

Laura Daniela Wilches Torres*  David Fernando Pineda Fontecha** 

Las manzanas, ahora son naranja ¿Cómo la planificación territorial fomenta la creatividad?¹

Apples are now orange
How does spatial planning encourage creativity?

Cómo citar:

Wilches Torres, L. D. y Pineda Fontecha D. F. (2022). Las manzanas, ahora son naranja ¿Cómo la planificación territorial fomenta la creatividad?. *Designia*, 10 (1), 161-177.
<https://doi.org/10.24267/22564004.1020>

¹ Artículo de reflexión

* Ingeniera Industrial de la Universidad de Boyacá, especialista en Planeación y Gestión del Desarrollo Territorial y Magíster en Administración de Organizaciones.
Centro de Innovación, Universidad de Boyacá.
Email: ldwilches@uniboyaca.edu.co.

** Diseñador Gráfico de la Universidad de Boyacá y especialista en Gerencia de Mercadeo.
División de Educación Virtual, Universidad de Boyacá.
Email: dfpineda@uniboyaca.edu.co

Palabras clave:

Creatividad, Conocimiento, Cultura, Territorio, Economía.

Key words:

Creativity, Knowledge, Culture, Territory, Economy.

Recibido: 13 de mayo de 2022

Aceptado: 11 de octubre de 2022

Resumen

Establecer que el conocimiento y la creatividad son elementos que actualmente soportan la generación de riqueza en el mundo supone la ruptura de paradigmas que han regido el orden social y económico durante siglos. Por tanto, el presente escrito muestra un panorama general de cómo las dinámicas asociadas a la creatividad y generación del conocimiento han sido abordadas desde el eje gubernamental y territorial. Así, este artículo de reflexión toma como base la definición de elementos como territorio, creatividad y ciudad creativa; este último concepto tomando como eje principal el trabajo de Richard Florida y Charles Landry. Posteriormente, estos elementos se plasman en la experiencia nacional, para, finalmente, hacer un análisis crítico que contrasta la teoría con la realidad de las ciudades en Colombia. Como principal conclusión, se evidencia que la planificación territorial en Colombia está contemplando la creatividad como un elemento clave pero ambiguo, razón por la cual su gestión no ha sido óptima y, por el contrario, ha tenido efectos, en ocasiones contrarios, a los esperados.

Abstract

Establishing that knowledge and creativity are elements that currently support the generation of wealth in the world implies the rupture of paradigms that have governed the social and economic order for centuries. Therefore, this paper shows an overview of how the dynamics associated with creativity and knowledge generation have been approached from the governmental and territorial axis. Thus, this reflection article takes as a basis the definition of elements such as territory, creativity, and creative city; the latter concept taking as its main axis the work of Richard Florida and Charles Landry. Subsequently, these elements are reflected in the national experience, to finally make a critical analysis that contrasts the theory with the reality of cities in Colombia. As a main conclusion, it is evident that territorial planning in Colombia is contemplating creativity as a key but ambiguous element, which is why its management has not been optimal and, on the contrary, has had effects, sometimes contrary to those expected.

Introducción

Este documento busca exponer un panorama general de cómo las dinámicas asociadas a la creatividad y generación del conocimiento han sido abordadas desde el eje gubernamental y territorial en Colombia; partiendo de conceptos como territorio, creatividad y ciudad creativa.

Para ello, en primer lugar, es necesario definir al territorio como un espacio geográfico en el cual se desarrollan relaciones sociales, políticas, económicas y culturales que generan en el individuo identidad y pertenencia sobre el espacio que habita (Geiger, 1996; Rodríguez, 2010).

Asimismo, la creatividad, entendida como la capacidad de generar ideas con base en estímulos percibidos del entorno (Castaño, 2018) es producto de tres fuerzas articuladas: un grupo de instituciones sociales, un dominio cultural y un individuo (Csikszentmihalyi, 1990). Por tanto, las ideas no solo necesitan originalidad sino también eficiencia y eficacia (hacer realidad las ideas) que es lo que diferencia la creatividad de la imaginación (Runco & Garrett, 2012).

Dado lo anterior, el término que articula el territorio y la creatividad se materializa en el concepto de *ciudades creativas* o *ciudades del conocimiento*, las cuales giran en torno a la economía creativa, las industrias culturales y las industrias creativas (Rodríguez, 2010). En este tipo de ciudades, la creatividad y el conocimiento son vistos como elementos esenciales para la generación de riqueza, el cierre de brechas sociales y, en general, para la creación de mejores condiciones de vida para la población.

