información importante sobre los demás actores y su papel dentro del distrito, uno de los más representativos fue el recorrido fotográfico con el colectivo Antioquia en Fotografías, con quienes se hizo un recorrido por todo el Distrito pudiendo conversar con los actores y conocer sus posturas, acciones y proyecciones.

Debido a que la observación participante fue la técnica más utilizada, con el tiempo se logró establecer cercanía con Érika Jaramillo y Catalina Cortés, ya que nos encontrábamos frecuentemente y conversábamos acerca del Distrito y de los eventos en particular, lo que favoreció mi investigación y permeó mi mirada hacia el Distrito Creativo. El trabajo de campo supone un encuentro con el otro, establecer relaciones que se desarrollan por el interés mutuo; estas relaciones enriquecen la etnografía, pero, a veces, suponen también grandes retos, porque se establece un compromiso con las personas que participan de él, un compromiso con el manejo de la información, pero también con el resultado.

La investigación, en lo personal, planteaba posturas ambivalentes. Por un lado, se observa la creación de un Distrito Creativo, llamativo y efectivo para el sector creativo de la ciudad en el se encuentran personas amables, pero sobre todo apasionadas por su labor y rol



dentro del Distrito, convencidas de los beneficios que representa este proyecto en la ciudad. Pero, por otro lado, no se pueden desconocer las implicaciones que el Distrito trae para los habitantes del barrio en el que se desarrolla. Por lo que la mirada como investigadora fue siempre inquieta y cuestionadora, para entender no solo los resultados explícitos, sino también los implícitos.

De ahí que la posición dentro de la investigación se hiciera, en ciertos momentos, confusa, porque, aunque la labor del investigador jamás es emitir juicios de valor basados en percepciones propias, para el humano que investiga es difícil no hacerlo. El reto es, entonces, reconocer la subjetividad desde la que se parte y hacerla conscientemente a un lado, para tomar una posición humilde frente al proceso, reconociendo que se es un interlocutor más que participa, observa y analiza ese fenómeno y, que, como los demás actores y participantes, se basa en lo que conoce para hablar de lo que pasa.

### *Estructura del texto*

El texto está compuesto por 3 capítulos y consideraciones finales. En el primer capítulo se hace una contextualización sobre el barrio Perpetuo Socorro y la llegada del Distrito Creativo. A partir de la revisión de los planes de direccionamiento estratégico de la ciudad se enuncian los proyectos en los que se encuentra enmarcado el proceso de renovación urbana del barrio, lo que permite entender el panorama al que se suscribe el Distrito Creativo. Además, se plantean brevemente las posibles implicaciones que tiene para el barrio la llegada del distrito.

El segundo capítulo hace un recorrido amplio por la forma de instauración del Distrito Creativo, a partir de la observación participante y conversaciones con algunos actores. Se muestran los cambios que se han presentado en el tiempo, en términos de programación cultural, festivales y asistencia. Se explican los diferentes actores que participan de la instauración del distrito y la función que desempeñan. Adicionalmente se muestra, desde el discurso de los actores, las estrategias planteadas para articular el Distrito Creativo con las dinámicas existentes en el barrio, así como la proyección que tienen de él en el futuro.

En el tercer capítulo, se busca hacer un análisis sobre la función de las políticas culturales y su participación en la transformación urbana desde la mirada de la Economía

Naranja como promesa de futuro. A su vez, se observa cómo, a través de la forma en que ha sido instaurado el Distrito Creativo, se vislumbran nuevas formas de gestión cultural y urbana que responden a la necesidad de generar plusvalía de la cultura y el territorio urbano.

Por último, se hace un cierre que titula “Consideraciones finales”, donde se condensan las ideas más importantes abordadas a lo largo del texto y se plantean algunas cuestiones e interrogantes que deja la investigación de cara al futuro de la planeación urbana y a las políticas culturales.

## Capítulo I. Acercamiento contextual al Distrito Creativo Perpetuo Socorro

La forma en la que se ordena el territorio urbano responde a diferentes dinámicas políticas y económicas en las que se desarrollan estrategias de potenciación y explotación. La globalización ha impuesto nuevos retos sobre la ciudad, enmarcados en el discurso moderno de innovación y producción económica a partir de una reorganización del espacio, el cual permite una mayor visibilidad internacional y una constante mercantilización del territorio y sus dinámicas internas (Hernández, Ismael y Kurjenoja, 2018). Debido a esto, la ciudad ha sido cargada con responsabilidades económicas que han llevado a procesos de gentrificación<sup>2</sup> e higienismo<sup>3</sup> a través de proyectos de renovación urbana que cumplan con la cuota de innovación necesaria para la producción de recursos.

Las ciudades globales han creado un imaginario colectivo moderno de innovación y tecnología que es atrayente para las nuevas generaciones y para la economía en general (Castells, 2001). La modernidad es usualmente medida en términos estéticos y de percepción de seguridad, lo que implica no solo un cambio en la infraestructura, sino también, en las formas de sociabilidad en el espacio (López, 2018). Con este objetivo, el territorio es intervenido con grandes edificaciones que albergan un interés colectivo, usualmente de contenido cultural, para generar una producción económica del espacio (Hernández, Ismael y Kurjenoja, 2018). Esto se debe a que, como lo expresa Martínez (s.f), la cultura ha sido cargada

---

<sup>2</sup> El concepto de gentrificación debe entenderse más allá del desplazamiento inmobiliario. De acuerdo con Checa-Artasu (2010), la modernidad ha producido nuevas estrategias de valorización del suelo como la construcción de infraestructura cultural y la implementación de políticas culturales en centros urbanos o barrios industriales, produciendo el desplazamiento de la población.

<sup>3</sup> El higienismo debe entenderse aquí como una consecuencia de la implementación de políticas culturales que favorecen las industrias creativas y culturales, cuyo concepto está basado en el arte, la estética, y en el caso comercial, en la experiencia y por ende en el “embellecimiento” del barrio.

de responsabilidad social, es decir, se le ha asignado la labor de ser un motor de integración social y se le ha asignado un valor económico.

Generalmente, los espacios pensados en los ideales de modernidad están muy relacionados con una mirada higienista de la ciudad, en la que los arreglos estéticos y la sensación de orden satisfacen los ideales de organización y limpieza. El esfuerzo en la estética tiene repercusiones sociales, en la medida en que la nueva apariencia atrae población de clases sociales más altas y turistas. Además, debido a la importancia que adquiere la percepción de seguridad, se eliminan las actividades y los personajes “no deseados”, los habitantes de calle, las prostitutas y las personas dedicadas al comercio ilegal, como la venta de estupefacientes. El mecanismo utilizado para esto es realmente un complemento de actividades y disposiciones como la estética, la distribución de las calles, la iluminación, el uso de cámaras y personas de seguridad privada, al realizar estos cambios, la vigilancia se refuerza con el cambio de percepción de los ciudadanos frente al lugar, ya que, al brindarle una nueva apariencia y una sensación de seguridad, adquieren mayor sentido de identificación y por lo tanto se disponen a cuidarlo para su beneficio.

De ahí que estos proyectos de modernización del espacio actúen como una ola expansiva que se convierte en procesos de gentrificación e higienismo, donde empieza a construirse, a partir de un modelo empresarial que favorece la privatización, el incremento del valor del suelo y la turistificación de los espacios centrales e históricos. Generalmente estos procesos de renovación urbana se llevan a cabo en barrios con valor histórico, o que su ubicación dentro de la ciudad es estratégica en términos de centralidad, transporte público y facilidad de acceso; siendo estas las características más atractivas para la inversión económica y el movimiento del capital (Harvey, 2007). Así, proyectos de innovación –como la infraestructura cultural– aumenta el flujo de personas tanto locales como turistas, lo que conlleva al incremento de la actividad comercial, convirtiéndose en un panorama atractivo para el comercio y la inversión de capital, aumentando el valor del suelo (López, 2018), lo cual produce, eventualmente, el desplazamiento de los habitantes y visitantes tradicionales.

Por otro lado, la modernización de las ciudades ha demostrado un creciente interés por las problemáticas medio ambientales, en las que un discurso de sostenibilidad presenta una creciente importancia dentro de la planeación. Se busca crear espacios de ciudad en donde se incentive el uso de la bicicleta con la implementación de ciclorrutas, el uso del transporte

público, por eso el interés en zonas céntricas que favorezca la movilidad de las personas y una infraestructura que promueva pulmones de ciudad con el cuidado de espacios verdes. Todo esto se convierte en referente para la ciudad global, buscando una mayor visibilidad en el campo internacional, con la intención de promover el flujo de personas a nivel global y la inversión de capital extranjero (Yúdice, 2000).

Ahora bien, este discurso y esta forma de utilización del territorio urbano, se sustenta en políticas públicas que contribuyen a su mercantilización, enfocando el uso del suelo en un interés económico (Janoschka, 2002). Como es el caso de la ciudad de Medellín, en el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) 2014-2027, en el cual se encuentran las proyecciones de la ciudad y los marcos de referencia para los cambios y renovaciones que pueden llevarse a cabo para ese período de tiempo, establece como núcleo de transformación el centro de la ciudad, con proyectos de densificación poblacional, creación de espacios para la integración social y el aprovechamiento por medio de la creación de áreas de desarrollo mixtas (Alcaldía de Medellín, 2014); por medio de estas se espera revitalizar económicamente el suelo urbano.

La administración de la ciudad se propone ser más compacta, limitando su crecimiento en las periferias y llevando su atención al centro de la ciudad, en el cual se busca, por medio de sus intervenciones, que sea cada vez más abierto y atractivo para la mirada internacional, tanto para el crecimiento turístico, como para la inversión extranjera. Así mismo, desde los ideales de sostenibilidad, equidad e integración, trazados en el POT, se propone realizar proyectos como ciclorrutas integradas, cada vez con más extensión e integración vial, prioridad para el peatón, sobre todo en lugares de gran afluencia y representatividad y la creación de espacio público como las Unidades de Vida Articulada (UVA), los Parques Biblioteca y parques públicos en general. También se encuentran proyectos más específicos como el de “Recuperar el río para la vida” (Alcaldía de Medellín, 2014), a través de la construcción de espacios de integración alrededor del río que introduzcan nuevas dinámicas sociales y marquen pautas de modernidad e innovación en la ciudad.

Uno de los aspectos más importantes de esta planeación y en el cual se deposita mayor interés para los objetivos de esta investigación, son las áreas de desarrollo mixtas, promovidas como “Mezcla sana del uso del suelo” y explicadas de la siguiente manera:

La mezcla de usos es una característica propia de las ciudades compactas, abiertas y seguras: las actividades que se mezclan con la vivienda en los barrios contribuyen a mejorar la vida cotidiana de sus habitantes, hacen posible el encuentro y el uso y disfrute de la calle y la ciudad. La mezcla de usos es también la mejor y más eficiente política de movilidad ya que un número significativo de viajes que se generan para suplir las necesidades cotidianas de la población se hacen a pie en el mismo barrio, en calles y espacios amables. (Alcaldía de Medellín, 2014: 19)

Esta posibilidad abre el panorama hacia proyectos de renovación que valoricen y mercantilizan el suelo urbano, no solo atrayendo un capital financiero hacia las actividades comerciales dispuestas para ese espacio, sino también inmobiliario con proyectos de vivienda modernos y llamativos. Al desarrollo de esta proyección se integra una forma de economía, relativamente reciente, que va tomando fuerza en América Latina y que se proyecta en Colombia en las industrias creativas y culturales, la Economía Naranja, definida como “una herramienta de desarrollo cultural, social y económico. Se diferencia de otras economías por el hecho de fundamentarse en la creación, producción y distribución de bienes y servicios, cuyo contenido de carácter cultural y creativo se puede proteger por los derechos de propiedad intelectual” (Mincultura, 2019).

Este tipo de economía pone un énfasis particular en la mercantilización de ideas creativas y productos innovadores, enmarcados en un ideal de sostenibilidad y tradición, dando especial importancia y apoyo al conocimiento ancestral y al patrimonio cultural. “Las actividades que conforman la Economía Naranja son aquellas que hacen parte de las artes y el patrimonio cultural material e inmaterial, las industrias culturales y las creaciones funcionales” (Mincultura, 2019).

En este marco de proyección urbana y de Economía Naranja, se desarrolla el proyecto de construcción de un Área de Desarrollo Naranja (ADN) que sea un referente de ciudad para las industrias creativas y culturales. A partir de esto surge el Distrito Creativo, el primero en el país. Este se desarrolla en el barrio industrial Perpetuo Socorro, un barrio con una ubicación muy atractiva dentro de la ciudad, por su cercanía a vías vehiculares principales y facilidad de acceso en transporte público. Desde el punto de vista de ciudad global, planteado por Delgado (2008), son esos barrios industriales los que concentran mayor interés para procesos de renovación urbana, ya que tienen ubicaciones estratégicas dentro de la ciudad, mostrando un

gran potencial económico que se ve opacado por su estética desgastada, debido a la actividad industrial de los talleres y pequeñas fábricas que lo componen, y dinámicas sociales “indeseadas”, como prostitución y venta de drogas, creando una necesidad de “rehabilitar” el espacio por medio de dinámicas integradoras e innovadoras, generalmente enfocadas en la industria y la infraestructura cultural.

El Distrito Creativo, un proyecto aún en curso, tiene dos actores principales: Mattelsa, una marca de ropa local y, Comfama, una caja de compensación, quienes se ha encargado de presentar el distrito a la ciudad. La primera acción llevada a cabo en el barrio fue la construcción de la oficina central de Mattelsa, un edificio con grandes ventanales, en los que se logra reflejar el barrio y la Iglesia principal. Alrededor del edificio hay un gran jardín, que, de acuerdo con lo expresado por Catalina Cortés, directora de proyectos especiales de la Corporación Perpetuo Socorro, busca ser un pulmón verde para el barrio y eventualmente para la ciudad.

Este edificio es la huella más clara de la transformación que se viene para ese espacio, su presencia ha desencadenado poco a poco la transformación estética y de forma en el barrio. Posteriormente, aparece Bodega Comfama, un espacio que, si bien no es un marcador visual tan relevante como lo es Mattelsa, su protagonismo se enfoca en las actividades que en ella se realizan, desde talleres de emprendimiento a espacios de integración cultural, todo abierto al público. Puede decirse que Bodega Comfama es, hasta ahora, el espacio de mayor integración social en el barrio y ha logrado ser un referente para la población en general, impartiendo una agenda cultural constante, enfocada en las industrias creativas.

Estas infraestructuras comienzan a impactar de forma muy evidente en el barrio, no solo por su capacidad visual para resaltar, sino por las nuevas dinámicas que se van desarrollando; la agenda cultural atrae a la población, creando en el imaginario colectivo perspectivas muy diferentes sobre el uso de este espacio dentro de la ciudad. Con esto, se convierte en un sector atractivo para la instauración de comercio con características más modernas, como puede evidenciarse con la creciente llegada de cafés, cuya estrategia comercial es la venta de “experiencias” al consumidor<sup>4</sup>. La estrategia comercial de “experiencia” no está enfocada en

---

<sup>4</sup> Esta afirmación está basada en una entrevista con Catalina Cortés, directora de proyectos de la Corporación Perpetuo Socorro, en la que hace referencia específicamente a la importancia de la “experiencia” dentro de la oferta comercial del Distrito Creativo. En el capítulo siguiente se explica específicamente este punto.

la comercialización exclusiva del producto, sino, en que el cliente pueda tener un mayor conocimiento de su origen y manufactura, así como de la historia e iniciativa de creación de la marca y del establecimiento como tal.

Esto se puede observar en Distrito Cafetero, quien además de tener una gran variedad de máquinas especializadas para la preparación de café, expone a través de ventanales con visual hacia el interior, el proceso de tostado y molienda del café; Urbania Café, hace preparaciones especializadas en las que se puede elegir la máquina o la técnica de preparación del café y; Café Peso, está más orientado a la estética del establecimiento y la conceptualización, por ejemplo, dentro del café, hay un gran mural de la ciudad de Medellín, hecho por la artista María Toro Quijano (María Palitos), las sillas y mesas son de segundo uso –lo que se enmarca en un discurso de sostenibilidad– y en la cocina trabajan mujeres afrodescendientes, es necesario agregar también, que por ser el primer café del barrio y estar ubicado cerca a Mattelsa y Comfama, es usado para muchos eventos, reuniones y talleres. La presencia de estos cafés genera un gran contraste con las cafeterías y restaurantes del barrio, tanto en la estética y el valor de los productos, como en las personas que los frecuentan.

El Distrito Creativo busca atraer personas que se interesen por consumir experiencias y que le otorguen un valor económico agregado al trabajo de los emprendimientos creativos. Para esto, la Corporación Perpetuo Socorro estableció un Comité de Contenido, conformado por: Premium Plaza, Almacentro, el Ballet Metropolitano, Elements Danza, Mattelsa, Sight Be, Ruta Naranja, Distrito Cafetero, Urbania y Café Peso, en él se prepara la programación mensual, con la intención de atraer nuevo público y mantener el interés de quienes ya lo frecuentan. A excepción de quienes hacen parte de la corporación<sup>5</sup>, los integrantes son seleccionados, de acuerdo con lo expresado por Catalina Cortés (C. Cortés, comunicado personal, febrero 21 de 2020), por la oferta creativa y cultural que ofrecen, Elements Danza y Ballet Metropolitano; por el carácter de su establecimiento –*Coworking* y acompañamiento a emprendimientos–, Ruta Naranja y Sight Be y; por su composición estética y comercialización de experiencias como Urbania, Café Peso, y Distrito Cafetero. De esta forma, se puede apreciar cómo en el Distrito Creativo se van creando pautas de exclusión y participación.

---

<sup>5</sup> Los integrantes de la corporación y el rol que tiene cada uno dentro del Distrito Creativo son expuestos en el capítulo siguiente.



A su vez, este territorio es declarado como Área de Desarrollo Naranja, lo cual le permite establecer garantías tributarias, como la exención del impuesto de renta para fomentar las industrias creativas. Estos beneficios son representativos, sobre todo, para empresas grandes que puedan instalar infraestructuras para la economía creativa de gran envergadura. Ahora, el panorama local y nacional de las industrias creativas muestra la presencia de pequeñas y a lo sumo medianas empresas, para las cuales un beneficio así no es lo suficientemente representativo, porque generalmente trabajan desde la propia casa, o no necesitan un gran establecimiento de producción con altos impuestos de renta. Todo esto empieza a generar discordancias con el ya anunciado discurso de responsabilidad social del POT, ya que, con estos proyectos de ciudad, en los que se busca una mayor visibilidad global, el objetivo es atraer la inversión extranjera, corriendo el riesgo que los excedentes producidos por esta industria creativa sean reinvertidos en el exterior, lo cual, en la mayoría de los casos puede ser peligroso para la economía local; en lugar de hacer un uso económico del suelo que represente beneficios para su población, puede convertirse en un punto de fuga económica.

