



Proyecto de grado para optar por el título de ARQUITECTO

## **ARQUITECTURA DEL ENTRETENIMIENTO COMO CATALIZADOR DE LA ECONOMÍA NARANJA**

Complejo de entretenimiento en Santiago de los Caballeros para impulsar la economía naranja

**Edición, diseño y diagramación:**

Doris Paniagua.

Melissa Echavarría.

**Impresión:**

Estudio de Arquitectura Metrópolis, SRL

Distrito Nacional, S. D., República Dominicana

® Todos los derechos reservados



**UNPHU**

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
Facultad De Arquitectura y Artes  
Escuela de Arquitectura y Urbanismo

**Tema:**

"Arquitectura del entretenimiento como catalizador de la economía naranja."

**Vehículo:**

"Complejo de entretenimiento en Santiago de los Caballeros para impulsar la economía naranja."

**Proyecto de grado para optar por el título de ARQUITECTO**

**Autores:**

Paniagua Caba, Doris Elisa

Matrícula:  
19-2230

Echavarría Guerrero, Melissa María

Matrícula:  
19-2293

**Asesor de Contenido:**

José Antonio Constanzo, Ms. C. Arq.

**Asesora Metodológica:**

Gilkauris Rojas C. Ph. D. Arq.

Santo Domingo, D. N., República Dominicana  
2023

ALTAGRACIA CABA  
GINÁNGELA GUERRERO

MARTÍN PANIAGUA  
MARCO ECHAVARRÍA

ELISA CUEVAS  
LAURA VELOZ

DORILA CASTELLANOS  
IVÁN VELOZ

GRACIA



CRISTIAN PANIAGUA  
ELEANY VIVAS

CAROLINA PANIAGUA  
NAMIRIS VARGAS

LAURA PANIAGUA  
MARA ROSARIO

KAREN CRUZ  
RODRIGO DE LEÓN

# Gracias

La gratitud es un sentimiento que implica estimar las acciones que otras personas hacen en favor a nosotros. El entregar este proyecto de grado provoca en nosotras innumerables sentimientos, pero uno con el que nos identificamos completamente es la gratitud. Nos sentimos sumamente agradecidas de poder contar con personas que desinteresadamente nos han brindado su apoyo a lo largo de este recorrido, a nuestros familiares, amigos, y profesores que nos han instruido, aconsejado y alentado a seguir adelante, queremos darle nuestros más sinceros agradecimientos. Si pudimos dar por concluida con éxito esta tesis, a la cual en algún momento no le vimos un final, es gracias a todas las personas que nos acompañaron en el proceso, pero en especial a nuestros maestros Alan V. García y José A. Constanzo por sus valiosas enseñanzas que nos han ayudado a crecer, tanto en el ámbito académico, personal y profesional.

Simplemente, **gracias.**

# 01

Introducción

## Marco general del tema.....2

1.1 Planteamiento del problema.....4
1.2 Justificación.....5
1.3 Preguntas de investigación.....6
1.4 Motivación.....7
1.5 Objetivos.....8
1.5.1 Objetivo general
1.5.2 Objetivo específicos
1.6 Alcances.....9
1.6.1 Alcance general
1.6.2 Alcances específicos

# 02

## Marco general del vehículo.....10

2.1 Planteamiento del problema.....12
2.2 Motivación.....12
2.3 Justificación.....13
2.4 Objetivos.....14
2.4.1 Objetivo general
2.4.2 Objetivo específicos
2.5 Alcances.....15
2.5.1 Alcance general
2.5.2 Alcances específicos

# 03 04

3.1 Estado del arte.....18
4.1 Metodología.....25

# 05

## A. Marco teórico del tema.....26

### 5.1 Contexto naranja

5.1.1 Definición y concepto de la economía naranja.....28
5.1.2 Breve historia de la economía naranja.....30
5.1.3 La creatividad.....32
5.1.4 La cultura.....34
5.1.5 Industrias culturales y creativas.....36
5.1.6 Categorización sectorial de la economía naranja.....38
5.1.7 Las 7ies.....40

### 5.2 Arquitectura como sector de la economía naranja.....42

5.2.1 Arquitectura del entretenimiento.....42
5.2.2 El papel de la creatividad en la arquitectura para el impulso de la economía naranja.....44
5.2.3 Actividades creativas y culturales de mayor desarrollo en el país.....46
5.2.4 Perspectivas de la arquitectura naranja en el país.....48
5.2.5 Arquitectura naranja existente en la República Dominicana.....49
5.2.6 Retos y desafíos de la arquitectura en la economía naranja.....50

### 5.3 Crecimiento de la economía naranja.....52

5.3.1 Aspectos económicos.....52
5.3.2 Aspectos sociales.....54
5.3.3 Aspectos culturales.....56

### 5.4 Planes y estrategias de desarrollo.....58

5.4.1 Políticas de desarrollo ideales para la economía naranja.....58
5.4.2 Modelo de desarrollo colombiano.....60
5.4.3 Guía de desarrollo dominicano.....62
5.4.4 Guía de desarrollo con enfoque a la infraestructura.....63
5.4.5 Viabilidad de la economía naranja en República Dominicana.....64
5.4.6 Viabilidad de un proyecto arquitectónico para impulsar la economía naranja.....65

# 06

## B. Marco teórico del vehículo.....66

### 6.1 Contexto cultural.....68

#### 6.1.1 Historia dominicana.....68

#### 6.1.2 Definición de identidad y su relación con la cultura.....70

#### 6.1.3 Identidad dominicana: concepto y características.....72

#### 6.1.4 El consumo cultural urbano y los espacios de ocio.....74

#### 6.1.5 Relación entre la arquitectura e identidad cultural.....76

### 6.2 Modalidades de entretenimiento.....78

#### 6.2.1 La cultura del ocio.....78

#### 6.2.2 Relación entre el ocio y la economía naranja.....80

#### 6.2.3 Tipos de entretenimiento.....82

#### 6.2.4 Importancia y beneficios del entretenimiento.....84

### 6.3 Relación entre el entretenimiento y el espacio.....86

#### 6.3.1 Actividades de entretenimiento existentes en Santiago.....88

#### 6.3.2 Diseño de espacios de entretenimiento.....90

### 6.4 Marco referencial.....92

#### 6.4.1 Referencias nacionales.....92

#### 6.4.2 Referencias internacionales.....96

# 07

## Marco contextual.....104

### 7.1 Elección de lugar.....106

### 7.2 Análisis de lugar.....108

#### 7.2.1 Localización y ubicación...108

#### 7.2.2 Levantamiento del solar...109

#### 7.2.3 Jerarquía de vías.....110

#### 7.2.4 Accesos.....112

#### 7.2.5 Asoleamiento.....114

#### 7.2.6 Áreas verdes.....116

#### 7.2.7 Crecimiento urbano.....118

#### 7.2.8 Llenos y vacíos.....120

#### 7.2.9 Uso de suelo.....122

#### 7.2.10 Altimetría.....124

#### 7.3.11 Hitos y nodos.....126

#### 7.3.12 Hitos y nodos culturales...128

#### 7.3.13 Topografía.....130

#### 7.3.14 Análisis FODA.....132

# 08

## Marco conceptual.....134

### 8.1 Perfil del usuario.....136

#### 8.1.1 Directo.....136

#### 8.1.2 Indirecto.....136

#### 8.1.3 Permanente.....137

#### 8.1.4 Itinerante.....137

### 8.2 Perfil del usuario

#### directo.....138

### 8.3 Resultados de

#### encuesta.....139

### 8.4 Desarrollo conceptual

#### volumétrico.....140

### 8.5 Programa de áreas.....144

# 09

## Marco proyectual.....146

### 9.1 Planos arquitectónicos.....148

#### 9.1.1 Índice / Ubicación / Localización / Planta de Conjunto.....148

#### 9.1.2 Planta de conjunto de techos.....149

#### 9.1.3 Planta de conjunto de nivel de acceso.....150

#### 9.1.4 Planta de conjunto / secciones de mercado.....151

#### 9.1.5 Planta arquitectónica y dimensionada de techo de restaurante.....152

#### 9.1.6 Planta arquitectónica y dimensionada de restaurante.....153

#### 9.1.7 Elevaciones de restaurante.....154

#### 9.1.8 Secciones de restaurante.....155

#### 9.1.9 Planta de techo arquitectónica y dimensionada de talleres.....156

#### 9.1.10 Planta arquitectónica y dimensionada de talleres.....157

#### 9.1.11 Elevaciones de talleres.....158

#### 9.1.12 Secciones de talleres.....159

#### 9.1.13 Planta de techo arquitectónica y dimensionada de Sala de conciertos/Cine/Desfile de modas.....160

#### 9.1.14 Planta arquitectónica y dimensionada 1er nivel de Sala de conciertos/Cine/Desfile de modas.....161

#### 9.1.15 Planta arquitectónica y dimensionada de soterrado 1 de Sala de conciertos/Cine/Desfile de modas.....162

#### 9.1.16 Planta arquitectónica y dimensionada de soterrado 2 de Sala de conciertos/Cine/Desfile de modas.....163

#### 9.1.17 Elevaciones de Sala de conciertos/Cine/Desfile de modas.....164

#### 9.1.18 Secciones de Sala de conciertos/Cine/Desfile de modas.....165

#### 9.1.19 Detalle de asiento/ascensor/escalera.....166

#### 9.1.20 Planta de techo arquitectónica y dimensionada de Microteatro/Karaoke/Bolera.....167

#### 9.1.21 Planta arquitectónica de Microteatro/Karaoke/Bolera.....168

#### 9.1.22 Planta dimensionada de Microteatro/Karaoke/Bolera.....169

#### 9.1.23 Elevaciones de Microteatro/Karaoke/Bolera.....170

#### 9.1.24 Secciones de Microteatro/Karaoke/Bolera.....171

#### 9.1.25 Planta de conjunto y soterrado de Anfiteatro.....172

#### 9.1.26 Secciones y detalles de Anfiteatro.....173

#### 9.1.27 Planta de techo arquitectónica y dimensionada de Administración.....174

#### 9.1.28 Planta arquitectónica de Administración.....175

#### 9.1.29 Planta dimensionada de Administración.....176

#### 9.1.30 Elevaciones de Administración.....177

#### 9.1.31 Secciones de Administración.....180

### 9.2 catálogo de vegetación.....181

### 9.3 vistas.....182



## INTRODUCCIÓN

Para el año 1662, el filósofo francés Blaise Pascal reivindica la opinión tradicional sobre el entretenimiento, ya que este significaba una distracción que desviaba al hombre del camino recto, sin embargo filósofos y psicólogos como Pascal y Chesterton exponen una perspectiva contradictoria a la opinión popular del siglo XVI demostrando el rol esencial que juega el entretenimiento como parte inherente del desarrollo del ser humano.

El entretenimiento forma parte de lo que se conoce como “cultura del ocio” el cual tiene un impacto importante en la economía a nivel mundial. A partir de esto, surgen las industrias del entretenimiento como el cine, en primer lugar, y posteriormente, la televisión, la radio y los videojuegos. Con la evolución de los modelos productivos de la economía, gran parte de la riqueza mundial proviene de la creatividad, habilidad y el talento. Consecuente a esto, recientemente ha surgido

la economía naranja, un modelo productivo que busca crear bienes y servicios a partir del uso y aplicación de la creatividad y la cultura.

La economía naranja ha demostrado un crecimiento exponencial a lo largo de los años, esto deja en evidencia el potencial de desarrollo en países latinoamericanos como la República Dominicana que, debido a la gran herencia cultural y avance hacia el impulso de las industrias culturales y creativas, se encuentra en ventaja para implementar la economía naranja.

La arquitectura, en el marco de la economía naranja, entra a colación para fomentar espacios en donde sea posible el desarrollo de actividades y eventos socioculturales, por lo que a través de este trabajo investigativo y proyectual se procura explicar la economía naranja y maneras de impulsarla a través de la arquitectura.





# MARCO GENERAL DEL TEMA

## PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

La economía naranja, también conocida como economía creativa, se refiere a todas las industrias culturales o creativas que tienen su origen en la habilidad y el talento individual, a su vez, son las que crean riquezas a través de la generación o explotación de la propiedad intelectual. Este tipo de economía está conformada por diferentes sectores creativos como: arquitectura, las artes visuales, las artes escénicas, las artesanías, el cine, el diseño, la investigación y desarrollo, los juegos, la moda, la música, la publicidad, la gastronomía, entre otros. Consecuente a esto, se pretende investigar la manera en la cual la arquitectura, como disciplina, entra en la dinámica de la economía naranja para beneficiarse de ella y promover infraestructuras que faciliten la creatividad, la sostenibilidad y el intercambio de conocimiento.



## JUSTIFICACIÓN

La **República Dominicana**, desde el año 2012 inició un nuevo modelo de crecimiento con la Estrategia Nacional de desarrollo (END 2030), la cual contempla el fortalecimiento de las industrias culturales y creativas (ICC) en el territorio nacional para el año 2030. Vemos que para el año 2016, según el reporte de seguimiento de la Cuenta Satélite de Cultura, las contribuciones de la economía naranja aportaron el 1.5% del PIB del país, demostrando su rápido crecimiento.

A pesar de la gran relevancia y dinamismo que tienen las Industrias culturales y creativas (ICC) en América Latina y el Caribe, una investigación llevada a cabo por el observatorio Mipymes bajo la coordinación del ministerio de industria, comercio y Mipymes y el Instituto Tecnológico de Santo Domingo (INTEC) en el 2022 indica que la región continúa siendo un pequeño jugador si se compara con otras regiones del mundo. Conforme a los datos de la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), la región genera el 6% de los ingresos totales producidos por las ICC en el mundo, y genera el 7% del empleo total. Asia, por otro

lado, es la región que más aporta tanto a nivel de ingresos como de empleos, con 33% y 47%, respectivamente (OEI, 2016). Es decir que, en comparación a otros países del mundo, República Dominicana está generando ganancias mínimas a pesar de la gran capacidad artística existente en nuestro país.

Esta es de suma importancia, debido a que, desde la arquitectura, se pudiera potenciar todo tipo de infraestructura que facilite la conectividad para el intercambio sociocultural, ya que en la economía naranja es clave el acceso que se tenga a los diferentes bienes y servicios culturales. El generar posibles conexiones entre artistas y consumidores pudiera existir mediante infraestructuras pensadas en términos de aprovechamiento eficiente de los recursos, lo cual pudiera producir amplias utilidades y beneficios para el sector.

Según el arquitecto Gustavo Moré, "La arquitectura dominicana [dentro del marco de la economía naranja] tiene un potencial enorme porque el país tiene un potencial enorme."

## PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

**01** ¿En qué medida el desarrollo cultural y artístico de los países latinoamericanos y del caribe influencia la economía naranja?

**02** ¿Hasta qué punto la arquitectura enfocada en el entretenimiento potencializa el desarrollo de las industrias creativas?

**03** ¿Hasta qué punto las infraestructuras existentes permiten albergar las industrias creativas que se proyectan para el 2030?



## MOTIVACIÓN

El impulso planificado de las industrias y actividades creativas en la República Dominicana, con el objetivo de fomentar la economía naranja, ha resultado en un aumento significativo en el interés de los diferentes sectores de dicha economía. Sin embargo, para poder llevar a cabo el desarrollo y crecimiento de las industrias creativas se requieren infraestructuras socio

culturales que propicien la inclusión social a través de un ambiente que garantice la interacción humana y producción creativa. Es crucial reconocer la importancia de la identidad local, cultura, el arte y el potencial que, a través de la arquitectura, se pudiera alcanzar para fortalecer la economía naranja en nuestro país.

# OBJETIVOS DEL TEMA

## OBJETIVO GENERAL

Investigar la función de la arquitectura del entretenimiento en la economía naranja para impulsar las actividades culturales y creativas en la República Dominicana.

### OE1

Analizar el concepto de economía naranja y su relación con la arquitectura del entretenimiento para identificar los criterios pudieran impulsar su desarrollo.

### OE2

Investigar las estrategias presentes en el plan de desarrollo del país, dentro del marco creativo, para evaluar los métodos de producción de contenido cultural y creativo en el ámbito de la arquitectura.

### OE3

Comparar el estado histórico, actual y proyecciones futuras de la economía naranja, midiendo su crecimiento en diferentes contextos con el fin de identificar su impacto.

# ALCANCES DEL TEMA

## AE3

Evaluación de los criterios que pudieran impulsar el desarrollo de la economía naranja, luego de su identificación.

## AE2

Identificación de los métodos de producción de contenido cultural y creativo, investigando las estrategias presentes en el plan de desarrollo del país dentro del marco creativo.

## AE1

La medición del crecimiento de la economía naranja en el país, comparando el estado histórico, actual y la proyección futura de mismo.

## ALCANCE GENERAL

Determinación de los factores de influencia de la arquitectura del entretenimiento en la economía naranja.



# MARCO GENERAL DEL VEHÍCULO



## PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

El proyecto representa un nuevo esquema en el modelo de entretenimiento actual, siendo un medio creador de experiencias culturales e interconexión sociocultural, ubicado en Santiago de los Caballeros. Se trata de un gran complejo que incluye espacios artísticos, culturales y estructuras comerciales orientadas al impulso

de la economía naranja, todo esto debido a las carencias de este tipo de soluciones en el país, haciendo de este espacio un punto de encuentro y referencia para la comunidad creativa y cultural de la región.

## MOTIVACIÓN

El interés hacia este tipo de intervención se debe a que los espacios dedicados al entretenimiento en República Dominicana se encuentran en su mayoría categorizados por cines, restaurantes, teatros, eventos en salones privados y actividades recreacionales a la intemperie. La arquitectura del entretenimiento puede proyectarse en la categorización de manera distinta, a través de un complejo de entretenimiento orientado

a prácticas culturales y creativas.

Es importante fomentar las actividades que estimulen el desarrollo artístico y sociocultural, manteniendo la identidad dominicana, por lo que contar con espacios diseñados para la estimulación creativa del usuario es esencial para el desarrollo de la economía naranja en el país.

## JUSTIFICACIÓN

La arquitectura es un elemento clave para el desarrollo de la economía naranja. Para que las actividades que se plantean en el marco de la economía naranja puedan ser realizadas de manera efectiva y sostenible, es necesario contar con una infraestructura adecuada que permita el acceso a recursos y servicios necesarios para su desarrollo. Estos permiten la exhibición y promoción de las obras y proyectos culturales, lo que puede impulsar su comercialización y promoción.

Según el Banco Central, en 2014 de las 32 provincias con que cuenta República Dominicana, 20 de ellas no poseían cines. Por otro lado, de acuerdo a la ONE, provincias como Azua, Bahoruco, Pedernales, Samaná, Santiago Rodríguez, Hato Mayor y San José de Ocoa solo cuentan con un espacio cultural, acumulando las siete provincias el 3.3% de las zonas destinadas a actividades de este tipo. Con esto se puede comprobar la carencia que existe con respecto a infraestructuras básicas que guardan

relación con la creatividad, entretenimiento y cultura en nuestro país.

Según el Ministerio de Cultura de la República Dominicana y Consejo de Desarrollo

Estratégico de Santiago (CDES) en su Diagnóstico de las Industrias Creativas en Santiago, esta ciudad presenta una importante diversidad de las empresas culturales, así como también una alta creatividad a nivel individual y empresarial, y gran disponibilidad de espacios para la oferta de productos y servicios. En este informe se plantea que Santiago cuenta con una baja calidad en la oferta de productos y servicios culturales, informalidad en los procesos creativos, poca valoración de lo propio y lo autóctono, además de una limitación de áreas para presentar exposiciones; por lo que se justifica en esta ciudad el desarrollo de este ente arquitectónico orientado a la economía naranja, y así suplir en sus necesidades a nivel cultural y creativo.

# OBJETIVOS DEL TEMA

## OBJETIVO GENERAL

Diseñar un modelo de entretenimiento híbrido que funcione como medio de expresión cultural para promover la economía naranja, que esté equipado con todas las instalaciones necesarias para el desarrollo de un proyecto creativo.

## OE1

Crear un proyecto donde se identifiquen las características de la identidad dominicana para reforzar uno de los pilares fundamentales de la economía naranja: la cultura.

## OE2

Plantear un proyecto que cuente con diferentes modalidades de entretenimiento y áreas dedicadas a la valorización cultural y artística con el fin de dar respuesta a la insuficiencia de espacios de corte sociocultural en la zona.

## OE3

Diseñar un nuevo modelo de entretenimiento híbrido en la ciudad de Santiago para incrementar el desenvolvimiento creativo y la expresión cultural de la población.

# ALCANCES DEL TEMA

## AE3

Aumento del crecimiento cultural y expresión creativa de la población, diseñando un nuevo modelo de entretenimiento híbrido en la ciudad de Santiago.

## AE2

Solución a la insuficiencia de espacios de corte sociocultural en la zona, planteando un proyecto que cuente con distintas modalidades de entretenimiento y áreas dedicadas a la valorización cultural y artística.

## AE1

Reforzamiento de la cultura como uno de los pilares fundamentales de la economía naranja, creando un proyecto donde se identifiquen las características de la identidad dominicana.

## ALCANCE GENERAL

Desarrollo de un proyecto creativo, diseñando un nuevo modelo de entretenimiento híbrido que funcione como medio de expresión cultural y promoviendo la economía naranja.





# ESTADO DEL ARTE

# ESTADO DEL ARTE

El análisis del estado del arte que aquí se realiza se agrupa en dos diferentes tipos: El concepto de la economía naranja, también conocida como economía creativa y arquitectura naranja. Estas investigaciones, en su mayoría son datos que fueron levantados localmente y que se enfocan en América Latina, el Caribe y la República Dominicana.

## Referencias internacionales

1. Alarcón, G. Jiménez, H. (2021) *Vista de La creatividad y el emprendimiento como fundamento de la economía naranja en el análisis curricular del programa de Arquitectura de la Universidad La Gran Colombia.* (s. f.). Recuperado de: <https://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/269/462>

## Resumen de la investigación

Teniendo en cuenta lo incontrovertible que resulta colocar la educación y la economía naranja como sectores complementarios, con la ley 30 o Ley de Educación Superior, ciertos componentes como la investigación y la extensión permiten aumentar la competitividad en función de la producción científica e investigativa al interior de las instituciones de educación superior. Esta investigación busca analizar la aproximación existente entre creatividad y emprendimiento como ejes estructurantes y conceptuales de la economía naranja frente al actual currículo formativo que ofrece el programa de Arquitectura de la Universidad La Gran Colombia. El análisis constituye un estudio de caso, de alcance cualitativo y de tipo descriptivo, mediante un rastreo bibliográfico a través de diferentes bases de datos

## Conclusión

La inclusión de la creatividad y el emprendimiento, teniendo en cuenta la "económica creativa o economía naranja", como nueva tendencia en el país, significa una reingeniería en el cambio de paradigma del programa Arquitectura de la UGC, lo que resulta en un reto para la universidad.