Frente a esta temática, los autores más representativos son Richard Florida y Charles Landry (Herrera-Medina et al., 2013). Richard Florida se refiere a la clase creativa (Florida, 2010) como un grupo de personas relacionados con el arte, la música, la pintura, el diseño, entre otros; a los cuales la ciudad debe garantizarles condiciones y espacios que permitan estimular la creatividad y, así, generar riqueza y bienestar a partir de esta. Asimismo, Florida plantea que una ciudad creativa debe contener nuevos esquemas de organización social basados en la estrategia de las tres “T” (Florida, 2010): Talento (capital humano), Tecnología (Concentración de innovación) y Tolerancia (atracción e interacción de personas diversas).

Por otra parte, Charles Landry plantea el concepto de ciudad creativa partiendo de un cambio en la mentalidad de los habitantes (cultura ciudadana y educación) (Landry, 2005), donde la administración pública debe generar los espacios y mecanismos para potenciar la creatividad y, de esta manera, poder consolidar territorios que basen su economía en el conocimiento. En consecuencia, las ciudades inmersas en la corrupción y la tiranía se alejan cada vez más del concepto de ciudad creativa o ciudad del conocimiento (Landry, 2000).

En este sentido, la consolidación de ciudades creativas, entendidas como el espacio físico que articula elementos como el talento, la creatividad, la cultura, la infraestructura y la gestión en general, como insumos para la generación de riqueza y calidad de vida va más allá de las estimaciones teóricas e ideas utópicas. Es claro que las realidades sociales y económicas determinan la proyección de los territorios y, por tanto, los instrumentos de planeación territorial como las políticas públicas y las agendas estratégicas, deben responder a estas realidades.

Atendiendo a lo anterior, este artículo de reflexión expone una serie de posturas teóricas frente al tema de las ciudades creativas y las analiza tomando casos de estudio colombianos.

Metodología

El presente documento es un artículo de reflexión (Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación, 2022) debido a que toma como punto de partida de elementos teóricos y casos de estudio, para generar un análisis crítico desde la perspectiva del autor.

De esta manera, el documento analiza las postulaciones teóricas de Richard Florida y Charles Landry y las contrasta con los casos de estudio colombianos. Las ciudades se seleccionaron a conveniencia de los investigadores, tomando como criterio el conocimiento y la cercanía con las mismas.

² El artículo 71 de la Constitución Política de 1991 establece que la búsqueda del conocimiento y la expresión artística son libres.

³ La Ley 397 de 1997 estipula que el Estado, a través del Ministerio de Cultura y las entidades territoriales, “establecerá estímulos especiales y promocionará la creación, la actividad artística y cultural, la investigación y el fortalecimiento de las expresiones culturales”.

La creatividad con enfoque territorial en Colombia

En Colombia, a partir de la Constitución Política de 1991 en los Artículos 70, 71² y 72, se incluye la cultura como un elemento que hace parte de la estructura de la Nación y se establecen principios relacionados con las libertades y los derechos culturales. Así mismo, se establece la obligación constitucional de promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos. La Ley General de Cultura (Ley 397 de 1997)³ sienta las bases para la transformación de la cultura y de aquí se deriva toda la legislación colombiana en materia cultural (Congreso de la República de Colombia, 1997).

Para el país, estas actividades relacionadas con la economía naranja equivalen al 3,4 % del PIB y generan alrededor de 247.000 empleos anuales. Al ser un rubro significativo, se generaron incentivos gubernamentales para el desarrollo de las economías creativas. Gracias a que el Estado garantizó estas condiciones, en 2019 Colombia fue reconocida como un referente mundial en economía naranja durante una cumbre del mismo sector realizada en Medellín (ACI Medellín, 2019).

Para el gobierno del presidente Iván Duque la economía naranja fue una de las banderas en su campaña electoral y en su gobierno fue una prioridad para el crecimiento económico, social y cultural del país. Es así como esto quedó estipulado en el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2018-2022 y corroborado con el Decreto 1204 de 2020, por el cual se adopta la política pública Integral de la Economía Naranja (Política Integral Naranja) y en el Decreto 697 de 2020 donde se dan las pautas relacionadas con las Áreas de Desarrollo Naranja – ADN – (Presidencia de la República de Colombia, 2020).