Por otro lado, es necesario ampliar la acción de la renovación urbana a partir de un uso del suelo tan específico como el de las industrias creativas y la infraestructura cultural. Con el proceso de globalización, la cultura ha sido cargada de nuevos significados y responsabilidades, se ha considerado como un producto de valor económico con la capacidad de regenerar centros urbanos a partir de la instauración de infraestructura cultural que fomente actividades de producción cultural y creativa (Linheira, Rius-Uldemolins y Hernández, 2018, Martínez, s.f y López, 2018). A su vez, la cultura como concepto es muy amplia y maleable, ella logra albergar un gran conjunto de ideologías y prácticas que pueden ser usadas bajo diferentes intereses a partir de la estandarización de políticas públicas y económicas que permiten su mercantilización, de aquí que uno de los enfoques de la Economía Naranja sea la protección de los derechos de la propiedad intelectual para establecer una comercialización de estos de manera controlada.

Se establece una economía cultural asociada a las industrias creativas y a la Economía Naranja, donde se busca sacarle un provecho comercial y económico al potencial creativo de las ciudades. Esto se puede ver evidenciado en la Política para Emprendimiento y las Industrias Culturales así:

En nuestros días, la tendencia regional encuentra que fomentar y fortalecer las industrias culturales y creativas propias, basadas en la valoración y valorización de los activos culturales locales, caracterizados por la pluralidad en las manifestaciones, es una oportunidad para alcanzar el desarrollo sostenible de la población de cada país. Hacemos parte de una aldea global cuya economía ha migrado hacia la producción intelectual. (Mincultura, 2010, p. 553).

De esta forma, se crea un escenario de responsabilidad política y económica para las industrias creativas, evidenciándose el interés por llevar a cabo procesos que generen ingresos económicos representativos y que se enruten hacia una ciudad global. Para esto se ha destinado un espacio de ciudad que albergue el Distrito Creativo y que se preocupe por fomentar y mercantilizar el talento y potencial creativo de la población.

La importancia de la disposición de este terreno creativo se encuentra en la posibilidad de tener un mejor control de las industrias creativas, concentrando los recursos en un solo lugar, buscando solucionar problemas que en la actualidad se tienen con la producción creativa. Para conocerlos más a fondo, Conexiones Creativas<sup>6</sup> realizó una gira por todo el país, en el que se realizaron diferentes talleres y conversatorios, enfocados en la pregunta “¿Vives en una región que potencia tu talento creativo?”. En ellos, algunos integrantes visibles de la economía creativa de cada región exponían su punto de vista frente a la situación actual de las industrias creativas y respondían la pregunta. Se encontró la necesidad de entretrejer redes para los emprendimientos creativos y crear lazos de cooperación y co-creación que potencie la economía creativa, ya que, en muchas ocasiones, los creativos trabajan aislados, limitando sus posibilidades de creación y de disposición de recursos.

Como resultado, el Distrito Creativo busca proporcionar un aglutinamiento de la industria creativa que permita crear redes de trabajo y de apoyo entre los creativos, como lo expuso Catalina Cortés:

Queremos empezar a hacer *networking*, es generar conexiones, esas conexiones son supremamente importantes para desarrollar la economía y que no quede como en los mismos, si tú eres muy buena haciendo algo, pero cómo te van a conocer si te faltaba

---

<sup>6</sup> Quién es Conexiones Creativas y su papel dentro del Distrito Creativo se expone en el próximo capítulo.

hablar y darte a conocer. Que los festivales sean espacios para conocer a otros artistas, de hacer conexiones, los festivales son para hacer *networking*, nuestros festivales no son La Solar, un lugar donde la gente va a escuchar creadores, unos conocidos y otros no tan conocidos, gastronomía variada y los creadores, talleres, charlas que ocurran en ese tiempo. (Cortés, C., comunicado personal, 21 de febrero de 2020).

Para posibilitar esto, se utiliza como eje articulador a Comfama, quienes se establecieron dentro del distrito en un espacio denominado Bodega Comfama, como protagonista, es Comfama quien abre la puerta del Distrito Creativo a la ciudad con el establecimiento de una agenda cultural permanente y constante con la intención de atraer a las personas al barrio, mostrar la nueva propuesta y articular nuevos actores. Por ejemplo, hay, ya establecidos, tres cafés: Café Peso, Urbania Café y el Distrito Cafetero; dos academias de baile, Elements y el Ballet Metropolitano; y dos espacios para *coworking*: Sightbe y Ruta Naranja. Este último es un actor fundamental para el desarrollo y evolución del Distrito Creativo, ya que se establece una alianza con el Distrito de la Innovación, Ruta N, creando un espacio para el acompañamiento de emprendedores creativos. Allí, además de ser un lugar de encuentro para diferentes emprendimientos, se prestan asesorías de mercadeo, material y producción de productos creativos, adicionalmente cuentan con un laboratorio que dispone de herramientas para patentar los productos creativos y comercializarlos.

En el Distrito Creativo, como área de desarrollo mixta, se espera que las personas tengan todo lo que necesitan en un mismo lugar y así reduzcan sus desplazamientos, lo que ayudará al medio ambiente y a la movilidad (Alcaldía de Medellín, 2014). No obstante, la Corporación tiene una visión muy clara y concreta sobre el crecimiento del barrio y los proyectos de vivienda. Si bien son conscientes de que el POT pide una redensificación del centro de la ciudad, no quieren que el Distrito Creativo se convierta en un lugar de megaproyectos urbanísticos con edificios de gran altura, sino, por el contrario, “tener proyectos de vivienda diversa, no solo loft, para creativos, sino la posibilidad de tener familias con niños. También se necesita personas más adultas, posibilidades de vivienda estudiantil, esto va a permitir un equilibrio entre las dinámicas y los precios, con alturas moderadas” (P. Trujillo, comunicado telefónico, 30 de abril de 2020). Debido a estas contradicciones en los intereses de la administración de la ciudad y del distrito y a la especulación del precio del suelo, producto de la visibilidad que ha adquirido el barrio en la ciudad, los proyectos habitacionales aún no han encontrado su puerta de entrada en el Distrito Creativo.

Es necesario resaltar entonces, cómo el discurso de sostenibilidad se involucra en todos los elementos barrio, ya que desde la movilidad se promueve el uso de las bicicletas, el transporte público y se prioriza el espacio para el peatón; la oferta gastronómica prioriza las iniciativas vegetarianas y veganas y buscan tener y generar una consciencia sobre los desechos contaminantes. Hay una gran preocupación por el elemento de sostenibilidad en este proyecto de renovación urbana, que se hace visible en este tipo de discurso, y en la estética y concepción de la infraestructura del barrio, las restricciones en la participación de ciertos negocios comerciales y en la construcción de edificios habitacionales.

Se puede observar cómo la mercantilización de la cultura por medio de la Economía Naranja y el uso de las políticas culturales para la renovación de un territorio, dan como resultado un Distrito Creativo bajo unos lineamientos de sostenibilidad, innovación y desarrollo, que contribuyen a una proyección de ciudad global para la atracción de capital e inversión extranjera. Además, la imposición de sus dinámicas y su planeación de desarrollo darán como resultado un proceso de renovación urbana de un barrio industrial de la ciudad, reemplazando los actuales trabajadores por creativos que serán los encargados de instaurar las nuevas pautas de socialización y de producción económica.

## **Capítulo II. Una mirada hacia el proceso de instauración y articulación del Distrito Creativo Perpetuo Socorro**

### *Observando el Distrito Creativo*

El proceso de observación inició en el 2018, cuando el Distrito Creativo aún no tenía mucha resonancia dentro de la ciudad y el contraste con las dinámicas del barrio era mucho más evidente. El reconocimiento del distrito ha aumentado de forma acelerada y constante, posicionándose como un referente para el arte y la cultura. La creación del Distrito Creativo fue acompañada por Conexiones Creativas, una empresa internacional que se presenta como sigue: “una corporación sin ánimo de lucro con operación en Iberoamérica y sedes en España y Colombia. Se despliega como una plataforma de pensamiento y acción en torno a la Economía Creativa o Naranja y su aporte a la competitividad y el desarrollo territorial: sectores productivos, el gobierno, la academia y el tejido social. Proyectamos y acompañamos organizaciones, empresas, regiones y emprendedores”<sup>7</sup>. El acompañamiento fue dirigido por Paula Trujillo, “especialista y gestora en el mundo de la Economía Creativa y Cultural entre Europa y América Latina desde hace más de 11 años. Actualmente es Directora de Estrategia de Conexiones Creativas (Think & Do Tank en Economía Creativa) entidad de la que es cofundadora”<sup>8</sup>. El acompañamiento de Conexiones Creativas se dio durante el año 2018 y hasta junio de 2019.

---

<sup>7</sup> Información de su página web oficial: <https://cccreativas.com/quienes-somos/> (revisado en noviembre de 2020).

<sup>8</sup> Información recopilada de su perfil de LinkedIn. <https://co.linkedin.com/in/paulatrujillopt> (revisado en noviembre de 2020).

El primer contacto con esta compañía fue en el año 2019 durante la gira del libro “Ecosistemas Creativos, segunda edición, ¿Vives en una ciudad que potencia tu talento creativo?”, a cargo del equipo de Conexiones Creativas, realizado en la oficina central de Mattelsa. Esta gira buscaba hacer un sondeo de los Ecosistemas Creativos y Culturales en las ciudades principales de Colombia, con la intención de detectar problemáticas y posibles soluciones, teniendo en cuenta temas como presupuesto, apoyo público y privado para el arte y la cultura, participación ciudadana y condiciones materiales de emprendedores y creativos. Esto permitió no solo hacer un análisis sobre las condiciones actuales de la ciudad en lo que respecta a la Economía Naranja y la cultura, sino, también, abrir un camino para comenzar a integrarse con la ciudad, dar a conocer el proyecto que se estaba gestando en el barrio y abrir las puertas a la conexión de creativos y emprendedores culturales para ser parte de este.

Al evento asistieron: Érika Jaramillo, directora de la Corporación Perpetuo Socorro como representante del proyecto de Distrito Creativo, el director de desarrollo económico de la fundación Proantioquia, Juancho Valencia, músico de la banda Puerto Candelaria y parte de la productora Berlín Producciones, y Sergio Restrepo, gerente del Claustro Comfama. La conversación resaltó muchas falencias en cuanto a las industrias creativas y culturales en la ciudad, entre ellas las más relevantes son la fragmentación y la falta de inversión y redes que fortalezcan y potencien a los creativos. De acuerdo con los participantes, los creativos están dispersos en la ciudad, no cuentan con un espacio que los congregate y sobre todo que les permita crecer en comunidad. El desarrollo de la creatividad requiere de inversión, pero uno de los más grandes desafíos en el mercado de las industrias creativas es que la empresa privada y el sector público no tienen un criterio claro para valorar el arte y el trabajo creativo, limitando a los creativos y sus posibilidades dentro de la economía.

Como respuesta a esta problemática, se busca fortalecer la Economía Naranja en el Perpetuo Socorro, esta economía está orientada hacia las industrias creativas y culturales, reconociendo el valor que tiene la creatividad dentro del desarrollo y crecimiento económico de las ciudades. La creatividad es un gran motor de la economía, como lo plantea Richard Florida (2002):

Muchos dicen que en la actualidad vivimos en la economía de la información o la economía del conocimiento. Pero, lo que es precisamente verdad es que por primera vez,

nuestra economía está activada por la creatividad. Creatividad –“la habilidad de crear nuevas formas significativas”, como el diccionario “Webster” lo describe– se ha convertido en un recurso decisivo para la ventaja competitiva. (p. 6)<sup>9</sup>

Debido a esto, hay una apuesta por desarrollar la creatividad como alternativa económica. Como se evidenciará más adelante, la motivación para construir un Distrito Creativo parte de la posibilidad que exhibe la creatividad para el crecimiento económico, no solo de la ciudad, sino también del país, por lo que en la actualidad pueden observarse renovaciones urbanas en Bogotá y Cali enfocadas a las industrias creativas y culturales.

Teniendo en cuenta lo anterior, nace el Distrito Creativo Perpetuo Socorro en Medellín, como una promesa para el desarrollo de las industrias creativas y culturales. Por medio de este espacio de ciudad se busca resolver algunas problemáticas, como la fragmentación y la falta de redes de apoyo entre creativos, ya que Florida también expone que “la creatividad requiere de un ambiente social y económico que pueda nutrirla de diferentes maneras”<sup>10</sup> (2002, p. 6). La oportunidad de concentrar a los creativos en un mismo espacio brindará la posibilidad de desarrollar ideas de negocio basadas en la creatividad de forma cooperativa y colectiva, resolviendo, aunque no completamente, la problemática de la inversión y la remuneración económica para el trabajo creativo.

Para comprender cómo se gesta este proyecto dentro de la ciudad y las pretensiones iniciales del mismo, se entabló una conversación con Paula Trujillo el 3 de abril de 2020. Debido a la cuarentena obligatoria que para ese tiempo se había establecido en Medellín por la pandemia Covid-19, la conversación se desarrolló vía telefónica. Es necesario aclarar aquí que Conexiones creativas ya no ejercía un rol activo dentro del distrito, incluso, la única vez que se hizo visible fue en la gira del libro, ya que, como lo explicó Paula, su labor fue la planeación y configuración inicial. De acuerdo con la conversación, la idea de transformar el barrio Perpetuo Socorro comenzó entre el 2016-2017,

Se establecieron algunas conversaciones informales, invocadas por urbanistas y arquitectos de la ciudad, Mattelsa, Concreto, Luis Fernando Arbeláez, sobre qué

---

<sup>9</sup> Traducción propia.

<sup>10</sup> Traducción propia.

podía pasar en el barrio. Quien era Senador, ahora presidente Iván Duque, vocero de la Economía Naranja, había establecido conversación con Concreto y se le había comentado del proyecto que se tenía en el barrio” (P. Trujillo, comunicado telefónico, 30 de abril de 2020).

Desarrollar este tipo de proyectos en un barrio como el Perpetuo Socorro exhibe grandes ventajas. Primero, es un barrio industrial donde no hay vivienda, sino grandes talleres y bodegas, lo que permite una mayor maleabilidad a los cambios de uso de este espacio. Segundo, su ubicación estratégica dentro de la ciudad y su facilidad de acceso permiten que el cambio que se realice sea acogido rápido y fácilmente, proporcionando una mayor integración con la ciudad. Esta disposición lo hace ideal para llevar a cabo un ADN en el que el cambio en la economía esté acompañado por la transformación urbana.

Teniendo en cuenta esto, el proyecto del Distrito Creativo se enmarca en la estrategia de planeación urbana, declarada en el POT 2014-2027, que busca fomentar el uso mixto del suelo. Debido a esto, el Distrito Creativo deberá comprender no solo industrias o espacios de trabajo creativo y cultural, sino también la presencia de vivienda, mercados y cafés donde se resuelvan todas las necesidades de los creativos y donde se posibilite la interacción con las personas por fuera del barrio. Ya que, de acuerdo con lo planteado por Jacobs (2011), un espacio fructífero para la creatividad debe promover la diversidad, enfocándose en espacios que permitan el encuentro y la interacción, aspectos fundamentales para potenciar la creatividad.

A su vez, desde la perspectiva de Florida (2002) y Landry y Bianchi (1998), hay un cambio de una economía industrial a una economía creativa –esta última como promesa de futuro–. Este cambio de economía requiere, por lo tanto, acompañarse de una transformación urbana, como se observa específicamente en el Distrito Creativo Perpetuo Socorro, en el que un barrio industrial, de economía tradicional, es renovado en un centro de Economía Naranja, donde se promueve el desarrollo de las industrias creativas y culturales, proponiendo una nueva estética, uso del espacio y forma de habitabilidad.



Para llevar a cabo esta transformación es necesario tener un ente estratégico que movilice y promueva la nueva intención del barrio, por lo que “se hace una invitación a una caja de compensación, que son agencias importantes desde lo cultural, para que una de ellas tome un liderazgo importante para desatar una dinámica de Distrito Creativo en el barrio. Comfama decide entrar y crear Bodega Comfama” (P. Trujillo, comunicado telefónico, 30 de abril de 2020). Comfama es el encargado del 90% de las actividades del Distrito Creativo, además es el principal referente dentro del barrio, tanto para las personas que trabajan en él, como para los visitantes ocasionales. La elección de Comfama está también influenciada por lo que representa esta caja de compensación para la ciudad, ya que las personas están familiarizadas con su presencia y sus actividades están asociadas con el bienestar, el entretenimiento, el arte y la cultura, lo que es de suma importancia para presentar como cara y motor del Distrito Creativo.

La bodega en la que hoy se encuentra Comfama fue adquirida por la entidad a mediados de 2017, pero solo se establece como Bodega Comfama hasta diciembre de 2018. “Lo que se decidió en estos meses posteriores fue pensar en una sede de puertas abiertas y un parque público. Mucho uso del espacio *trans*, transparente, translúcido. Que las personas se sintieran atraídas y bienvenidas por la programación” (P. Trujillo, comunicado telefónico, 30 de abril de 2020). En ese momento, Conexiones Creativas y Comfama trabajaron juntas para lograr establecer los principios para el Distrito Creativo y construir la idea de lo que se quiere en este espacio, a través de “explorar con temas creativos que fueran acordes al barrio” (P. Trujillo, comunicado telefónico, 30 de abril de 2020). Este momento inicial de investigación y exploración fueron sentando las bases para la programación cultural con la que se presenta hoy Bodega Comfama en la ciudad, así como las alianzas con grupos y movimientos artísticos y culturales, para ir llenado de creatividad el lugar.

Así mismo, una de las labores principales de Conexiones Creativas para el distrito era “empezar a crear un imaginario alrededor del Distrito Creativo, generación de contenido y desde una marca de un proceso transparente” (P. Trujillo, comunicado telefónico, 30 de abril de 2020). Esto con la intención de establecer una relación entre lo existente y lo nuevo, articular el distrito con la ciudad, atraer a las personas, crear un contenido que refleje la intención del distrito y que además sea llamativo, de forma que las personas asistan, visiten el barrio, lo conozcan y se proyecten en él.

A su vez, el proceso de creación del Distrito Creativo implica una transformación integral del espacio urbano, por lo que se realizaron cambios en las calles que rodean Bodega Comfama. Para esto, Conexiones Creativas entabló “conversación con la Secretaría de Movilidad para hacer modificaciones” (P. Trujillo, comunicado telefónico, 30 de abril de 2020). La calle entre Bodega Comfama y Mattelsa se convirtió en una calle peatonal y ahora es nombrada como “la calle cerrada”, cambio que permitió alargar el espacio de Bodega Comfama y darle una extensión de aire libre a sus actividades. Cementos Argos donó el concreto para la construcción de la frase “Imagina construir juntos”, en el piso de la calle; el tamaño de las letras permite usarse como asiento, esto hace que esta calle se convierta también en un lugar de integración. Además, debido al cierre de esta calle, se hicieron modificaciones en el sentido de las vías dentro del barrio, para liberar flujo vehicular alrededor de Bodega Comfama.