2. Ortega, A., Bastidas, L., & Jiménez, S. (2021). *REVISIÓN CURRICULAR AL PROGRAMA DE ARQUITECTURA DE LA UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA, FRENTE A LOS CONCEPTOS DE CREATIVIDAD Y EMPRENDIMIENTO COMO PILARES DE LA ECONOMÍA NARANJA.* Recuperado 25 de enero de 2023, de [https://repository.ugc.edu.co/bitstream/handle/11396/7120/Ortega\\_Andres\\_2021\\_jimenez\\_Jose\\_2021\\_Bastidas\\_Marcela\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.ugc.edu.co/bitstream/handle/11396/7120/Ortega_Andres_2021_jimenez_Jose_2021_Bastidas_Marcela_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

### **Resumen de la investigación**

Este estudio pretende analizar la aproximación existente entre creatividad y emprendimiento como ejes estructurantes y conceptuales de la economía naranja frente al actual currículo formativo que ofrece el programa de Arquitectura de la Universidad La Gran Colombia. Materiales y métodos: la investigación, constituye un estudio de casos, con alcance cualitativo, de tipo descriptivo, llevado a cabo, a través de un rastreo bibliográfico de diferentes fuentes, como; bases de datos y repositorios institucionales de diferentes medios documentales.

### **Conclusión**

En el desarrollo de la economía, deben establecerse objetivos claros y precisos, alineados con los objetivos del desarrollo sostenible y las industrias creativas, en función del fortalecimiento de la economía naranja, teniendo en cuenta la articulación existente entre las políticas públicas, la oferta educativa y el mercado laboral. Contribución original: la inclusión de la creatividad y el emprendimiento como ejes estructurantes y conceptuales al actual currículo formativo del programa de Arquitectura de la Universidad La Gran Colombia es necesaria dentro del plan de desarrollo institucional y permite integrar lo público, lo privado y el sector académico.

**3.Robles, S. G. F. (2022, 21 febrero). Arquitectura efímera y economía naranja en el distrito de Magdalena, Lima 2020. Caso de estudio: Feria gastronómica latinoamericana Mistura 2016. "Catalizador urbano de industrias creativas: Centro de Innovaciones Culturales en el terreno de Maranguita, San Miguel 2020." Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/80539>**

### **Resumen de la investigación**

Esta investigación tuvo como objetivo principal determinar si existe relación entre la arquitectura efímera y la economía naranja en el distrito de Magdalena, Lima 2020. Caso de estudio: Feria Gastronómica Latinoamericana Mistura 2016. La justificación se presentó de manera práctica ante los sucesos realizados en el evento, de tal manera que surgió la necesidad de analizar la arquitectura que se dio mediante las industrias culturales y creativas. El tipo de investigación fue básica y el método de forma descriptivo - correlacional mediante un análisis cuantitativo con un diseño no experimental - transversal. La población tomada para esta tesis fueron los visitantes del evento, teniendo como muestra a 60 participantes, originando un muestreo no probabilístico. Asimismo, se utilizó el cuestionario para obtener resultados los cuales fueron

favorables para la correlación de variables.

### **Conclusión**

Como conclusión general de este informe de investigación es determinar la relación entre la arquitectura efímera y la economía naranja en el distrito de Magdalena, Lima 2020. Caso de estudio: Feria Gastronómica Latinoamericana Mistura 2016, porque la función de esta arquitectura busca complacer a los participantes del evento mediante su funcionalidad y diseño.

4. Bohórquez, D. (2019). Arquitectura Naranja. Universidad Pontificia Bolivariana. Recuperado de: <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/5007/Arquitectura%20naranja.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

### **Resumen de la investigación**

La economía naranja integra un trabajo muy importante en los temas de innovación, creatividad y tecnología. El crecimiento económico se alcanza mediante la creación de más con la menor cantidad de recursos posibles. Para lograr esta meta lo ideal es que los países ofrezcan incentivos y apoyen a los emprendedores mediante políticas que permitan aplicar el conocimiento en soluciones reales que transformen la sociedad y ofrezcan a los consumidores productos y servicios que cumplan con sus expectativas y requerimientos.

### **Conclusión**

Este artículo menciona como es importante reconocer la gran importancia que tiene la propiedad intelectual como capital de creación de conocimiento, productos y servicios. Sin embargo, hay que reconocer también los riesgos a los que se está expuesto en materia de derechos de autor y la capacidad de acompañamiento que tiene el sistema gubernamental para apoyar y sacar adelante los proyectos. De esta manera se encuentra que el gobierno colombiano ha impulsado una serie de leyes y normativas que favorecen la utilización de prácticas económicas acogidas bajo los lineamientos de la economía naranja.

Al final, el talento, el esfuerzo y el trabajo duro, junto con una buena dosis de creatividad, impulsan cada vez más a las personas, en especial a los jóvenes, a resolver problemas de la sociedad mediante una gestión de cambio y un trabajo por procesos.

5.Carrasco, I., & Cañizares, W. (2019). *Economía Naranja en el Ecuador: panorama actual sobre la Industria Creativa en el país*. <https://dspace.bluehill.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/38/1/PONENCIA%20INES.pdf>

### **Resumen de la investigación**

La Economía Naranja, originalmente conocida como economía creativa, es un sector actualmente en la mira de diversos organismos como el BID y la UNCTAD debido a su aporte a las economías de las naciones. Este sector se relaciona principalmente con la generación de ideas y la propiedad intelectual y comprende áreas como el cine, el diseño, moda, música, artes visuales, arquitectura entre otros; las cuales en Ecuador representan el 3,97% del total de las industrias locales y un aporte al PIB del 4,76%.

Este trabajo revisa los fundamentos teóricos acerca de esta tendencia desde una perspectiva global y examina el desempeño del Ecuador en relación a las políticas públicas e impulso a las industrias asociadas a la Economía Naranja en el país.

### **Conclusión**

El impulso hacia las iniciativas creativas debe ser mayor, ya que actualmente se reduce a convocatorias de financiamiento puntuales y oportunidades de capacitación para impulsar especialmente ideas creativas asociadas a la tecnología, por lo que se recomienda desarrollar observatorios de las industrias creativas y de ese modo potenciar los emprendimientos bajo este rubro para garantizar su sostenibilidad en el tiempo, así como replicar iniciativas exitosas desarrolladas en países vecinos. Finalmente, resulta necesario identificar las necesidades del consumidor ecuatoriano en relación a las industrias creativas, conocer sus deseos y motivaciones ya que estos insumos constituyen información fundamental para promotores de actividades artísticas, culturales y creativas. Los resultados de la investigación evidencian iniciativas tanto a nivel privado como gubernamental para promover la economía de la creatividad e innovación, sin embargo, aún queda potencial por explotar.

## Referencias nacionales

6.Popularenlinea. (2021, 8 diciembre). Dominicana es Creativa - Arquitectura [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=KnoxjhQO7Hs&feature=youtu.be>

### Resumen del tema

Este encuentro demuestra que República Dominicana tiene los talentos y las ideas para hacer proyectos arquitectónicos relevantes para embellecer y agregar valor cultural y económico sostenible.

### Conclusión

La economía naranja que el tema principal depende en gran parte de que exista un espacio propicio para que la mente creativa que se va a pasar cuatro horas dándole click a una computadora o en un taller de artesanía pueda salir y tenemos paso de par cimiento comercio se ha dicho es un banco del parque en la esquina es ese balance es necesario para esa economía y lo importante hoy en día es que así como dice hay militantes de arquitecto que estamos tratando y forjando y siendo instituciones a tratar de promover que se realicen grandes cambios también la sociedad

7.Popularenlinea (P.). (2021, 8 diciembre). Especial «Dominicana Creativa» [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=l3PM3BCA6qQ&feature=youtu.be>

### Resumen del tema

Este especial busca enaltecer el vasto talento y potencial creativo de los dominicanos en las diferentes actividades que conforman la economía de las industrias culturales y creativas.

### Conclusión

Muchas veces el talento hay que cultivarlo en las industrias creativas. Cada vez más la profesionalización de los sectores y de los productores de los productos creativos es indispensable. Ciertamente podemos alabar todavía el artesano completamente espontáneo, podemos alabar todavía el fotógrafo totalmente amateur, pero cada vez más las industrias creativas para ser competitivas en nuestro contexto y en el contexto internacional se profesionalizan. En ese sentido el intec se siente llamado a jugar un papel de apoyo de cooperación y de sinergia con el sector público y el

sector privado tanto en la capacitación tanto en el cultivo a través de la formación un talento en el acompañamiento en la extensión y en las líneas de investigación que den lugar a un mejoramiento continuo del espacio que tiene la industria cultural creativa la economía naranja en nuestro país.

**8.Adrians, P. (2021, 16 noviembre). Economía naranja: crecimiento de las industrias culturales y creativas en el país. Impulsa Popular | Banco Popular Dominicano. <https://impulsapopular.com/gerencia/economia-naranja-crecimiento-de-las-industrias-culturales-y-creativas-en-el-pais/>**

#### **Resumen del tema**

El texto da a conocer que desde el año 2012 se inició un nuevo modelo de crecimiento con la estrategia Nacional de Desarrollo (END 2030), la cual contempla el fortalecimiento de las industrias culturales y creativas (ICC) en el territorio nacional. Entre sus objetivos principales se encuentra el desarrollo de la oferta cultural, con la finalidad de producir y comercializar productos o servicios más atractivos para la actividad turística, mientras promueve el patrimonio cultural del país y fortalece la identidad de los dominicanos.

#### **Conclusión**

La finalidad de este acuerdo es fortalecer las industrias culturales y creativas que aportan un gran valor a la economía nacional, ejecutando iniciativas que eleven su potencial, ofreciéndoles programas para mejorar sus capacidades e instrumentos financieros diseñados especialmente para los negocios de ese sector.

Dentro de las iniciativas se contempla la creación de un directorio de empresas creativas, página web y cursos de formación en línea, así como impulsar los emprendimientos y formalización de las empresas de los sectores creativos y culturales.

**9.Banco popular. (2021.). Dominicana creativa. Capítulo 2: Arquitectura. Recuperado 25 de enero de 2023, de <https://dominicanacreativa.com/wp-content/uploads/2021/11/Dominicana-Creativa-Cap-2-Arquitectura.pdf>**

#### **Resumen de la investigación**

La versión espacial de la economía naranja incluye la utilización de lo social, lo cultural, como el medio idóneo para generar esta sinergia entre el espacio y los usuarios como protagonistas.

## Conclusión

Las políticas de desarrollo económico del Estado deben poner su atención sobre los derechos y libertades creativas. Las necesidades de redistribución, así como del reconocimiento de las necesidades ocultas, de actores invisibles, son fundamentales para consolidar los derechos culturales en el desarrollo de las asociaciones de su tipo, y aumentar de ese modo la producción de bienes y servicios creativos.

10. Instituto Tecnológico de Santo Domingo (INTEC) & Observatorio Mipymes. (2020). Boletín #22 Industrias Culturales y Creativas (ISSN 2737-6583). Recuperado 25 de enero de 2023, de [https://www.micm.gob.do/images/pdf/publicaciones/libros/boletin/2020/10-octubre/Boletin\\_22\\_-\\_Industrias\\_Culturales\\_y\\_Creativas.pdf](https://www.micm.gob.do/images/pdf/publicaciones/libros/boletin/2020/10-octubre/Boletin_22_-_Industrias_Culturales_y_Creativas.pdf)

## Resumen de la investigación

En esta investigación se presentan múltiples aspectos relacionados a las industrias culturales y creativas, este se divide en siete diferentes secciones, las cuales tratan temas como: las recomendaciones internacionales sobre cómo se deben aplicar las políticas públicas para impulsar las ICC en los países de América Latina y el Caribe, dependiendo de la etapa de desarrollo de su ecosistema creativo.

## Conclusión

En la investigación concluye que en República Dominicana se cuenta con un ecosistema de industrias culturales y creativas, compuesta por numerosas instituciones del sector público y privado, local e internacional. En el marco de este entorno, se han llevado a cabo diferentes iniciativas para impulsar este sector. Vale la pena mencionar la propuesta de Arte 2030, Innóvate, el FONECCA, entre otros. Sin embargo, persisten muchos retos importantes, sobretodo en lo que concierne a la actualización de las estadísticas y la unificación de criterios de las mismas, los altos niveles de desigualdad y la baja presión tributaria devengada de la informalidad económica, muchos nichos no han sido explotados en su totalidad, la aprobación de la Ley de Artesanía, entre otros. Asimismo, se recomienda al Ecosistema de ICC de República Dominicana poner énfasis especial en la sección sobre cuáles políticas se deben implementar dependiendo del estadio de desarrollo del ecosistema. Esto ayudará a guiar sobre cuál es el tipo de política que se debe llevar a cabo.



# METODOLOGÍA

Este estudio fue realizado mediante el método deductivo puesto que se investigó de forma concreta el conocimiento en referencia a la economía naranja, sus definiciones, metodologías de implementación, orígenes, planes de desarrollo, entre otros. En consecuencia, se profundiza en el trabajo para aportar una mejor forma de producir y reproducir las actividades culturales y creativas a través de la arquitectura. Todo lo anterior, para impulsar la arquitectura del entretenimiento a nivel nacional dentro de un marco creativo.



# MARCO TEÓRICO DEL TEMA



## ECONOMÍA NARANJA

La economía naranja se considera una alternativa a la economía tradicional basada en la producción de bienes materiales, ya que permite el desarrollo de actividades más innovadoras y creativas, que pueden generar mayores beneficios para la sociedad y para la economía en general. Además, la economía naranja es vista como una forma de diversificar la economía de los países y reducir su dependencia de sectores tradicionales.

Según la Unesco, la economía naranja, también conocida como economía creativa, es un catalizador de desarrollo económico, que abarca un conjunto de actividades que impulsan la producción, reproducción y comercialización de bienes y servicios culturales y creativos. Se centra en invertir en el talento, la herencia cultural, la conectividad y la propiedad intelectual. El término 'Naranja' surge a partir de la asociación de dicho color con el mundo de la cultura, con la creatividad y la identidad. Este concepto se acuñó por primera vez en el año 2013 ya que se conocía anteriormente como economía cultural y creativa. Los autores de este término, Felipe Buitrago e Iván Duque, resaltan la importancia de la necesidad de contar con un concepto que tratase de difundir la cultura y la ideación en diferentes partes del mundo.

El concepto de economía naranja se ha definido de diversas maneras,

sin embargo existen tres puntos claves que todas estas definiciones poseen como denominador común: El identificar la creatividad, la cultura y las artes como materia prima; reconocer la relación con los derechos de autor y de propiedad intelectual; y asegurar una función directa en una cadena de valor creativa.

El debate sobre la economía naranja data en el año 2013, a través del libro "La economía naranja: una oportunidad infinita" los autores, Felipe Buitrago e Iván Duque en conjunto con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), pretenden despertar el interés público sobre el importante valor de transformar la creatividad y cultura en bienes y servicios. "Es la misma dinámica de rápidos cambios la que genera oportunidades y que hace este fenómeno económicamente relevante" (Buitrago, F. & I. Duque, 2013 p.38)

El esplendor de la economía creativa o economía naranja se limita al manejo de las industrias culturales y creativas. Sin embargo, para proceder es necesario reflexionar y definir los bienes y servicios que producen estas industrias. Los bienes creativos pueden ser desglosados como artes visuales y performativas, audiovisuales, diseño, artesanías y nuevos medios; mientras que los servicios creativos se manifiestan en términos de cultura, recreación, publicidad, investigación y arquitectura.

# HISTORIA DE LA ECONOMIA NARANJA

1990

Surge el término "economía creativa" en Gran Bretaña.

2001

El libro "La economía creativa: cómo la gente gana dinero a partir de las ideas" del economista británico John Howkins es publicado.

2013

El término "economía naranja" es introducido por primera vez en el informe latinoamericano "Economía Naranja: Una Oportunidad Infinita", publicado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), de autoría de Felipe Buitrigo e Iván Duque.



1998

El gobierno británico crea el Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y Deportes.

2012

La UNESCO define la economía de la creatividad como "el conjunto de actividades que enmarcan la generación, producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales y creativos".







## LA CREATIVIDAD

Para comprender este tipo de economía, es fundamental entender la cualidad humana desde la cual la economía naranja parte y mantiene como uno de sus pilares principales. La creatividad se define como la capacidad que poseen los seres humanos para dar soluciones a problemas de manera innovadora, dándole valor a las ideas de carácter original. Esto significa que se requiere de un gran esfuerzo de introspección y un proceso mental complejo, por lo que todo ser humano desarrolla la creatividad a un nivel, ritmo y manera diferente. Esto implica que definir el término creatividad como tal, resulte un poco complicado, ya que encapsula diferentes dimensiones del conocimiento.

Según KEA, institución pionera en políticas del campo de industrias creativas y culturales, las características de la creatividad en diferentes áreas del esfuerzo humano pueden, al menos, ser clasificadas. Por ejemplo, se puede sugerir que la creatividad en la economía se muestra de la siguiente manera:

**Creatividad artística:** Esta incide en la manera en la que se interpreta el mundo y la capacidad de expresarlo ya sea en texto, imagen o audio.

**Creatividad científica:** Esta implica un mayor nivel de curiosidad que conduce a la persona hacia la necesidad de experimentar que le permite hacer conexiones y generar soluciones a problemas.

**Creatividad económica:** Esta establece una relación entre la capacidad creativa y económica en la cual se obtiene un desarrollo hacia áreas de innovación tecnológica, negocios y marketing.

Independientemente de la clasificación con la que se mida la habilidad creativa, se puede llegar a la conclusión de que es un elemento clave en la definición del alcance de la economía naranja. Según UNCTAD, es importante medir no solo los resultados económicos de la creatividad sino también el ciclo de la actividad creativa a través de la interacción de cuatro formas—social cultural, humano y estructural o institucional— como determinantes del crecimiento de la creatividad: el capital creativo.

## LA CULTURA

En el año 1952 se publicó un novedoso estudio realizado por los antropólogos Alfred Kroeber y Clyde Kluckhohn en donde surgieron múltiples definiciones de cultura, en total 164, esto demuestra la dificultad de precisar y delimitar ese concepto abstracto. El término "cultura" se puede considerar como ambivalente ya que es un concepto intangible que desprende diferentes debates e interpretaciones, a pesar de que ha sido definido eclécticamente.

La cultura se considera como el conjunto de creencias, comportamientos, normas, tradiciones, valores y demás elementos que comparten un grupo social o miembros pertenecientes a una sociedad. Estos ideales son transmitidos a través de generaciones mediante la educación, las experiencias y la socialización. Aspectos como la lengua, la religión, la gastronomía, las artes, la música, el vestuario y la arquitectura son componentes que moldean y ayudan a definir la cultura. El concepto de cultura no es un término que se mantiene fijo, sino que a lo largo del tiempo puede transformarse a través de las influencias e interacciones con otras culturas.

La cultura juega un papel importante en la sociedad ya que define la identidad de un lugar o de diferentes grupos sociales y esto promueve una sensación de inclusión y pertenencia. Además de que la misma simboliza el patrimonio tanto material como inmaterial de una sociedad, dígase, museos, festivales, monumentos, tradiciones, entre otros... al reconocer y preservar este patrimonio cultural permite mantener viva la historia de un pueblo y su transmisión a las generaciones venideras.

Por otra parte, la cultura representa no solo un valor social sino que genera un impacto positivo sobre la economía, así como una herramienta para fomentar el emprendimiento cultural, preservar el patrimonio y generar oportunidades de empleo y riquezas. Esto se traduce en una ventaja para el beneficio del bienestar ciudadano y el progreso de la sociedad en su conjunto. "Es un elemento facilitador e impulsor del desarrollo sostenible, la paz y el progreso económico." (UNESCO, 2015).

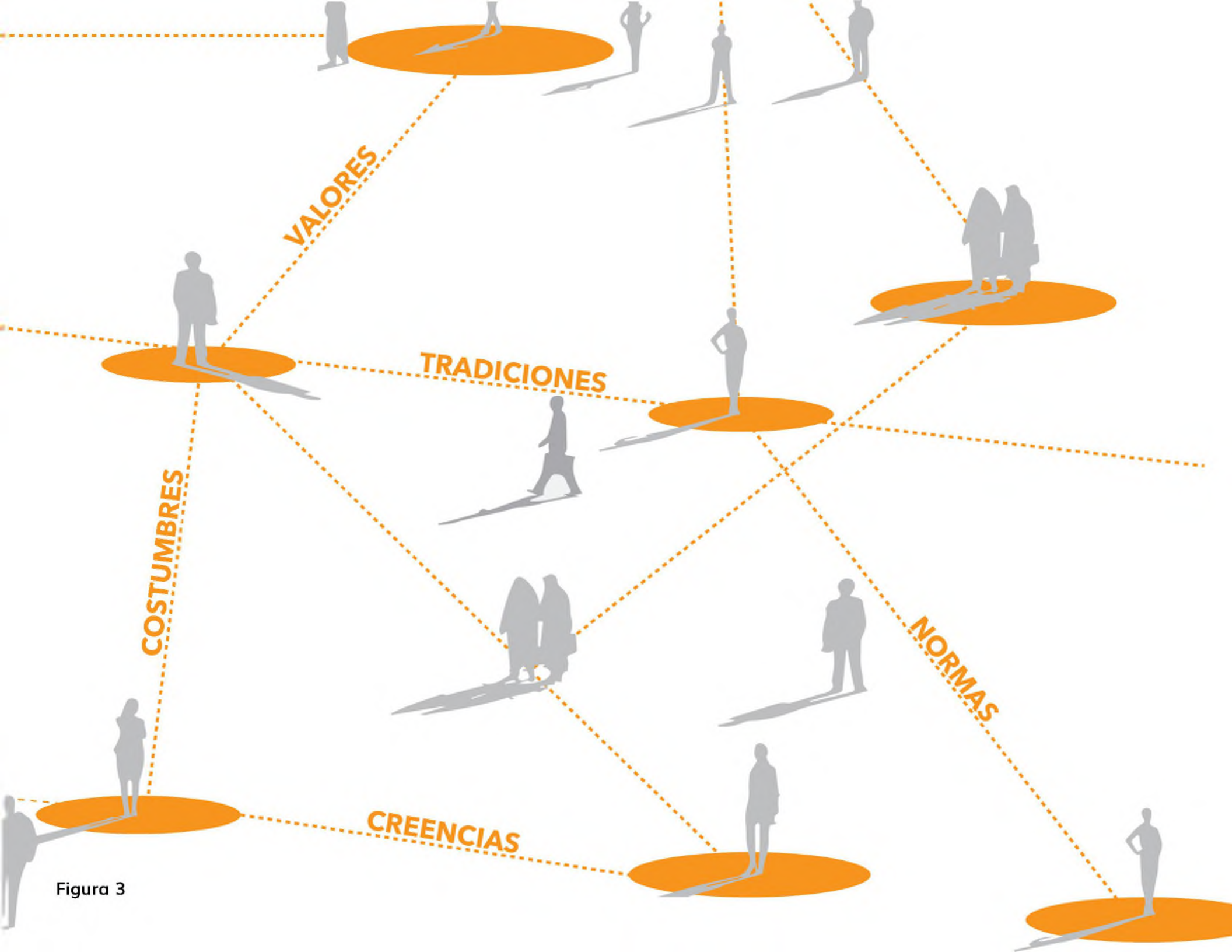


Figura 3

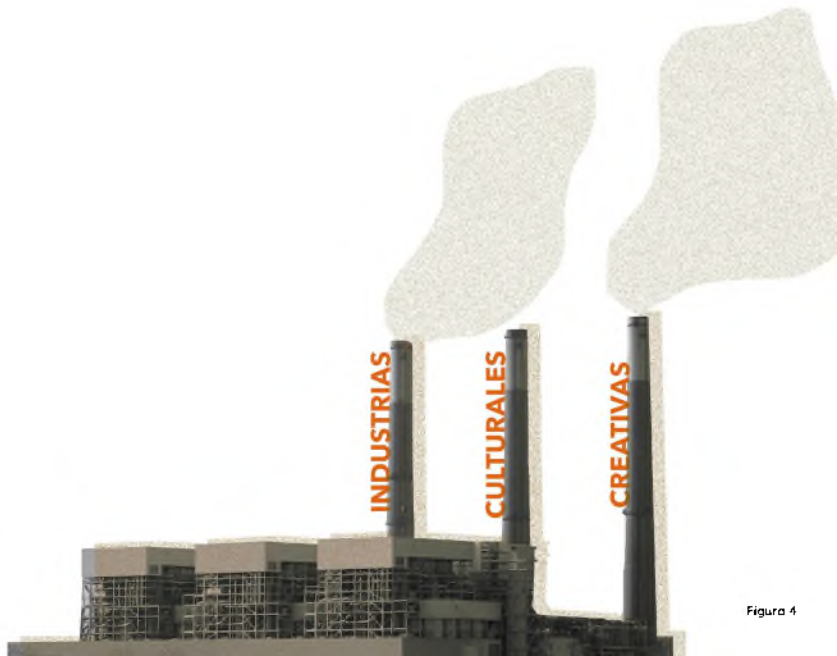


Figura 4

## INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

Aunque en la actualidad no existe un consenso de la definición legítima de estas industrias, diferentes organizaciones lo pueden concebir de la siguiente manera:

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) **“Se entiende por industrias culturales y creativas a aquellos sectores que tienen como objeto principal la creatividad, la producción o reproducción, la promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial”** (UNESCO, 2010, p. 17)

Por otro lado, la Conferencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo explica las industrias culturales y creativas de una manera semejante a la UNESCO. “Ciclos de creación, producción y distribución de los bienes y servicios provenientes de la creatividad. Son un conjunto de actividades basadas en el conocimiento, que se relacionan con el comercio y los derechos de propiedad intelectual para generar ingresos” (PNUD & UNCTAD, 2010, p. 34).