Las ADN son espacios donde convergen la cultura, la creatividad y el emprendimiento; funcionan como áreas de desarrollo económico, social y cultural, consolidando escenarios para la renovación urbana, la generación de empleo y la creación, producción, distribución, exhibición, comercialización y consumo de bienes y servicios culturales y creativos. Además, las empresas que se establecen en estos espacios pueden obtener algunos incentivos tributarios.

Durante este mismo gobierno se designó el Consejo Nacional de Economía Naranja (CNEN), adscrito al Ministerio de Cultura, desde donde se gestionan los recursos económicos orientados a estimular la gestión, formación, investigación y circulación de procesos culturales (Función Pública, 2018).

Aunque el gobierno Duque ofreció incentivos a la cultura, también se presentaron inconformidades ciudadanas a su gestión que dieron lugar a una serie de manifestaciones como el *Paro Nacional del 21N*, entre otros. En estos espacios se presentaron casos de intimidación, abusos y censura a varios medios y colectivos artísticos como: Puro Veneno, Pirotecnia, De Género, Cartel Urbano y al portal Cero setenta de la Universidad de los Andes; se denunciaron allanamientos y presiones días antes del paro nacional en noviembre de 2019 (Revista Arcadia, 2019). Uno de estos allanamientos tuvo lugar en Bogotá, en la localidad de Barrios Unidos, específicamente en el Distrito Creativo de San Felipe (reconocido como ADN). También se presentaron varios altercados con ciudadanos incómodos por las intervenciones artísticas en el espacio público en distintas ciudades del país.

Paul Chatterton plantea una pregunta ¿qué sucede cuando miramos más allá de esos límites? Según él, es claro que cuando la creatividad proviene del mundo artístico y cultural, del teatro, de la educación, de un estudio de grabación o del taller de un pintor es tolerada y bienvenida por la sociedad; pero esto no sucede cuando la creatividad proviene de los grafitis, las manifestaciones públicas y otras expresiones creativas que la sociedad encuentra subversivas y, por tanto, las rechaza y reprime (Herrera-Medina et al., 2013).



Figura 1. Bronx Distrito Creativo, Bogotá.

Fuente: Tomado de *Bogotá contará con 12 Áreas de Desarrollo Naranja para impulsar el arte, la cultura y la creatividad*. Fotografía Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte de Bogotá, 2020, <https://economianaranja.gov.co/noticias/posts/2020/diciembre/bogota-contara-con-12-areas-de-desarrollo-naranja-para-impulsar-el-arte-la-cultura-y-la-creatividad/>

Caso Bogotá

En el caso de la capital colombiana, se han generado algunos acuerdos que incentivan las industrias culturales y creativas como el Acuerdo 482 de 2011, que establece una serie de normas para la realización de grafitis en el marco de la protección del paisaje y del espacio público de la ciudad. Un par de años después, durante el gobierno de Gustavo Petro, el Decreto 075 de 2013 redefinió en qué espacios es posible llevar a cabo la práctica del grafiti y se crearon estrategias pedagógicas que impulsaron esta actividad; esta política hizo que la ciudad se convirtiera en pionera en cuanto a la organización del tema, además de situarla como la séptima ciudad más importante del mundo del grafiti según *Bombing Science* (López, 2017).

Posteriormente, en el gobierno de Enrique Peñalosa (2016-2020) el Concejo de Bogotá sancionó el 26 de junio de 2018 el Acuerdo 709 de 2018 “Por el cual se establecen 20 lineamientos para el fomento, promoción, incentivo, y desarrollo de la Economía Naranja en el Distrito Capital” (Secretaría de Cultura Recreación y Deporte, 2019).

Luego, con la firma del decreto nacional 697 de 2020, la Secretaría Distrital de Planeación y las Alcaldías locales, de acuerdo con sus planes de desarrollo, delimitaron las 12 Áreas de Desarrollo Naranja (ADN) que actualmente posee la ciudad; con esta política se consiguió que Bogotá cada día ostente más “manzanas” color naranja.

Además, Bogotá, por ser la Capital del país goza del privilegio de tener un variado número de festivales como: Open San Felipe, Feria ArtBo, Festival Iberoamericano de Teatro, BIME FESTS, BAM (Bogotá Audiovisual Market), BOmm (Bogotá Music Market), BOGOSHORTS (Festival de Cortos de Bogotá), SOFA, Col 4.0, Expoartesánías, Bogotá Fashion Week, Bogotá Food Week, etc.