El propósito de renovar el Perpetuo Socorro se expande al equipamiento público. En julio de 2019, la EDU (Empresa de Desarrollo Urbano) entrega el parque central del barrio completamente remodelado; su cambio estético se enfoca en la presencia de árboles y plantas que le dan un nuevo color. Estas transformaciones estéticas buscan propiciar un cambio en las dinámicas de uso del barrio, ya que, además de esto, la zona es vigilada constantemente por agentes de tránsito, impidiendo la invasión de las calles por los carros que visitan los talleres automovilísticos y los almacenes de repuestos. De esta forma, se puede entender que la creación de un imaginario involucra todos los aspectos, desde los espacios físicos y su estética, hasta la percepción que los ciudadanos empiezan a tener sobre lo que es y se hace en el barrio.

Por otro lado, es necesario tener en cuenta cómo se percibe la consolidación del Distrito Creativo. Como se dijo anteriormente, el crecimiento y reconocimiento ha sido de forma paulatina, pero constante, siendo el final del año 2019 y el 2020 el momento de mayor aceleración, ya que, en este momento el distrito tenía procesos más consolidados como la formación de la Corporación Perpetuo Socorro<sup>11</sup>, encargados de la administración del Distrito Creativo y la programación de una agenda cultural más amplia a medida que nuevos actores se iban uniendo al proyecto. El crecimiento se hace evidente cuando se compara la asistencia a los eventos de Bodega Comfama a finales del 2018 e inicios del 2019, con el final del 2019 e

---

<sup>11</sup> Revisar apartado 2 para la descripción detallada.

inicios del 2020, así como la programación durante la semana y la de los fines de semana y el tipo de eventos.

Bodega Comfama, desde el inicio, cuenta con una programación semanal establecida, constancia que les ha permitido presentarse de manera sólida en la ciudad y con paciencia llamar la atención de las personas. No obstante, conviene resaltar que, como se expresó anteriormente, en marzo de 2020 el país entró en cuarentena obligatoria, debido a esto todas las actividades del Distrito Creativo se vieron interrumpidas y con esto el esfuerzo de un año por mantener una agenda cultural constante. Al principio de la cuarentena Bodega Comfama, frenó la programación, pero, a partir de abril de 2020 comenzó a ofertar eventos virtuales a través de Instagram *live*. Sin embargo, esta estrategia no compensó el paro ya que no se contaba con la misma asistencia que de modo presencial. A partir de noviembre la bodega fue retomando paulatinamente los eventos controlando el aforo y el distanciamiento social.

La programación cultural fue cambiando a lo largo del tiempo. Para el 2020, se establece así: 2 eventos semanales fijos, martes de Charlas Perpetuas y Sábados Perpetuos y, 2 eventos mensuales, miércoles de Bodega Réconds y sábado de Mercado Creativo, así mismo, cuenta con festivales especiales que se hacen una vez cada 3 o 4 meses. Además, la bodega era y sigue siendo utilizada por diferentes colectivos y movimientos artísticos y culturales y eventos ocasionales, como el Medellín Skate Market, llevado a cabo en septiembre de 2019, uno de los eventos más grandes realizados en la Bodega, que le dio mucha visibilidad en la ciudad y entre la comunidad de creativos. Igualmente, es importante destacar este evento como el que le dio color a la bodega, ya que una de las actividades del evento era llenar las paredes de la bodega con grafitis y arte urbano.



**Figura 1: Una de las paredes de Bodega Comfama. Grafitis y plantas, elementos característicos del Distrito Creativo.**

Fuente: Elaboración propia. Febrero 22 de 2020.



**Figura 2: Expresión artística en las paredes de Bodega Comfama.**

Fuente: Elaboración propia. Febrero 22 de 2020.

La nueva imagen de la bodega influyó la forma en que las personas la veían, los grafitis dan una sensibilidad diferente al espacio, brindan familiaridad y sobre todo un espacio de intervención en el que todos pueden participar. Además, abrir las puertas a la participación

de diferentes personas en la creación del distrito facilita el proceso de integración y articulación con la ciudad, creando un imaginario de co-creación y de apertura para la participación ciudadana. De acuerdo con lo expresado por Paula Trujillo durante la entrevista, este es uno de los aspectos más importantes para la integración del Distrito Creativo con la ciudad, establecer puntos de contacto, en los que se sienta la cercanía y la posibilidad de participación de todos.

Ahora bien, la integración se ha dado de manera paulatina. La asistencia a la programación regular a principios del 2019 no era tan abundante, los eventos contaban con pocas personas que apenas se estaban acostumbrando a las nuevas dinámicas, por ejemplo, caminar el distrito en la noche, debido a que los eventos generalmente se llevaban a cabo a partir de las 6 pm, con excepción de los sábados, los cuales inician a las 9 am. Teniendo en cuenta que el barrio al ser industrial cesa actividades alrededor de las 6-7 de la noche, por lo que al finalizar los eventos la calle era sola y oscura. Para esto se realizaron cambios en la distribución de las calles y en el alumbrado público y la llegada de más actores que impusieran un nuevo horario de actividad para el barrio.

Con el paso del tiempo y a medida que se llevaban a cabo los cambios estructurales en el barrio, la percepción de seguridad fue mejorando, lo que también ayudó a una mayor asistencia a los eventos. Otro proceso de gran ayuda para aumentar la visibilidad del distrito es la colaboración con colectivos artísticos y culturales, en los que Bodega Comfama presta el espacio para que puedan practicar, y la colaboración con emprendedores, artistas y expertos para realizar conversaciones y charlas sobre temas alrededor de las industrias creativas y culturales. Estas colaboraciones fueron fortaleciendo la agenda de Bodega Comfama, atrayendo cada vez más la atención de las personas, lo que aumentó la asistencia a los eventos significativamente, construyendo así el imaginario de Distrito Creativo.

### *Los festivales como reflejo del proceso de formación del Distrito Creativo*

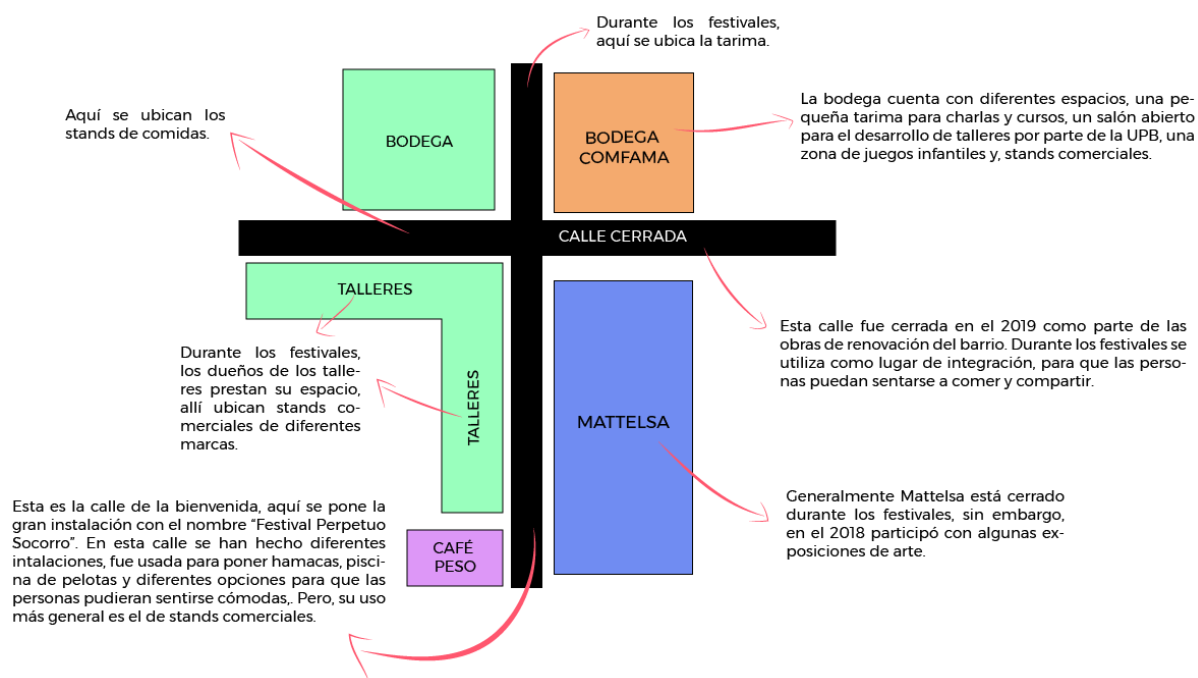
El cambio en la percepción también se hace evidente en los Festivales Perpetuo Socorro, llevados a cabo de forma regular. En el inicio del 2019 se hacían el primer sábado de cada mes, pero, desde la mitad del 2019 hasta ahora, se hace con mayor intermitencia, ya que, a medida que el distrito iba adquiriendo mayor reconocimiento, aparecieron nuevas modalidades de festivales externos desarrollados en Bodega Comfama. Además, los festivales

cada vez iban aumentando a nivel logístico, hubo un incremento en la programación artística, se unieron talleres y charlas sobre creatividad y cultura. Este crecimiento en la planeación también es evidencia del crecimiento del distrito, no solo en capacidad sino en asistencia, la cual también se hacía más llamativa con el tiempo.



**Figura 3: Festival Perpetuo Socorro. El festival siempre está acompañado de oferta comercial.**

Fuente: Elaboración propia. Septiembre 14 de 2019.



**Figura 4: Mapa de distribución Festival Perpetuo Socorro.** Los cuadros verdes corresponden a los espacios que aún conservan la tradición industrial del barrio. El cuadro azul corresponde al lugar en el que se encuentra Mattelsa, el cuadro naranja corresponde al lugar donde se encuentra Bodega Comfama y el cuadrado rosado, corresponde al lugar donde se encuentra Café Peso, el primer café del distrito.

Fuente: Elaboración propia.

Los festivales cuentan con una oferta gastronómica, una oferta comercial con marcas de emprendedores de Medellín, una programación musical y una de talleres y conversaciones. Para el desarrollo del festival, se cierran 4 calles permitiendo solo el flujo peatonal (ver Figura 4). La calle entre Mattelsa, Café Peso y los talleres dan la bienvenida, allí se pone una instalación con el nombre del festival. Este espacio se utiliza de forma múltiple, por mucho tiempo tuvieron una estructura para poner locales comerciales, pero en otras ocasiones se ha usado para poner una instalación artística funcional para el descanso y la recreación, tanto de adultos como de niños. La calle ubicada entre los talleres y la bodega es usada para los *stands* gastronómicos y la calle entre Bodega Comfama y la bodega, es usada como tarima de espectáculos para la programación musical. Dentro de Bodega Comfama se llevan a cabo las conversaciones, las charlas y los talleres, integrados con oferta comercial.





**Figura 5: Tarima para espectáculos musicales.**  
Fuente: Elaboración propia. Septiembre 14 de 2019.



**Figura 6: Espacio para talleres creativos de la UPB dentro de Bodega Comfama.**  
Fuente: Elaboración propia. Septiembre 14 de 2019.





**Figura 7: Calle al frente de la calle cerrada en la que se instalan locales de comida y los talleres rentados exhiben comercio de emprendimientos y empresas creativas.**

Fuente: Elaboración propia. Septiembre 14 de 2019.

Durante los festivales, algunos de los talleres que forman una “L”, ubicados al frente de Mattelsa y diagonal a Bodega Comfama son alquilados para realizar actividades del festival, generalmente como espacios comerciales y escenario para presentaciones musicales (ver Figura 4). El alquiler busca compensar por el cierre de las calles, por ende, la imposibilidad de trabajar en los talleres el tiempo que dura el festival y la instalación y desmonte de las diferentes estructuras que lo apoyan.

Los Festivales Perpetuo Socorro han cambiado mucho en el tiempo. Al inicio del 2019 se realizaban los sábados y domingos, finalizando el 2019 y durante el 2020 se realizaron solo los sábados. Si bien la agenda siempre ha incluido talleres creativos para diferentes edades, a finales del 2019 e inicios del 2020 se observó un festival mucho más familiar e integrado, con talleres especializados para niños, piscina de pelotas e instalación inflable (ver Figura 4). Este aspecto es muy importante, en cuanto marca una invitación integral al barrio que no se contemplaba en los primeros meses de observación<sup>12</sup>, pues en un principio era un espacio para jóvenes creativos de forma más exclusiva. En el 2020, comienza a verse como un barrio abierto a diferentes grupos de personas, combinando diferentes intereses y propósitos dentro del Distrito Creativo.

<sup>12</sup> Este tiempo corresponde al primer semestre del año 2019.



**Figura 8: Instalación inflable para niños dentro de Bodega Comfama en un festival.** Fuente: Elaboración propia. Septiembre 14 de 2019.

La observación de estos cambios en el Festival Perpetuo Socorro permite entender cómo se va configurando el Distrito Creativo en la ciudad, a partir de su logística y de su asistencia, así como la forma en que se proyecta, en este caso con referencia a la población para la que quiere ser llamativo. Al principio, la asistencia era limitada, concentrando la mayoría de las personas el sábado en la noche, población sobre todo joven, quienes disfrutaban de la programación musical. Después el enfoque fue un poco más comercial, destinando no solo Bodega Comfama para la instalación de *stands* comerciales, sino, también, la calle de bienvenida.

Pero, a finales del 2019, la concepción del festival cambió con la intención de llamar a una población más diversa e integral, se propició el compartir familiar destinando espacios para niños, como la piscina de pelotas en la calle de bienvenida, la instalación inflable dentro de Bodega Comfama y talleres infantiles por parte de la UPB. Esto permite esbozar la forma en que se concibe y planea el Distrito Creativo, el tipo de atención que quieren en la ciudad y la forma como esperan que se vaya configurando el barrio: abierto, integral y diverso. Por otro lado, es necesario aclarar que la asistencia a los festivales se incrementó notablemente, cada vez se observaba mayor cantidad de personas y, sobre todo, una mejor distribución de la

asistencia, la cual era constante durante todo el día de festival. Esto puede representar una mayor acogida del evento particular, pero también del Distrito Creativo dentro de la ciudadanía.

### *Actores a cargo de la construcción del Distrito Creativo*

Para comprender más a fondo cómo se establece y se proyecta el Distrito Creativo Perpetuo Socorro, es necesario exponer los actores que están a cargo de este proceso de transformación. La planeación y desarrollo del distrito está concentrado en un grupo de actores de naturaleza pública y privada: Conexiones Creativas, Ruta Naranja y la Corporación Perpetuo Socorro, conformada por: Comfama, Mattelsa, Universidad Pontificia Bolivariana (UPB), Almacentro y Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Durante la investigación se hizo un acercamiento directo, por medio de conversaciones formales con Conexiones Creativas, la Corporación Perpetuo Socorro y la UPB. El acercamiento con Comfama, Ruta Naranja y Mattelsa, por su parte, fue a través de visitas guiadas y de observación en diferentes eventos. Teniendo en cuenta que estos son los actores principales en la transformación del barrio, es interesante observar las diferentes perspectivas que se tiene sobre el Distrito Creativo y cómo cada uno contribuye en un aspecto diferente.

### **Conexiones Creativas**

Para empezar, está Conexiones Creativas, que, como se expuso anteriormente tuvo la misión de establecer los cimientos para el Distrito Creativo, lo cual involucra la “articulación de entes gubernamentales, Alcaldía, Planes de Desarrollo, Gobernación con ADN” (P. Trujillo, comunicado telefónico, 30 de abril de 2020), para facilitar los procesos de transformación y renovación urbana en el Distrito Creativo desde diferentes perspectivas y sintonizarlas con su propósito. A su vez, se encargó de establecer una figura de administración del distrito que correspondiera con su misión de integración, fomento de la creatividad y la cultura. Para esto, se creó la Corporación Perpetuo Socorro en noviembre del año 2018, con la intención de integrar actores que ya tenían una presencia en el barrio con los nuevos actores de la Economía

Naranja<sup>13</sup>. La corporación estaba compuesta inicialmente por Comfama, Mattelsa y Almacentro, posteriormente se unió UPB y recientemente (finales del 2019), SENA.

La labor de la corporación es principalmente administrar el Distrito Creativo, controlar su crecimiento y establecer los nuevos patrones de integración con las personas del barrio y con la ciudad. Además de establecer las relaciones con los nuevos actores y organizar la oferta que ellos llevarán al distrito para activarlo y fortalecerlo. Durante los primeros meses de la creación de la Corporación, Conexiones Creativas estuvo acompañando el proceso de articulación de los actores que la componen y ayudando a que se “terminara de organizar temas de seguridad, infraestructura y misión” (P. Trujillo, comunicado telefónico, 30 de abril de 2020). A partir del 2019 la corporación operó sola y Conexiones Creativas se alejó de este proyecto.

## **Ruta Naranja**

---

<sup>13</sup> En las palabras de Paula Trujillo, durante la conversación: “Acompañamiento en la creación de la Corporación Perpetuo Socorro, por ejemplo, aliar a Almacentro y explicarle la importancia de que estos nuevos actores entren y se involucren. (Trujillo, P. Comunicado telefónico, 30 de abril de 2020).

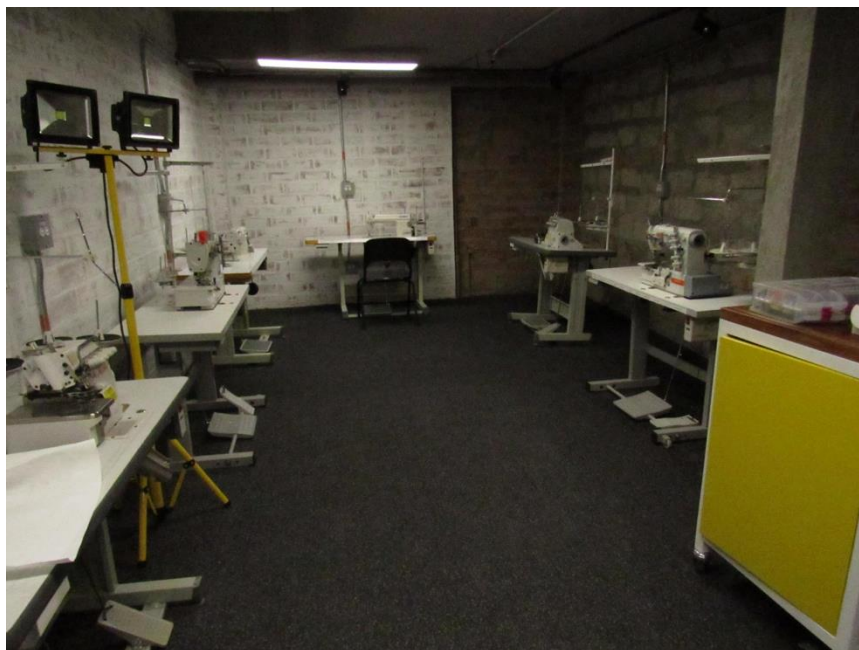


**Figura 9: Entrada Ruta Naranja.**

Fuente: Elaboración propia. Febrero 22 de 2020.