Debido a estas diferentes concepciones sobre las industrias culturales y creativas (ICC), se puede llegar a la conclusión de que las mismas hacen referencia a un conjunto de actividades económicas que se basan en la creación, producción y comercialización de

bienes y servicios culturales y creativos. Estas industrias se dedican a la producción de contenidos culturales y artísticos, como música, cine, televisión, literatura, artes plásticas, videojuegos, diseño gráfico, moda, entre otros.

Las ICC son una parte importante de la economía global y han experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas. Según la UNESCO, las ICC representan alrededor del 3% del PIB mundial y emplean a más de 30 millones de personas en todo el mundo. Además de su importancia económica, las ICC desempeñan un papel fundamental en la promoción de la diversidad cultural y la preservación del patrimonio cultural. Estas industrias también pueden tener un impacto positivo en el desarrollo social y la inclusión, proporcionando oportunidades para la creatividad y la expresión, así como para la educación y la formación.

Sin embargo, las ICC también enfrentan desafíos importantes, como la distribución ilegal de material sujeto a derechos de autor, la falta de financiamiento y el acceso limitado a los mercados globales. Para abordar estos desafíos, se necesitan políticas y medidas que promuevan la protección de los derechos de propiedad intelectual, el acceso a financiamiento y la creación de redes.

# CATEGORIZACIÓN SECTORIAL DE LA ECONOMÍA NARANJA

El contenido de la economía naranja es bastante diverso, por lo que usualmente requiere de diferentes clasificaciones para entenderlo, ya que el génesis de este modelo productivo es la creatividad y cultura los cuales resultan ser términos muy abstractos

se clasifica en

## Artes y patrimonio

se enfocan principalmente en el turismo y el patrimonio cultural material e inmaterial

Artes visuales  
Artes escénicas y espectáculos  
Turismo y patrimonio cultural material e inmaterial

## Creaciones funcionales, nuevos medios y software

son actividades que se relacionan mayormente con medios novedosos y softwares interactivos

Diseño  
Software de contenidos  
Agencias de noticias y otros servicios de información  
Publicidad

## Industrias culturales

dan cabida a actividades basadas en contenido cultural, artístico y creativo que puedan ser reproducidos de manera masiva

Editorial  
Audiovisual  
Fonográfica

### **ARTES VISUALES**

Pintura, escultura, instalaciones, arte en movimiento y videoarte, fotografía y moda

### **DISEÑO**

Interiores, artes gráficas e ilustración, joyería, juguetes y productos

### **EDITORIAL**

Libros, periódicos, revistas, industria gráfica, edición, literatura y librerías

### **ARTES ESCÉNICAS Y ESPECTÁCULOS**

Teatro, danza, orquestas, conciertos, circos, improvisaciones organizadas, moda-pasarela

### **SOFTWARE DE CONTENIDOS**

Videjuegos, contenidos interactivos audiovisuales y medios de soporte para contenidos digitales

### **AUDIOVISUAL**

Cine, televisión y video

### **TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL E INMATERIAL**

Artesanías, productos típicos, gastronomía, museos, galerías, bibliotecas, arquitectura y restauración, parques naturales, monumentos, sitios arqueológicos, centros históricos, conocimientos tradicionales, festivales y carnavales

### **AGENCIAS DE NOTICIAS Y OTROS SERVICIOS DE INFORMACIÓN**

### **PUBLICIDAD**

### **FONOGRAFÍA**

Radio y música grabada



## LAS 7 IES

Las 7 "I" del desarrollo de la economía naranja son una serie de elementos que se consideran esenciales para impulsar el crecimiento y la sostenibilidad de la economía naranja en un país. Según el centro indotel, estos 7 principios crean un círculo que empieza y termina con el individuo. Círculo que determina el equilibrio armónico, entre la creación individual y la creación colectiva de la cultura. Estas "siete I" son:

### 01

**Información:** Uno de los mayores desafíos a los que se enfrenta la economía naranja es la deficiencia de información, ya que se desconocen mutuamente los conceptos de cultura y economía, lo que dificulta el desarrollo de ambos. Esto implica que el sector creativo convencional necesita incorporar herramientas cuantitativas para analizar los costos y beneficios, y para recopilar datos que puedan ser utilizados a su favor. Por ejemplo, pueden considerar el número de empleos generados, la producción de libros, las asistencias a cines, la cantidad de televisores o dispositivos electrónicos por habitante, entre otros.

### 02

**La institucionalidad** se refiere a la existencia de un marco legal y regulatorio que proteja y promueva la economía naranja. Es importante contar con leyes y políticas que fomenten la inversión, la propiedad intelectual y el acceso a financiamiento.

### 03

**La industria** en la economía naranja también tiene un gran potencial para generar empleo y crecimiento económico. Esta "I" se enfoca en la creación de empresas y negocios sostenibles dentro del marco de la economía naranja.

### 04

**La infraestructura** es un elemento clave para el desarrollo de la economía naranja. Para que estas actividades puedan ser realizadas de manera efectiva y sostenible, es necesario contar con una infraestructura adecuada que permita el acceso a recursos y servicios necesarios para su desarrollo. Estos permiten la exhibición y promoción de las obras y proyectos culturales, lo que puede impulsar su comercialización y promoción.



## 05

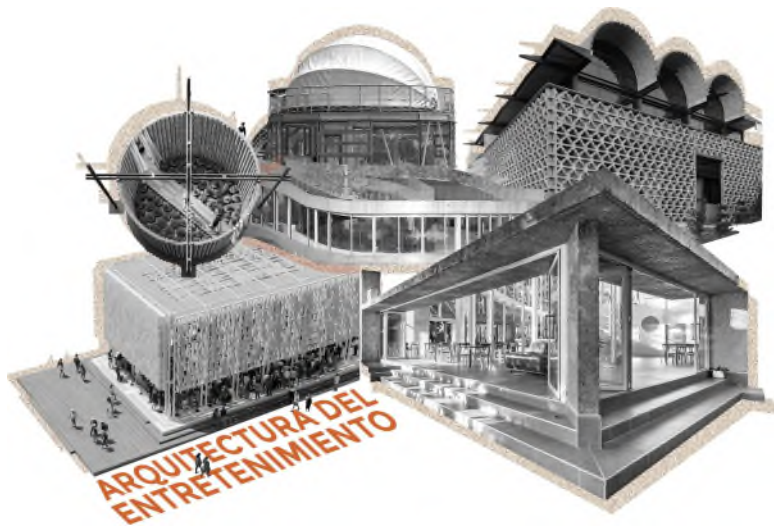
La inclusión es esencial en la economía naranja, ya que es importante promover la diversidad y la participación de diferentes sectores de la sociedad. Es importante fomentar el acceso a la educación, la tecnología y el financiamiento para todos.

## 06

La integración se refiere a la capacidad de las industrias culturales y creativas para trabajar en conjunto con otros sectores de la economía y para aportar soluciones a problemas sociales y ambientales. Es importante fomentar la colaboración y la cooperación entre diferentes actores económicos y sociales.

## 07

La inspiración se refiere a la capacidad de generar ideas y estimular la creatividad. Para crear contenido, productos y servicios creativos, la inspiración juega un papel elemental ya que fomenta la innovación en diferentes áreas artísticas y culturales.



## LA ARQUITECTURA DEL ENTRETENIMIENTO

Los seres humanos poseen una tendencia innata a relacionarse y socializar con otras personas, La arquitectura del entretenimiento surge a partir de esta misma necesidad. Es por esto que a lo largo de la historia se han ido desarrollando edificaciones, dentro del marco del ocio, entretenimiento y cultura, que permiten suplir estas necesidades mediante espacios de esparcimiento sea posible. Dichas edificaciones responden a las actividades específicas que se desarrollan en el tiempo libre y se centran en la distracción de las ocupaciones diarias.

En siglos pasados, el entretenimiento era considerado como una distracción que despistaba al ser humano del trabajo, sin embargo gracias a diferentes estudios realizados tanto por filósofos como sociólogos y psicólogos, este concepto se ha transformado, por lo que actualmente se concibe como una necesidad del ser vivo. El entretenimiento guarda una estrecha relación con el tiempo de ocio, ya que el entretenimiento es una acción que se realiza dentro de este espacio de tiempo. El ocio puede ser definido como "el conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede entregarse con pleno consentimiento ya sea para descansar, divertirse, desarrollar su

participación social voluntaria, adquirir formación o información desinteresada, después de haberse liberado de las obligaciones profesionales, familiares o sociales" (Juárez, 1993). El reconocido arquitecto y urbanista francés, conocido comúnmente como Le Corbusier, en el libro "Urbanisme" (1925), fue uno de los primeros dedicados a la disciplina de la arquitectura de la época moderna en reconocer la importancia del ocio y la relación que guarda con la arquitectura y el urbanismo y presenta una visión modernista respecto a este tema. Se refiere al ocio como una actividad que ocurre luego de las horas laborales y que debían ser cubiertas.

Este tipo de arquitectura, crea un ambiente de nuevas experiencias que se presta como escenario para estimular la resiliencia, el disfrute y la convivencia social. "Esparcirse", "divertirse y entretenerse" en los "ratos de ocio" se ha convertido en una de las prácticas culturales más comunes y cotidianas dentro de las ciudades contemporáneas; tanto, que difícilmente se puede imaginar una urbe sin ofertas de diversión o sin espacios exclusivamente diseñados para la recreación y el esparcimiento" (López, 2011, pág. 17)

# EL PAPEL DE LA CREATIVIDAD EN LA ARQUITECTURA PARA EL IMPULSO DE LA ECONOMÍA NARANJA

La arquitectura es una disciplina cuyo papel fundamental es la creación de espacios funcionales, estéticos y sostenibles. En los últimos años, la creatividad en la arquitectura ha adquirido una importancia cada vez mayor en la economía naranja, un sector cuyo foco principal son las industrias culturales y creativas, siendo estas medios de desarrollo económico y social.

Una de las formas en que la arquitectura creativa puede ayudar a impulsar la economía naranja es a través del diseño de edificaciones de carácter icónico, para su identificación como hito, atractivo turístico y punto de referencia para una región o ciudad. Esta tipología arquitectónica genera, además, grandes cantidades de empleos en la industria cultural y turística, incluyendo restaurantes, hoteles, museos y tiendas alrededor del ente. Se pueden tomar como ejemplo estructuras como la Ópera de Sídney en Australia, el Guggenheim de Bilbao en España, la Torre Eiffel en Francia y el Empire State Building de Nueva York en Estados Unidos.

Es posible también la reutilización de edificaciones antiguas y la adaptación de espacios para nuevos usos con el objetivo de revitalizar urbanizaciones y comunidades. Esto puede incluir la transformación de almacenes, fábricas abandonadas y otros espacios para galerías de arte, salones para exposiciones y eventos culturales, espacios para talleres artísticos, entre otros. Otra manera de impulsar la economía naranja a través de la arquitectura es la integración de nuevas tecnologías. Por ejemplo, la integración de sensores inteligentes en edificios puede mejorar la eficiencia energética y reducir los costos operativos. Además, la realidad virtual puede ser utilizada para crear experiencias en la industria y crear nuevas oportunidades de

negocio.

El impulso de la economía naranja depende intrínsecamente de los arquitectos, "nuestro trabajo debe brindar una experiencia enriquecedora para quien habita o trabaja en ese espacio porque el poder transformador de la creatividad es la entropía: la capacidad de habitar en los zapatos de otro, entrar en sintonía con sus emociones, visualizarlo y plasmarlo". (Pittaluga, 2022)

Esencialmente, no se ha llegado a un acuerdo sobre la definición exacta de las industrias culturales y creativas (ICC), y de los sectores y subsectores que estas incluyen. Varios autores y organizaciones a nivel internacional hacen uso del término "economía naranja" o "economía creativa" para referirse a todas las áreas relacionadas con la producción de bienes y servicios mediante el uso y aplicación de la cultura y la creatividad. Este término se considera un concepto macro que engloba todas estas áreas.

Sin embargo, según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), "se entiende por industrias culturales y creativas a aquellos sectores que tienen como objeto principal la creatividad, la producción o reproducción, la promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial" (2010). Siguiendo esta definición, estos sectores comprenden de varias ramas, cómo son la herencia cultural, los medios audiovisuales y creativos, libros y prensa, artesanía, artes visuales y creaciones funcionales.

**ÓPERA DE SYDNEY**



**SYDNEY  
AUSTRALIA**

**MUSEO GUGGENHEIM**



**BILBAO  
ESPAÑA**

**TORRE EIFFEL**



**PARÍS  
FRANCIA**

**EMPIRE STATE**



**NUEVA YORK  
ESTADOS UNIDOS**

**Figura 6**

# GASTOS CULTURALES



# 1.8 MILLONES

DE DOMINICANOS ASISTIERON A UN EVENTO O LUGAR CULTURAL EN EL 2014





## ACTIVIDADES CREATIVAS Y CULTURALES DE MAYOR DESARROLLO EN EL PAÍS

La República Dominicana al pasar de los años ha reconocido la importancia de la cultura en la sociedad dominicana, por lo que en el año 2010 se empieza el proceso para la creación de la Cuenta Satélite de Cultura (CSC) cuyos fines se centran en la creación de un sistema información relacionado con el campo cultural, esto permite obtener datos confiables para la toma de decisiones estratégicas sobre las políticas públicas del país orientadas a las industrias culturales y creativas (ICC).

En el año 2014 se realizó la primera encuesta nacional de consumo cultural de República Dominicana. Cabe resaltar que "Se entiende como consumo cultural el acto de utilizar los bienes y servicios culturales, ya sea como insumos dentro del proceso productivo, o para la satisfacción directa de necesidades individuales o colectivas." (Ministerio de cultura, 2015). Esta encuesta se enfoca en las demandas de bienes y servicios creativos y culturales, además de identificar los sectores del campo creativo y cultural de mayor popularidad en el país.

Según la Cuenta Satélite de Cultura, para el año 2010, el gasto en bienes y servicios culturales en la República Dominicana representó el 1.5% del producto interno bruto (PIB) de ese año. Cuatro años más tarde (2014) la cifra en gastos culturales aumenta, por lo que mantiene una representación activa en el PIB del país. "El gasto cultural total experimentó un crecimiento de 34.6% entre 2010 y

2014." (INDUSTRIA, COMERCIO Y MIPYMES & INTEC, 2020). Por otro lado, el banco central identificó la población que ocupa empleos que guardan relación con actividades culturales, en esta se refleja un aumento de 11.16% entre los años 2011 al 2014. Con esto podemos observar el evidente crecimiento de las ICC, además del interés social en las actividades que conforman el marco creativo y cultural.

Los resultados de la primera encuesta nacional de consumo cultural en el país arrojó que aproximadamente 1.8 millones (36%) de dominicanos asistieron a un evento o lugar cultural, siendo más frecuentado el cine, el cuál representó 45% de asistencias, seguido por eventos artísticos con un 14% y luego los parques nacionales con un 11%, ocupando los museos, lugares históricos, bibliotecas y teatros los menores porcentajes, en ese mismo orden respectivamente. Respecto a los gastos culturales, el cine fue el de mayor porcentaje, representando un 52%, seguido de los eventos artísticos (19%), museos (12%) y teatro (10%).

Con relación al perfil predominante, es decir con mayores porcentajes dentro de la encuesta nacional, destacan las siguientes características: El sexo femenino dentro de un rango de edad entre 15-24 años con un nivel educativo secundario; el 51% de personas poseen un estado civil soltero, separado, divorciado o viudo y el 43% se concentra en el gran santo domingo y Distrito Nacional.

## PERSPECTIVAS DE LA ARQUITECTURA NARANJA EN EL PAÍS

Aunque la mayoría de los dominicanos piensan en la cultura y la creatividad solo como fuentes de entretenimiento, la Industria Cultural y Creativa (ICC) es en realidad un sector económico importante. En República Dominicana, la ICC representa el 1.5% del PIB y el 12.5% de los empleos sostenibles, y las autoridades quieren convertir al país en el centro creativo del Caribe y Centroamérica (El Dinero, 2022). A nivel mundial, las ICC representan el 3% del PIB y generan 26 millones de empleos. Para que la economía naranja, que se basa en la cultura y la creatividad, se convierta en una realidad, es necesario establecer políticas de emprendimiento y contar con el apoyo del Estado y la sociedad. En República Dominicana, la industria de cine y contenido digital genera US\$250 millones cada año, este sector ha tenido un gran éxito en los últimos años, con la producción de varias películas de renombre internacional. Este éxito ha llevado a un aumento en la demanda de infraestructura y capacitación en la industria del cine y el contenido. En conjunto, todas estas iniciativas están ayudando a fortalecer el papel de la cultura y la creatividad en la economía de la República Dominicana.

La economía naranja es una tendencia creciente en todo el mundo y República Dominicana está trabajando para fortalecer su presencia en este sector. Además de las iniciativas mencionadas

anteriormente, hay varios proyectos en marcha en todo el país para fomentar el desarrollo de la ICC. Por ejemplo, la Ciudad Colonial de Santo Domingo ha recibido un préstamo de US\$90 millones del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para financiar un programa integral de desarrollo turístico y urbano. Este proyecto busca revitalizar el casco histórico de la ciudad y atraer a más turistas interesados en la cultura y el patrimonio.

Otra área en la que se está invirtiendo es la construcción, que tiene un impacto significativo en la economía y el desarrollo del país. Según Jacqueline Mora, el sector construcción aporta el 12.2% del PIB de la República Dominicana. De hecho, en Santo Domingo se han registrado más de 5 millones de metros cuadrados de construcción, la mayoría de los cuales son proyectos privados. (Dominicana Creativa, 2021)

Adicionalmente, se han desarrollado proyectos como "Dominicana Creativa", esta iniciativa busca destacar el talento en las áreas de arquitectura y urbanismo, y cómo estas disciplinas influyen en el crecimiento sostenible de las ciudades en la economía de la República Dominicana. El proyecto es una propuesta del Banco Popular Dominicano con el fin de fomentar y apoyar el desarrollo de las industrias creativas y culturales en el país.



## ARQUITECTURA NARANJA EXISTENTE EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

Según una estadística realizada por la ONE en el año 2013, **Santo Domingo, Santiago y Puerto Plata** cuentan con el 37% de los espacios culturales con los que cuenta la República Dominicana. "El Distrito Nacional cuenta con 40 espacios culturales, entre museos, teatros, escuelas de arte, cines, centro cultural y casa de la cultura, entre otros. En tanto, Santiago tiene 27 y Puerto Plata 11."

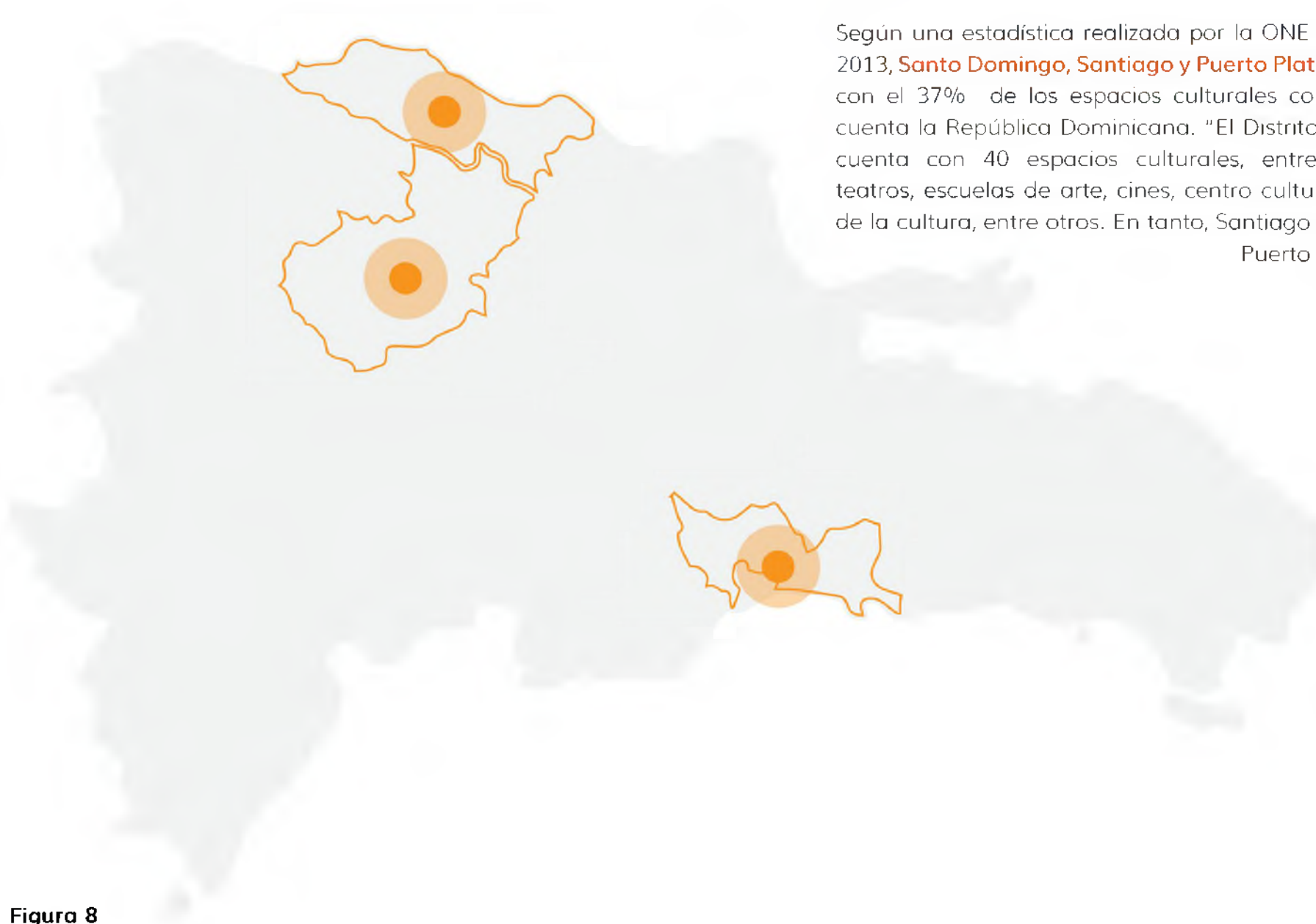


Figura 8



**Figura 9**

El arquitecto y creador de Pulso Arquitectura, José Marion-Landais, señala que hay dos grandes desafíos para las ciudades. El primero es comprender que la densidad es positiva siempre y cuando sea planificada. El segundo es que el uso mixto de los espacios es beneficioso, lo que significa tener una combinación de negocios, viviendas y oficinas en un mismo edificio, donde las personas puedan desplazarse caminando y acceder a servicios básicos como farmacias, supermercados y panaderías en un radio de 15 minutos.