La capital también cuenta con escenarios culturales como: Planetario Distrital de Bogotá, Cinemateca Distrital, Centro Cultural Teatro Municipal Jorge Eliécer Gaitán, Galería Santa Fe, Centro Cultural Media Torta, Sala Oriol Rangel y el Sistema Distrital de Parques, una amplia red de museos (63 en total), Mesa de Museos de Bogotá (MMB) y algunas entidades gubernamentales como: IDARTES (Instituto Distrital de las Artes), Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte e Instituto Distrital de Patrimonio Cultural, por mencionar algunos.



Figura 2. Distrito Creativo Open San Felipe – La esquina creativa, Bogotá.
Fuente: Tomado de *Open San Felipe*. Fotografía L. Franco, 2022. <https://acortar.link/QN1XAC>.



Figura 3. Distrito Creativo Open San Felipe – Parque La Araña, Bogotá.
Fuente: Tomado de *Open San Felipe*. Fotografía E. Botache, 2022. <https://acortar.link/PCOiny>.



Figura 4. Festival Open San Felipe, Bogotá.

Fuente: Tomado de *Open San Felipe*. Fotografía J. García Serna, 2022. <https://acortar.link/pxtK3n>.

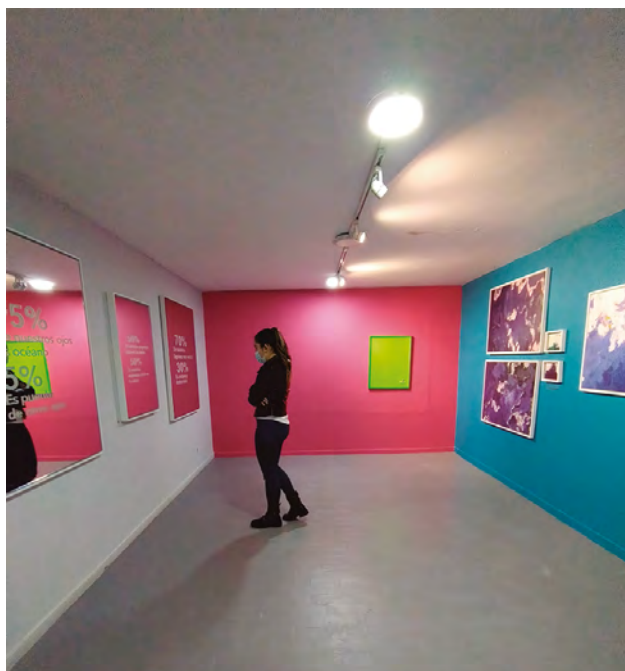


Figura 5. Distrito Creativo Open San Felipe –
Estudio 74, Bogotá.
Fuente: Autores.



Figura 6. Distrito Creativo Open San Felipe –
BeatBop Gallery, Bogotá.
Fuente: Autores.



Figura 7. Distrito Creativo Open San Felipe – Galería Beta, Bogotá.

Fuente: Autores.

Caso Medellín

El economista sueco Áke E. Anderson publicó el libro *Kreativitet. Storstadens framtid* (Creatividad. La ciudad futura) en donde planteaba que la creatividad sería el futuro de las metrópolis, y que el manejo creativo del conocimiento se consolidaría como importante fuente de incremento en las economías emergentes postindustriales (Herrera-Medina et al., 2013).

Tal vez de aquí surge el nombre del Plan de Desarrollo de esta ciudad – *Medellín Futuro* (2020 - 2023), conformado por 5 líneas estratégicas que se articulan con la academia, la ciudadanía, el sector privado y otros actores como Ruta N, Comfama, Fil Medellín (Comisión Fílmica de Medellín), Bancóldex, Fenalco y algunas otras donde se gestionan algunos proyectos como el Pauer, Ruta Naranja, Ser + STEM, Tech Fest, Computadores Futuro, Tecnoacademia. Todas estas iniciativas florecen en las ADN de la ciudad como: San Ignacio, Prado, Valle de la Innovación, Parque de Artes y Oficios de Bello, Distrito Moda Itagüí y Corporación Perpetuo Socorro.