Ruta Naranja es una asociación entre Ruta N y la Alcaldía de Medellín. Llegó al distrito en noviembre de 2019, con la intención de “fortalecer la industria creativa desde asesoría y conexiones” (Diario de campo, entrada 6, 22 de febrero de 2020), así lo expresó el coordinador de Ruta Naranja durante una visita guiada por el Distrito Creativo con Antioquia en fotografías. El edificio de Ruta Naranja está compuesto por un área principal destinada a *coworking*, dos salas de juntas y un laboratorio, teniendo como intención “que muchos emprendimientos creativos puedan reunirse en un mismo espacio y crear más fácilmente relaciones de cooperación y ayuda” (Diario de campo, entrada 6, 22 de febrero de 2020). El laboratorio de desarrollo de producto cuenta con una impresora 3D, máquinas para realizar etiquetas, máquinas de coser y diferentes herramientas para que los emprendimientos puedan desarrollar completamente su producto, guiados por unos asesores dispuestos a ayudar a los emprendimientos creativos.





**Figura 10: Taller de creación de producto dentro del edificio de Ruta Naranja.**  
Fuente: Elaboración propia. Febrero 22 de 2020.



**Figura 11: Taller de creación de producto dentro del edificio de Ruta Naranja.**  
Fuente: Elaboración propia. Febrero 22 de 2020.

La labor de Ruta Naranja es muy importante, ya que se encarga de fortalecer las industrias creativas y culturales, brindando acompañamiento, asesoría y apoyo a los emprendimientos creativos, quienes se espera sean beneficiados en el Distrito Creativo. El espacio de co-creación que propone Ruta Naranja permite el establecimiento de una red de conexión entre creadores, que facilita el trabajo en equipo, la interdisciplinariedad y las

alianzas, posibilitando el desarrollo de proyectos creativos y culturales, reuniendo e integrando ideas en esta red.

## Comfama



**Figura 12: Anuncio de Sábados Perpetuos en la entrada principal de Bodega Comfama.**

Fuente: Elaboración propia. Febrero 22 de 2020.

La planeación del Distrito Creativo contempló la necesidad de tener un espacio que actuara como referente de articulación y promoción del proceso de transformación del distrito, para lo que se adquirió la bodega que ahora le pertenece a Comfama, “la bodega estuvo cerrada 8 meses, mientras se planeaba la acción dentro de ella. La tomaron a mediados 2017 y en diciembre de 2018 son invitados (Comfama) para postularse para hacer la gerencia de este espacio” (P. Trujillo, comunicado telefónico, 30 de abril de 2020). Desde un principio, había un gran interés en que este espacio fuera ocupado por una caja de compensación que llevara a cabo el desarrollo del Distrito Creativo de la forma más armónica posible, es así como Bodega Comfama empieza a ejercer a partir de diciembre del año 2019. La importancia del

acompañamiento por parte de una caja de compensación puede deberse a que ya hay un imaginario construido alrededor de ellas, son reconocidas por ser promotoras del arte y la cultura, así como por tener programas para la financiación y promoción de emprendimientos de diferentes tipos, en este caso, creativos, lo cual es vital para que el Distrito como ADN crezca y se fortalezca.

De esta forma, Bodega Comfama se convierte en el corazón del Distrito Creativo, siendo el lugar donde cobra vida, como un espacio abierto en el que se invita a la participación y construcción conjunta, donde las personas pueden aprender y exponer sus conocimientos, siendo entonces un espacio para la creación. Bodega Comfama tiene una programación habitual, pero, también está disponible para diferentes eventos en torno al sector creativo. Se puede prestar el espacio, con algunas condiciones, que no haya objetivación de la mujer y que no sea con fines comerciales. El espacio está abierto para que las personas entren, se sienten y disfruten de él. Las personas que trabajan en el barrio pueden entrar y disfrutar de unas mesas que están dispuestas para que puedan almorzar y pasar un rato de descanso<sup>14</sup>.

El papel de Bodega Comfama es fundamental en el Distrito Creativo, ya que actúa como puerta de entrada, es el más visible y por lo tanto representa el imaginario del distrito y su proceso de planeación. Además, tiene como tarea llevar a cabo el proceso de integración, primero con el barrio y después con la ciudad. Bodega Comfama ha permitido el desarrollo de actividades para el fomento del arte, la cultura y la creatividad y ha brindado a colectivos y movimientos artísticos la posibilidad de practicar, reunirse y presentarse, lo cual suele ser difícil, sobre todo para grupos con escasos recursos. Bodega Comfama es también el punto de articulación con los habitantes del barrio, ya que, se dispone para que los trabajadores se puedan beneficiar de él, adicionalmente, es allí donde se llevaron a cabo las actividades para dar a conocer el proyecto de Distrito Creativo a los integrantes del barrio, exponer y explicar los cambios que se comenzarían a observar<sup>15</sup>.

---

<sup>14</sup> Esta descripción fue dada por la coordinadora de Bodega Comfama durante una visita guiada por el Distrito Creativo con Antioquia en Fotografías.

<sup>15</sup> Este aspecto será discutido de forma más amplia en el apartado siguiente.



## Mattelsa



**Figura 13: Edificio Mattelsa.**

Fuente: Elaboración propia. Febrero 22 de 2020.

El papel de Mattelsa en el Distrito Creativo es el más enigmático de todos, ya que es una marca de ropa de moda rápida, con algunos años en el mercado, que decidió establecer su oficina central en el barrio Perpetuo Socorro. Si bien no tiene una programación regular para el Distrito Creativo, su participación es notoria y rimbombante, principalmente por el contacto tan estrecho que se tiene en la Corporación Perpetuo Socorro, que por el momento estableció su oficina en el edificio de Mattelsa, gozando de los mismos beneficios de los empleados propios<sup>16</sup>. La empresa se define a sí misma así:

Somos una comunidad que tiene el propósito de hacer algo positivo por el planeta, más allá de hacer ropa y crear mensajes de consciencia en las redes; y que debe dejar el mundo mejor que como lo encontró, poniendo a las personas como el eje central de esta transformación. (Descripción tomada de su página web)<sup>17</sup>

Así mismo, establece como misión empresarial:

<sup>16</sup> Esto lo expresó Catalina Cortés, en una visita guiada por el Distrito Creativo con Antioquia en fotografías.

<sup>17</sup> Recuperado de: <https://www.mattelsa.net/categoria/nosotros>

Poner a las personas por encima de los estados de resultados; reinventar los procesos para hacer ropa, cambiando el modelo de trabajo de una industria estigmatizada y convirtiéndola en un ejemplo para las demás; invertir en un colegio que plantee nuevas rutas de educación, fomentando la conciencia y creatividad, la inteligencia emocional, el pensamiento cognitivo y sistémico; desarrollar productos que den alternativas sostenibles frente al problema del plástico; y transformar un barrio de talleres mecánicos en el Distrito Creativo en Medellín. (Descripción tomada de su página web)<sup>18</sup>.

Como se puede observar en estas descripciones, Mattelsa tiene diferentes proyectos además de la fabricación de ropa. Se ha propuesto impartir unos valores morales en diferentes formatos, el colegio y el Distrito Creativo. Esta posición me ha resultado confusa y difícil de comprender para el análisis. Dentro del contexto, juega un papel importante dependiendo de quién lo observe, pero su participación figura constantemente, de una forma o de otra. Durante las entrevistas, quien le asignó un papel de mayor importancia fue la corporación, mientras que Conexiones Creativas descarga la importancia en Bodega Comfama.

Por otro lado, es importante hablar del edificio de la oficina central de Mattelsa, ya que este en sí mismo es un protagonista del distrito (ver Figura 13). Después del Hospital General, el edificio de Mattelsa es el más grande de la zona, que está compuesta por talleres, almacenes y bodegas de un solo piso, lo que lo hace marcar la diferencia y presentarse como una declaración de transformación. Es un edificio de vidrios espejo que reflejan la vegetación que lo rodea y la iglesia Perpetuo Socorro, de apariencia moderna, que se diferencia a la tradición industrial antigua del resto del barrio. Alrededor, el edificio está cubierto por vegetación, lo cual lo hace llamativo en contraste con el resto del barrio. Desde la perspectiva visual, la llegada de este edificio al barrio marca el momento de un cambio, ya que es imposible que esta imposición pase desapercibida.

La oficina de Mattelsa por dentro continúa impresionando, ya que la vegetación se extiende hasta adentro y tiene dos elementos muy llamativos, un mercado orgánico de “sistema de confianza”, en el que no hay ningún tipo de seguridad, los empleados pueden ir seleccionar todo lo que necesitan, mandan una foto de su carrito de compras y los artículos son descontados

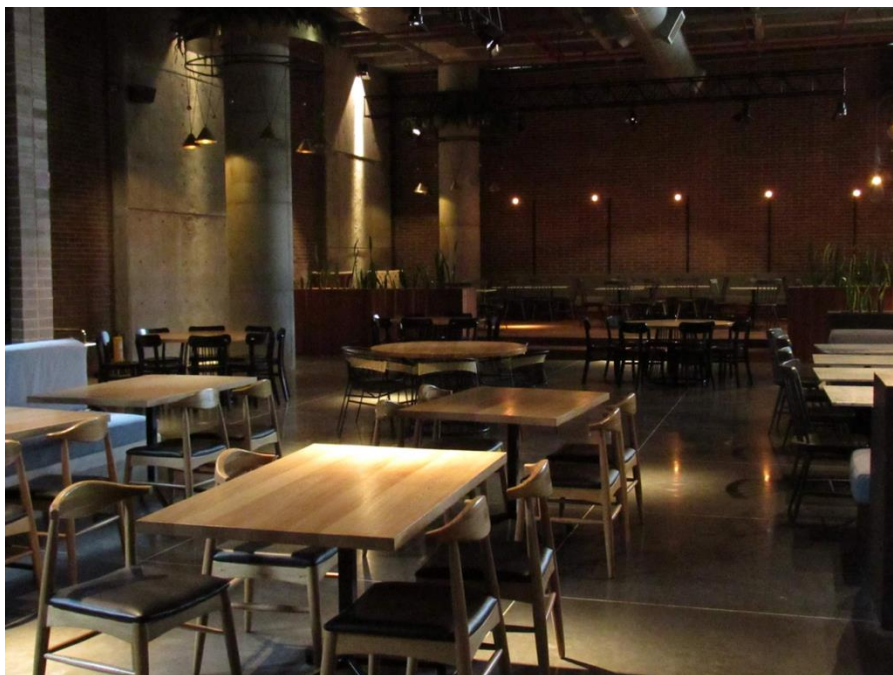
---

<sup>18</sup> Ibid

de su salario, y un restaurante que incluye una zona más pequeña como un Café, espacio que se convierte en tarima durante los eventos. El restaurante sirve exclusivamente comida vegana y su apariencia no corresponde con un restaurante empresarial, sino, por el contrario, con un restaurante elegante.



**Figura14: Mercado para empleados dentro del edificio de Mattelsa.**  
Fuente: Elaboración propia. Febrero 22 de 2020.



**Figura 15: Restaurante para empleados dentro del edificio de Mattelsa.** Fuente:  
Elaboración propia. Febrero 22 de 2020.

Esto permite observar cómo Mattelsa establece cierto tipo de valores morales, no solo en su misión sino, también, en la forma de manejar la oficina. Durante el recorrido por el Distrito Creativo, llevado a cabo con Antioquia en fotografías, una de las paradas era este edificio, y allí explicaron cómo era trabajar para Mattelsa en este espacio. Desde mi propia observación, encontré que Mattelsa tiene una política muy fuerte sobre la alimentación y los hábitos de vida de sus trabajadores, por lo tanto, el restaurante es 100% vegano. Además, las personas reciben una bonificación económica si utilizan transporte público y una más grande si se movilizan en bicicleta; debido a esto, el espacio que había sido construido como parqueadero quedó habilitado como un gimnasio para que los empleados puedan ejercitarse, esto con el fin de promover hábitos de vida saludable. De acuerdo con lo expresado en el recorrido, en la fábrica de Mattelsa se dispone de un espacio para una huerta, que sirve de insumo para el restaurante. Acerca del tipo de ropa que hacen (moda rápida) dicen que tratan de hacerlo de forma sostenible y hacen ejercicios de compensación por la fabricación de la ropa, como lo es incentivar la alimentación vegana y el transporte sustentable.

Debido a la cercanía que se comentó anteriormente de la corporación y Mattelsa, la observación permite pensar que muchos de los valores morales con los que Mattelsa administra su empresa son transmitidos al Distrito Creativo<sup>19</sup>. Los cambios observados en la estructura del barrio corresponden a ciclo rutas y el incremento de espacios peatonales, en los eventos y el Festival Perpetuo Socorro hay una gran limitación de la oferta gastronómica, favoreciendo la comida vegana, lo que corresponde con el discurso que presenta Mattelsa. A pesar de que esto pueda verse como pequeños detalles, cuando se consideran en perspectiva y de manera integrada con el discurso y lo observado en la realidad, son un indicativo de la forma que adquiere el Distrito con el manejo de la Corporación Perpetuo Socorro y su cercanía a Mattelsa.

### **Almacentro**

Es el centro comercial más cercano al Distrito Creativo, no ha tenido visibilidad como agente activo, a excepción de algunos eventos para los que se usó el espacio de su auditorio. De acuerdo con lo expresado por la corporación, el centro comercial se unirá al distrito con una fachada verde. La participación de este actor dentro del barrio ha sido silenciosa en comparación con los demás, sin embargo, es importante en cuanto exhibe una colaboración

---

<sup>19</sup> Esto se discutirá en el apartado siguiente.

con las entidades ya existentes, de esta forma, la transformación del barrio procura ser más integrada, poniendo a conversar lo nuevo con lo que tradicionalmente se encuentra en el barrio.

## **UPB**

Es la primera institución de educación superior en formar parte de la corporación. Su participación está enfocada en dos aspectos fundamentales, el primero, porque la universidad tiene muchos estudiantes que hacen parte de las industrias creativas y culturales y, el segundo, porque son ellos los encargados de acompañar el proceso de articulación del Distrito Creativo con las dinámicas tradicionales de barrio.

La participación de la universidad en el Distrito Creativo está mediada por la facultad de arquitectura y diseño, ya que, es esta quien ofrece una formación profesional en áreas creativas y culturales y es a través de ella que se dan la integración interdisciplinar para trabajar en el barrio. Por lo tanto, para conocer más sobre su labor en el distrito, se estableció una conversación con Juliana Restrepo, decana de la facultad, el 13 de marzo de 2020. Esta conversación fue programada para realizarse de manera presencial en la UPB, pero el 12 de marzo la universidad anunció el cierre del campus por lo que la conversación se llevó a cabo por medio de video llamada de WhatsApp. En la conversación Juliana expresa la función de la universidad dentro del distrito de esta forma:

Nosotros empezamos en la Corporación el año pasado. Ingresamos a la corporación porque tenemos estudiantes que pertenecen a las industrias creativas y culturales y también porque pensamos (...), que esa intervención en ese barrio tiene que hacerse de manera respetuosa y de manera articulada con todos los actores, no para beneficiar a algunos en particular, sino para beneficiar a algunos de manera general. (J. Restrepo, comunicado telefónico, 13 de marzo de 2020).

La presencia de la UPB dentro del distrito creativo nutre la Economía Naranja, en cuanto que son ellos quienes producen profesionales en esta área, por lo tanto, es beneficiosa para los estudiantes y para el distrito, teniendo en cuenta que una de las funciones de este es poder generar redes de conexión para el desarrollo de las industrias creativas y culturales. La concentración de este tipo de economía en el barrio facilita la articulación de actores y propuestas, involucrando a creativos, emprendedores y empresas creativas y culturales, de esta

forma, se establece una seguridad en cuanto al futuro de los estudiantes creativos, contando con un lugar en el que podrán encontrar apoyo y fortalecer sus ideas.

A su vez, la participación de la UPB también está enfocada en la creación de contenido para el Distrito Creativo, constantemente acompañan los eventos y festivales, con charlas y talleres:

Dentro de las actividades que hacemos hoy para Perpetuo Socorro está entregar el contenido que nosotros tenemos a disposición dentro de la universidad para ser usado en los diferentes espacios del Perpetuo. Esto quiere decir: el coro a disposición de la Iglesia, nuestros profesores para brindar charlas, nuestras experiencias interactivas para poder ver en los Festivales, para ir llenando de contenido creativo un barrio que hoy por hoy todavía no tiene muchos habitantes creativos de base. (J. Restrepo, comunicado telefónico, 13 de marzo de 2020).

El acompañamiento por parte de la UPB permite una mayor calidad en el contenido, así como la posibilidad de ser ante de todo un espacio de aprendizaje y de crecimiento. Las instituciones académicas, además de entregar la mano de obra creativa, también brindan la posibilidad de crear conocimiento y de innovar, lo que es fundamental para este espacio en construcción y el fortalecimiento de la Economía Naranja, para la cual aún existen muchas dudas y falta de comprensión, pero que sin duda se irá desarrollando a partir de que el distrito vaya desarrollándose.

Por otro lado, le fue asignada la tarea de acompañar el proceso de renovación del barrio y la transformación del Distrito Creativo. Para esto, la UPB destinó un grupo interdisciplinario que establece conversaciones con diferentes entidades para analizar y establecer el desarrollo del distrito y su integración con las dinámicas y proyecciones de la ciudad en general. Los detalles de este acompañamiento los narra Juliana Restrepo:

Como segundo momento, de algo de más gran aliento, que es un plan de desarrollo urbano para el barrio, inicialmente de la L que constituyen las 5 manzanas principales, ahí estamos trabajando con un grupo interdisciplinario bastante grande de la universidad que incluye un sociólogo, un economista, dos diseñadoras gráficas, varios urbanistas, varias personas que son expertas en diseño de paisaje y varias personas invitadas que

hacen parte de las esferas de gestión del territorio. Aún no hemos empezado a trabajar con ellos, estamos todavía en la fase inicial que es familiarizarnos con los documentos que hay alrededor del proyecto, pero pronto trataremos de contactar a la gente del Área Metropolitana, de EDU, de la Secretaría de Desarrollo Económico, de la Secretaría de Productividad, entre otros actores que tengan que ver allí.

Por otro lado, participamos con una empresa que se llama Puente Consultorías que estaba trabajando para Findeter (Banca de Desarrollo Territorial) y la Secretaría de Desarrollo Económico en una caracterización de las empresas culturales y creativas de la ciudad de Medellín. Esa caracterización implicó el desarrollo de varios talleres y de múltiples encuestas a estos actores, se realizaron talleres en los que participaron actores grandes como Comfama, el mismo Perpetuo Socorro a través de Érika [directora de la Corporación Perpetuo Socorro], hasta teatreros que son prácticamente de calle. También aportamos en la Asamblea de Miembros del Perpetuo Socorro, organizando las actividades que sean pertinentes y haciendo un poco veeduría de lo que hace la Corporación. (Comunicado telefónico, 13 de marzo de 2020).