Este tipo de diseño urbano fomenta la economía al promover la independencia de los grandes supermercados y abrir oportunidades a los negocios de pequeña y mediana escala, los cuales son esenciales para el crecimiento de la clase media trabajadora, que representa la base de la economía en la República Dominicana. "Para que una ciudad sea eficiente económicamente tiene que tener las condiciones que reúnan a los ciudadanos de una manera humana", dice el arquitecto Gustavo Luis Moré.

## RETOS Y DESAFÍOS DE LA ARQUITECTURA EN LA ECONOMÍA NARANJA

En el artículo *El color naranja en la arquitectura y el urbanismo* (2022) del portal web Acento, se menciona que dentro de las áreas de desarrollo de la economía naranja, figuran la preservación y restauración de edificios patrimoniales, ya que estos son elementos esenciales para la cultura y la identidad del territorio. La restauración en lugar de la demolición representa un desafío. También se ha planteado establecer la Certificación Líder en Eficiencia Energética y Diseño Sostenible (LEED) en las nuevas construcciones para que cumplan con requisitos mínimos que permitan reducir la huella de carbono. De esta forma, se busca fomentar la construcción de edificaciones más sostenibles y eficientes en términos energéticos.

Es importante destacar que la pandemia del Covid-19 ha afectado económicamente a la industria creativa y cultural, incluyendo la música, el teatro, el cine y otros sectores. Según el economista y docente del Centro de Estudios Financieros (CEF-Santo Domingo), Huáscar Jiménez, uno de los mayores obstáculos de esta industria es su alto grado de informalidad, así como la falta de un distrito creativo y una clase que los unifique en criterios. La falta de conocimientos para cuantificar las actividades artísticas es otra limitación importante para acceder a financiamientos. El Observatorio Mipymes y el Instituto Tecnológico de Santo Domingo (INTEC), identifica como desafío la aprobación del Anteproyecto de Ley sobre Desarrollo y Competitividad de la Artesanía Dominicana para convertir a este sector en uno de los más dinámicos y prósperos de la economía nacional.

Por otro lado, la aprobación de la Ley 340-19 en el 2019 es considerada como un logro para el desarrollo cultural en República Dominicana, ya que establece el régimen de incentivo y fomento del mecenazgo cultural en el país, así como la creación de la Dirección

General de Mecenazgo (DGM) y el Consejo Nacional de Mecenazgo (Conme). Sin embargo, aún no se han establecido reglamentos para su aplicación, lo que limita su efectividad en la promoción y apoyo a la cultura. (De Jesús, 2020)

Otro de los retos que presentan las ICC en República Dominicana es la informalidad y la falta de cuantificación de las actividades son barreras importantes, así como la falta de un distrito creativo que unifique los criterios acerca de qué se considera perteneciente a estas industrias y sus subsectores. Además, hay una escasez de datos y estadísticas actualizadas y centralizadas de todos los sectores, altos niveles de desigualdad y baja presión tributaria debido a la informalidad económica en la sociedad dominicana. Por último, se necesita una unificación de criterios a nivel nacional sobre lo que se considera por ICC y sus subsectores (Rodríguez, 2019). Y a la vez, es fundamental seguir invirtiendo en infraestructuras que proporcionen una conectividad amplia y extensa para asegurar que tanto los creadores puedan difundir sus contenidos como los consumidores puedan acceder a ellos.

Además, según el Observatorio Mipymes en su boletín relacionado a las ICC (2020), la aprobación del Anteproyecto de Ley sobre Desarrollo y Competitividad de la Artesanía Dominicana en el Congreso Nacional es un desafío importante que, de superarse, podría representar un avance significativo para convertir a esta industria en una de las más prósperas y dinámicas de la economía del país. Sin embargo, también es necesario que el amplio capital cultural dominicano aproveche y explore los diversos mercados que aún no han sido atendidos, ya que, aunque la END 2030 incluye el desarrollo de las ICC, los esfuerzos realizados hasta ahora han sido insuficientes y poco significativos.

## ASPECTOS ECONÓMICOS

Debido a los constantes cambios del mundo, la economía se ha ido adaptando a los nuevos mercados emergentes, por lo que especialistas en la materia han considerado prudente dividir la economía en diferentes sectores. En el marco de la economía naranja, el aspecto económico representa un impacto directo en el desarrollo económico de una región o país, aprovechando la riqueza cultural, creativa y patrimonial para generar ingresos y empleos.

La economía naranja va creciendo a un ritmo acelerado en varios países y actualmente representa el 3% del Producto Interno Bruto (PIB), además de producir 2.25 billones de dólares anuales y generar 30 millones de empleos alrededor del mundo. Sin embargo, aún en la actualidad resulta complejo determinar con exactitud el impacto directo de la economía naranja a la economía mundial, esto debido a la escasez de datos y políticas de desarrollo. A pesar de esto, existen diferentes maneras de aproximar y clasificar su impacto a nivel nacional y mundial. La forma típica de medir su contribución es medir su valor agregado, incluyendo el trabajo laboral y capital. La suma del valor agregado de todas las industrias es igual al PIB, esta es la medida estándar de las economías nacionales (UNCTAD, 2010).

Uno de los sectores que en pleno siglo XXI genera mayores dividendos, es la industria de la creatividad, cultura y cinematografía (González & Annayeskha, 2020). En el año 2005 se publica el primer informe en el que se destaca la importancia de las industrias creativas y culturales con relación al desarrollo económico, en este mismo año aportó el 6.1% de la economía global, según John Howkins (2007). Años

más tarde, en el informe publicado por el banco interamericano de desarrollo (BID) indica que, si la economía naranja y todo lo que genera a nivel mundial fuese un país, sería la cuarta economía del mundo entero. (Buitrago, F. & Duque, I. 2013).

En este mismo orden de ideas, el BID en conjunto con la Organización de los Estados Americanos (OEA) realizó un informe en el que se establece que el aporte de la economía naranja al PIB va desde el 2% al, aproximadamente, 10%. "Las tasas de crecimiento en el sector son "consistentemente más altas" que el promedio de los otros sectores económicos." (Tellerías, A. 2020).

Sin embargo, este innegable incremento en el desarrollo económico mundial se vio sumamente afectado en el año 2020 debido a la crisis producida por el COVID-19. Antes de la pandemia, la economía naranja poseía vulnerabilidades las cuales se vieron aún más laceradas debido a esta crisis sanitaria, lo cual, según Ottone R., E. (2021), afectó gravemente la movilidad de los artistas, el acceso a los mercados, los derechos de propiedad intelectual, las libertades artísticas, así como la financiación de las organizaciones culturales.

A pesar de esto, la economía naranja es un tema que se vuelve cada vez más relevante en muchos países y se espera que su contribución a la economía global continúe en aumento. Tanto la UNESCO como otras organizaciones relacionadas a este tema, se han comprometido a impulsar esta economía, por lo que, han adoptado diferentes instrumentos normativos a nivel internacional con el fin de proteger y promover las industrias culturales y creativas (ICC).







# INTEGRACIÓN SOCIAL

## ASPECTOS SOCIALES

La economía naranja puede tener un impacto positivo en varios aspectos sociales. En primer lugar, la economía naranja puede contribuir al desarrollo de la creatividad y la innovación, lo que puede llevar a la generación de empleo y el crecimiento económico en general. Además, la economía naranja puede promover la diversidad cultural y la preservación del patrimonio cultural, fomentando la creación y consumo de productos culturales locales y tradicionales.

Otro aspecto social en el que la economía naranja puede tener un impacto positivo es en la inclusión social. Las industrias creativas y culturales pueden ser una fuente de empleo y oportunidades para grupos marginados, como jóvenes, mujeres y personas con discapacidades. Además, la economía naranja puede fomentar el desarrollo de habilidades y talentos individuales, lo que puede mejorar la autoestima y la confianza en sí mismas de las personas.

En su revista académica *Economía Naranja: Valor y riqueza, empleos e impacto social* (2022), Jorge Pérez Monroy comenta que la economía naranja tiene un impacto positivo en tres áreas fundamentales: la economía, el empleo y la sociedad, mediante la creación de

nuevas actividades remuneradas que requieren colaboradores y fomentan la solidaridad social. La rápida revolución tecnológica y digital que está ocurriendo en el mundo proporciona además un entorno favorable para el desarrollo de emprendimientos creativos. Se espera que en el futuro, la economía creativa contribuirá de manera significativa al PIB de los países y superará a otros sectores económicos. Además, tendrá un mayor impacto social al generar nuevos empleos y mejorar el bienestar de los participantes, lo que contribuirá a crear sociedades más saludables con individuos felices que ven cumplidas sus aspiraciones.

“La innovación se entiende no solo como innovación tecnológica, sino que su componente social cada vez cobra más fuerza. Esta nueva realidad da lugar a la creación de nuevos escenarios para tratar de evitar situaciones de quiebra social, y así otorgar valor a lo público. Es preciso crear mecanismos que atraigan a emprendedores sociales que ideen soluciones innovadoras para abordar problemas que afectan a la comunidad y que sean eficaces y efectivas para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos en situaciones de crisis y escasez de recursos” (Arenilla Sáez & García Vegas, 2013).



## ASPECTOS CULTURALES

Si entendemos la cultura como los valores y tradiciones compartidos que identifican a una comunidad y la unen, o como la práctica de las artes, la economía naranja tiene profundas implicaciones culturales. Esto se debe a que las actividades culturales generan tanto valor económico como cultural, y este último es la contribución distintiva que estos productos hacen a los individuos, la economía y la sociedad. La generación de valor cultural junto con el valor económico de las ICC es relevante desde una perspectiva política, ya que sirve a los objetivos culturales de la sociedad en la toma de decisiones con respecto a este tema en el gobierno. Además, el valor cultural de la identidad es importante, ya sea a nivel nacional, regional, ciudad, pueblo o comunidad. Autores como Sen (2004), indica que la búsqueda del bienestar de la comunidad a través de herramientas con las que goza o cuenta cada país o territorio como también las capacidades en aspectos culturales, se puede obtener beneficios importantes y que mejoran la calidad de vida de sus habitantes.

En los últimos años, la diversidad se ha convertido en una dimensión cultural clave de la economía naranja. Con el continuo proceso de la globalización, se ha definido con mayor precisión el valor de la diversidad cultural y se ha comprendido mejor el papel de las industrias creativas en su promoción. La declaración universal sobre la diversidad cultural de la UNESCO adoptada en 2001 reconoce

que la diversidad se encarna en la singularidad y pluralidad de las identidades de diferentes sociedades y grupos, que es un patrimonio común de la humanidad.

Dado que la cultura está intrínsecamente relacionada con las aspiraciones humanas, se sostiene que la diversidad cultural es un factor importante para promover el desarrollo económico, social y cultural. La convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales subraya la importancia de las industrias culturales para lograr los beneficios de la diversidad cultural en países desarrollados y en vías de desarrollo por igual.

Es evidente que el gran valor de la economía naranja reside en la forma que impacta la economía global y los beneficios que esta conlleva. Sin embargo, tener un alto PIB per cápita, pero poca música, arte, literatura, etc., no equivaldría a un gran éxito en el desarrollo. De una forma u otra, la cultura envuelve nuestras vidas, nuestros deseos, nuestras frustraciones, nuestras ambiciones y las libertades que buscamos. La libertad y la oportunidad para las actividades culturales se encuentran entre las libertades básicas cuya mejora puede considerarse constitutiva del desarrollo" (Sen, 2004, pág. 39). La autora lleva a un mismo nivel de importancia tanto el aspecto económico como cultural y de alguna manera establece una codependencia entre las mismas.





Figura 12

## POLÍTICAS DE DESARROLLO

A través de las políticas de desarrollo se pretende generar condiciones para que la economía naranja pueda ser sostenible a lo largo del tiempo, además de crear mecanismos para fortalecer su desarrollo. La evidente oportunidad que ofrece el ámbito económico no debe desviar la atención sobre los múltiples enfoques y niveles que deben contener las políticas, planes, estrategias y programas orientados a su desarrollo. Por ello, reflexionar sobre los componentes que deben ser considerados en el debate, diseño e implementación de dichas políticas, es fundamental para garantizar una mirada integral. (UNCTAD, 2017)

Benavente y Grazi (2018) han propuesto cuatro tipos de políticas públicas con respecto a la economía naranja, esto es debido a que en el contexto naranja es fundamental la producción intelectual humana, teniendo en cuenta que las ideas y la creatividad son bienes intangibles y resulta complejo medirlos. Además, la falta de comunicación entre los distintos actores involucrados en este ámbito, hace que sea necesario crear políticas públicas al respecto. Para abordar esta necesidad, las políticas propuestas son las siguientes:

01

**Política de oferta:** Debido a la naturaleza de bien público de los bienes y servicios culturales y creativos, así como otras problemáticas asociadas a la incertidumbre de los costos, el financiamiento privado por sí solo no puede proporcionar los fondos necesarios para las actividades culturales y creativas. Por lo tanto, se requiere la intervención del sector público para facilitar y complementar el financiamiento privado a través de instrumentos de apoyo tanto directos como indirectos. El apoyo directo puede adoptar la forma de subvenciones, subsidios u otros tipos de asistencia financiera para particulares y organizaciones con y sin fines de lucro que formen parte del sector creativo (Throsby, 2010). La tarea de decidir sobre qué y quienes reciben el apoyo recae sobre funcionarios públicos o comités de expertos. Por otro lado, es común el apoyo indirecto en el sector cultural e industrias creativas. Este apoyo se otorga generalmente en forma de regímenes tributarios especiales o exenciones tributarias, de manera que se estimulan las donaciones públicas.

02

**Políticas de demanda:** Mediante esta política se busca incentivar el interés hacia las actividades culturales y creativas, creando diferentes estrategias que propicien el incremento de atención hacia estas mismas.

03

**Políticas sistémicas:** Ante la naturaleza inmaterial de la economía naranja, se procura establecer una interconexión entre los variados ámbitos implicados, con el propósito de impulsar la adquisición de productos y servicios creativos y culturales por parte de individuos y entidades jurídicas, desafiando los patrones establecidos por las compañías tradicionales y motivándolas a adquirir la producción de empresas innovadoras. Con el establecimiento de relaciones sostenibles, se espera que estas empresas tradicionales se conviertan en clientes leales.

04

**Política de formación de capital humano:** Tiene como objetivo fomentar el desarrollo de la economía naranja mediante la educación de los artistas. Para lograr esto, se busca proporcionar a las personas desde una edad temprana todas las herramientas necesarias para adquirir dicho tipo de conocimientos, de esta manera fomenta la creación de artistas y se aprovechan sus habilidades.





## MODELO COLOMBIANO

Desde hace varios años, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) ha estado enfocado en la economía naranja. En 2013, los autores Felipe Buitrago e Iván Duque publicaron el libro *La economía naranja. Una oportunidad innata* con la intención de promover un debate sobre la economía creativa, la cual ofrece oportunidades de desarrollo para América Latina y el Caribe que no deben ser desaprovechadas.

En Colombia, se implementó la Ley Naranja en 2017, que busca incentivar y fortalecer las empresas e industrias creativas. A través de políticas a nivel local, regional y nacional, se busca promover la creación de estas empresas y se les brinda apoyo por medio de instituciones como Bancóldex, iNNpulsa Colombia y el Fondo Emprender. La intención es disminuir la dependencia en productos primarios como el café y el petróleo y, en consecuencia, generar un impacto positivo en el desarrollo del país (Gutiérrez, 2018). El modelo colombiano ha ganado reconocimiento internacional por parte de la UNESCO y el BID, y ha sido adoptado por diversos países tanto dentro como fuera de Latinoamérica y el Caribe. En Colombia, las industrias creativas representan cerca del 2% del Producto Interno Bruto (PIB) y generan un importante número de empleos y oportunidades laborales.

En su artículo *El presidente Duque y la Economía Naranja* (2022), Héctor Rodríguez Cruz menciona que una de las fortalezas del modelo radica en la consideración de que el talento creativo y la diversidad cultural del país deben estar al mismo nivel que la innovación, el emprendimiento, la digitalización y la transformación productiva. Esto se logra mediante la incorporación de una amplia cobertura nacional a través de la participación de los gobiernos locales. El presidente Duque asumió el desarrollo de la economía



Figura 13

naranja como un asunto de Estado, y la consideró como un modelo de desarrollo basado en la creatividad y la diversidad, con el cual se buscó una transformación social y económica del país.

El gobierno del presidente Duque estableció regulaciones para el desarrollo de la economía naranja, como la Ley 1834 de 2017 y varios decretos reglamentarios, incluyendo el Decreto 1935 de 2018, Decreto 2120 de 2018, la Ley 1955 de 2019 y la Ley 2010 de 2019. Además, se creó el Consejo Nacional de la Economía Naranja (CNEN) mediante el Decreto 0935 del 18 de octubre de 2018.

A través de estas regulaciones legales, se estableció que el gobierno nacional debía visibilizar y apoyar el desarrollo de los sectores incluidos en la Economía Naranja, formular políticas claras que fomenten esta industria, otorgar incentivos y facilitar la obtención de créditos y programas de cooperación técnica. El gobierno del presidente Duque proporcionó recursos financieros para incentivar la Economía Naranja, incluyendo dos préstamos por un total de 600 millones de dólares del Banco de Desarrollo de América Latina (CAF). Además, se ofrecieron beneficios fiscales a terceros que realicen donaciones en proyectos de la Economía Naranja. Esta estrategia nacional, que fue iniciada por la aprobación de la Ley Naranja en 2017, fue creada por el entonces senador Iván Duque, quien recién finalizó su mandato como presidente de Colombia en el 2022. Los beneficios tangibles de la Economía Naranja y el constante apoyo del ex mandatario Iván Duque han generado un gran interés en el libro "La Economía Naranja: una oportunidad infinita", el cual fue coescrito por él ex presidente y Felipe Buitrago. (Rodríguez, 2022)

De acuerdo con el Ministerio de Cultura, desde el año 2000 se ha creado el Sistema Nacional de Formación Artística y Cultural (Sinfac)

con el propósito de fortalecer la formación cultural a través de sistemas locales en diferentes regiones y localidades. La participación ciudadana y el apoyo del gobierno nacional son clave para el éxito de este sistema, y en el año 2016 se reportó un valor agregado de 6,239 millones de pesos con un crecimiento del 0.3%. La educación cultural tuvo un crecimiento del 11.6% y el segmento audiovisual un crecimiento del 0.2%, según el DANE (2017) y el Ministerio de Cultura. En total, se registró un crecimiento del 5.8% en estas actividades culturales entre 2005 y 2016.

La Economía Naranja en Colombia se refiere a las industrias creativas, que incluyen la cultura, el emprendimiento, la propiedad intelectual y el patrimonio. Actualmente, este sector representa más del 3.4% del PIB en Colombia, según la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI). El desarrollo de la Economía Naranja en Colombia se lleva a cabo a través de una política pública que consta de siete líneas estratégicas, con la participación de 21 entidades del gobierno nacional y más de 70 programas, todos centrados en generar proyectos creativos sostenibles en cualquier parte del territorio colombiano. "Esta iniciativa representa una articulación sin precedentes para trabajar por la cultura y la creatividad del país " (Ministerio de Cultura de Colombia, 2018)



# GUÍA DE DESARROLLO DOMINICANO

A partir del año 2012 la República Dominicana empezó con la estrategia Nacional de Desarrollo (END 2030) y dentro de la misma se encuentran objetivos específicos para el impulso de las industrias culturales y creativas. Como objetivo general se destaca: "Cultura e identidad nacional en un mundo global" y como objetivo específico "promover el desarrollo de la industria cultural". Según el ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM), dichos objetivos conllevan los siguientes alcances:

**01** Desarrollar la oferta cultural, específicamente la artesanía, con el fin de crear productos atractivos para la actividad turística y promover el patrimonio cultural tangible e intangible.

**02** Fomentar las industrias culturales, incluidas las TIC, el mercado de bienes y servicios culturales, con el fin de elevar el nivel de vida de la población y promocionar la identidad cultural como valor agregado.

**03** Promover la comercialización de los productos y servicios culturales, tanto a nivel local como a nivel internacional.

**04** Diseñar mecanismos de apoyo financiero a creadores individuales y colectivos, de obras culturales de interés público.

**05** Impulsar programas de capacitación y formación en áreas vinculadas a los procesos productivos de las industrias culturales.

**06** Diseñar mecanismos que impulsen una eficiente distribución de los libros de autores nacionales.

El sector cultural en el país aún presenta amplias brechas y es tarea de las instituciones dominicanas, tanto públicas como privadas, disminuirlas. Desde el año en el que se constituyó esta estrategia (2012) hasta ahora (2023) se registran aumentos en la asistencia y gastos en el ámbito cultural. No obstante, debido a la pandemia estos resultados pueden fluctuar ya que la crisis sanitaria limitó el acercamiento.

En la República Dominicana existe un manual llamado "Guía Metodológica para la Formulación e implementación de Planes de Ciudades y Territorios creativos para los municipios de la red de ciudades y territorios creativos de la República Dominicana" , como su nombre lo describe, este documento tiene como objetivo servir como guía para las decisiones a tomar en base estrategias para los planes de desarrollo de un territorio creativo.

Dicha guía aborda temas como la metodología de ciudades y territorios creativos, los modelos más apropiados según el país, etapas a cumplir para poder elaborar un plan de ciudades y territorios creativos, además de tomar en cuenta las dinámicas urbanas, entre otros...

# GUÍA DE DESARROLLO CON ENFOQUE A LA INFRAESTRUCTURA

La Guía de desarrollo con enfoque a la Infraestructura es una herramienta fundamental en el contexto de la economía naranja, ya que se basa en la creación y el uso de bienes y contenidos culturales y creativos. En este sentido, una infraestructura adecuada es crucial para el desarrollo de las actividades económicas relacionadas con la cultura y la creatividad.