En la delimitación de estas *manzanas* color naranja se procura generar redes, nodos y clústeres creativos, así como transformar con innovación y tecnología; además de generar nuevos empleos, vinculando estas iniciativas con mercados locales e internacionales. Esta sumatoria de factores, como lo expone Richard Florida, hacen de esta ciudad el escenario perfecto para promover el crecimiento del sector, ya que cuenta con ecosistema creativo fuerte y sólido y empresas dedicadas a la creación de contenidos y estrategias digitales que exportan sus productos y servicios a todos los rincones del mundo.

⁴ Esta nueva disposición trae cambios en las definiciones y procedimientos para rodajes o producciones audiovisuales. Por esto se desarrolló un módulo especial para la autorización de estas actividades, que ahora solo tendrán que presentar en principio solo dos documentos: el Plan de Manejo de Tránsito (solo si el rodaje implica el cierre de vías) y el plano de ocupación del espacio público (si el rodaje es en espacio público).

Medellín tiene puesta la mira en el potencial de las industrias culturales y creativas en la generación de empleo y de mayores ingresos para la ciudad, algunas cifras demuestran que los dos mayores generadores de empleo en este sector son los audiovisuales (6,73 millones) y la música (3,98 millones) (Bacanika, 2016).

Aprovechando esta oportunidad, la Alcaldía de Medellín publicó el Decreto 0907 de 2021⁴, que moderniza y simplifica los trámites a través de la Ventanilla Única de forma digital, centralizando pagos y etapas del proceso de cara a la normatividad vigente. Con estos cambios Medellín apuesta por consolidarse como referente para el entretenimiento en América Latina. La realización de algunos conciertos el mes de mayo de 2022 como el de Maluma, Karol G, Julieta Venegas, Pimpinela, Ricardo Montaner, Richard Clayderman, entre otros, esperan traer ganancias a la ciudad por más de 15 millones de dólares.



Figura 8. Distrito Creativo Perpetuo Socorro, Medellín.

Fuente: Tomado de *Perpetuo Socorro: de no lugar a distrito para crear*. Fotografía J. S. Marín y Ballet Metropolitano de Medellín, 2022. <https://www.comfama.com/trabajo-con-proposito/emprendimiento/perpetuo-socorro-distrito-creativo/>



Figura 9. Bodega Comfama, Medellín.

Fuente: Tomado de *CoCrea: 3 nuevas formas de financiar la cultura y la creatividad*. Fotografía Comfama, 2021.

<https://www.comfama.com/trabajo-con-proposito/emprendimiento/nuevos-mecanismos-financiacion-cultura-creatividad/>



Figura 10. Publicidad de actividades Distrito Creativo Perpetuo Socorro, Medellín.

Fuente: Tomado de *El Corredor*. Fotografía Perpetuo Socorro, 2022. <https://acortar.link/WYpdHL>

Caso Tunja

Tunja ha sido catalogada como una ciudad universitaria debido a los procesos académicos y actividades económicas que se generan en torno a esto. Por tal razón, parte de su planeación territorial se ha enfocado en que al año 2039 (cuando se cumplen sus 500 años de fundación) Tunja será una ciudad del conocimiento, a través de una reactivación social, económica y urbana tomando como referencia la experiencia del 22@Barcelona (Ayuntamiento de Barcelona, 2005) (Alcaldía Mayor de Tunja, 2015). Sin embargo, al evaluar los avances de este proceso de construcción de ciudad no se evidencian resultados concretos y, por el contrario, se aprecia una repetición y duplicidad de esfuerzos, donde la academia, el estado y la empresa siguen actuando de forma independiente, dejando de lado la visión unificada de territorio.

Asimismo, mediante decreto 0299 de 2021 (Alcaldía Mayor de Tunja, 2021), la ciudad de Tunja delimitó el “Área de Desarrollo Naranja (ADN) - Distrito Biocultural Cuna del Conocimiento”. A través de este decreto se busca impulsar las dinámicas culturales, creativas y de innovación en la ciudad y reactivar económica y urbanísticamente la zona donde se ubicaba el antiguo terminal de buses de la ciudad y *manzanas* aledañas, donde actualmente se presentan conflictos sociales y de seguridad.

Como elementos comunes en los casos presentados, se evidencia que, si bien las iniciativas parten de ideas claras y con proyección, estas están desligadas de la realidad social de los territorios y, por tanto, la población no las apropia, siendo este el punto de quiebre de cualquier intervención gubernamental.