La universidad es entonces el puente de integración entre lo existente y lo nuevo en el Perpetuo Socorro. Las transformaciones del barrio están, en gran medida, a cargo de ella, ya que actúan como ente articulador entre las entidades gubernamentales y de desarrollo urbano para posicionar el Distrito Creativo dentro de la ciudad. Además, se encarga de fortalecer la economía creativa, capacitando a los actores del distrito, quienes en sí mismos no son industrias creativas y culturales, y al sector creativo de la ciudad, que puede ser parte del Distrito Creativo, en el marco de la Economía Naranja.

### **Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)**

Es el más reciente en unirse a la corporación y es la segunda institución de educación superior (después de UPB), esto con la intención de fomentar la formación de creativos que puedan encontrar en el barrio un espacio para trabajar y crecer. Las dos instituciones tienen énfasis diferentes, pero las dos necesarias para la formación de mano de obra calificada que asegure la capacitación de la mayor cantidad de personas posible en áreas creativas, para el fortalecimiento de la Economía Naranja, la cual, se espera, sea de gran atractivo para la inversión de capital extranjero. A su vez, SENA puede beneficiarse del Distrito Creativo, en

cuanto actúa como una red de contactos para jóvenes creativos, asegurando la posibilidad de establecerse y trabajar dentro del distrito.

### **Corporación Perpetuo Socorro**

Como se expresó anteriormente, la corporación es el resultado de la unión de Comfama, Mattelsa, Almacentro, SENA y UPB, los cuales ejercen roles diferentes dentro del distrito. La Corporación Perpetuo Socorro está dirigida por Érika Jaramillo, diseñadora industrial de la UPB, especialista en mercadeo, quien trabajó para Mattelsa durante 10 años como líder de equipo de diferentes áreas, antes de ser nombrada directora de la corporación en el 2018. Para la corporación también trabaja Catalina Cortés, administradora de negocios internacionales, con maestría en gestión de proyectos y directora de proyectos de la corporación. Con ella se estableció una conversación presencial, en Bodega Comfama el 21 de febrero de 2020, en la que se pudo ampliar el conocimiento sobre la corporación y su papel dentro del Distrito Creativo.

La corporación tiene su oficina en la sede central de Mattelsa, lo que les permite gozar de todos los beneficios que ofrece Mattelsa como compañía, otorgándoles un papel protagónico en su discurso. Esto fue percibido, tanto en la conversación con Catalina, como en el recorrido guiado con Antioquia en fotografías, en el cual se entró al edificio de Mattelsa y estando adentro, Érika Jaramillo amplió más sobre la labor de Mattelsa dentro del Distrito Creativo. Al contrastar esta información y la forma como se impartió el discurso, se puede encontrar que la labor que, dicen, es exclusivamente de Mattelsa, es realmente un trabajo en equipo de los demás actores involucrados en el desarrollo del Distrito Creativo<sup>20</sup>.

De acuerdo con lo expresado por Catalina, el papel de la corporación es la administración del Distrito Creativo y todos los aspectos que lo componen, transformaciones físicas y de renovación urbana, articulación con los trabajadores del barrio, establecimiento de conexiones entre creativos, programación y oferta, y acompañamiento y control de la llegada de nuevos actores al barrio. Es, ante todo, el agente articulador de todos los procesos internos del barrio:

---

<sup>20</sup> Más aspectos sobre la influencia que tiene Mattelsa sobre la Corporación y sobre el Distrito Creativo, serán expuestos en el siguiente apartado “Proceso de consolidación del Distrito Creativo”.



¿Entonces nosotros qué hacemos? Hablamos con todos, esa es como nuestra misión como Corporación y hacemos conexiones, con los que ya están acá, con los que vienen nuevos, con los que quieren venir, con los que tienen temor de “qué va a pasar, ¿me van a sacar?, el del taller “entonces qué voy a hacer yo, ¿de qué voy a vivir ahora? y cosas así. (C. Cortés, comunicado personal, 21 de febrero de 2020).

A su vez, la labor que inicialmente tenía Conexiones Creativas de crear un imaginario alrededor del Perpetuo Socorro como Distrito Creativo, es asignada a la corporación, la cual se encarga de abrirse espacio en la ciudad, articular a los creativos y emprendedores del área de la Economía Naranja, para que encuentren su lugar en el distrito, participen y fortalezcan la red de conexión de las industrias creativas y culturales. La puerta de entrada del distrito a la ciudad es la programación creativa y cultural que el barrio tiene constantemente, para lo que la corporación creó un comité de contenido, para organizar la oferta que se va a exponer y asegurar una regularidad semanal en la misma:

Hacemos otras reuniones con los que han llegado nuevos o con los que generan contenido como tal y se llama Comité de Contenido y ese sí lo hacemos una vez al mes, porque cada mes hablamos para saber qué va a hacer el otro, no tienen que tener nada, sino mirar, qué está ocurriendo en el barrio, los lunes no tenemos tanta actividad, venga quién propone hacer cosas y ya más o menos sabemos horas y programamos algo. (C. Cortés, comunicado personal, 21 de febrero de 2020).

El contenido producido por el Distrito Creativo tiene unos parámetros establecidos, tal vez, por el concepto de industria creativa y cultural, lo cual es central para las ADN, aunque continúa siendo abstracta la posibilidad de nombrar cuál es el contenido para el distrito y cuál no. En la conversación con Catalina, a raíz de una pregunta que se hizo sobre la integración del distrito con las dinámicas existentes del barrio y los actores que por mucho tiempo son parte de él, sus posibilidades de participación y articulación, ella responde:

¿Por qué no invitamos a los de la Cafetería del Hospital? Porque ellos no nos generan contenido como tal, en el sentido en que no nos genera una experiencia diferente, Café Peso por ejemplo el sábado prestó el espacio para unos fotógrafos que van a hacer un taller ahí dentro del Café, entonces digamos que, en eso, pues yo no digo que no se vaya

a hacer o que ellos estén negados a hacerlo. Pero nosotros también queremos hablar con ellos. (C. Cortés, comunicado personal, 21 de febrero de 2020).

La forma en que se concibe el Distrito Creativo implica una renovación y transformación de lo que es actualmente el barrio. Lo que exige para quienes ahora lo habitan en su cotidianidad realizar ciertos cambios que se encaminen a la Economía Naranja, o decidir partir para ceder el espacio a personas, emprendimientos u empresas que estén alineadas con aquel concepto imaginado de lo que debe ser el distrito, un concepto que aún es abstracto en la mente de todos, pero que en la materialidad puede distinguirse, en ocasiones, con facilidad. Esta reflexión que queda iniciada da pie para observar cómo es entonces el proceso que se lleva a cabo para la instauración paulatina del Distrito Creativo en un barrio que ya cuenta con una vocación establecida desde hace tanto tiempo.

*Proceso de articulación del Distrito Creativo en el barrio Perpetuo Socorro*



**Figura 16: Estructura que expresa tradición del barrio.** Está ubicada en la calle de bienvenida (ver Figura 4). Fuente: Elaboración propia.

Los tres actores con quienes se estableció conversación –Conexiones Creativas, UPB y Corporación Perpetuo Socorro– tienen formas diferentes de abordar el proceso de consolidación y articulación con las dinámicas existentes del barrio, cada uno desde el papel que ejerce en el distrito. Este contraste presenta no solo desafíos, sino también posibilidades, ya que la interdisciplinariedad de los diferentes actores permite llevar a cabo un proceso más integral.

Para comenzar, se tiene la perspectiva de Conexiones Creativas, que como “fundador” estableció los parámetros iniciales de cómo se daría el proceso de renovación urbana, cuáles son las posibilidades de ensamblaje del Distrito Creativo con lo que ya hay en el barrio y qué estrategias utilizar para acercarse al barrio y a la ciudad. A partir de allí, la UPB y la Corporación Perpetuo Socorro aparecen como los encargados de mantener la visión propuesta y desarrollarla, cada uno desde su naturaleza y capacidad.

El trabajo de articulación que llevó a cabo Conexiones Creativas fue cuidadoso y meticuloso, entabló conversaciones con los trabajadores del barrio y prestó atención a los detalles para transmitir de manera sutil el propósito del Distrito Creativo, teniendo en cuenta que la presencia de este implica un proceso de renovación urbana y gentrificación. Paula Trujillo expresó que, si bien es consciente de las problemáticas que se derivan de la gentrificación, es un proceso cíclico y necesario en la historia de las ciudades, pero, también expuso que el objetivo con el distrito es hacerlo de manera respetuosa y cuidada para afectar lo menos posible.

Teniendo en cuenta esto, los primeros pasos que se establecieron fueron a partir de Bodega Comfama, donde se apostó porque “la bodega se mantuviera desde la humildad, un proceso de abajo hacia arriba. Era una sede que existía antes de existir” (P. Trujillo, comunicación telefónica, 30 de abril de 2020). Debido a esto, se mantuvo la fachada intacta por mucho tiempo, ahora pintaron algunas de sus paredes de negro y otras fueron cubiertas por grafitis, pero la estructura de bodega se mantiene. Durante la conversación, Paula hizo hincapié en la importancia que esto tenía para la presentación de Bodega Comfama, ya que se mostraba sin pretensiones, creando relaciones horizontales con el paisaje existente, promoviendo el acercamiento y la interlocución.

Las expectativas durante el año 2018 en el barrio fueron bastantes, ya que la bodega en la que actualmente se encuentra Bodega Comfama permaneció cerrada durante 6 meses y las personas no sabían qué era lo que iba a pasar ahí, había muchas especulaciones alrededor, quiénes llegarían y qué pasaría. Por lo tanto, cuando finalmente se establecieron los términos para Bodega Comfama y comenzó la interacción con las personas del barrio, trató de hacerse de manera respetuosa, “los acercamientos con los primeros actores, fue presentarse y generarles tranquilidad sobre lo que va a pasar” (P. Trujillo, comunicación telefónica, 30 de abril de 2020). Además, se trató de involucrar a las personas, invitarlos a participar del espacio para que no se sintiera tan ajeno. Paula narra que, en el año 2018, en junio y julio, les montaron una pantalla en la que pudieran ver el partido, compartiendo con ellos un refrigerio, mientras disfrutaban y se acercaran a Bodega Comfama de una forma tranquila y abierta.

Los primeros meses se enfocaron en la organización de las calles y la infraestructura, con la intención de construir senderos peatonales y ciclo rutas que fomentaran –en términos de Economía Naranja– la movilidad sostenible. De esta forma, se estableció un sendero peatonal señalizado, desde el Metro hasta el Hospital General y Bodega Comfama, lo que marcó un recorrido por el barrio y condujo a los peatones por el distrito. Este sendero fue promocionado por redes sociales, como una introducción al Distrito Creativo, para que las personas conocieran este nuevo espacio de ciudad y fueran a los eventos de Bodega Comfama. Todo esto contribuye a la creación del imaginario del distrito dentro de la ciudad.

La forma en que Bodega Comfama se presenta ante la ciudad está llena de detalles que fueron pensados meticulosamente por Conexiones Creativas, como la fachada de la bodega y la apariencia del interior, para la cual se invitó un grupo de grafiteros para que pintaran las paredes internas como quisieran, realizando así una declaración de participación para toda la comunidad de creativos de la ciudad. Un detalle no tan visible, pero igualmente importante, es el uniforme de la persona encargada de la seguridad, a quien, en lugar de tener un uniforme de vigilancia, se le asignó un uniforme de Comfama, para que el recibimiento fuera ameno, sin la imposición de una vigilancia explícita. “Pequeños gestos, desde lo visual. Pequeños gestos en los que se juegan la línea” (P. Trujillo, comunicado telefónico, 30 de abril de 2020).

Otro detalle importante es la posibilidad de vender licor dentro de la bodega y en los festivales; la propuesta es vender licores de trago largo, principalmente vino y cerveza, que inviten a disfrutar del espacio con libertad, depositando de manera implícita la confianza en las

personas. Para Paula era importante demostrar este tipo de confianza y que el consumo se diera de manera autorregulada e implícita, de acuerdo con la naturaleza del espacio y a lo que este invita pudiendo compartir con amigos y familia en un espacio de creación libre. Los detalles fueron pensados meticulosamente para la construcción del imaginario del Distrito Creativo y el establecimiento del comportamiento dentro de él, el cual, en la mayoría de los eventos, se hace de forma implícita, pero, en los festivales, está monitoreado por la policía.

Por otro lado, está el proceso de transformación del barrio como tal, la llegada de nuevos actores y nuevas dinámicas que de cierta forma compiten con las existentes. Para ello, Conexiones Creativas propone un proceso de articulación lento, en el que puedan convivir ambas dinámicas: “el día en que se piense que ellos se tienen que ir porque el Perpetuo será más lindo así, se perderá toda la idea que gesta este espacio” (P. Trujillo, comunicado telefónico, 30 de abril de 2020). Por el contrario, se espera integrarlos a la propuesta de Economía Naranja: “es un error pensar echarlos, se ha pensado en cómo incorporarlos y cómo ayudarles a reinventarse” (P. Trujillo, comunicado telefónico, 30 de abril de 2020). La posibilidad de coexistencia a largo plazo exige la implementación de conocimientos sobre Economía Naranja y sobre todo de movilidad sostenible –uno de los pilares que promueve el Distrito Creativo–, lo que requiere de los trabajadores del barrio tiempo para capacitaciones y aprendizaje de nuevas modalidades de trabajo que hasta ahora desconocen.

La UPB, como institución educativa que cuenta con los recursos humanos necesarios para realizar las capacitaciones necesarias, ha realizado una indagación sobre los servicios que presta cada taller y las habilidades de sus trabajadores, para ofrecer de manera enfocada y precisa capacitaciones que sean útiles y bien recibidas. Juliana Restrepo lo expresó así:

Los mecánicos, los vendedores, muchos de ellos están a la expectativa, con muchos de ellos hemos querido trabajar para poder proponerles innovación con lo que saben hacer. Por ejemplo, si yo tengo un taller de autopartes, con los estudiantes de diseño industrial podrían desarrollar unas bicicletas eléctricas nuevas que puedan construir ahí y que sean parte del ADN del barrio. Ese público aparece también con los nuevos actores como Ruta N, Comfama, Mattelsa que llegan a darle una nueva vocación al barrio. (J. Restrepo, comunicado telefónico, 13 de marzo de 2020).

La labor de la universidad es, entonces, presentar oportunidades de capacitación para los trabajadores que quieren buscar nuevos horizontes laborales y aprovechar la oportunidad de participar del Distrito Creativo. Ya que, como lo plantea Juliana, “La universidad tiene clarísimo que no puede haber una disrupción en el territorio, que queremos un Perpetuo Socorro que sea construido con los habitantes del Perpetuo, con los que quieran participar y como quieran participar” (J. Restrepo, comunicado telefónico, 13 de marzo de 2020). El reto para la UPB será poder impartir el conocimiento, teniendo en cuenta que son personas que trabajan todo el día, que no tienen un contrato que les permita destinar tiempo para capacitarse, sino que, por el contrario, el dinero que ganan está determinado por el tiempo que trabajan. No se presentó ninguna propuesta específica sobre cómo desarrollar esas capacitaciones.

Por lo tanto, la estrategia ofrecida para la articulación de las dinámicas del barrio a la Economía Naranja es apenas una ilusión. Hasta el momento no se ha desarrollado ninguna formación para los trabajadores del barrio, no se ha mencionado las garantías que le brindarían a estas personas mientras se dedican a capacitarse, ni como sería el pago de un salario correspondiente al tiempo invertido. La realidad, como se muestra hasta ahora y como puedo percibirla, es que estas personas terminarán saliendo del barrio, pero, gracias a que la transformación en el distrito ha sido paulatina y lenta estos desplazamientos tomarán tiempo, permitiéndole a las personas mayores terminar su vida laboral. Teniendo como resultado un proceso de gentrificación inevitable.

A su vez, la universidad tiene la posibilidad de explorar el barrio, investigarlo y disponer de sus recursos académicos y humanos a favor de la planeación y desarrollo del Distrito Creativo, por ejemplo, a través de cursos. Esto permite que se contemplen diferentes aspectos y, por ende, se analice de manera más profunda las posibilidades de renovación del barrio, teniendo en cuenta también la reglamentación, POT, en la que está inmerso el proyecto. Gracias a este sentido dinámico del proceso de constitución espacial, la universidad, encargada de realizar el proceso de integración, está en constante comunicación con la comunidad, comprendiendo las formas en que se habita el barrio que no son Economía Naranja, pero que han existido por muchas décadas y pueden brindar mucha información acerca del territorio.

El espacio destinado para la interacción entre la comunidad, la ciudad y el distrito es Bodega Comfama. Desde su concepción fue destinada a ser el punto de intersección y expansión, creando un espacio de puertas abiertas que también busca favorecer algunas

dinámicas para las personas del barrio, como tener un lugar dónde comer y descansar durante el día, ya que Comfama les habilita mesas y generalmente hay una instalación de arte que funciona como sitio de descanso, donde las personas pueden sentarse o recostarse a descansar, leer o conversar. La vitalidad de Bodega Comfama brillaba en los eventos y festivales, porque durante el día y las fechas que no había eventos, solía estar sola. Puede ser que a medida que haya una mayor oferta creativa, cultural y/o comercial en el barrio, Comfama adquiera otro sentido, más allá que un lugar en el que se desarrolla una programación e incluso, cumpla su misión de tejedora de redes cuando más personas frecuenten el espacio por fuera de los horarios de la programación.

De acuerdo con lo que se conversó con Catalina Cortés, la propuesta para integrar cada vez más personas al barrio es generar oportunidades para aprender sobre Economía Naranja y que las personas se animen a participar y emprender en el distrito, apostándole a un nuevo tipo de economía, sobre todo. Para esto, la alianza con la universidad también es fundamental. Así, por ejemplo, en el primer período del año 2020, la UPB inauguró la maestría en industrias creativas y culturales, buscando crear profesionales con las capacidades suficientes para liderar este tipo de proyectos y ejecutar nuevas formas de producción económica en un espacio que apenas se está gestando como distrito, pero que sin duda será un buen campo de acción. Además, está Ruta N, que acompaña todo el proceso de desarrollo de producto y mercadeo y presta asesoría a emprendimientos creativos que quieren hacerse un espacio en el Distrito Creativo.

El Distrito Creativo ha ido creándose un espacio y un imaginario dentro de la ciudad. Esto se debe, no solo a los esfuerzos de Comfama, sino también a la llegada de nuevos actores al barrio, con los que aumenta el número de personas que lo frecuentan, así como se establece una oferta creativa, cultural y “experiencial” más amplia. De acuerdo con lo expresado por Catalina Cortés, el distrito busca actores que puedan brindar una experiencia diferente de consumo, ella lo expresa cuando compara las cafeterías del barrio con los nuevos cafés que han aparecido en el distrito. Si bien no es específica cuando se refiere a experiencia de consumo, hace alusión a la apariencia del café y el tipo de producto que venden, qué tanto trabajo manual está invertido en estos dos aspectos y la historia que el vendedor puede contar a través de ellos. Este aspecto es importante porque marca una forma determinada de ingresar al barrio, lo cual

limita el acceso de muchas ideas de negocio y empresas. Hasta marzo de 2020, los actores<sup>21</sup> que se han incorporado al distrito son cafés, academias de baile y oficinas para el *coworking*.