La guía se enfoca en cuatro áreas principales: infraestructura física, infraestructura tecnológica, infraestructura de financiamiento e infraestructura de formación. La infraestructura física se refiere a la construcción y el mantenimiento de espacios y edificios adecuados para las actividades creativas, como estudios de grabación, teatros, galerías de arte y otros espacios culturales. La infraestructura tecnológica se refiere a la creación y el mantenimiento de plataformas y tecnologías que faciliten la distribución y el acceso a contenidos culturales y creativos, como sitios web, aplicaciones móviles y plataformas de streaming. La infraestructura de financiamiento se refiere a la creación de mecanismos financieros que faciliten la financiación de proyectos culturales y creativos, como fondos de inversión, subvenciones y otros tipos de financiamiento. Por último, la infraestructura de formación se refiere a la creación de programas de capacitación y formación para el desarrollo de habilidades técnicas y empresariales en los sectores de la economía naranja, como la gestión cultural, el diseño, la producción de contenidos y otros campos relacionados. Para la creación de una nueva Área de Desarrollo Naranja de tipo espontáneo, la Alcaldía de Bogotá, Colombia, plantea en su Guía Práctica para la Creación de Áreas de Desarrollo (2019), una lista de cinco pasos:

- 01** Identificación de los instrumentos jurídicos presentes en el territorio.
- 02** Identificación y delimitación de polígonos.
- 03** Caracterización de las áreas delimitadas.
- 04** Generación de mecanismos de articulación con entidades públicas y privadas.
- 05** Formulación de un plan de trabajo para su sostenibilidad.

Según la Banca de Desarrollo Territorial colombiana, la intervención humana en el territorio mediante la construcción de infraestructuras está estrechamente relacionada con la organización y el funcionamiento de la sociedad, y refleja el nivel de progreso alcanzado por una comunidad. Si, según la UNESCO, la cultura se define como los aspectos distintivos, tanto espirituales como materiales, que caracterizan a los grupos humanos y que incluyen formas de vida, valores, tradiciones y creencias, la infraestructura cultural puede ser una herramienta eficaz para fomentar el desarrollo económico y social, así como para unir y mejorar el bienestar de las comunidades.

El enfoque a la Infraestructura como guía de desarrollo puede funcionar como una herramienta clave para la economía naranja, ya que proporciona un marco de referencia para la creación de infraestructuras adecuadas para el crecimiento económico y la competitividad en los sectores culturales y creativos.

## VIABILIDAD DE LA ECONOMÍA NARANJA EN REPÚBLICA DOMINICANA

Desde el año 2012 en el país se inician estrategias para impulsar el desarrollo de la economía naranja para el año 2030, lo cual indica una iniciativa del gobierno dominicano para su implementación y crecimiento. Esto con la finalidad de fortalecer las industrias culturales y creativas, promover el patrimonio cultural del país y consolidar la identidad nacional.

La economía naranja en el 2014 representó el 1.5% del producto interno bruto (PIB) del país. En este mismo año se crea la primera Encuesta Nacional de Consumo Cultural (ENCC-RD 2014) cuya finalidad consiste en identificar las actividades de mayor popularidad además de estimar las demandas de bienes y servicios culturales. Dicho documento arrojó que 1.8 millones dominicanos asistieron a algún tipo de actividad cultural en el 2014. Además de esto, el documento reflejó mediante sus resultados el rápido crecimiento y desarrollo de este tipo de actividades a través de los años.

Sin embargo, aún en el país se presentan una variedad de retos y desafíos para la economía naranja. La viabilidad de la misma

depende del gobierno y su capacidad para impulsarla, para esto hace falta el establecimiento de políticas y programas que fomenten el desarrollo de la economía naranja. Por otra parte, también existen problemáticas como la falta de incentivos para la inversión en proyectos de índole culturales y creativos, la necesidad de mejorar la infraestructura cultural y digital para mejor acceso a información relativa al tema, la falta de capacitación en habilidades creativas de esta manera se consolida la base para el crecimiento de dicho modelo productivo.

La economía naranja ha demostrado su rápido crecimiento tanto en el ámbito económico como social y cultural. Tomando como enfoque este último aspecto, La República Dominicana tiene una gran ventaja debido a su gran herencia cultural, la cual se puede impulsar aún más.



## VIABILIDAD DE UN PROYECTO ARQUITECTÓNICO PARA EL IMPULSO DE LA ECONOMÍA NARANJA

La arquitectura tiene un papel importante en el impulso de la economía naranja al proporcionar espacios para el desarrollo de actividades y eventos socioculturales. Este enfoque investigativo y proyectual tiene como objetivo explicar la economía naranja y cómo la arquitectura puede contribuir a su crecimiento y desarrollo.

Por su parte, la arquitectura está contemplada como un arte y vinculada directamente al patrimonio cultural y material, por lo cual hace parte de los campos impulsados por la economía naranja (CNEN, 2020). Esta es capaz de contribuir al impulso de dicha economía al proporcionar espacios adecuados para la producción,

promoción y comercialización de productos y servicios culturales y creativos. Adicionalmente, la arquitectura se encuentra dentro del marco de la propiedad intelectual, así como también forma parte de las artes y abarca la conservación del patrimonio cultural; con esto se deja dicho que esta disciplina engloba mínimo dos de tres sectores en los que se divide la economía naranja. Por tanto, la economía naranja lleva implícita la labor de arquitectos que puedan diseñar y rediseñar los espacios y adecuarlos para el desarrollo de actividades (Alarcón, G. & Jiménez, J., 2021), además de la producción de contenido cultural y creativo orientado a la arquitectura.



# MARCO TEÓRICO DEL VEHÍCULO



**Figura 14**

**1492**

Ocurre la llegada de los Españoles a la isla, bajo el mando de Cristóbal Colón y entran en contacto con la cultura existente, la cultura taína.



**Figura 16**

**1697-1821**

La isla pasa a ser colonia francesa y posteriormente se anexa por parte de Haití, esto influye directamente en la cultura dominicana, principalmente en las creencias religiosas, música y danza.

**1493-1697**

La isla se encuentra bajo dominación española y ocurre una mezcla entre las culturas encontradas en la isla, es decir, indígena, africana y europea ya que los españoles comienzan a traer esclavos africanos para trabajar en las plantaciones.



**Figura 15**

**1821-1844**

El pueblo de Santo Domingo se rebela contra los españoles, luego la parte este de la isla fue invadida por los Haitianos hasta lograr la independencia en 1844.



**Figura 17**

**Figura 18**



**1844-1916**

Surge la identidad nacional dominicana y se desarrolla la literatura dominicana, se destacan figuras como Salomé Ureña de Henríquez, Eugenio María de Hostos y Gregorio Luperón.



**Figura 20**

**1930-1961**

El país se encuentra sometido bajo la dictadura de Rafael Trujillo, durante este tiempo la cultura dominicana tuvo un impacto significativo pues fomentó la creación de una identidad nacional dominicana y promovió el merengue como música nacional.

**1916-1924**

Intervención de parte de Estados Unidos y presencia de la cultura estadounidense en el país.

**1960-Actualidad**

Evoluciona y diversifica la cultura dominicana con el surgimiento de nuevos géneros musicales como la salsa y la bachata además de la consolidación de la bachata como género musical.



**Figura 19**



**Figura 21**





## IDENTIDAD Y SU RELACIÓN CON LA CULTURA

En el campo de la sociología y la teoría social, la identidad es un tema clave y ha sido objeto de numerosos estudios. Brubaker y Cooper (2001) proponen una distinción entre conceptos fuertes o duros de la identidad y conceptos débiles o blandos. Según estos autores, los conceptos fuertes de la identidad implican una igualdad fundamental entre los miembros de un grupo, lo que se traduce en una solidaridad colectiva. Además, se caracterizan por la existencia de límites claros y homogeneidad entre los miembros, y un gran sentido de pertenencia entre ellos, lo que implica una marcada distinción con los no-miembros.

En el plano individual, la identidad aparece como aspecto central de la conciencia del ser individual, evocando algo profundo y perdurable a ser preservado más que algo superficial y efímero. En contraposición a estos conceptos fuertes, los autores proponen los conceptos débiles de la identidad, que se inscriben en enfoques constructivistas. Estos enfoques proponen que la identidad puede ser entendida tanto como base para la acción social y política como producto de la misma (Brubaker y Cooper, 2001).

Por otra parte, Morelba Rojas de Rojas (2004) plantea que la identidad se desarrolla en un contexto cultural e histórico, y cambia con el tiempo y las experiencias. Es una mezcla de elementos individuales y sociales, y las crisis de identidad a nivel personal y en la sociedad en general están relacionadas. Los humanos son la única especie que tiene esta capacidad de adaptarse a su entorno y cambiarlo para satisfacer sus necesidades. La identidad cultural surge cuando las personas forman ciudades y organizaciones para protegerse y trabajar juntas por el bien común. En el caso de los pueblos latinoamericanos, su identidad fue afectada cuando fueron colonizados y obligados a adoptar la identidad del colonizador, esto condujo a una nueva identidad cultural.

Citando a Jorge Olavarría (2000):

**“La fusión cultural hispanoamericana no ha terminado de producir sus frutos, de dibujar su perfil, de desarrollar sus potencialidades. En sus enigmas está el enigma de la historia. Y en la medida en la cual descifremos este enigma, llegaremos a conocernos y comprendernos mejor y encontrar nuestro camino.”**

## IDENTIDAD CULTURAL DOMINICANA

La identidad implica las características que se repiten y adaptan con el tiempo, ya que se recuerdan y cambian a medida que se diferencian. Aunque la identidad cambia con el tiempo, sigue siendo una unidad integral que se refiere a sí misma sin confundir lo que la une a lo largo del tiempo. De acuerdo a esto, la identidad dominicana se refiere a las características culturales, históricas, lingüísticas y sociales que definen a la población de República Dominicana y que las distinguen de otras culturas y nacionalidades.

En el año 1492, debido a la llegada de los españoles a la isla, los nativos taínos entraron en contacto con la cultura española y desde ese momento la cultura existente en la isla en aquel entonces y

la población taína se fue extinguiendo, todo esto en menos de 50 años. Debido a estos acontecimientos, la cultura dominicana tiene su origen principalmente en tres culturas: la española, la africana y muy poco o casi nulo de la taína.

La riqueza y la fuerza de la cultura Dominicana se derivan de un prolongado período de sufrimiento que se remonta a la conquista de la isla por parte de los europeos hace aproximadamente más de 500 años atrás, lo cual trajo consigo un proceso de esclavitud que impactó nuestra cultura de manera significativa. Esta mezcla de diversas costumbres y culturas se refleja claramente en la gastronomía, la música, en el arte, la convivencia, la arquitectura,





entre otros...

Las primeras influencias culturales de Europa en el Nuevo Mundo tuvieron lugar en la ciudad primada de América, Santo Domingo. Las primeras expresiones culturales quedaron plasmadas en la arquitectura en la ciudad colonial. La arquitectura colonial alberga una gran variedad de estilos arquitectónicos diferentes como el románico, el gótico, el barroco y el neoclásico.

Por otro lado, las ciudades fueron fundadas por los españoles por lo que se pueden ver trazados urbanos semejantes al modelo europeo. Fuera de las ciudades, en los pueblos se puede encontrar la arquitectura popular caracterizada por materiales de madera,

zinc y colores vivos. Este tipo de construcciones ya no es tan común ya que se ha ido sustituyendo por casas de bloques de cemento, todo esto gracias a la industrialización.

La República Dominicana posee varios bienes e inmuebles culturales, tanto materiales como inmateriales, reconocidos por la unesco como patrimonio de la humanidad, tales como la ciudad colonial reconocido como centro histórico, la música y el baile de la bachata dominicana, la música y el baile del merengue en la República Dominicana, el espacio cultural de la cofradía del espíritu Santo de los Congos de Villa Mella y la tradición del teatro bailado Cocolo.



Figura 23

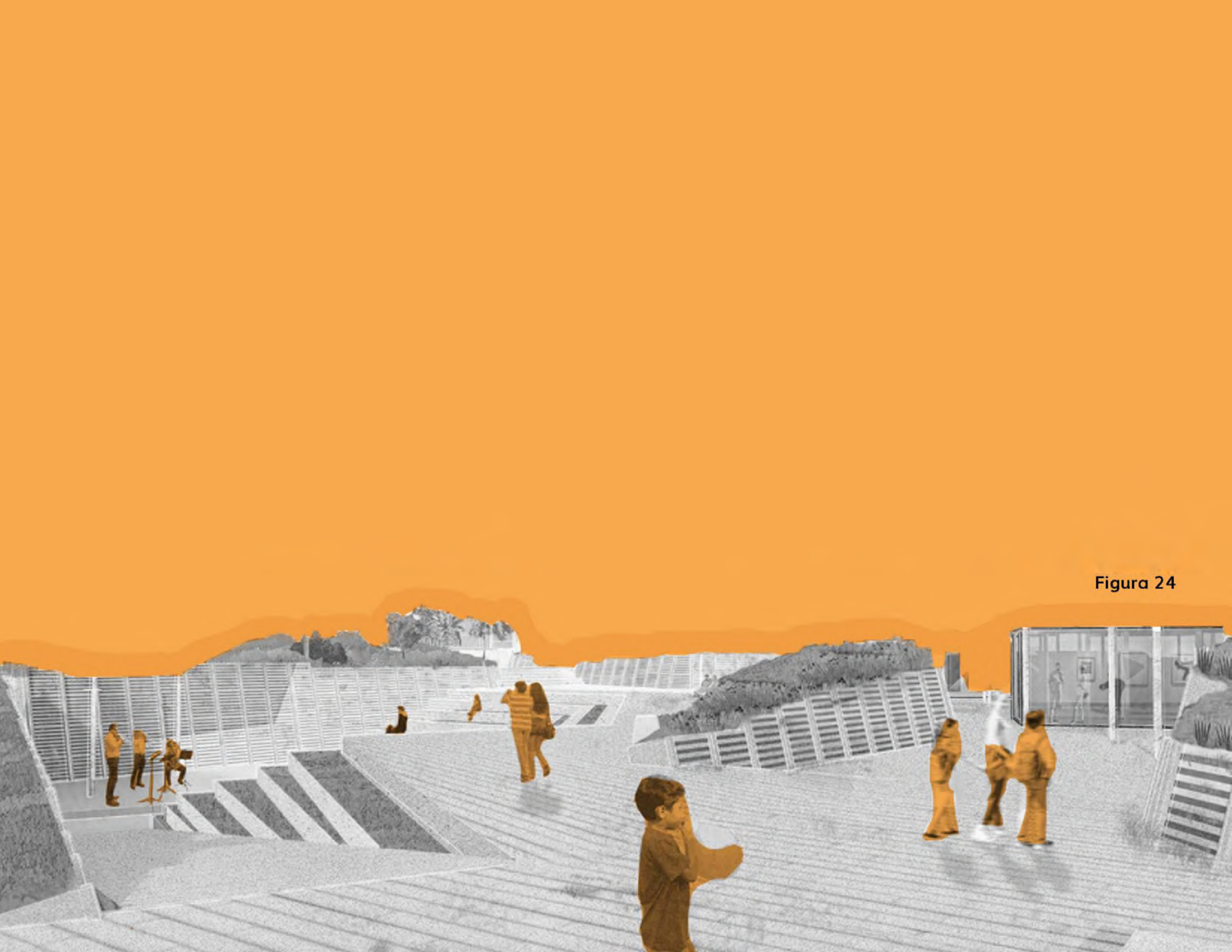


Figura 24

## EL CONSUMO CULTURAL URBANO Y LOS ESPACIOS DE OCIO

La identidad implica las características que se repiten y adaptan con el tiempo, ya que se recuerdan y cambian a medida que se diferencian. Aunque la identidad cambia con el tiempo, sigue siendo una unidad integral que se refiere a sí misma sin confundir lo que la une a lo largo del tiempo. De acuerdo a esto, la identidad dominicana se refiere a las características culturales, históricas, lingüísticas y sociales que definen a la población de República Dominicana y que las distinguen de otras culturas y nacionalidades.

En el año 1492, debido a la llegada de los españoles a la isla, los nativos taínos entraron en contacto con la cultura española y desde ese momento la cultura existente en la isla en aquel entonces y la población taína se fue extinguiendo, todo esto en menos de 50 años. Debido a estos acontecimientos, la cultura dominicana tiene su origen principalmente en tres culturas: la española, la africana y muy poco o casi nulo de la taína.

La riqueza y la fuerza de la cultura Dominicana se derivan de un prolongado período de sufrimiento que se remonta a la conquista de la isla por parte de los europeos hace aproximadamente más de 500 años atrás, lo cual trajo consigo un proceso de esclavitud que impactó nuestra cultura de manera significativa. Esta mezcla de diversas costumbres y culturas se refleja claramente en la gastronomía, la música, en el arte, la convivencia, la arquitectura, entre otros...

Las primeras influencias culturales de Europa en el Nuevo Mundo tuvieron lugar en la ciudad primada de América, Santo Domingo. Las primeras expresiones culturales quedaron plasmadas en la arquitectura en la ciudad colonial. La arquitectura colonial alberga una gran variedad de estilos arquitectónicos diferentes como el románico, el gótico, el barroco y el neoclásico.

Por otro lado, las ciudades fueron fundadas por los españoles por lo que se pueden ver trazados urbanos semejantes al modelo europeo. Fuera de las ciudades, en los pueblos se puede encontrar la arquitectura popular caracterizada por materiales de madera, zinc y colores vivos. Este tipo de construcciones ya no es tan común ya que se ha ido sustituyendo por casas de bloques de cemento, todo esto gracias a la industrialización.

La República Dominicana posee varios bienes e inmuebles culturales, tanto materiales como inmateriales, reconocidos por la unesco como patrimonio de la humanidad, tales como la ciudad colonial reconocido como centro histórico, la música y el baile de la bachata dominicana, la música y el baile del merengue en la República Dominicana, el espacio cultural de la cofradía del espíritu Santo de los Congos de Villa Mella y la tradición del teatro bailado Cocolo.

## RELACIÓN ENTRE LA ARQUITECTURA E IDENTIDAD CULTURAL

La identidad y la arquitectura son conceptos que suelen estar estrechamente relacionados. La arquitectura es vista como una entidad que refleja directa o indirectamente la identidad de un lugar. Por otro lado, la identidad se puede entender como un agente que define y delimita ciertos criterios tanto tangibles como intangibles, entre estos se encuentra la disciplina mencionada con anterioridad. La identidad nace a partir de la cultura y se expresa a través de la misma, todo esto a través de un simbolismo tanto tangible como intangible que refleja la conciencia de individuos de una misma comunidad. Parte del simbolismo tangible son los elementos construidos por el hombre, aquí entra el papel de la arquitectura. Es el arquitecto el que da forma de materia a las ideas que señalan

una identidad, y al hacerlo, genera también símbolos de identidad, y por lo mismo, los hace referentes de la memoria y conciencia de un pueblo. En otras palabras, genera un patrimonio. (Mota, A. 2016)

La arquitectura debe respetar la identidad cultural del entorno al que se circunscribe de manera que represente un beneficio para la identidad cultural de un lugar y no una amenaza a la cultura autóctona, ya que económica y socialmente resulta complicado subsanar las consecuencias de un proyecto que no tome en cuenta el ambiente en el que se sitúa. Debido a esto, es importante que la arquitectura se enfoque en estudiar y analizar lo local y los rasgos culturales propios del lugar. "El uso de soluciones constructivas





impuestas bajo parámetros culturalmente ajenos al contexto cultural local, pueden llegar a contaminar los resultados arquitectónicos perseguidos, propiciando el abandono de materiales, sistemas y técnicas constructivas tradicionales, históricamente aceptadas y culturalmente apropiadas para su contexto." (Universidad de Valladolid, 2011).

Uno de los tantos fenómenos que amenaza el valor arquitectónico relacionado con la cultura es la globalización. Cuando en el pasado resultaba complejo establecer un vínculo entre diferentes lugares, en la actualidad las semejanzas físicas, sociales y culturales entre destinos distantes no son atípicas. Esto significa un decaimiento en

los valores arquitectónicos locales y la identidad, especialmente en países en vías de desarrollo. "Un síntoma visible de esto es la ciudad contemporánea que refleja la imagen de una arquitectura repetitiva, homogenizada, descontextualizada, americanizada y cada vez más en crisis." (Casakin, H. 2011).

Es importante evitar la producción de obras arquitectónicas superficiales que carecen de un significado y pertenencia local ya que en una sociedad fragmentada, como las actuales, es vital contar con un sentido de pertenencia.

**Figura 25**



## LA CULTURA DEL OCIO

La cultura del ocio se refiere a la práctica de dedicar tiempo y esfuerzo a actividades que no son productivas en términos económicos o laborales, sino que se realizan principalmente por placer y entretenimiento. Esta cultura se ha vuelto cada vez más común en la sociedad moderna, en la que las personas tienen más tiempo libre y acceso a una amplia variedad de formas de entretenimiento. A menudo se asocia con la búsqueda de experiencias placenteras y relajantes, y con la idea de desconexión temporal de las responsabilidades diarias.

El ocio cultural se refiere a la utilización del tiempo libre en actividades que tienen un valor cultural, ya sea para el individuo o para la sociedad en general. Esto incluye actividades como la lectura de libros, visitas a museos y galerías de arte, asistir a espectáculos teatrales o musicales, participar en talleres de arte o música, entre otras.

Un factor que ha influido en la cultura de ocio es la mejora en la eficiencia del mercado y el avance tecnológico, ya que estos han permitido una mayor prosperidad y una disminución de las horas laborales. Sin embargo, este progreso económico ya no se traduce en un aumento de empleados, sino en una reducción de la plantilla

debido a la inversión en innovaciones que suprimen puestos de trabajo. Este cambio ha afectado especialmente a la agricultura, que ha dejado de ser un sector económico importante. Además, el aumento en la esperanza de vida ha creado un nuevo grupo de personas, los jubilados activos, que demandan nuevas prestaciones y han motivado a la administración y los políticos a prestarles más atención. Como resultado, se han creado nuevas formas de ocio cultural, como organizaciones de viajes, festivales, actividades en grupo, y visitas culturales para satisfacer las demandas de este nuevo grupo de jubilados activos.

Hoy en día se valora el ocio dependiendo de cómo se use el tiempo y en qué actividades se involucren las personas. El ocio se ha convertido en un derecho para todos y es una de las actividades económicas más productivas en muchas economías, lo que contribuye al PIB y al desarrollo de las naciones. El ocio también juega un papel importante en la formación de capital empresarial y social, lo que afecta el desarrollo económico. Por lo tanto, muchas economías emergentes basan su crecimiento en el negocio del ocio, y los países más ricos dedican más tiempo al ocio y requieren una infraestructura más amplia para satisfacerlo (De Jesús Primo Tapia, 2017).







## RELACIÓN ENTRE EL OCIO Y ECONOMÍA NARANJA

Medio siglo atrás, es decir, aproximadamente 50 años atrás no se tenía una clara concepción entre las industrias culturales y creativas, por un lado y la industria del entretenimiento y ocio, por otro. Tomando en cuenta que las industrias creativas y culturales conforman la economía naranja es necesario establecer las diferencias entre estos términos y definir el origen de la errónea ambigüedad de estos conceptos.

A inicios de los años 70, la UNESCO aprobó la creación de un programa de investigación que se encargaba de desarrollar información concerniente a las industrias culturales. Mientras esto ocurría, la industria del entretenimiento y ocio fue tomando fuerza hasta constituir la industria cultural.

De esta manera, la UNESCO establece una de las primeras definiciones sobre las industrias culturales: "los bienes y servicios culturales son producidos, reproducidos, almacenados o distribuidos de acuerdo a patrones industriales y comerciales; es decir, a gran escala y de acuerdo con una estrategia basada en consideraciones económicas más que en una preocupación por el desarrollo cultural" (UNESCO, 1982). A partir de esta definición se consolida el gran papel que juega la cultura en la economía.