Discusión y Conclusiones

Dado lo anterior, se concluye que pensar en ciudades creativas en Colombia, si bien no es imposible, supone un cambio social y gubernamental que permita que las políticas e iniciativas generadoras de creatividad y del conocimiento no solo benefician a la mal llamada *clase creativa de élite* (que es una minoría) como pintores, escritores y reconocidos artistas.

Una ciudad creativa conlleva un cambio de pensamiento no solo de las profesiones enmarcadas en la industria cultural, sino también de sus dirigentes. Insinuar que la planificación territorial en torno a la cultura genera o aumenta la brecha salarial o que se margina a cierto grupo de personas, es como decir que las cuadras donde se agrupan los mecánicos no son un espacio necesario para el funcionamiento de una ciudad debido al daño colateral que se origina en estas calles (como un mercado negro de autopartes, crimen y ladrones); al contrario de esto, lo que se espera con las ADN es un cambio positivo para la economía, la industria y la estética urbana. Un ejemplo de esto lo demuestra claramente



Figura 11. La casa rosada, antiguo terminal, Tunja

Fuente: Tomado de *La casa rosada y su problemática social en el centro de Tunja* . Fotografía Emisora Gobernación de Boyacá, 2020.

<https://956fm.boyaca.gov.co/la-casa-rosada-y-su-problematica-social-en-el-centro-de-tunja/>

el Perpetuo Socorro en la ciudad de Medellín, donde mecánicos y artistas conviven y crecen en esta área, o en el Bronx Distrito Creativo de Bogotá, donde se generan espacios culturales en un entorno de tolerancia hacia las diferentes formas de vida y de pensamiento.

Por lo que, aunque en Colombia se cuenta con mecanismos formales como políticas públicas que promueven la creatividad y la famosa *economía naranja*, estamos realmente lejos de consolidar ciudades con esta proyección. No se puede hablar de ciudades creativas en un país que criminaliza y estigmatiza las manifestaciones de creatividad tomando como juicio de valor el estrato social, la ideología política, la orientación sexual o la nacionalidad. No se puede hablar de ciudades creativas o del conocimiento en un país con un sistema educativo débil que no garantiza los elementos mínimos de acceso y de calidad de la educación para la totalidad de la población.

Bajo estas condiciones, sólo puede percibirse que en Colombia *ser creativo* es un beneficio de pocos; aquellos que cumplan con los requerimientos socialmente aceptables y que tengan los recursos para acceder y mantenerse en el mundo académico, artístico, bohemio y de élite. Así, el propósito de las iniciativas y políticas públicas enfocadas a promover las ciudades y dinámicas creativas está generando un efecto contrario donde las brechas sociales se incrementan aún más.

Pese a estas dificultades, no se puede desconocer que la planificación territorial está tomando un nuevo rumbo, donde el urbanismo enfocado en calles, cuadras y manzanas tradicionales se pueda transformar para crear espacios culturales bajo el concepto de *economía naranja*, que inspiren la creatividad, el trabajo colaborativo y la generación de conocimiento como nuevas formas de dinamizar la economía. Así se puede afirmar que en las ciudades las manzanas ahora son naranja.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACI Medellín. (2019). Expertos sitúan a Colombia como un “Referente mundial” en Economía Naranja. <https://www.acimedellin.org.expertos-situan-a-colombia-como-un-referente-mundial-en-economia-naranja>
- Alcaldía Mayor de Tunja. (2015). Transferencia del modelo de distrito de innovación 22@ Barcelona a la ciudad de Tunja.
- Alcaldía Mayor de Tunja. (2021). Decreto 0299 de 2021. Por el cual se reglamenta el Área de Desarrollo Naranja “Distrito biocultural, cuna del conocimiento.” <https://economia-naranja.gov.co/media/xsao0zw1/decreto-0299-adn-tunja-distrito-biocultural-cuna-de-conocimiento.pdf>
- Ayuntamiento de Barcelona. (2005). El Proyecto 22@ Barcelona. pp. 1–28.
- Bacanika. (2016). Creatividad ¿la nueva potencia económica? Porque pensar y crear también es un negocio. <https://www.bacanika.com/seccion-cultura/potencia-economica.html>
- Botache, E. (2022). *Open San Felipe*. Fotografía. Google maps. <https://acortar.link/PCOiny>
- Castaño, B. (2018). Manual del Innovador Manual del Innovador.
- Comfama (2021) *CoCrea: 3 nuevas formas de financiar la cultura y la creatividad*. Comfama. <https://www.comfama.com/trabajo-con-proposito/emprendimiento/nuevos-mecanismos-financiacion-cultura-creatividad/>
- Congreso de la República de Colombia. (1997). Ley 937 de 1997. Por la cual se desarrollan los Artículos 70, 71 y 72 y demás Artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias. <https://www.funcion-publica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=337>
- Csikszentmihalyi, M (1990). The domain of Creativity. En M.A Runco and R.S Albert (Eds). *Theories of Creativity* (pp 190-212). Newbury Park, C.A Sage.
- Florida, R. (2010). *La clase creativa*. Paidós.
- Franco, L. (2022). *Open San Felipe*. Fotografía. Google maps. <https://acortar.link/ON1XAC>