### *Sistema de valores del Distrito Creativo*

El Distrito Creativo, a través de la corporación, ha establecido unos valores para el ingreso y permanencia en el distrito, que tienen que ver con la Economía Naranja, incentivando el consumo sostenible, contemplando no solo lo que se comercializa, sino también aspectos más amplios como la disminución del uso de carros. Por ejemplo, durante la conversación con Catalina Cortés, ella hizo mucho énfasis en aumentar la zona peatonal y el uso de bicicletas, pensando en que, de esta forma, se podrá adquirir otra consciencia de uso de los carros:

Pero entonces hay que unirnos y educar a todos los que vengan acá, por eso nosotros soñamos que el que venga en carro sea como el mañé [quien esté «fuera de lugar»], sino que más bien en bicicleta, caminando, en transporte público, sí hay parqueaderos, los de los centros comerciales, pero que dejemos de usar la calle como parqueadero. (C. Cortés, comunicado personal, 21 de febrero de 2020).

Ella también expuso la preocupación por la mala educación de los ciudadanos en cuanto a los pasos peatonales y ciclo rutas y señala la importancia de que en el distrito esto cambie, por medio de campañas de educación vial y restringiendo el ingreso de carros por medio de la distribución de las vías, ya que el Distrito Creativo busca establecer nuevos parámetros para la ciudad, siendo un ejemplo de sostenibilidad ambiental. Adicionalmente, Catalina expuso la importancia que tiene introducir al barrio fachadas verdes como la propuesta que tiene Mattelsa, que alrededor del edificio creó un pequeño bosque, que incluso continúa adentro, aumentando los espacios de sombra y dando una sensación fresca con respecto al clima. Todo esto contribuye a la construcción de un imaginario de distrito creativo, donde no solo se fomentan las industrias creativas y culturales, sino, también, se piensan nuevas estrategias para el desarrollo sostenible.

---

<sup>21</sup> Estos son descritos en la introducción.



Teniendo en cuenta la necesidad que se presenta de mantener valores de sostenibilidad en el desarrollo del Distrito Creativo, se han establecido unos parámetros para la participación dentro del espacio, que contemplan valores generales de sostenibilidad ambiental, pero también valores más personales como el tipo de alimentación que quieren promover:

Nosotros tampoco estamos en pro del consumo de leche porque creemos que eso hace parte como de... pues, pero eso ya es un poquito personal, pero no nos gusta, decimos, si un día en un Festival nos dice no sé, Alpina, le vamos a decir que no. Entonces no, va a llegar una empresa de plásticos de un solo uso, pues no, porque queremos trabajar es con empresas que tengan una opción sostenible, ahorita tenemos a UMA, a Bioface lo conocimos también, está aquí ubicado, tenemos una empresa que se llama Puntos Verdes Lito que se encarga de reciclaje de electrónicos, de bombillos y de pilas, entonces también vamos a empezar a hacer alianzas con ellos, mejor dicho, con todo lo que sean empresas en pro de mejorar. (C. Cortés, comunicado personal, 21 de febrero de 2020).

Los valores del distrito se establecen desde su concepción por Conexiones Creativas, aquellos que tienen que ver con sostenibilidad ambiental, partiendo de la propuesta de Economía Naranja, que es en realidad el movilizador del distrito, pero también influenciado por las emergencias climáticas que atraviesan la ciudad y el planeta. La Corporación Perpetuo Socorro ha mantenido estos valores y se encuentran reflejados tanto en los festivales y eventos, como en los nuevos actores que llegan al barrio. Sin embargo, se encuentra una influencia de Mattelsa en los valores respecto a la alimentación vegana, esto se asume gracias a la comparación de discursos, lo que se conversó con Catalina y lo que expuso Érika Jaramillo durante el recorrido guiado por el Distrito Creativo con Antioquia en Fotografías, donde explicaron los valores de la empresa y se hizo énfasis en que Mattelsa como empresa promueve la alimentación vegana y quiere generar una consciencia sobre eso a nivel de ciudad. Esta influencia puede deberse a la cercanía que tiene la corporación con Mattelsa, ya que la oficina queda dentro del edificio de Mattelsa y Érika Jaramillo trabajó durante 10 años para ellos.



**Figura 17: Papel de los actores de la Corporación Perpetuo Socorro, de acuerdo con su propia presentación en redes sociales.**

Fuente: cuenta de Instagram @elperpetuosocorro.

Teniendo en cuenta esto, puede decirse que la construcción tan marcada de los valores del Distrito Creativo tiene ventajas y desventajas, ya que, al tener una idea clara de lo que se quiere lograr en el barrio, el proceso de expansión económica y de urbanización<sup>22</sup> es cuidado y estudiado, impidiendo que la renovación urbana se haga de un tipo de industria a otra, con las mismas problemáticas y de la misma forma monotemática. También, se crea un filtro muy específico para la participación, que puede no ser tan favorable para emprendimientos y creadores que no cumplen con los estándares específicos. Esto interfiere, además, con la articulación de los trabajadores, talleres y almacenes tradicionales del barrio, porque exige una capacitación muy específica de su parte, que debido a las condiciones de vida y laborales no son fáciles del alcanzar, lo cual no está siendo contemplado en la propuesta que plantea Conexiones Creativas y sostiene UPB, de incluir y articular a los trabajadores del barrio en el Distrito Creativo.

No obstante, es necesario llamar la atención sobre la construcción de estos valores, ya que como se ha mencionado a lo largo de este capítulo y como se puede evidenciar en la Figura

<sup>22</sup> Sobre este se habla en el próximo apartado.

17, con la publicación en el Instagram del Distrito Creativo, Mattelsa es quien establece la “filosofía”, o como se ha nombrado aquí, los valores del distrito. Ahora, Mattelsa es una entidad privada que llega al Perpetuo Socorro con la intención de articularse a un proyecto de Economía Naranja en el que ha participado como actor principal, disponiendo de su espacio para eventos y patrocinando ciertas actividades e invitados.

Las intenciones de Mattelsa en esta participación no son claras. A partir del discurso de la Corporación Perpetuo Socorro –porque no fue posible establecer contacto con Mateo Jaramillo Cadavid CEO de la empresa–, la participación en la construcción del distrito creativo parece altruista, con la única finalidad de impulsar la industria creativa y cultural por el valor que tiene para la ciudad y para la sociedad, desde el punto de vista simbólico y económico y, una de las cosas más importantes, crear nuevos hábitos de economía sostenible. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que Mattelsa es una empresa que se dedica a la creación y comercialización de ropa de moda rápida que no tiene políticas de sostenibilidad aplicadas a este tipo de fabricación, lo que genera confusión para entender realmente su papel dentro del distrito.

Por otro lado, Delgado (2008) llama la atención sobre la mezcla de actores privados y público-privados en procesos de renovación urbana y denomina estas asociaciones como capitalismo asistido, en el que el actor público comprar el suelo a precios públicos, mientras la empresa privada se beneficia económicamente con su participación e involucramiento en las actividades que allí se realicen. Adicionalmente, este tipo de asociaciones permite que los actores privados establezcan normativas para su conveniencia amparados y protegidos por el actor público.

Es necesario dejar claro que, acerca del papel de Mattelsa en el distrito no puede hacerse ninguna afirmación ya que no se cuenta con la información suficiente para conocer a cabalidad sus intenciones. Lo que se plantea es un análisis basado en el discurso de la corporación, lo que se conoce de la empresa y las acciones que ha llevado a cabo en el distrito durante el año de observación para esta investigación, a la luz de procesos desarrollados en Barcelona (Delgado, 2008) con características similares por el tipo de asociaciones. Con esto lo que se busca es crear interrogantes y cuestionar la presencia de este actor en esta transformación urbana contenida en un proyecto económico de gran envergadura como lo es la Economía Naranja.

### *Proyección del Distrito Creativo*

Como fue expuesto en la introducción, el Distrito Creativo es planteado bajo una propuesta realizada en el POT 2014-2027, en la que se fomenta el uso mixto del suelo en la ciudad. Debido a esto, el Distrito Creativo no solo debe comprender el establecimiento de la Economía Naranja por medio de las industrias creativas y culturales, sino también la destinación del suelo del barrio para la creación de viviendas. Respecto a este proceso de urbanización, los actores coinciden en que se haga de una forma controlada, con edificios de poca altura y que tengan diseños para diferentes tipos de ocupantes, teniendo en cuenta la apuesta por la integralidad del barrio que se ve reflejada en los festivales. El barrio se propone ser un lugar de expansión y diversidad, en el que se fortalezca la Economía Naranja en todos los aspectos.

El Distrito Creativo ha mostrado avanzar rápido en cuanto a su recepción y acogida, sobre todo entre finales del año 2019 y comienzos del 2020, donde había una mayor asistencia a los eventos y festivales y se vieron llegar nuevos actores creativos al barrio. No obstante, en la conversación con Juliana Restrepo (UPB), ella manifiesta que el desarrollo se hará de manera lenta, teniendo en cuenta lo que ellos como entidad académica han encontrado en las indagaciones y cómo desde la experiencia se ha encontrado el resultado de estos procesos de cambio:

El desarrollo del Perpetuo va a ser más lento de lo que se estima que va a ser, porque va a ser difícil que hayan unas primeras personas dueñas del territorio que le apuesten a la identidad del barrio como Distrito Creativo, yo creo que posiblemente empezarán a llegar industrias o empresas creativas que tengan algo de músculo financiero, pero los creativos de a pie tal vez en eventos itinerantes o en los eventos que organiza la Corporación, pero posiblemente no de manera muy dramática. (J. Restrepo, comunicado telefónico, 13 de marzo de 2020).

Lo que ella señala puede verse representado en la forma como han llegado los nuevos actores al barrio, que generalmente implica un proceso de remodelación que tarda meses y cambia completamente la apariencia de la bodega, como es el caso, por ejemplo, de Ruta N, Distrito Cafetero y Elements Danza. Además, es necesario tener en cuenta que el Distrito

Creativo ha planteado una forma específica de participación, en la que el comercio debe llevarse más allá y proponer experiencias de consumo, más que intercambio de bienes y/o servicios. Todo esto limita y determina la forma en que se podrá acceder al barrio y cuáles serán las posibilidades de llegada de los creativos de la ciudad. Sin embargo, la labor de la UPB en el desarrollo del distrito será encontrar la forma en que los creativos tengan un acceso equitativo al barrio:

Yo creo que hay que empezar a trabajar todos juntos para pensar en modelos que permitan que el barrio sea realmente habitado por creativos, no solamente que vendan ahí sus productos, sino que puedan vivir ahí, que puedan disfrutar del barrio y ser parte del barrio también con su arte. No tendría sentido tener un montón de viviendas estrato 6 y gente simplemente que viene a poner los murales o productos en vitrinas, no, lo que necesitamos es que esto se convierta en un sector de comercio y de vivienda para los creativos, si no, va a ser muy difícil que sea eso tan positivo que nos imaginamos, yo creo que va a ir un poco más lento de lo que pensamos, pero yo creo que la gente va a entender que es una buena estrategia de desarrollo para todos y que se va a ir flexibilizando. (J. Restrepo, comunicado telefónico, 13 de marzo de 2020).

La renovación urbana que se está llevando a cabo en el Perpetuo Socorro implica un proceso de gentrificación, en cuanto hay un cambio de vocación del barrio y empiezan a llegar nuevos actores que busca movilizar el comercio y la economía desde otros puntos de vista. El reto para la Corporación y la UPB es lograr mantener el estrato del barrio, a pesar de los nuevos actores y la proyección de vivienda, porque solo de esa forma podrá asegurarse el acceso equitativo a este espacio de ciudad, pensado de y para creativos, quienes, como lo expresa Juliana Restrepo, en su mayoría, no pertenecen a las clases altas de la ciudad.

El proceso de consolidación de vivienda plantea entonces varios retos. Primero, asegurar el acceso a todo tipo de creativos, no solo los grandes empresarios consolidados, sino también creativos más pequeños; segundo, la estructuración de un barrio que integre diferentes tipos de actividades y vivienda, para conservar el uso mixto del suelo; y tercero, impedir mega proyectos de vivienda llevados a cabo por grandes constructoras de la ciudad como Concreto, que según Catalina Cortés, en algún momento pidió ser parte de la Corporación Perpetuo Socorro, para asegurar su participación en los procesos de vivienda, pero su entrada

le fue negada, ya que se estableció desde un principio el tipo de vivienda que se quiere construir en este espacio y los mega proyectos en los que trabaja Conconreto no son una opción.

La propuesta que se plantea inicialmente desde Conexiones Creativas para los proyectos de vivienda en el barrio es “proyectos de vivienda diversa. No solo loft, para creativos, sino la posibilidad de tener familias con niños, también se necesita personas más adultas, posibilidades de vivienda estudiantil, esto va a permitir un equilibrio entre las dinámicas y los precios. Alturas moderadas”. (P. Trujillo, comunicado telefónico, 30 de abril de 2020). Los proyectos de vivienda diversa podrían ayudar a establecer un acceso equitativo al Distrito Creativo, ya que se puede controlar la monopolización de un grupo específico de creativos. Esta posibilidad también facilita mantener el uso mixto del suelo, en el que haya una integración de oficios y de oferta dentro del barrio.

Además, se espera que la construcción de las viviendas se haga de manera controlada, no se quieren edificios de gran altura, lo que plantea una contradicción con respecto al proyecto del POT sobre la redensificación del centro, a lo que Paula Trujillo expresa que al respecto fueron radicales: “esa fue una de las más grandes discusiones por la intención de redensificar el suelo y el centro, pero en eso sí fuimos muy radicales, de viviendas a escalas humanas” (P. Trujillo, comunicación telefónica, 30 de abril de 2020). Como se expresó anteriormente, el Distrito Creativo tiene una planeación específica, en la que se contemplaron todos los aspectos y se permitieron construirlos de acuerdo con el imaginario que desde los actores se tiene y que se quiere proyectar a la ciudad. La posibilidad de establecer los parámetros de construcción va a permitir construir un distrito articulado y con coherencia a su planeación.

En cuanto a la proyección del Distrito Creativo, también es necesario mencionar que, de acuerdo con lo expresado por Catalina Cortés, se espera sea un referente dentro del país, pero también a nivel internacional, llamando la atención de las industrias creativas y culturales para lograr atraer inversión extranjera que movilice la economía de la ciudad y el país. Así mismo, con respecto al turismo, ella dice que, si bien no hay proyectos específicamente turísticos, sí se espera que sea atractivo para visitantes, que las personas conozcan los proyectos creativos que se desarrollan dentro del distrito y movilicen económicamente las industrias creativas y culturales, participando e involucrándose en el Distrito Creativo.

### **Capítulo III. La ciudad creativa. Políticas culturales enfocadas a la cultura como recurso y su efecto en la transformación urbana**

En la creación del Distrito Creativo convergen dos aspectos necesarios de destacar: el uso de la cultura como recurso a partir de políticas culturales enfocadas en la Economía Naranja y las transformaciones urbanas producto de ello. La ciudad es un ecosistema complejo, en el que todo proyecto o cambio manifiesta múltiples resultados y consecuencias directas e indirectas sobre el territorio urbano y sus habitantes, de ahí que el Distrito Creativo exhiba hasta ahora resultados ambivalentes. Teniendo en cuenta los dos aspectos clave manifestados, se propone observar al Distrito desde una mirada más amplia que permita comprenderlo en un contexto local político, cultural y económico.

#### *La cultura y la creatividad como recurso en la Economía Naranja*

La cultura trae inmersa una promesa de esperanza, de unidad, de cohesión y de integración social, por lo que ha sido utilizada como una herramienta para mitigar los efectos de la violencia y la desigualdad social, además de llevar progreso y desarrollo a los lugares en los que se promueve. La promoción cultural ha sido, para la administración, una herramienta para mejorar las condiciones sociales, desencadenando, producto de la visibilidad adquirida, inversión económica para proyectos de renovación urbana y comercio. Esto marca un precedente en la ciudad, no solo del uso que se le ha dado a la cultura, sino de la construcción de un imaginario respecto a esta, en el que la cultura ha servido como eje transformador, no solo de las condiciones sociales, sino económicas y espaciales.

Las posibilidades que exhibe la cultura la convierten en una herramienta social importante, por ejemplo, en Medellín pueden encontrarse varios casos, además del Distrito Creativo, en los que la cultura aparece como una opción para resignificar períodos históricos y transformar miradas, como es el caso de la Comuna 13 y el barrio Moravia. Estos barrios son ejemplos sobre cómo se ha utilizado la cultura en la ciudad y lo que ha permitido, tanto en el ámbito social, como en el ámbito económico.

La Comuna 13 se ha convertido en un referente turístico en Medellín, siendo su especial atracción el “Grafiti tour”. Este recorrido por los grafitis del barrio va acompañado de historia

referente a períodos de violencia producto del narcotráfico en la ciudad. El arte y la cultura en este espacio se convierten en herramientas de resignificación y de cohesión social, ya que, por medio de ellas se le ha otorgado una mirada de resiliencia, pero también se ha convertido en una herramienta para la producción económica, a través de la turistificación del barrio y de la historia que lo acompaña.

En Moravia, un barrio autogestionado, producto de invasiones de migrantes pobres ha recorrido diferentes transformaciones en el tiempo, resaltando la más reciente, producto de la promoción artística y cultural. En este barrio, las nuevas infraestructuras culturales como el Centro Cultural de Moravia y la llegada del colectivo cultural Urban Lab han dado como resultado la internacionalización del barrio y con esto la llegada de inversión extranjera. Este tipo de visibilidad internacional no solo tuvo cambios en la promoción cultural, sino también en las instalaciones del barrio como escaleras eléctricas (Villegas, 2018). Así, la promoción cultural actúa de manera transversal en las transformaciones sociales y económicas de los espacios donde se desarrolla y se potencia.

De esta forma, no puede observarse el Distrito Creativo como un fenómeno aislado de los demás en la ciudad, ya que la administración ha mostrado un persistente interés por llevar a cabo proyectos que favorezcan el desarrollo y la innovación en términos de modernidad, haciendo uso de la promoción cultural. De ahí que el Distrito Creativo fuera creado con la intención de destinar un espacio en la ciudad para la Economía Naranja, en el que se favorezca una mirada económica de la cultura por medio de las industrias creativas y culturales.

Gracias a esto se pueden observar los diferentes matices que componen la cultura y las nuevas funciones e intereses que va adquiriendo. De acuerdo con Harvey (2013), ha habido un incremento de trabajadores dedicados a actividades y producciones culturales en las últimas décadas, señalando, específicamente, que la cultura es un bien común, pero estos cambios han dado un paso innegable hasta convertirla en una especie de mercancía. Esta nueva apuesta de la cultura realiza un cambio de paradigma en la conceptualización y la gestión de la cultura como recurso. Esta gestión, como lo plantea Florida (2002) requiere de un ambiente social y económico que nutra esta producción cultural-económica, donde haya garantías y facilidades frente a las posibilidades laborales de estos trabajadores y se cree un ecosistema social que favorezca la interacción y la creación por medio de proyectos de renovación urbana.