A principios del siglo actual (XXI) los límites que separaban ambas industrias fueron disipándose hasta que las industrias culturales

empiezan a ser absorbidas por las industrias del entretenimiento. De modo que esta industria abarca actividades relacionadas a la diversión y el ocio (teatro, música, danza, cine, radio, televisión, pintura, edición, parques recreativos, museos, etc...) además de actividades relacionadas con la producción de bienes culturales.

Todo esto resulta en una mezcla entre el ocio y la cultura, lo cual da como resultado "la industria de la cultura y el ocio" Dentro de la misma se encuentran "las artes escénicas, la literatura de consumo, el cine, la radio, la televisión y los videojuegos con la práctica del deporte y las apuestas deportivas, los juegos de azar y los casinos, los parques temáticos y el turismo, los juguetes y juegos para adultos, incluso el «shopping», la restauración y el consumo de bebidas alcohólicas" (Vogel, 2004: 355-530, Roberts, 2004: 61-198).

Debido a lo anterior, es importante establecer las diferencias entre todos estos términos. El ocio es el tiempo libre fuera de las jornadas laborales lo cual abarca el entretenimiento. La industrias del entretenimiento utilizan la cultura con fines lucrativos mientras que la industria cultural y creativa se centra en la producción y difusión de la cultura, sin dejar de lado la gran importancia dentro del marco económico.

## TIPOS DE ENTRETENIMIENTO

La rama del entretenimiento está constituida por distintas categorías que se desglosan según las actividades que las constituyen. Son distinguibles cuatro modelos de entretenimiento según Wilfredo Primo (2017):

**Entretenimiento cultural:** Está conformado por actividades de índole artística y culturales como son el teatro, música, danza, cine, artes plásticas y visuales, etc. estos eventos tienen importancia para distinguir y enorgullecer la identidad y cultura que conforma una sociedad y tienen alcance económico por medio de la transacción de entradas, producción de obras y envío de productos culturales.

**Entretenimiento creativo:** Tiene enfoque especial en el ámbito creativo e innovador, conformándose de áreas como el diseño, la moda, publicidad, videojuegos, animación y realidad virtual. Estos pilares cuentan con aptitud para desarrollar valor económico por medio de negocios que incluyen transacciones de productos y servicios de índole creativa.

**Entretenimiento deportivo:** Se conforma por actividades deportivas como son el fútbol, baloncesto, tenis, golf, entre otros. Los eventos deportivos llaman la atención de una audiencia considerable y provee una inmensa ración de ingresos por medio de transacción de entradas, publicidad, venta de mercancía y patrocinadores.

**Entretenimiento digital:** Entretenimiento digital: Tiene un enfoque en la tecnología digital y puede conllevar actividades como la elaboración de contenido para redes sociales, aplicaciones móviles, contenido en línea, juegos en línea, etc. Estas creaciones cuentan con posibilidad de originar valor económico por medio de la venta de publicidad, suscripción de usuarios, demanda de servicios y artículos en línea.



## IMPORTANCIA Y BENEFICIOS DEL ENTRETENIMIENTO

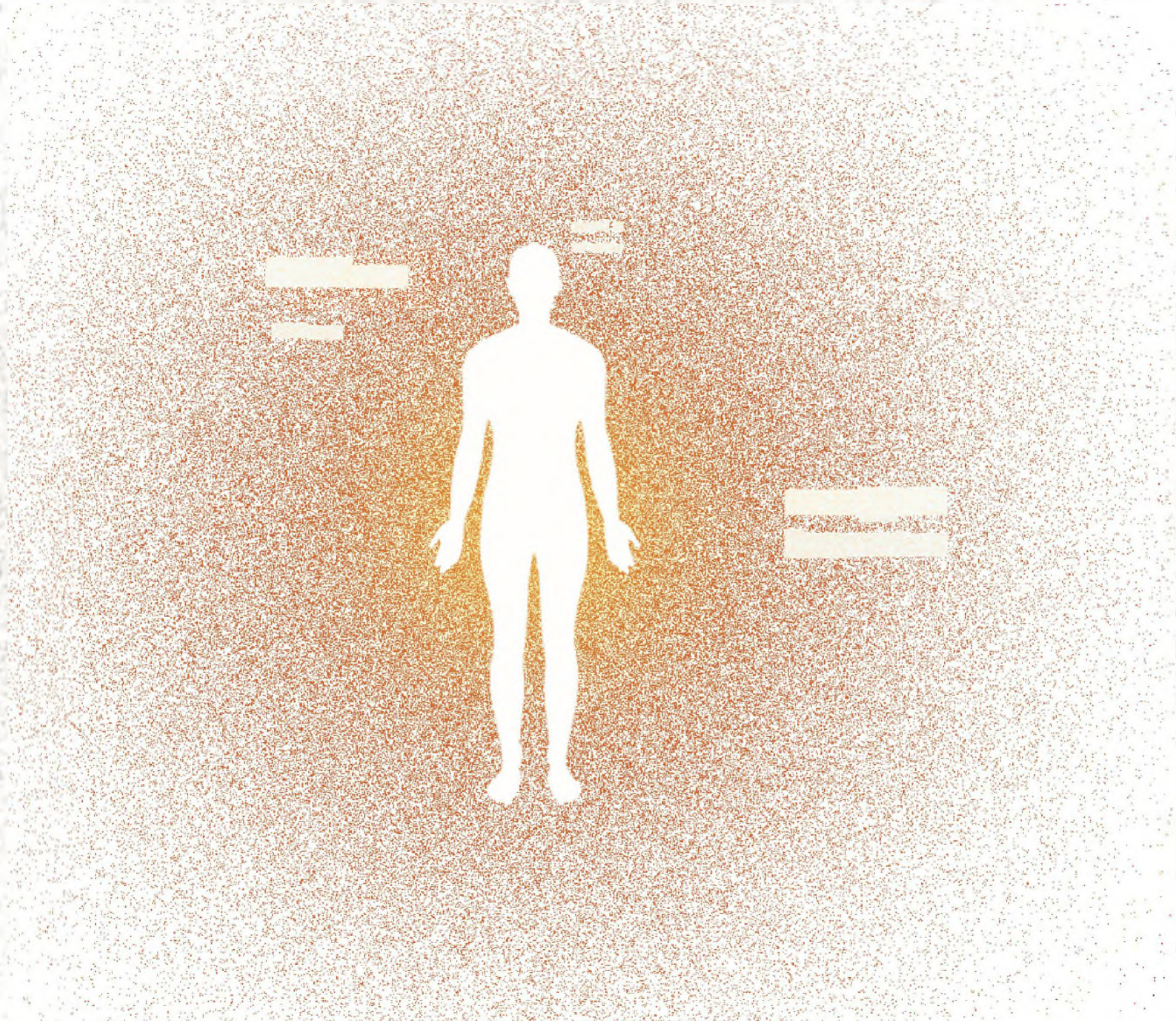
El entretenimiento es parte inherente del ocio, es decir, es una acción que se realiza durante el tiempo libre. El ser humano cuenta con una necesidad innata de entretenimiento cuyos fines inciden en la distracción, el placer personal, el esparcimiento y la diversión, dejando de lado las actividades prácticas y útiles. A partir de esta necesidad surgen las industrias de entretenimiento que se encargan de ofrecer servicios de esta naturaleza al público. Dicha industria ayuda al desarrollo económico, crea empleos, bienes y servicios.

Desde una perspectiva psicológica, el entretenimiento es vital para mantener una buena salud mental y el estado emocional. Actividades de esta connotación ayudan a los seres humanos a desconectar con las responsabilidades diarias y relajarse, resulta ser un estimulante a

nivel mental además de ser efectivo en el desarrollo de habilidades. A nivel social, el entretenimiento fomenta el desarrollo de relaciones interpersonales y propicia la conexión con otras personas. La Asociación Internacional del Ocio y el Recreo WLRA (World Leisure & Recreation Association) la define como una actividad humana que produce grandes beneficios y comprende expresiones cuyos elementos son de naturaleza física, intelectual, social, artística o espiritual, que influyen en la calidad de vida de las personas.

La carencia de entretenimiento conlleva a niveles de estrés más elevados y conductas hostiles. Por otro lado, el abuso del mismo conduce a un decaimiento en la vida productiva. En todo momento se debe mantener un equilibrio.







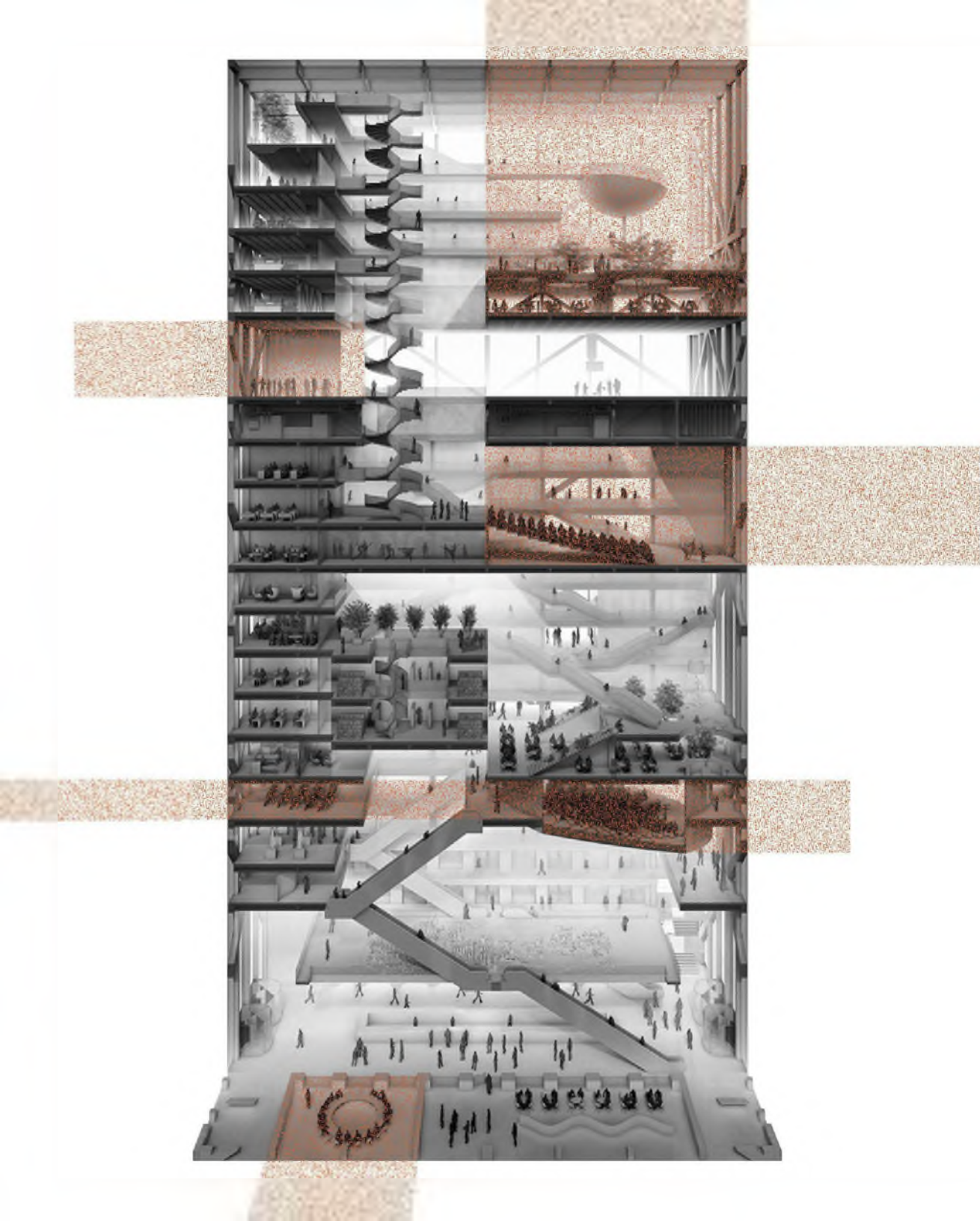


Figura 30



## COMPLEJO DE ENTRETENIMIENTO CULTURAL

A partir de las definiciones proporcionadas por la RAE, el término "complejo" se define como un conjunto de edificios o instalaciones para una actividad común, esta actividad no necesariamente tiene que ser de entretenimiento o cultural. Por otro lado, la definición de "entretenimiento" hace referencia a algo que sirve para divertir o entretener, lo que sugiere que se trata de una actividad más orientada al ocio. Finalmente, la definición de "espacio cultural" es más específica en su alcance, al referirse a lugares y actividades relacionados con la expresión de la cultura y los modos de vida.

Por lo que se puede concluir que un complejo de entretenimiento cultural es un conjunto de edificios o instalaciones que agrupa una variedad de actividades culturales y de entretenimiento en un mismo lugar, con el objetivo de proporcionar experiencias educativas y de ocio a su público. Este tipo de complejo ofrece una amplia gama de espacios culturales y recreativos, como museos, teatros, cines, salas de conciertos, restaurantes temáticos, galerías de arte, espacios de exposición, entre otros. El objetivo principal de

un complejo de entretenimiento cultural es fomentar el intercambio cultural, desarrollo de ideas y el enriquecimiento personal a través de la combinación de la cultura y el entretenimiento.

En el año 2011, la Embajada de Corea en Honduras, en un segmento de noticias, anunció la creación de un "mega complejo de entretenimiento" en la ciudad de Seúl para el 2014. A partir del propio texto de la noticia, se puede inferir que un centro de entretenimiento cultural es un complejo que ofrece una amplia variedad de instalaciones y actividades culturales y de entretenimiento en un solo lugar. El centro debe incluir instalaciones de producción gráfica, un complejo cinematográfico, parques de juegos y animación, centros comerciales y grandes espacios para albergar eventos culturales y musicales. El objetivo principal de un centro de entretenimiento cultural es atraer a un gran número de turistas extranjeros y convertirse en el centro de importantes festivales culturales y, en el caso de Seúl, cinematográficos.



Figura 31



## ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO EXISTENTES EN SANTIAGO

### Teatros

- Gran teatro del Cibao
- Teatro teatrate

### Deportivo

- Estadio cibao
- Estadio Cibao FC

### Museos/ Centros culturales

- Centro cultural Eduardo León Jimenes
- La 37 por las tablas
- Salón del carnaval de Santiago
- El centro de la cultura
- Calle Benito Monción
- Centro de Convenciones y Cultura Dominicana UTESA

### Monumentos y centros históricos

- Fortaleza San Luis
- Monumento a los héroes de la restauración
- Ruinas de Jacagua
- Catedral de Santiago de Apóstol
- Centro histórico de Santiago

### Parques

- Parque Duarte
- Parque Colón
- Parque Central de Santiago

## DISEÑO DE ESPACIOS DE ENTRETENIMIENTO

El ser humano, por necesidad innata, debe dedicar un tiempo a la recreación, dentro de dicho espacio de tiempo se pretende descansar la mente, el cuerpo y espíritu sometiendo a la persona a actividades de su agrado y que le resulten placenteras. En la sociedad actual esto es visto más bien como un lujo que una necesidad, es por esto que se deben crear espacios dedicados al entretenimiento capaces de promover la convivencia y la interacción humana como intención principal.

El diseño arquitectónico de un espacio dedicado al entretenimiento debe estar enfocado, principalmente, en crear un ambiente agradable y atractivo mediante el cual se puedan crear experiencias para los usuarios. Los espacios de entretenimiento deben contar con una variedad de espacios y actividades que se adapten a las necesidades, gustos e intereses de la población a la cual está dirigida.

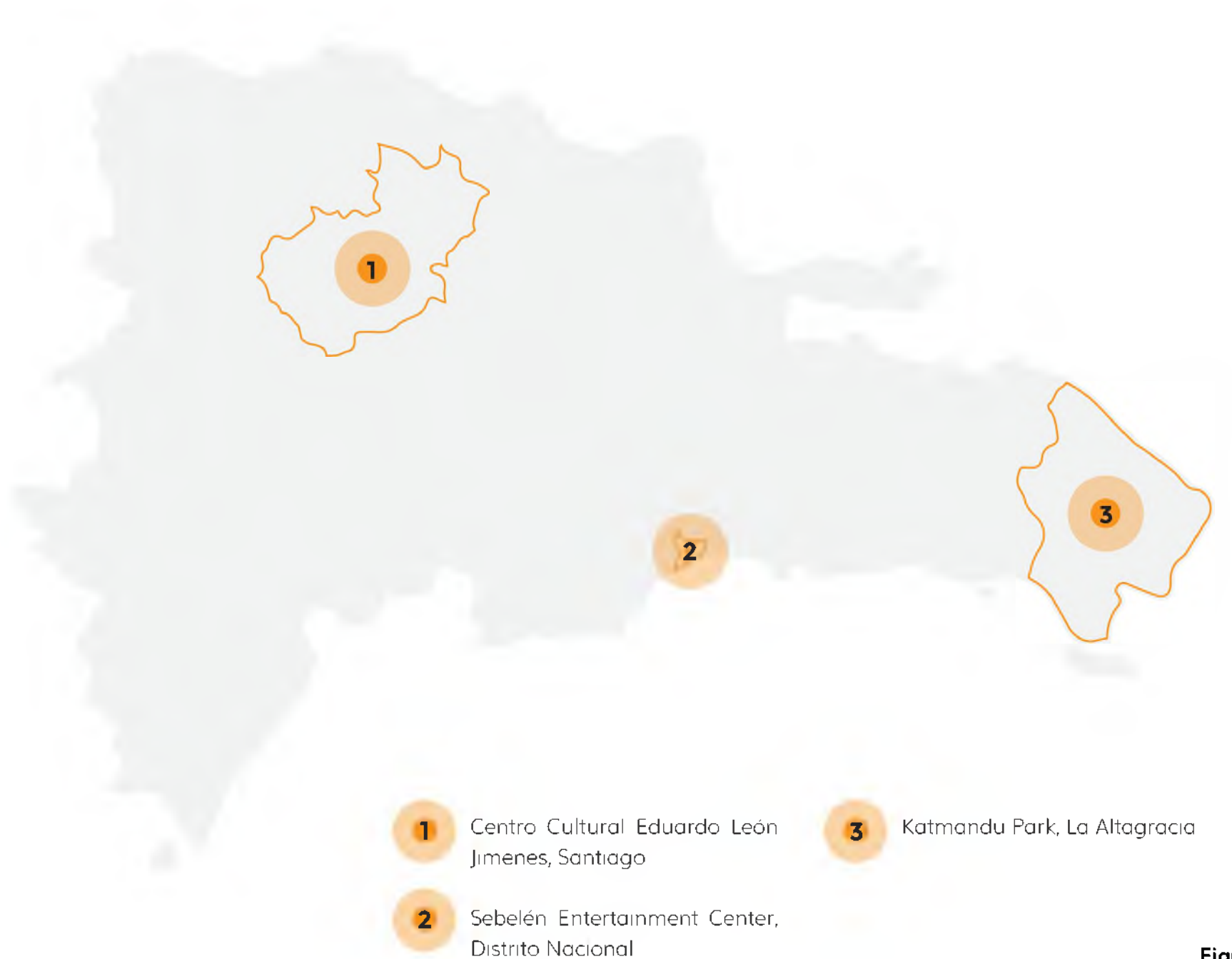
Para la arquitecta Cynthia Seinfeld, el espacio recreativo es aquel ambiente con "características adecuadas para permitir

la permanencia en él, con confort climático, mobiliario cómodo y equipamiento". Es justamente el equipamiento -aclara- "el que permite la identificación de los habitantes con su territorio y genera sentido de pertenencia". Usualmente, los proyectos arquitectónicos actuales no se diseñan con la premisa de favorecer las actividades e interacciones sociales. En su lugar, se le da prioridad a la venta rápida lo que puede resultar en una carencia de estos espacios importantes.

Por otra parte, un aspecto importante del diseño arquitectónico de un espacio de entretenimiento es la iluminación y la ambientación del mismo. Esto crea un entorno que genera sensaciones de inmersión si es producido correctamente. En general, el diseño de estos espacios debe ser versátil, atractivo y emocionante.



## REFERENCIAS NACIONALES





# CENTRO CULTURAL EDUARDO LEÓN JIMENES

## DATOS GENERALES

Ubicación: **Santiago, República Dominicana**

Arquitectos: **Arquitectura del Sol**

Superficie de ocupación: **22,357 m<sup>2</sup>**

Año: **2003**

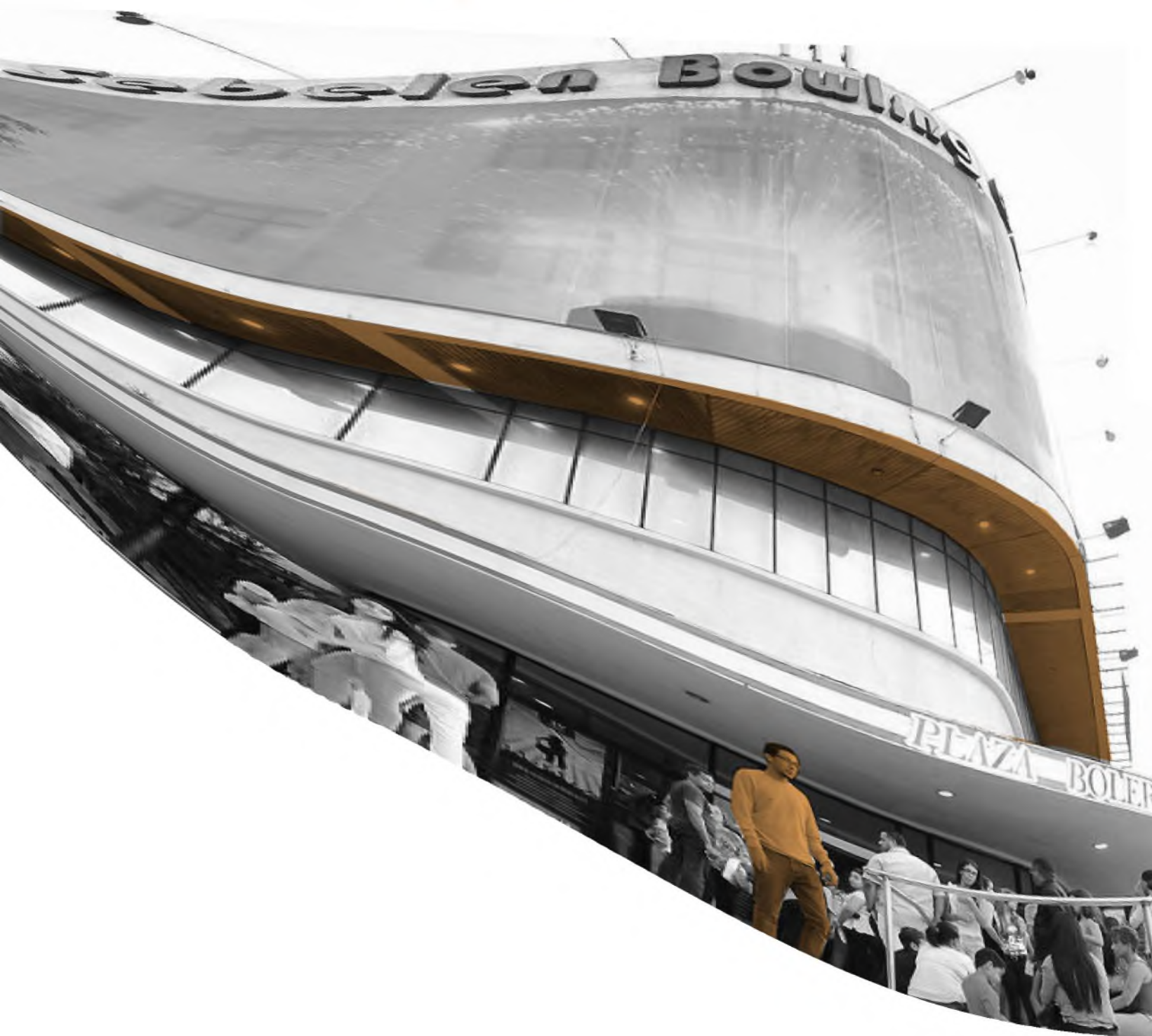
## DESCRIPCIÓN

Dedicado a la promoción y difusión de las artes y la cultura, alberga exposiciones que abarcan desde manifestaciones artísticas contemporáneas hasta tradicionales, contribuyendo a la diversidad cultural de la región. Este centro también despliega una programación de eventos culturales, conferencias y talleres, consolidando su papel como catalizador de la participación comunitaria en actividades culturales. Además, dispone de recursos académicos como biblioteca y archivos, contribuyendo a la preservación e investigación de la historia y el arte dominicanos. Su diseño arquitectónico, con espacios verdes, ofrece un entorno propicio para la apreciación artística y la contemplación. La influencia educativa del Centro León se refleja en programas destinados a fortalecer la conexión entre la comunidad y el patrimonio cultural.