- Función Pública. (2018). 12 entidades públicas hacen parte del nuevo Consejo Nacional de Economía Naranja, CNEN. <https://www.funcionpublica.govco/-/12-entidades-publicas-hacen-parte-del-nuevo-consejo-nacional-de-economia-naranja-cnén>
- García Serna, J. (2022). *Open San Felipe*. Fotografía. Google maps. <https://acortar.link/pxtK3n>
- Geiger, P. (1996). *Des-territorialização e espacialização. Território: Globalização e Fragmentação*. São Paulo: Hucitec, pp. 223-246.
- Herrera-Medina, E., Bonilla-Estévez, H., & Molina-Prieto, L. F. (2013). Ciudades creativas: ¿Paradigma económico para el diseño y la planeación urbana? *Bitácora Urbano Territorial*, 22(1), pp. 11–20.
- Landry, C. (2000). *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovation*. London: Earthscan. <https://doi.org/10.4324/NOE0415232418.ch17>
- Landry, C. (2005). Creativity and the City: Thinking Through the Steps. <http://www.charles-landry.com/index.php?l=articles>
- López, A. (2017). *Bogotá es la séptima ciudad más importante del mundo del grafiti según Bombing Science*. Cartel Urbano. <https://cartelurbano.com/noticias-bogota-es-la-septima-ciudad-mas-importante-del-mundo-del-grafiti-segun-bombing-science/>
- Marín, J. S & Ballet Metropolitano de Medellín (2022). *Perpetuo Socorro: de no lugar a distrito para crear*. Comfama. <https://www.comfama.com/trabajo-con-proposito/emprendimiento/perpetuo-socorro-distrito-creativo/>
- Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación. (2022). *Artículo de investigación*. Minciencias. <https://minciencias.gov.co/glosario/articulo-investigacion>

Perpetuo Socorro (2022). *El Corredor*. Facebook. <https://acortar.link/WYpdHL>

Presidencia de la República de Colombia. (2020). Decreto 1204 de 2020. Por el cual se adiciona un título a la parte XII del Libro 2 del Decreto 1080 de 2015 Único Reglamentario del Sector Cultura, y se adopta la Política Pública integral de la Economía Creativa (Política Integral Naranja). <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=141144>

Revista Arcadia. (2019, Noviembre). Intimidación y censura: medios y artistas denuncian abusos días antes del paro nacional. <https://www.semana.com/agenda/articulo/intimidacion-y-censura-medios-y-artistas-denuncian-abusos-dias-antes-del-paro-nacional/79129/>

Rodríguez, D. (2010). Territorio y territorialidad Nueva categoría de análisis y desarrollo didáctico de la Geografía. *Unipluriversidad, Universidad de Antioquia* 10(3), pp. 90-100. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/unip/article/view/9582>

Runco, M. A., & Garrett, J. J. (2012). The Standard Definition of Creativity. *Creativity Research Journal*, pp. 92-96. <https://doi.org/10.1080/10400419.2012.650092>

Secretaría de Cultura Recreación y Deporte. (2019). CONPES Política Pública Distrital de Economía Cultural y Creativa 2019-2038. In Alcaldía Mayor de Bogotá (Issue 6643, pp. 1-88).

Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte. (2020). Bogotá contará con 12 Áreas de Desarrollo Naranja para impulsar el arte, la cultura y la creatividad. *Economía Naranja*. <https://economianaranja.gov.co/noticias/posts/2020/diciembre/bogota-contara-con-12-areas-de-desarrollo-naranja-para-impulsar-el-arte-la-cultura-y-la-creatividad/>