De acuerdo con esto, los proyectos culturales tienen la habilidad de transformar el entorno en el que se insertan creando ambientes estéticos e innovadores que sean llamativos y por lo tanto visibles a nivel local, nacional e internacional. La visibilidad promueve uno de los principales ingresos de plusvalía de la cultura, el turismo. Las diferentes representaciones culturales se convierten en un atractivo turístico. Yúdice (2002) expone un ejemplo que concuerda en gran medida con lo que sucede en el Distrito Creativo y en general en la ciudad:

Los dirigentes políticos y empresariales locales, preocupados por el desgaste de la infraestructura posindustrial en Bilbao y por el terrorismo, procuraron revitalizarla invirtiendo en una infraestructura cultural que atrajera a los turistas y sentara las bases de un complejo económico destinado al servicio, a la información y a las industrias de la cultura. (p. 34)

Si bien en el Distrito Creativo no hay proyectos concretos hacia el turismo, los procesos que se han desarrollado en la ciudad, que sí han desencadenado una turistificación, permiten proyectar el distrito hacia esta dirección, como los mencionados anteriormente. El aspecto que comparten estos lugares es la acción de la cultura frente a las problemáticas sociales y su capacidad para transformarlas. A pesar de que el distrito no carga con un peso histórico, sí es un escenario postindustrial en la ciudad, donde sus fachadas y dinámicas corresponden a valores que ya no se quieren promover desde la administración, por lo que la cultura es una alternativa que inyectará vitalidad al barrio y próximamente podrá convertirse en atractivo turístico por su transformación estética y económica.

A su vez, la gestión cultural atraviesa diferentes aspectos, no solo referentes a la promoción cultural como tal, sino también a la capitalización de lo simbólico. De acuerdo con Yúdice (2002), las innovaciones tecnológicas y la industria del entretenimiento han magnificado los valores simbólicos, convirtiéndolos en un producto en sí mismos. El comercio y el mercadeo han encontrado en las identidades y sus representaciones simbólicas una fuente de ingreso, partiendo de la idea de la diferencia y lo “exótico” para fortalecer un discurso comercial, así como las categorías de “ancestral” y “origen”.

En el Distrito Creativo esto puede identificarse en dos casos particulares. El primero es en Café Peso, en el hecho de que una parte del discurso con el que se presenta esta cafetería en el distrito es que sus cocineras son mujeres afrodescendientes. El segundo, es el uso de la

ancestralidad por ELPAUER<sup>23</sup>; durante el evento “La pola social”, del 13 de febrero de 2019, la directora de ELPAUER, al hablar sobre los aspectos que diferencian un emprendimiento creativo de los demás, hizo alusión a lo “ancestral” y a las “raíces”, si un emprendimiento hacía usos de esos aspectos cabía dentro de lo creativo. Así, la economía se mueve a partir de la performatividad del expediente de la cultura, como lo expone Yúdice (2000):

Una comprensión performativa del expediente de la cultura, por contraste, presta atención a las estrategias implicadas en cualquier uso de la cultura, en cualquier invención de la tradición, para lograr un objetivo o una meta. El que se trate de un objetivo es lo que hace posible hablar de la cultura como recurso. (p. 21)

Además, la gestión cultural dentro del distrito responde a la intención por parte del Ministerio de Cultura de “propiciar condiciones para generar empleo digno en el sector cultural, apoyar la materialización de nuevas ideas creativas y productos innovadores, fortalecer los saberes ancestrales, las prácticas del patrimonio cultural y la transmisión de conocimientos tradicionales”<sup>24</sup>. Lo que hasta ahora puede observarse en el distrito.

En este contexto, cuando se hace uso de un discurso identitario se corre el riesgo de vaciar su contenido. Lo mismo sucede con imaginarios simbólicos como lo ancestral, las raíces o el origen y con las actividades de la promoción cultural –las cuales también pueden hacer uso de los imaginarios simbólicos–, ya que son cargadas de un valor mercantil en el marco de una economía sostenible y experiencial. Debido a esto, es posible que se haga un uso de la cultura por la cultura, sin un reconocimiento y comprensión de su contenido y significado.

Esta funcionalidad de la cultura está llena de ambivalencias, ya que, si bien se corren riesgos como ya se ha mencionado, también, por medio de la promoción cultural y de la performatividad de lo simbólico se abren puertas a colectivos, movimientos y ciertos sectores de la población, para aumentar su visibilidad y adquirir nuevas oportunidades de promoción y

---

<sup>23</sup> ELPAUER es la estrategia de la alianza Comfama y Ruta N para fortalecer el sector creativo y cultural de Antioquia desde una perspectiva de negocios y generación de empleo. Ofrece acompañamiento a creadores, emprendedores y empresarios del sector creativo y cultural en la generación de nuevos modelos de negocio, la conexión con oportunidades de mercado, la actualización en habilidades empresariales, el acceso a financiación y en la búsqueda de opciones que posibiliten la consolidación y sostenibilidad de los negocios, teniendo como punto de partida las condiciones de los entornos y las posibilidades de cada proyecto. Recuperado de: <https://elpauer.co/que-es-elpauer/>

<sup>24</sup> Recuperado de: <https://bit.ly/3cD6LIG> Revisado en octubre de 2019.

patrocinios tanto por parte de entidades públicas como privadas. Así, el Distrito Creativo no solo ofrece un espacio para desarrollar iniciativas, también construye una plataforma para que la cultura pueda crecer y fortalecerse.

Pero la Economía Naranja no solo comprende las industrias culturales, sino también las industrias creativas. La economía creativa ha logrado posicionarse en el tiempo como una promesa de futuro, como la nueva forma de crecimiento y desarrollo económico, asociado a la llegada de nuevas tecnologías y la digitalización del mundo en general (Linheira, Rius-Uldemolins y Hernández, 2018). El valor de la creación en las nuevas tecnologías ya no está asociada a la producción de objetos, por el contrario, está enfocado en una producción abstracta, resultado de la creatividad humana y los avances tecnológicos. Florida (2002) lo expresa de la siguiente manera:

Hoy queremos pensar que entendemos el valor de la creatividad como recurso económico. Algunos analistas, por ejemplo, anuncian que la “propiedad intelectual” – nuevo conocimiento útil enmarcado en programas computacionales, o patentes o fórmulas– se ha convertido más valioso que cualquier propiedad material. (p. 24)

La administración de la ciudad ha venido apostándole hace varios años a un nuevo desarrollo económico, lo que se hace evidente en organizaciones como Ruta N, quienes buscan promover la innovación en la ciudad y hacen su presencia en el distrito como Ruta Naranja. La intención de crear nuevas apuestas económicas está encaminada entonces hacia el fortalecimiento y desarrollo de la creatividad, la cual está enmarcada en una nueva tendencia mundial, que Florida ha denominado como Era Creativa y sobre ella explica:

Era Creativa: primero, la creatividad es esencial para la forma en que vivimos y trabajamos hoy, y en muchos sentidos siempre lo ha sido. Segundo, la creatividad humana no está limitada por la innovación tecnológica o los nuevos modelos de negocio. Es multifacética y multidimensional. Tercero, y quizás lo más crítico, la tensión entre la creatividad y la organización. El proceso creativo es social, no sólo individual; las formas de organización son necesarias. (Florida, 2002, p. 16)

De esta forma, se puede observar cómo la Era Creativa, además de ser una tendencia y una apuesta de futuro, también atraviesa muchos aspectos que involucran tanto al humano

como al sistema que lo soporta y lo impulsa. La creatividad y la cultura son un recurso inagotable que la economía quiere explotar, pero para hacerlo necesita educar, crear espacios de encuentro e intercambio, nutrirse de diferentes perspectivas y de diversidad. Para esto se ha creado el Distrito Creativo como un espacio de ciudad que favorece y promueve la creatividad, explotando ese valor de la cultura como recurso y convirtiéndolo en una herramienta económica emergente.

Esta nueva forma de impulsar la economía requiere de una infraestructura urbana que la soporte. El lugar de producción de la economía creativa es la ciudad, exigiendo de ella reflejar su crecimiento a través del desarrollo urbano, por lo que la llegada de este tipo de economía pone de manifiesto una serie de renovaciones urbanas con la intención de no solo crear un ambiente que propicie el crecimiento creativo, sino también, que sea lo suficientemente atractivo en el ámbito internacional.

El acceso a personas talentosas y creativas es para la empresa moderna lo que el acceso a carbón y mineral de hierro para la producción de acero. Esto determina donde las compañías van a escoger posicionarse y crecer y, esto, a su vez, cambia las formas en que las ciudades deben competir. (Florida, 2002, p. 8)

La Economía Naranja se fortalece en la medida en que las fronteras se expanden, se adquiere visibilidad internacional y se atrae el capital extranjero. Además, requiere de un ambiente específico que le permita crecer y nutrirse, de ahí que esté asociado a cambios en el territorio urbano que modele nuevos comportamientos que propicien la diversidad y el enriquecimiento social y cultural. La creatividad no se sostiene sola automáticamente por largos periodos de tiempo, pero requiere atención constante e inversión en las formas económicas y sociales que nutran el impulso creativo (Florida, 2002, p. 22).

### *Transformación urbana a partir de políticas culturales*

El escenario de la cultura es, en gran medida, la ciudad, allí es donde surgen las diferentes manifestaciones, los encuentros y procesos culturales que llevan a cabo las comunidades y los artistas. En la gestión cultural emergente, donde la cultura es usada como una fuente de recursos económicos, a través de la Economía Naranja, se busca que la ciudad

sea un reflejo de esta economía creativa, donde se destaque la innovación, la creatividad y la cultura, lo que desencadena procesos de transformación urbana.

La Economía Naranja se materializa en fenómenos urbanos como los distritos culturales, los *clusters* y, como el caso de Medellín, los distritos creativos (Herrera, Bonilla y Molina, 2013). En estos se espera encontrar una alta actividad artística y la presencia de centros educativos y de investigación, lo cual puede reflejarse en la forma como se ha articulado el Distrito Creativo. El arte se ha enriquecido con la llegada de academias de baile y Bodega Comfama ha contribuido a mantenerlo siempre presente a través de la programación y las alianzas con colectivos y movimientos artísticos; mientras que UPB y SENA fortalecen el crecimiento del distrito con la formación a creativos y el apoyo por medio de la investigación para su consolidación.

En este sentido, para que las industrias creativas puedan consolidarse, se necesita de la llegada de diferentes actores que modifiquen no solo las dinámicas sociales y culturales, sino también espaciales. De acuerdo con Linheira, Rius-Uldemolins y Hernández (2018), las industrias creativas se han convertido en los últimos años en uno de los principales instrumentos para la regeneración del territorio urbano, de ahí que las políticas culturales sean ahora una herramienta fundamental para la gobernanza urbana.

La ciudad ha sido siempre moldeada por las políticas culturales a lo largo del tiempo, cada administración ha elegido un enfoque diferente tratando de dar respuesta a las necesidades que atraviesa. El urbanismo social usaba la infraestructura cultural para la creación de espacios de integración comunitaria como las casas de cultura, los parques biblioteca y las UVA (Unidades de Vida Articulada). La creación de estos espacios buscaban reemplazar y regernar ciertas zonas de la ciudad por medio de la promoción cultural donde se fortalecieran las iniciativas comunitarias y la integración social.

Pero el enfoque de la cultura que apremia hoy tiene una mirada diferente sobre su función y también sobre su infraestructura. Cuando se piensa la cultura en términos de industria creativa y cultural como lo hace la Economía Naranja, la mirada pasa de hacerse sobre la integración social y los procesos comunitarios, hacia compañías, empresas, emprendimientos que a través de la creatividad y la cultura generen recursos económicos. Debido a esto, la

infraestructura cultural que aparece hoy en día ya no responde a un urbanismo social, sino a un urbanismo neoliberal.

En el Distrito Creativo la infraestructura cultural no es creada por la administración pública, por el contrario, se escoge una caja de compensación de naturaleza ambigua, público-privada para ser el eje de la instauración, acompañada por una empresa privada, Mattelsa, quien además de brindar su espacio para la programación cultural, tiene una gran influencia en su consolidación y proyección. Este tipo de alianzas que se presentan en el Perpetuo Socorro pone de manifiesto una nueva forma de planificación urbana y es la privatización de estas decisiones.

Es necesario tener en cuenta entonces que “los proyectos de cooperación público-privada de gran envergadura no sólo establecen nuevas formas de poder político o económico; además, para su realización se suprimen o transforman explícitamente algunas de las reglas generales de planificación urbana” (Janoschka, 2011, p. 123). La privatización de la planeación urbana pone de manifiesto una nueva forma de concebir la ciudad, donde el territorio es explotado por entes públicos y privados para fines económicos y no a las necesidades sociales de la ciudadanía.

En el Distrito Creativo puede observarse esta influencia, ya que la infraestructura cultural que se ha construido hasta ahora responde muy puntualmente a fines económicos. Las academias de baile, los *coworking* y los cafés son los actores que hacen parte del distrito y ellos han creado unos espacios donde se utiliza la cultura y la creatividad como una fuente de ingresos económicos. Además, la llegada de estos actores viene acompañada de una nueva forma de construcción en el barrio, con nuevas fachadas que revitalizan el barrio y responden a una visión innovadora de la ciudad de cara al mercado nacional e internacional.

Ahora bien, teniendo en cuenta que la Economía Naranja implica la creación de nuevos escenarios urbanos donde pueda desarrollarse, es inminente que su desarrollo venga acompañando de procesos de gentrificación. Por lo general, de acuerdo con Janoschka (2011), este tipo de proyectos de renovación urbana se realizan en zonas céntricas de la ciudad que en el marco de la modernidad ya sean obsoletas y requieran de una regeneración a partir de nuevas dinámicas económicas y espaciales. Los barrios que corresponden con estas descripciones han sido nombrados como “gentrificables” por Checa-Artasu (2011):

El modelo tipo de espacio gentrificable es una zona urbana pauperizada por el deterioro de sus construcciones, en la mayoría de los casos con determinadas características patrimoniales escasamente valorizadas o nulificadas exprofeso, a la que se ha de sumar una degradación social, que puede haberse generado de forma espontánea o bien inducida. Su posición en la ciudad es central o cercana al centro neurálgico de la misma, aunque cada vez más se da en antiguas áreas industriales. (p. 8)

El barrio Perpetuo Socorro responde a estas características, su ubicación es estratégica y sus dinámicas industriales facilitan el proceso de renovación. El barrio está compuesto principalmente por bodegas y talleres, estos son espacios grandes y abiertos, lo que los hace maleables y versátiles ante cualquier remodelación. Además, gracias a que en este barrio no hay vivienda, el proceso de gentrificación puede llevarse a cabo de manera paulatina y de cierta manera silenciosa, ya que son las dinámicas de la economía creativa las que los van expulsando lentamente.

La programación cultural, las academias de baile y los cafés empiezan a proponer nuevos visitantes al barrio, los festivales hacen uso de las calles y la administración modifica el espacio público. Esto reemplaza las antiguas dinámicas del barrio donde la calle y el espacio público le pertenecía a los mecánicos que arreglaban los carros en ellas y la cultura parecía lejana a lo que se hacía en el barrio. Las formas que propone la Corporación Perpetuo Socorro para integrar las dinámicas antiguas con las nuevas se han quedado hasta ahora en el discurso, porque además de no haber presentado iniciativas concretas, no se han estudiado las garantías que necesitarían los mecánicos y trabajadores del barrio para integrarse a la economía creativa, como podría ser el pago de un salario por los días en que se dedicarían a capacitarse en las nuevas tecnologías sostenibles. Debido a esto, a pesar de los esfuerzos de Conexiones Creativas para entablar una relación simbiótica entre los trabajadores y los creativos, el panorama que se construye ahora por parte de los actores activos del distrito va encaminado a la gentrificación, en el sentido que acá he presentado, como meramente destinado al beneficio selecto de privados con las competencias y proyección adecuada.

La ciudad es el territorio de la cultura, por lo tanto, así como la Economía Naranja espera convertir la cultura en un recurso económico, así mismo, se espera que el territorio urbano esté dispuesto para la generación de plusvalía. Por lo tanto, con Checa-Artasu (2011), podemos decir que se puede

considerar la dinámica derivada de la gentrificación como sistemática y deliberadamente activada por los intereses de gestores urbanos, promotores y propietarios con el único propósito de extraer el máximo de plusvalías de los procesos de renovación urbana. Un propósito emanando del sistema capitalista que, ahora convertido en un sistema global con capacidad de reproducirse, aún con sus especificidades, en cualquier ciudad del mundo, transformando funciones sociales y económicas de las ciudades el comercio y la cultura que en muchos casos actúan de forma integrada junto con ese mercado inmobiliario y las propuestas de planificación urbana. Tanto es así, que la mayoría de los procesos de gentrificación, el capital cultural mantiene unos circuitos que se imbrican perfectamente con las dinámicas del capital económico. (Checa-Artasu, 2011, p. 4)

En este sentido, la Economía Naranja como política cultural influencia la distribución del suelo urbano y potencia procesos de gentrificación y renovación urbana, en la medida en que utiliza a la ciudad como herramienta de creación, ya que los espacios destinados al desarrollo de la economía creativa deben responder no solo a un desarrollo económico local, sino también a proyectar un ideal de ciudad para la mirada nacional e internacional.

Teniendo en cuenta que la creación del Distrito Creativo no se da de manera aislada, sino que está inmersa en una proyección económica a nivel global, la Era Creativa que enuncia Florida (2002) es la promesa de futuro, el ideal al que las administraciones públicas le están apostando por medio de las políticas culturales y la transformación del territorio urbano. La posibilidad de entrar en esta nueva era económica exhibe una gran oportunidad para la ciudad, ya que puede aumentar su visibilidad internacional.

La ciudad es el nuevo territorio en disputa, “el futuro de la competencia entre naciones, ciudades y empresas parece estar menos relacionado con recursos naturales, ubicación o reputación pasada y más en la habilidad para desarrollar imágenes atractivas y símbolos y proyectar esto efectivamente” (Landry y Bianchi, 1998, p. 12). Esta concentración hacia la ciudad es la que promueve las renovaciones urbanas, ya que su infraestructura debe reflejar el estado de progreso e innovación para ser atractiva para la mirada internacional y atraer la inversión del capital extranjero. Además,

La economía globalizada exige una creciente interacción entre ciudades, independientemente de su ubicación física. La consecuencia de esta tendencia han sido las



llamadas ciudades globales como nodos articuladores de flujos globales de bienes, personas, información y finanzas, considerados como el fundamento para la economía mundial actual. (Hernández, Ismael y Kurjenoja, 2018, p. 22)

Las nuevas tecnologías proponen nuevas formas de interacción, creando cada vez más un mundo interconectado en el que se mueven los recursos económicos. En este sentido, las administraciones tienen gran interés en posicionarse dentro de un mercado urbano internacional que les posibilite crecer y aumentar los ingresos económicos a través de la ciudad y la cultura. De ahí que Medellín venga desrrollando, desde hace ya varios años, proyectos de renovación urbana a partir de políticas culturales, que si bien como ya se ha tratado de explicar, han cambiado de acuerdo a las nuevas funciones de la cultura en la Era Creativa, han querido siempre responder a un modelo de ciudad global.