Figura 34

## SEBELÉN ENTERTAINMENT CENTER



### DATOS GENERALES

Ubicación: **Distrito Nacional, República**

**Dominicana**

Arquitectos: **Arquitectura del Sol**

Superficie de ocupación: **2,787 m<sup>2</sup>**

Año: **1995**

### DESCRIPCIÓN

Sebelén Bowling & Entertainment es un centro de entretenimiento especializado en la oferta de actividades recreativas centradas en el juego de bolos. El establecimiento cuenta con 22 pistas de bolos, así como áreas dedicadas a juegos arcade y realidad virtual, y un nuevo nivel dedicado a una pista de go-karts y un restobar. Además, ofrece servicios complementarios como salones de fiesta, opciones gastronómicas y otros espacios destinados al entretenimiento familiar. Su propósito es proporcionar a los visitantes un ambiente social y relajado para disfrutar de actividades recreativas y de ocio.



# KATMANDU PARK

## DATOS GENERALES

Ubicación: **La Altagracia, República Dominicana**

Arquitectos: **Álvaro Sans**

Superficie de ocupación: **17,560 m<sup>2</sup>**

Año: **2023**

## DESCRIPCIÓN

Katmandú Park, localizado en Punta Cana y asociado con Meliá Hotels International y Falcon's Beyond, forma parte de las instalaciones de un nuevo hotel. Este parque temático ofrece diversas atracciones, entre las que se incluyen cuatro carpas de atracciones con tecnologías patentadas, 36 hoyos de minigolf, un circuito de cuerdas al aire libre y un carrusel temático. El enfoque principal de Katmandú Park es proporcionar experiencias narrativas inmersivas. Con un total de 10 atracciones, el parque garantiza interactividad en tiempo real y efectos especiales como viento, olor, luz y audio.



Figura 36

## REFERENCIAS INTERNACIONALES

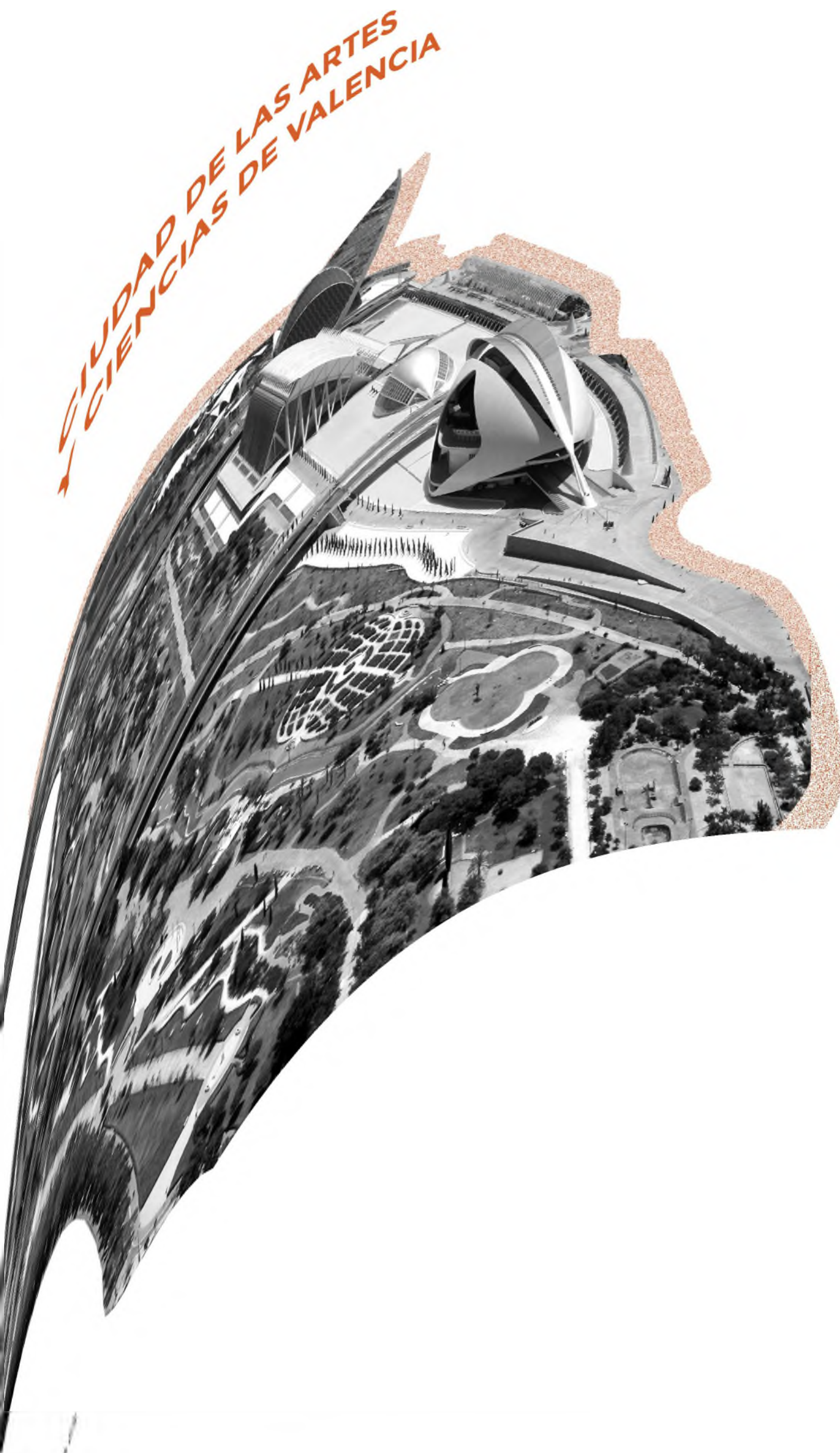


## **CRITERIOS Y PARÁMETROS DE REFERENCIA**

Se seleccionan como referencias proyectos arquitectónicos por ciertas características como: la manera en la que el programa de áreas responde a las necesidades artísticas, culturales y de entretenimiento de la región, la relación que guarda el proyecto con

la cultura del lugar, también se tomará en cuenta el desarrollo en cuanto a accesibilidad de las industrias culturales y creativas, así como el impacto que generan proyectos como estos a la economía naranja de respectivos países.





#### DATOS GENERALES

Ubicación: **Valencia, España**

Arquitectos: **Santiago Calatrava**

Superficie de ocupación: **350,000 m<sup>2</sup>**

Año: **1998**

#### DESCRIPCIÓN

Este centro se construye con el propósito de promocionar la cultura Canaca. El complejo está constituido por diez edificios semejantes que varían su altura y función. Este proyecto asemeja un pequeño poblado que cuenta con sus propios senderos, vegetación y espacios públicos, además de estar en contacto con el océano. Dentro de la concepción del proyecto se encuentra el aprovechamiento del viento y expresar las tradiciones culturales a través de un lenguaje arquitectónico moderno. Por lo que es importante en el proyecto el lugar en el que se emplaza y que pueda adaptarse al mismo.

**Figura 38**



## PROGRAMA DE ÁREAS

Este complejo está conformado por diferentes edificaciones icónicas que albergan espacios de diferentes usos, entre estos se encuentran:

**El Hemisfèric:** este cuenta con un cine en gran formato, cine digital en 3d, proyecciones digitales con representaciones de temas astronómicos y espectáculos dedicados al entretenimiento.

Museo de ciencias interactivo.

**El Umbracle:** Es una zona expositiva con esculturas contemporáneas al aire libre que al mismo tiempo funciona como mirador y paseo rodeado de especies vegetales de Valencia.

**El oceanográfico:** Es un acuario en él se presentan diferentes ecosistemas marinos del planeta.

**Palacio de las artes Reina Sofía:** Este palacio cuenta con cuatro salas, una Sala Principal, Aula Magistral, Anfiteatro y Teatro de Cámara. Sala de Exposiciones. Está dedicado a la música y a las artes escénicas.

**Àgora:** Es una plaza que se encuentra cubierta que cuenta con la capacidad para celebrar conciertos y eventos deportivos.

## RELACIÓN E IMPLETACIÓN DE LA CULTURA

El objetivo principal de este proyecto es la divulgación de la ciencia y la cultura para elevar el estatus de Valencia. La proyección de la cultura se ve reflejado en el programa de área y las actividades que allí se realizan, dejando de lado la cultura en la parte morfológica y conceptual del proyecto.

## APORTE A LA ECONOMÍA NARANJA

Es evidente que la ciudad de artes y ciencias generan un impacto directo en la economía naranja además de generar empleos. Tan solo en el año 2018 recibió 2.7 millones de visitantes, esto deja en manifiesto el efecto multiplicador de riqueza. Este complejo genera el doble de lo que invierte para su mantenimiento además de que aporta 2.2 euros al PIB en la economía valenciana.

# CENTRO CULTURAL JEAN-MARIE TJIBAOU

## DATOS GENERALES

Ubicación: **Noumea, Nueva Caledonia**

Arquitectos: **Renzo Piano**

Superficie de ocupación: **38,100 m<sup>2</sup>**

Año: **1998**

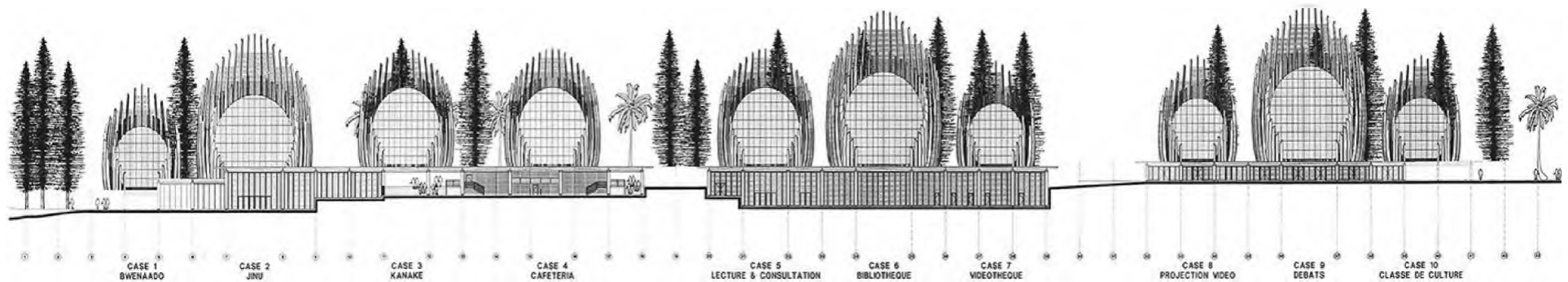
## DESCRIPCIÓN

Este centro se construye con el propósito de promocionar la cultura Canaca. El complejo está constituido por diez edificios semejantes que varían su altura y función. Este proyecto asemeja un pequeño poblado que cuenta con sus propios senderos, vegetación y espacios públicos, además de estar en contacto con el océano. Dentro de la concepción del proyecto se encuentra el aprovechamiento del viento y expresar las tradiciones culturales a través de un lenguaje arquitectónico moderno. Por lo que es importante en el proyecto el lugar en el que se emplaza y que pueda adaptarse al mismo.

Figura 39







## PROGRAMA DE ÁREAS

El proyecto se divide en 3 tipologías de villas, cada una con funciones diferentes:

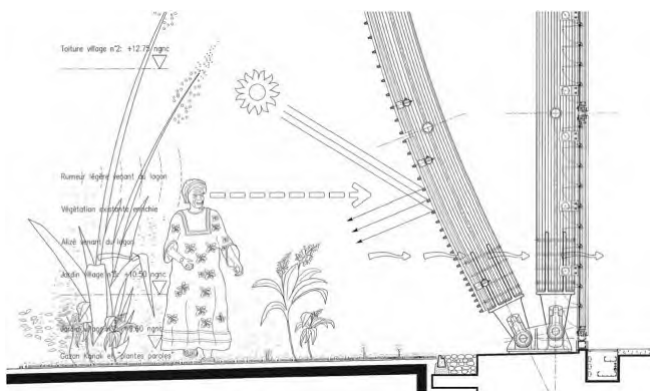
La primera villa consiste en exposiciones ya sean permanentes o temporales, un auditorio y anfiteatro. En la segunda villa se encuentran los espacios dedicados a administración e investigación además de una biblioteca y sala de conferencias. Por último, las otras villas contienen salones multiusos para realizar actividades artísticas tradicionales como música, danza, pintura y escultura.

## RELACIÓN E IMPLETACIÓN DE LA CULTURA

El proyecto guarda una relación muy estrecha con la cultura del lugar. Se busca dar a relucir la historia así como sus tradiciones. El centro cultural se basa en los poblados indígenas que habitaban en esa parte del Pacífico ya que su cultura y símbolos siguen muy presentes en el lugar. Este "poblado" se compone de diferentes villas que se conectan por medio de caminos peatonales haciendo referencia a los paseos centrales de los poblados tradicionales. Por otro lado, para la concepción del proyecto se toma en cuenta la incidencia de los vientos, todo esto a través de un lenguaje arquitectónico moderno.

## APORTE A LA ECONOMÍA NARANJA

Este centro cultural genera un impacto directo a la economía debido a la asistencia tanto de turistas como locales que consumen los bienes y servicios brindados por el centro, además de que este proyecto genera una gran cantidad de empleos locales que se relacionan directamente con la creatividad y la cultura.





# WEST KOWLOON CULTURAL DISTRICT

## DATOS GENERALES

Ubicación: **Yai Tsim, Kowloon, Hong Kong, China**

Arquitectos: **Foster and Partners**

Superficie de ocupación: **40 hectáreas**

Año: **2015**

## DESCRIPCIÓN

Este distrito cultural es considerado cómo uno de los mayores proyectos de índole cultural a nivel mundial, esto se debe a un plan estratégico a largo plazo que pretende llevar a cabo Hong Kong para desarrollar las artes y culturas. Este complejo artístico y cultural posee como objetivo principal lograr una mejor conexión social y hacer el arte y la cultura accesible para todos. Este complejo pretende ser un espacio abierto para todo tipo de público donde se pueda unir la comunidad a través de la cultura.



### **PROGRAMA DE ÁREAS**

El mismo cuenta con un área de alrededor 40 hectáreas dentro de las cuales se integran diferentes tipologías arquitectónicas pertenecientes al arte, cultura y entretenimiento, como son: teatros, espacio para presentaciones a gran escala, sala de conciertos, sala de recitales, teatro al aire libre, teatro lírico, espacio libre, teatro de caja negra, centro para presentaciones contemporáneas. Por otro lado, el proyecto es construido por fases, por lo que también contará con una instalación cultural que funcionará como museo dedicado a la historia cultural de China, además de un centro de exposiciones enfocado en las artes, la cultura y las industrias creativas.

### **RELACIÓN E IMPLETACIÓN DE LA CULTURA**

Este complejo guarda una estrecha relación con la cultura ya que se dedica esta gran área urbana para el consumo cultural en masas. Dentro de sus instalaciones se busca desarrollar e incentivar las artes y cultura de manera que sea accesible y llegue de manera masiva a diferentes públicos.

### **APORTE A LA ECONOMÍA NARANJA**

Se estima que este distrito cultural aporta aproximadamente 2.6 millones al producto interno bruto de la economía de Hong Kong. Por otro lado, en cuanto a la creación de oportunidades de empleos, este complejo genera un total de 980 puestos de trabajo. En cuanto a la parte turística, se estima que aproximadamente 2.4 millones de turistas visitan el complejo. Debido a todo esto, queda en evidencia el gran impacto positivo que tiene este distrito cultural.





**MARCO  
CONTEXTUAL**



N

1

2

3

0 1000 2000 3000 4000 m



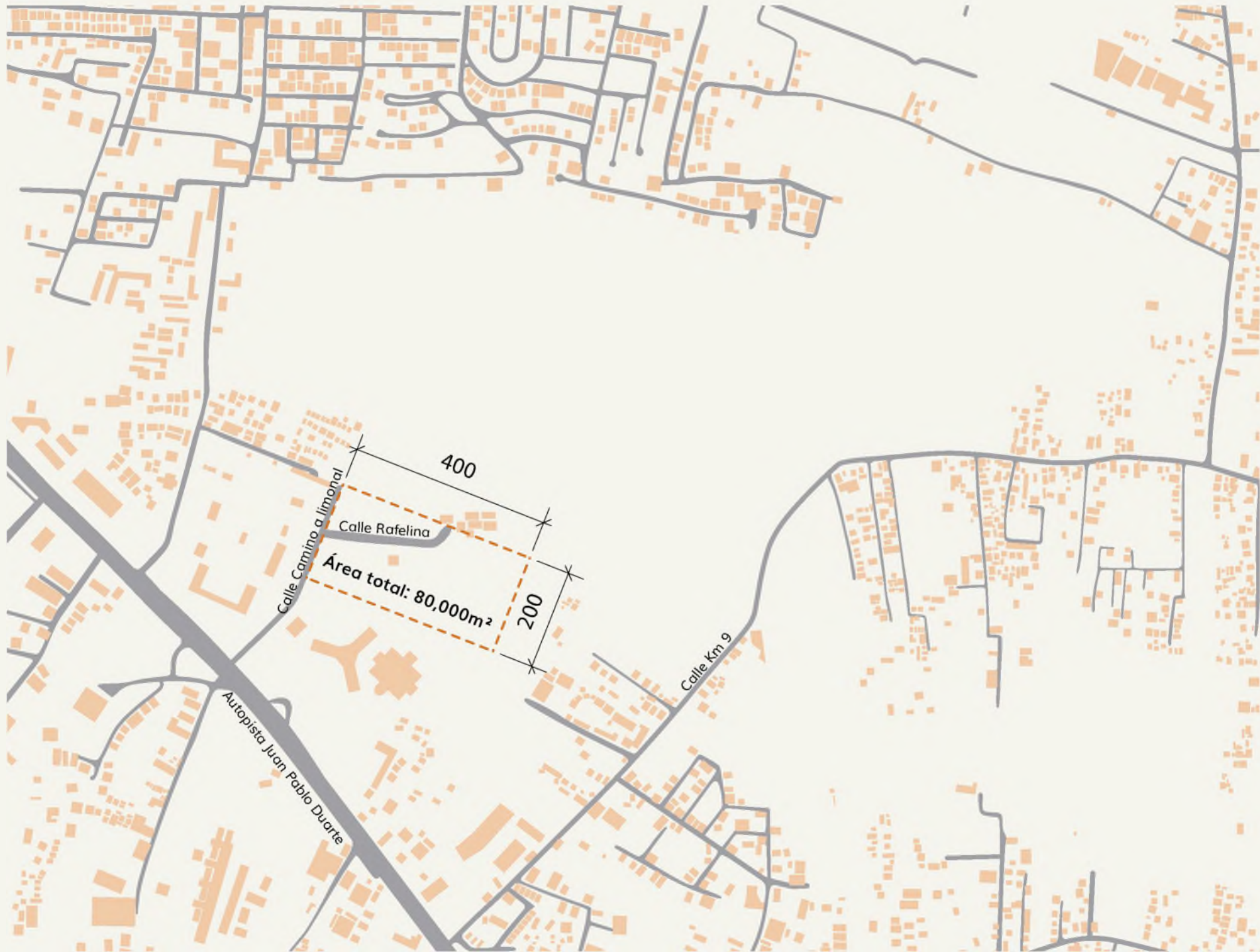
## DISCRIMINACIÓN DEL LUGAR

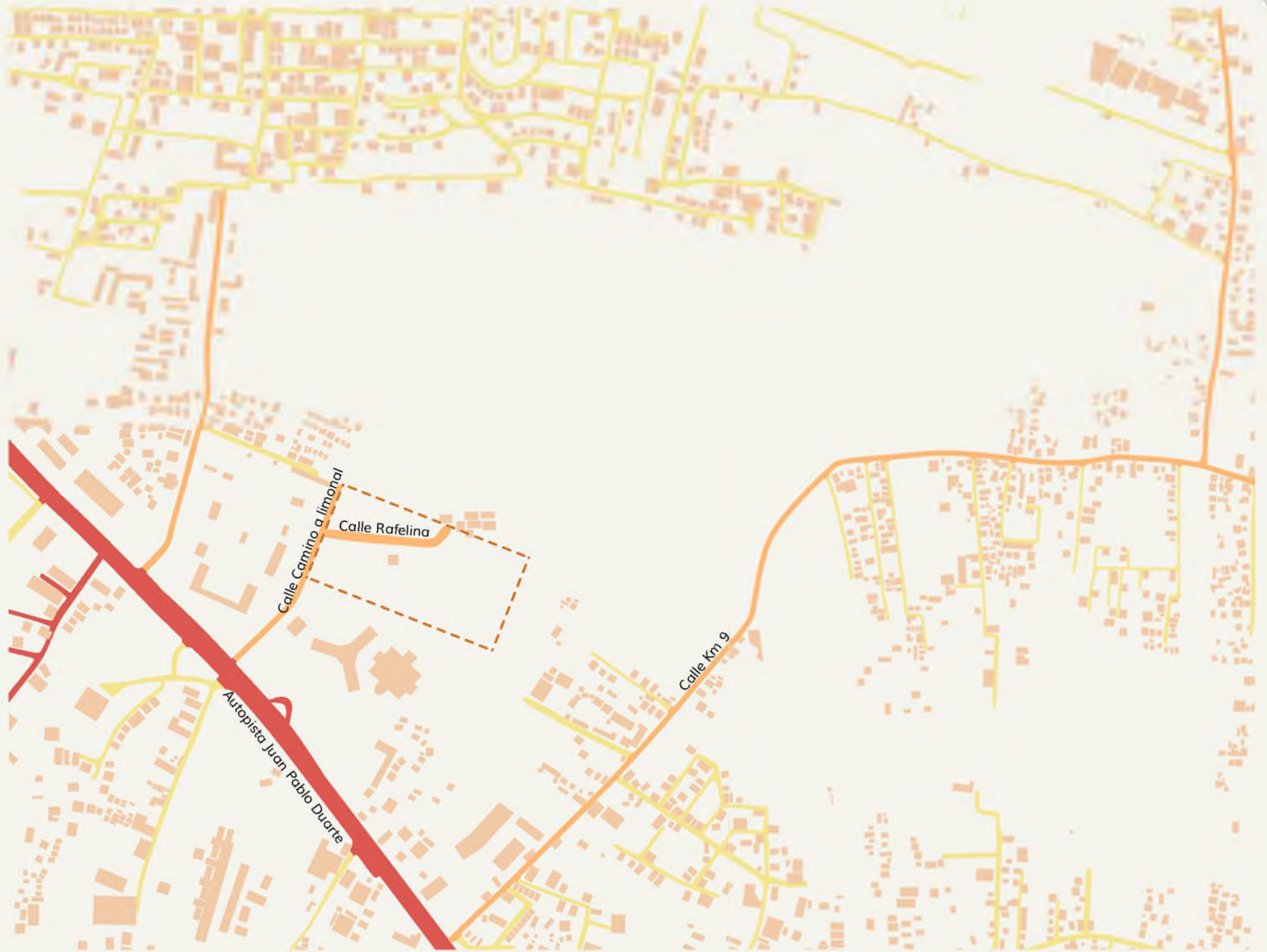
Crterios	Peso	Lote 1	Lote 2	Lote 3
Proximidad a una avenida principal	10%	9%	10%	10%
Cercanía a redes de transporte público	10%	10%	9%	10%
Disponibilidad de 200,000 a 400,000 m <sup>2</sup>	10%	7%	10%	10%
Zona con potencial de desarrollo urbano	15%	4%	6%	15%
Oportunidad de desarrollo en el marco cultural y creativo	15%	10%	15%	15%
Contribución a descentralización del casco urbano de Santiago	10%	4%	10%	10%
Punto de conexión entre la población local y visitantes	10%	4%	10%	10%
Cercanía a lugares de hospedaje	10%	3%	9%	10%
Acceso a servicios básicos	10%	7%	3%	9%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>58%</b>	<b>82%</b>	<b>99%</b>