Todo lo expuesto hasta ahora permite observar la forma en que se proyecta la ciudad respondiendo a una Era Creativa emergente donde se hace uso de la cultura y la creatividad como recurso económico. Para que esta forma económica pueda desarrollarse a cabalidad debe unirse a un proceso de transformación urbana que cumpla, no solo con los ideales que promueve la economía creativa, sino que responda a las ideas de desarrollo y progreso de la ciudad global.

Por lo tanto, el uso de las políticas culturales están enmarcadas en la Economía Naranja, lo que pone de manifiesto un cambio en la forma anterior de administración de estas. Antes del auge de la economía creativa, las políticas culturales respondían a necesidades sociales, la promoción cultural era promovida por iniciativas comunitarias, donde eran los habitantes del barrio, colectivos y movimientos los que creaban sus propios procesos sociales y económicos a través de la representación cultural. Ahora, las políticas culturales están enfocadas en la generación de plusvalía, las iniciativas nacen de asociaciones público-privadas con intereses particulares por la creación de espacios para las industrias creativas y culturales, donde necesariamente se ata el arte y la cultura a la producción económica.

La creación del Distrito Creativo es una muestra, un abre bocas, de la dirección que toma la proyección de la ciudad. Las ADN se han fortalecido en el país, lo que permite ver la fuerza que adquiere la Economía Naranja a nivel nacional, por lo que la gestión urbana y cultural tendrá que dar respuesta a esto, transformando el territorio urbano y la forma de hacer cultura.

En este sentido, la administración de la ciudad responde a un urbanismo neoliberal por la creciente explotación del territorio urbano para la generación de plusvalía (Janoschka, 2011), de la mano de políticas culturales cuyo énfasis es el uso de la cultura como recurso.

El discurso administrativo de Medellín y sus acciones desde su planeación han mostrado un interés constante por el posicionamiento de la ciudad, lo que permite pensar que con el fomento de la Economía Naranja busquen cumplir también este objetivo. Teniendo en cuenta otros proyectos de ciudad como el Distrito San Ignacio<sup>25</sup>, se puede inferir que la proyección de la ciudad está enfocada hacia la creación de una ciudad creativa, pionera en proyectos de desarrollo para las industrias creativas y culturales y su urbanismo debe ser reflejo de este énfasis económico.

---

<sup>25</sup> La alianza que conforma el proyecto San Ignacio, Patrimonio, Cultura y Educación, busca la revitalización integral de este territorio, que es la cuna de los proyectos educativos, artísticos y culturales de la ciudad. Tomado de: <https://bit.ly/2PbtGOW>

## Consideraciones finales

El Distrito Creativo es un espacio y una organización en sí misma, encargada de servir de puente entre los creadores y los recursos económicos, buscando establecer una red de fortalecimiento y crecimiento con propuestas de integración innovadoras. A partir de comprender que “el sentido de cultura que prima hoy en día es el de la cultura como recurso para la producción intelectual y el desarrollo urbano” (Yúdice, 2000, p. 38), el Distrito surge como un lugar de desarrollo de la Economía Naranja, cuyo enfoque son las industrias creativas y culturales. Este tipo de economía ha tomado fuerza a nivel mundial como una promesa del desarrollo sostenible y transformación social y urbana de los países que se dediquen a cultivarla.

Para la creación del distrito se eligió el barrio Perpetuo Socorro, ya que posee características atractivas para los procesos de transformación urbana atados a la creación del Distrito Creativo. El barrio de tradición industrial está ubicado en la zona céntrica de la ciudad, la cual es protagonista en el Plan de Acción Territorial 2014-2027, el cual busca redensificarla por medio de proyectos que promuevan el uso mixto del suelo. De ahí que el distrito fuera pensando para la integración de las industrias creativas y culturales con proyectos de vivienda.

El proceso de instauración del Distrito Creativo ha tenido diferentes etapas. En su momento inicial participó Conexiones Creativas quien estableció las condiciones para su llegada. Como encargado de la presentación del distrito al barrio y a la ciudad procuró hacerlo de manera integradora propiciando espacios de encuentro con los ocupantes del barrio. Así mismo, buscó desde lo simbólico hasta en la planeación de eventos culturales entregarle a la ciudad un mensaje de bienvenida, que pusiera de manifiesto el objetivo de este espacio, el cual es la co-creación y la formación de redes de apoyo entre creativos para potenciar la Economía Naranja.

El segundo momento está a cargo de Comfama, caja de compensación de carácter público-privada, quien a través de Bodega Comfama es el centro y corazón del Distrito Creativo. Acompañando a Comfama está Mattelsa, una empresa privada que desde el inicio ha mostrado interés en participar del Distrito. Ellos son los actores principales en el proceso de instauración del Distrito Creativo en el barrio. Sobre esta cooperación público-privada, Lungo (2005), López (2018), Janoschka (2011), Hernández, Ismael y Kurjenoja (2018) y Delgado

(2008), resaltan el uso de estas asociaciones público-privadas como herramienta fundamental para la gestión urbana. El capital económico sirve para fortalecer las iniciativas de renovación, cuando estas empresas aparecen en un espacio tienen la capacidad de transformarlo a través de la construcción de infraestructura y nuevas dinámicas económicas. La alianza entre la empresa pública y privada, también le permite a la segunda beneficiarse de garantías estatales en el territorio, lo que potencia aún más su capacidad de acción sobre el espacio.

En el Perpetuo Socorro, esto se puede observar explícitamente, ya que, la llegada de Mattelsa al Distrito es a través de la construcción de un edificio completamente diferente al paisaje del barrio en este momento. Esto genera un precedente para la renovación del barrio, en el que se promueven y esperan otro tipo de arquitecturas que cambian el paisaje e invitan a la ciudad a aproximarse a este espacio de manera diferente. Adicionalmente, este edificio es utilizado en el discurso del Distrito Creativo como un referente para su proyección, otorgándole gran importancia a Mattelsa dentro del Distrito.

No obstante, en el Distrito Creativo, la empresa privada, Mattelsa, no solo ejerce un rol en la tendencia urbanística, sino que está involucrada en el proceso de su planeación y dirección. Mattelsa, a través del discurso de la Corporación Perpetuo Socorro se reconoce como miembro fundador del Distrito Creativo y ejemplo de Economía Naranja, ya que sus políticas empresariales corresponden a los propósitos de esta economía. La empresa tiene una gran influencia sobre las decisiones del Distrito debido a la cercanía que se mantiene, no solo por su participación en la Corporación, sino porque dentro de sus instalaciones se le ha abierto espacio a esta. Los valores empresariales que promueve Mattelsa se encuentran plasmados en todo el Distrito Creativo, tanto en el discurso, en el cual siempre se resalta la labor de esta empresa, como su accionar.

Por otro lado, se encuentran la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB), cuyo papel en el Distrito Creativo cumple dos funciones. La primera, es la de nutrir el ecosistema creativo con la formación de profesionales aptos para participar en él, así como la creación de iniciativas educativas que fortalezcan los conocimientos de creativos y ciudadanos en las industrias creativas y culturales. La segunda, es la de acompañar el proceso de articulación del Distrito con las actividades tradicionales del barrio, para esto creó un grupo interdisciplinario que consulta y propone un plan de instauración.

En el discurso de Conexiones Creativas, de la Corporación y, especialmente, de la Universidad se resalta que la articulación del Distrito quiere hacerse de manera integrada con las personas del barrio. La propuesta que se tiene es que los mecánicos se capaciten en nuevas tecnologías sostenibles para la reparación de bicicletas y carros eléctricos o la creación de objetos innovadores en esta misma línea. Sin embargo, hasta el momento no se ha llevado a cabo ninguna iniciativa clara para esto.

El Distrito Creativo ha mostrado un crecimiento significativo entre los años 2008 y 2020. Su recepción se ve reflejada en festivales y eventos culturales, los cuales cuentan con mayor cantidad de visitantes a medida que avanza el Distrito. La llegada de nuevos actores al barrio, como las academias de baile y los cafés, también muestra el potencial económico de este espacio, que va siendo reconocido por la sociedad. La Corporación tiene parámetros establecidos para la llegada de estos actores, para los cafés, por ejemplo, se valora la sostenibilidad y la capacidad de generar una experiencia comercial. Si bien estos valores corresponden en gran medida a los objetivos de la Economía Naranja, hay otros, como el incentivo a la alimentación vegana, que pueden relacionarse directamente con Mattelsa.

La presencia de Mattelsa en el Distrito Creativo es compleja de entender y de exponer ya que se encuentran muchas contradicciones entre su naturaleza y su discurso de sostenibilidad. Además, su participación en el Distrito genera muchas inquietudes, porque es clara la influencia que tiene sobre la Corporación y por ende en sus decisiones. Más aún, al ser una empresa privada, no se logra comprender cuáles son sus intenciones sobre esta participación tan enfática y comprometida. Este rol de Mattelsa invita a cuestionarse sobre el papel de las empresas privadas en las políticas culturales y la transformación urbana teniendo en cuenta su creciente protagonismo.

Por otro lado, para dar respuesta a los proyectos de planeación urbana a los que debe responder el Distrito Creativo –la redensificación del centro y el uso mixto del suelo– un siguiente paso para el barrio sería la construcción de viviendas. Desde la visión que se tiene en la Corporación Perpetuo Socorro y la UPB, estas viviendas deben hacerse de manera controlada, edificios bajos con diferentes tipologías que integren diferentes tipos de familias y creativos, con la intención de cumplir con la propuesta de Jacobs (2011) sobre un urbanismo donde se fomente la diversidad y se propicien espacios para la integración social. No obstante, esta forma de urbanización no responde completamente al objetivo de redensificación del

centro, lo que abre los interrogantes sobre la forma en que se dará este proceso y las concesiones que tendrán que hacerse para satisfacer los dos objetivos. Es necesario aclarar que hasta el momento no hay ningún proyecto de vivienda en marcha, por lo que cualquier apreciación al respecto sería prematura.

Teniendo en cuenta la progresión del barrio y su proyección a futuro, puede decirse que el proceso de renovación urbana que lo acompaña será la gentrificación. Lo que los nuevos actores y el creciente número de visitantes permiten concluir, es que el Distrito Creativo ha tenido una buena acogida en la sociedad y en el mercado, por lo que su expansión y fortalecimiento es inminente. La imposición de estas nuevas dinámicas cambiarán la vocación del barrio hacia la Economía Naranja, lo que provocará un incremento en la valorización del suelo, siendo atractivo para los dueños del territorio rentar su espacio al sector de las industrias creativas y culturales. Esto dará como resultado la expulsión de los talleres mecánicos, las bodegas, los almacenes y las cafeterías.

No obstante, es necesario señalar, que los cambios urbanos y el proceso de gentrificación que se dará en este barrio a causa del Distrito Creativo es apenas una de las consecuencias. Es importante considerar que el Distrito Creativo ha servido como plataforma para las industrias creativas y culturales, esto ha beneficiado a artistas, creativos, movimientos y emprendimientos quienes a través del Distrito han encontrado redes de apoyo. Las actividades de la programación cultural de Bodega Comfama les ha permitido darse a conocer y en muchas ocasiones formarse en temas de economía creativa, además de lograr una integración del sector creativo con la ciudad.

El uso de la cultura como recurso en la Economía Naranja expone resultados ambivalentes, en cuanto les ha permitido a muchas iniciativas culturales que antes eran limitadas a una promoción comunitaria, de expandirse y generar recursos económicos, lo que es fundamental para la continuidad del quehacer cultural y artístico. Pero, al mismo tiempo, expone una nueva forma de crear cultura, que estará enmarcada y limitada a su capacidad de generar plusvalía. Las políticas culturales que buscaban responder a problemáticas sociales a través de la integración y la cohesión social ahora tendrán que responder a los enfoques de la Economía Naranja, produciendo una capitalización de la cultura.

Debido a que el principal escenario de la cultura es la ciudad, las políticas culturales tienen influencia en su organización y planeación. De ahí que los efectos de la Economía Naranja puedan observarse en el territorio urbano, llevándolo a su transformación. Las industrias creativas y culturales son usadas para la regeneración del territorio por medio de arquitectura innovadora y dinámicas de sostenibilidad, en las que tanto la ciudad como la cultura son gestionadas con fines económicos, poniendo de manifiesto una nueva forma de administración urbana, el urbanismo neoliberal (Janoschka, 2011). En esta nueva forma de hacer urbanismo se fortalece la participación de las empresas privadas, lo que permite pensar en una tendencia hacia la privatización de la planeación urbana, donde las decisiones acerca de la organización y la proyección de la ciudad estén orientados hacia el crecimiento económico, que no necesariamente beneficiará a la ciudad como colectivo.

El Distrito Creativo es un proyecto en proceso, que con apenas dos años de camino ha logrado crear una nueva corriente económica enfocada en las industrias creativas y culturales, que se ha abierto paso entre los talleres y bodegas del barrio Perpetuo Socorro. Su instauración trae grandes promesas para la Economía Creativa y para el desarrollo de la ciudad que le va a permitir posicionarse en el escenario internacional. Sin embargo, debido al poco tiempo que lleva este proceso en marcha, es prematuro evaluar su alcance y efecto sobre la cultura y la forma en que se proyecta la ciudad.

Finalmente, esta investigación permite plantearse algunos interrogantes sobre el futuro del Distrito Creativo y de la ciudad en el marco de la emergente Economía Naranja: ¿Qué alcance tendrá el Distrito Creativo en la ciudad? ¿Qué repercusiones tendrá sobre la proyección de la ciudad? ¿La planeación estará enfocada en convertirse en una ciudad creativa? ¿Cómo se integrarán los diferentes distritos en construcción? ¿Qué otros espacios de ciudad serán intervenidos por la Economía Naranja?

### Referencias bibliográficas

- Alcaldía de Medellín. (2014). Plan de Ordenamiento Territorial. 2014-2027. Medellín, Colombia.
- Alcaldía de Medellín. (2015). Plan de Desarrollo Local Comuna 10. Medellín, Colombia.
- Alcaldía de Medellín (2016). Plan de Desarrollo Medellín Cuenta con Vos 2016-2019. Medellín, Colombia.
- Alcaldía de Medellín. (2019). Informe de calidad de Vida de Medellín 2018. Medellín, Colombia.
- Castells, M. (2001). La ciudad de la nueva economía. *Papeles de población* (27), 207-221.
- Checa-Artasu, M. (2011). Gentrificación y cultura: algunas reflexiones. *Geo Crítica. Cuadernos Críticos de Geografía Humana*, 16 (914), 1-27.
- Delgado, M. (2008). La artistización de las políticas urbanas. El lugar de la cultura en las dinámicas de reapropiación capitalista de la ciudad. *Quaderns-e* (18), 68-80.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class*. Basic Books.
- Fukuoka, Y., y Daza, A. (2003). Parque central metropolitano. Reestructuración y rehabilitación del centro cultural y administrativo de la ciudad de Medellín. [Tesis de Pregrado, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio Institucional Pontificia Universidad Javeriana. <https://bit.ly/2RM5p2d>
- Harvey, D. (2007). *Urbanismo y desigualdad social* (2a. ed.). Siglo XXI.
- Harvey, D. (2013). *Ciudades rebeldes: Del derecho a la ciudad a la revolución urbana*. Akal.
- Herrera, E., Bonilla, H., y Molina, L. (2013). Ciudades creativas ¿Paradigma económico para el diseño y la planeación urbana? *Bitácora* (1) 11-20.



- I Mateo, J. (2010). Políticas culturales, transformaciones urbanas e higienización social en la Barcelona contemporánea. *Anales de geografía*, 30 (2), p. 133-161.
- Jacobs, J. (2011). *Muerte y vida de las grandes ciudades*. (2a. ed.). Capitán Swing.
- Janoschka, M. (2011). Geografías urbanas en la era del neoliberalismo. Una conceptualización de la resistencia local a través de la participación y la ciudadanía urbana. Investigaciones geográficas. *Boletín del Instituto de Geografía UNAM* (76), 118-132.
- Kunjernoja, A., Ismael, M., y Hernández, A. (2018). Introducción. Procesos urbanos en tiempos neoliberales. En A. Kunjernoja., M. Ismael., y A. Hernández (Comp.). *Ciudad, capital y cultura* (9-20). Itaca.
- Kunjernoja, A., Ismael, M., y Hernández, A. (2018). Puebla ¿ciudad creativa, innovadora e inteligente? En A. Kunjernoja., M. Ismael., y A. Hernández (Comp.). *Ciudad, capital y cultura* (21-36). Itaca.
- Landry, C., Bianchini, F. (1998). *The creative city*. Demos.
- Linheira, J., Rius-Ulldemolins, J., y Hernández, G. (2018). Política cultural, modelo de ciudad y grandes infraestructuras culturales: análisis comparativo de la Cidade da Cultura de Santiago de Compostela y la Ciutat de las Arts i les Ciències de Valencia. *Revista de investigaciones políticas y sociológicas*, 17 (1), 153-178.
- López, A. (2018). La infraestructura cultural en la explotación del territorio en Puebla (2011-2016). En Hernández, A., Kurjenoja, A., Ismael, M. (Ed.), *Ciudad, capital y cultura* (37-71). Itaca.
- Lungo, M. (2005). Globalización, grandes proyectos y privatización de la gestión urbana. *Urbano*, 8 (11), 49-58.
- Martínez, R. (s.f). La cultura como recurso. <https://bit.ly/2IBFXFg>

Miller, T. (2012). Política cultural/industrias creativas. *Cuadernos de literatura* (32), 19-40.

Mincultura. (2010). Compendio de políticas culturales. <https://bit.ly/33k2VZt>

Mincultura. (2019). ABC Economía Naranja. <https://bit.ly/2LuVjwp>

Sánchez, C. (2019). La cultura se puede modernizar con un acuerdo entre los gobiernos nacional y locales. Observatorio de Gobierno Urbano. <https://bit.ly/2HZZKOK>

Unesco (2000). Cultura, comercio y globalización. Preguntas y respuestas. París, Francia.

Villegas, M. (2018). Resistencias en la promoción cultural de Medellín para la lucha por el derecho a la ciudad. Estudio de caso Centro de Desarrollo Cultural de Moravia. [Tesis de Pregrado, Universidad de Antioquia]. Repositorio Institucional Universidad de Antioquia. <https://bit.ly/3tBLD7L>

Yúdice, G. (2000). La globalización y el expediente de la cultura. *Relea. Revista Latinoamericana de Estudios Avanzados* (10), p. 14-42.

Yúdice, G. (2002). El recurso de la cultura. Gedisa.

Yúdice, G. (2008). Modelos de desarrollo cultural urbano: ¿gentrificación o urbanismo social? *Alteridades*, 18 (36), 47-61.