## LOCALIZACIÓN Y UBICACIÓN












## JERARQUÍA DE VÍAS

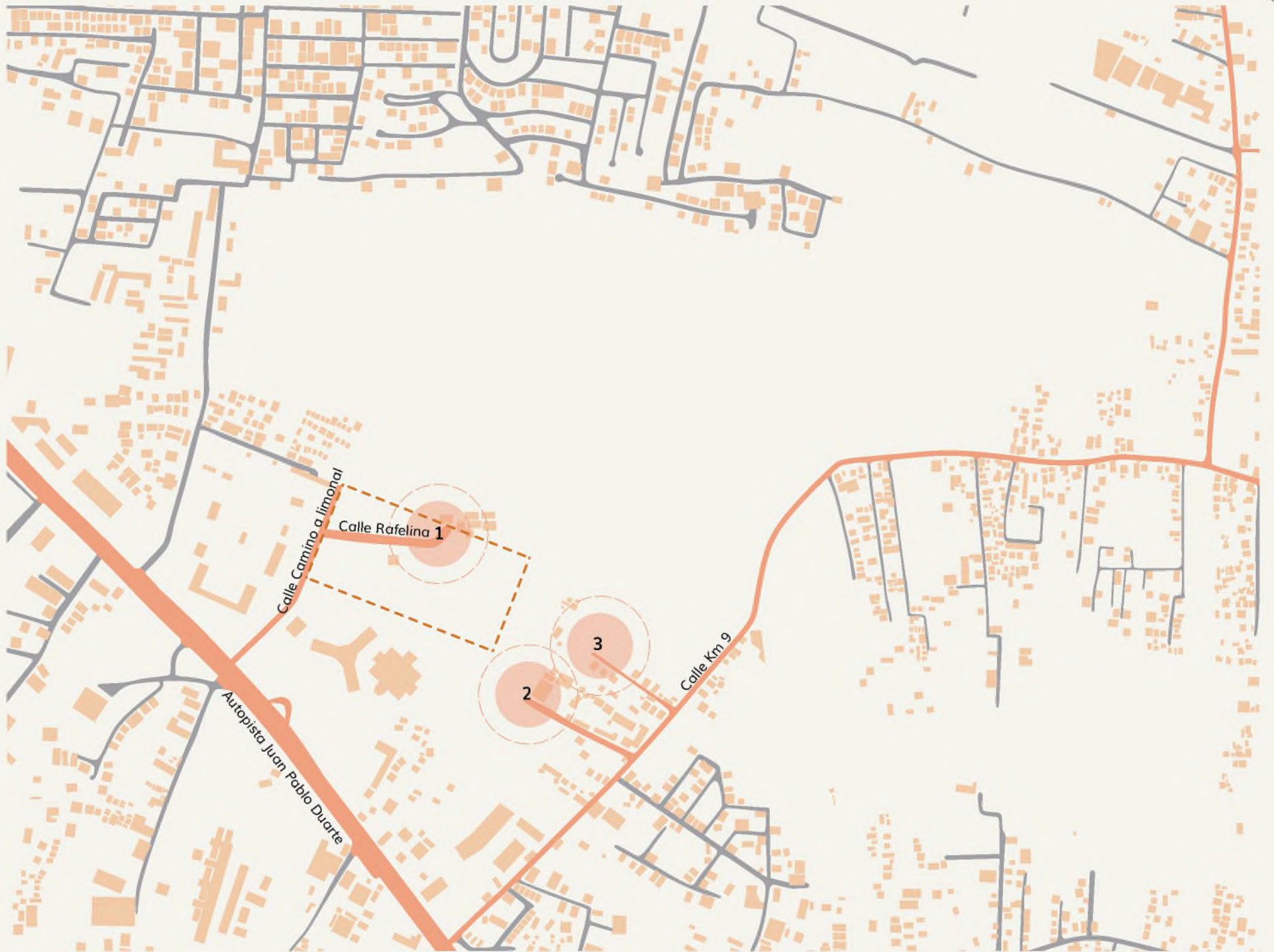
### CONCLUSIÓN

La zona a estudiar se encuentra próximo a la autopista Juan Pablo Duarte, la cual es una vía de transporte importante ya que conecta varios puntos del país, especialmente las dos ciudades principales, Santo Domingo y Santiago. En la ciudad de Santiago, esta vía conecta con puntos importantes como el monumento a los héroes de la restauración, la PUCMM y el Hospital Metropolitano de Santiago.

Sin embargo, en la zona de estudio predominan las calles de carácter terciario con flujo vehicular y peatonal bajo, las cuales surgieron de manera descontrolada y en su mayoría son calles sin salida que causan una desconexión en la trama urbana.

-  Vía principal
-  Vía secundaria
-  Vía terciaria





## ACCESOS

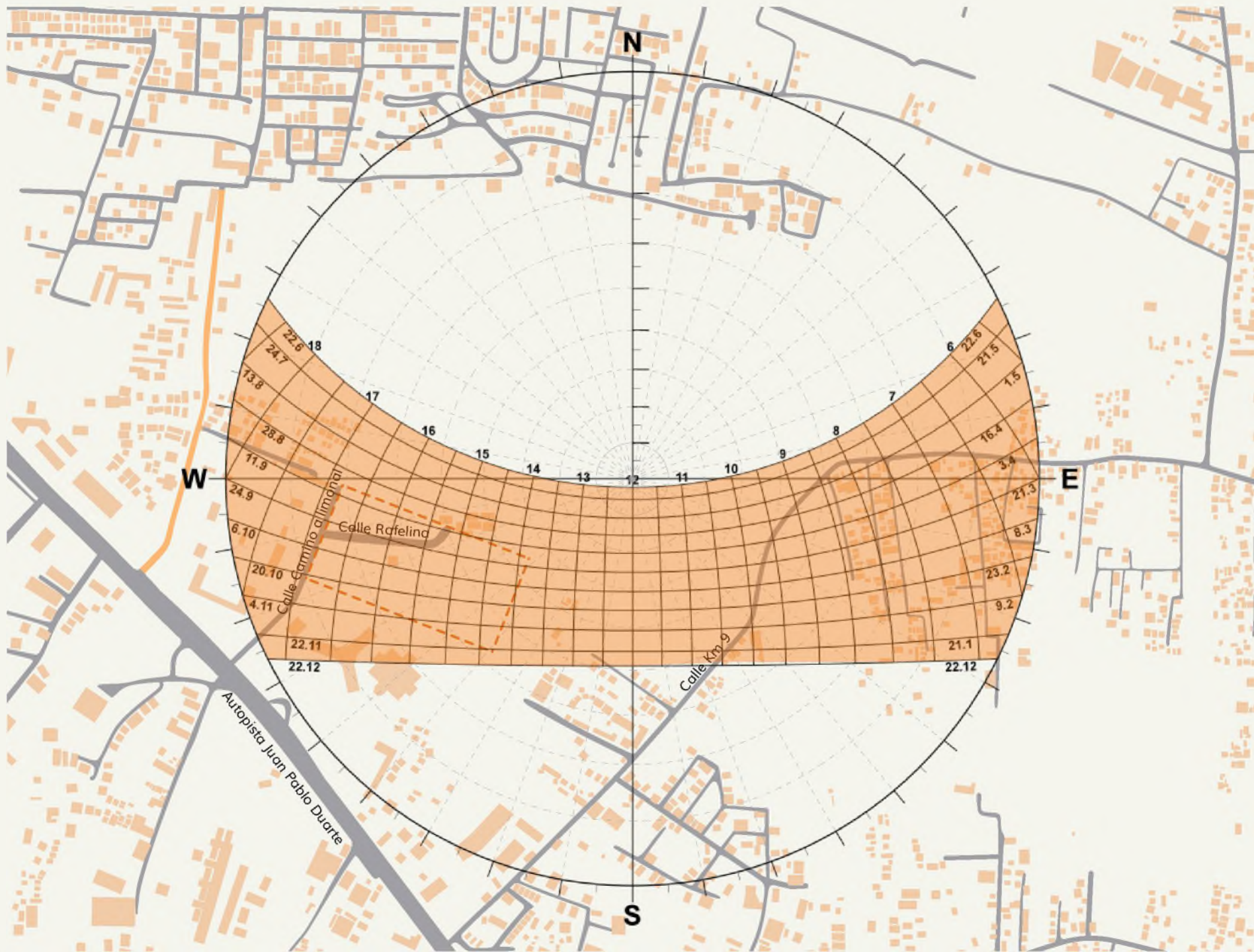
### CONCLUSIÓN

El solar no cuenta con un acceso establecido para el mismo ya que por el momento no es necesario el paso del público hacia el terreno porque actualmente es un solar baldío. Los únicos puntos de entrada hacia el mismo son a través de calles marginales que limitan el paso hacia el terreno.

Se pueden observar en el plano dos puntos en donde pudiera ser posible la entrada al solar elegido, sin embargo, el punto número 1 es a través de la calle Rafelina la cual dispone de pilotes de hormigón que limitan la entrada desde la calle al solar y al final de la misma se encuentra una edificación de tipología religiosa rodeada de verjas. Por otro lado, el punto número 2 es un camino creado esporádicamente y no se encuentra asfaltado, cuenta con estacas de maderas amarradas con cables metálicos para protección, al final de la calle se encuentran viviendas hechas a base de zinc y madera.

El punto uno se encuentra a 5-6 minutos caminando desde la autopista Juan Pablo Duarte hasta donde se marca en el plano. El punto 2 se encuentra a 8-9 minutos bajo las mismas circunstancias.





## **ASOLEAMIENTO**

### **CONCLUSIÓN**

Según la evaluación climática realizada, respecto a la incidencia solar, el terreno recibe luz solar aproximadamente 12 horas del día y no recibe sombra de parte de edificaciones aledañas ya que es un gran solar baldío y las construcciones alrededor no tienen la altura para proporcionar sombra en la zona de estudio.



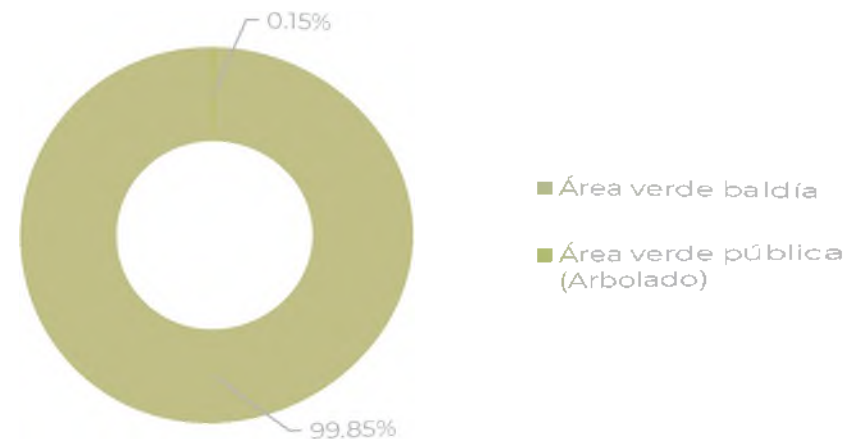


## ÁREAS VERDES

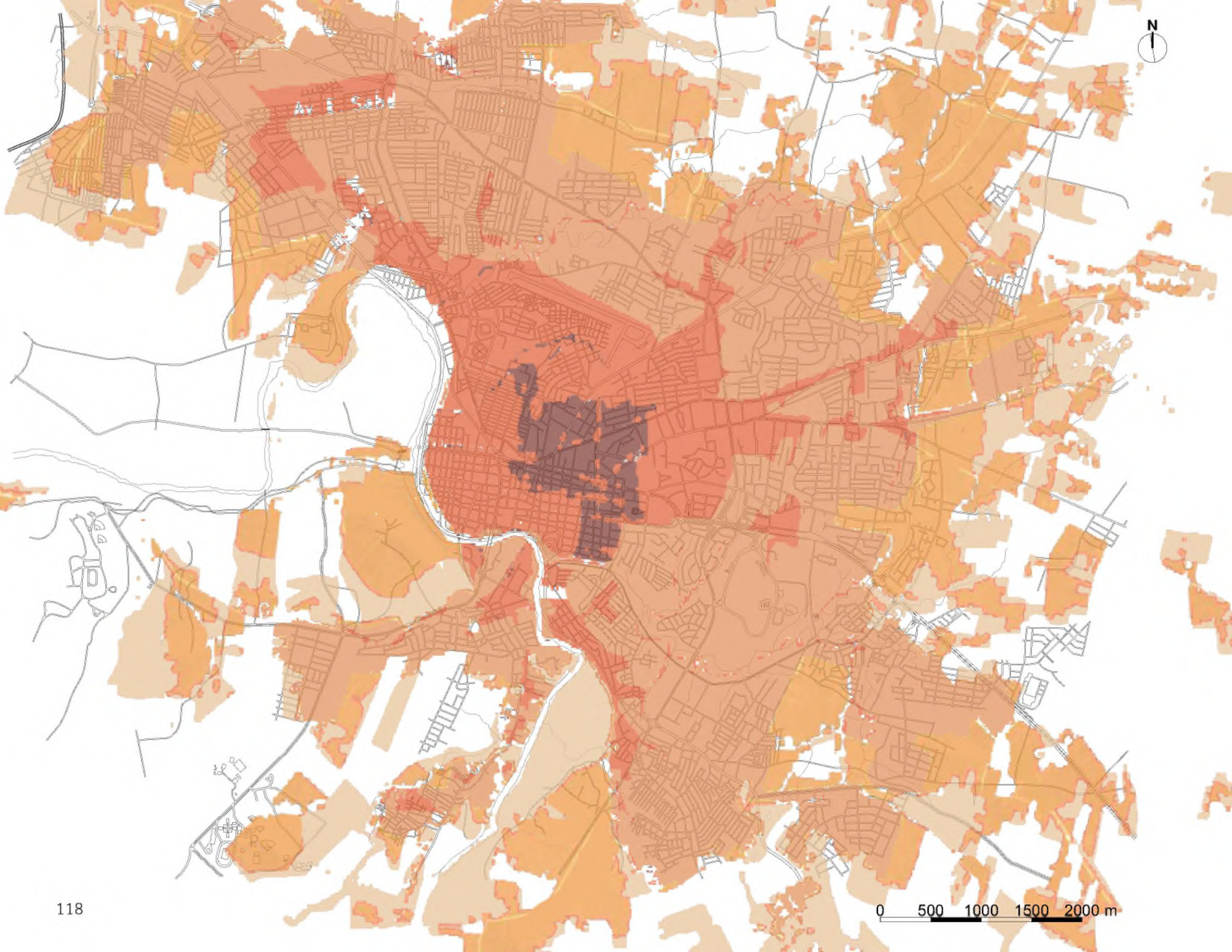
### CONCLUSIÓN

Como se observa en el mapa, en la zona se encuentran diferentes tipos de áreas verdes, sin embargo esta carece de espacios públicos debido a que se encuentra ubicado en la periferia del centro urbano de Santiago. Por otro lado, el tipo de área verde predominante son los solares baldíos los cuales son muy extensos y ocupan la mayoría de la superficie de estudio.

El arbolado público es muy carente en la zona, casi nula, por lo que en la zona no existen sombras generadas por las mismas. El único arbolado público existente se encuentra en la autopista Juan Pablo Duarte, la cual no está diseñada para el transeúnte por lo que esta vegetación pone en prioridad la estética y deja de lado la función.









# CRECIMIENTO URBANO

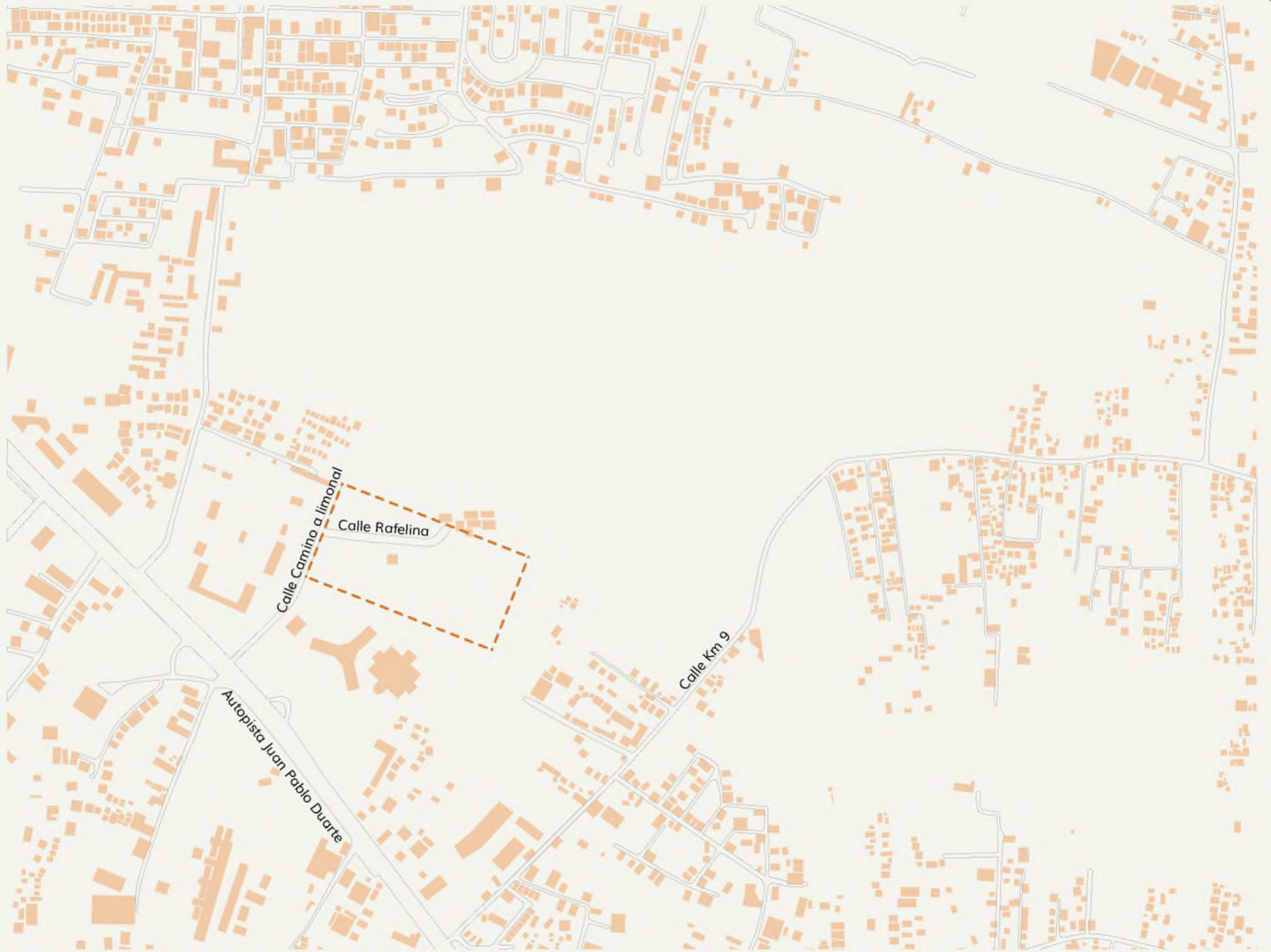
## CONCLUSIÓN

Para el año 1844 la ciudad de Santiago se encontraba asentada en la parte oriental del Río Yaque del Norte, su trama urbana era reticular como era usual en la época. Para ese entonces la población de Santiago era de **14,774 habitantes**. La ciudad se empezó a expandir alrededor de la ciudad histórica y sus trazados principales fueron a Tamboril, Villa González y hacia el Sur por el Arroyo Nibaje. Gracias a la dictadura de Rafael Leonidas Trujillo durante los años 1930 hasta 1961 la ciudad continuó expandiéndose en torno a estos mismos trazados por lo que la población creció y contaba con **85,650 habitantes**, según el censo de 1960.

Luego de la dictadura empieza una crisis agraria en el país, por lo que las personas empiezan a migrar del campo hacia los centros urbanos, principalmente Santo Domingo y Santiago. Debido a esto se experimenta en las ciudades un crecimiento poblacional y extensión del área urbana de manera descontrolada.

En 1968 la ciudad continúa su tendencia y fue creciendo hacia Villa González, Tamboril, Licey y las principales vías de comunicación. A finales del 1980 se inaugura el puente Ercilia Pepín sobre el río Yaque del Norte por lo que la ciudad se empieza a expandir hacia la otra orilla del río.



Debido al desarrollo del transporte, se facilita bastante la comunicación entre localidades fuera del centro urbano por lo que se genera un crecimiento por lo que el desarrollo en torno a carreteras crece, especialmente a la autopista Juan Pablo Duarte. En el año 2004 la ciudad sigue su expansión dendrítica en todas las direcciones y sin contiguidad. En años posteriores la huella urbana sigue creciendo de manera desordenada y dispersa.

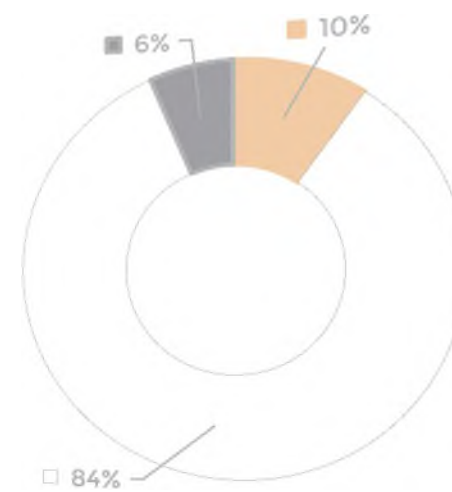





## LLENOS Y VACÍOS

### CONCLUSIÓN

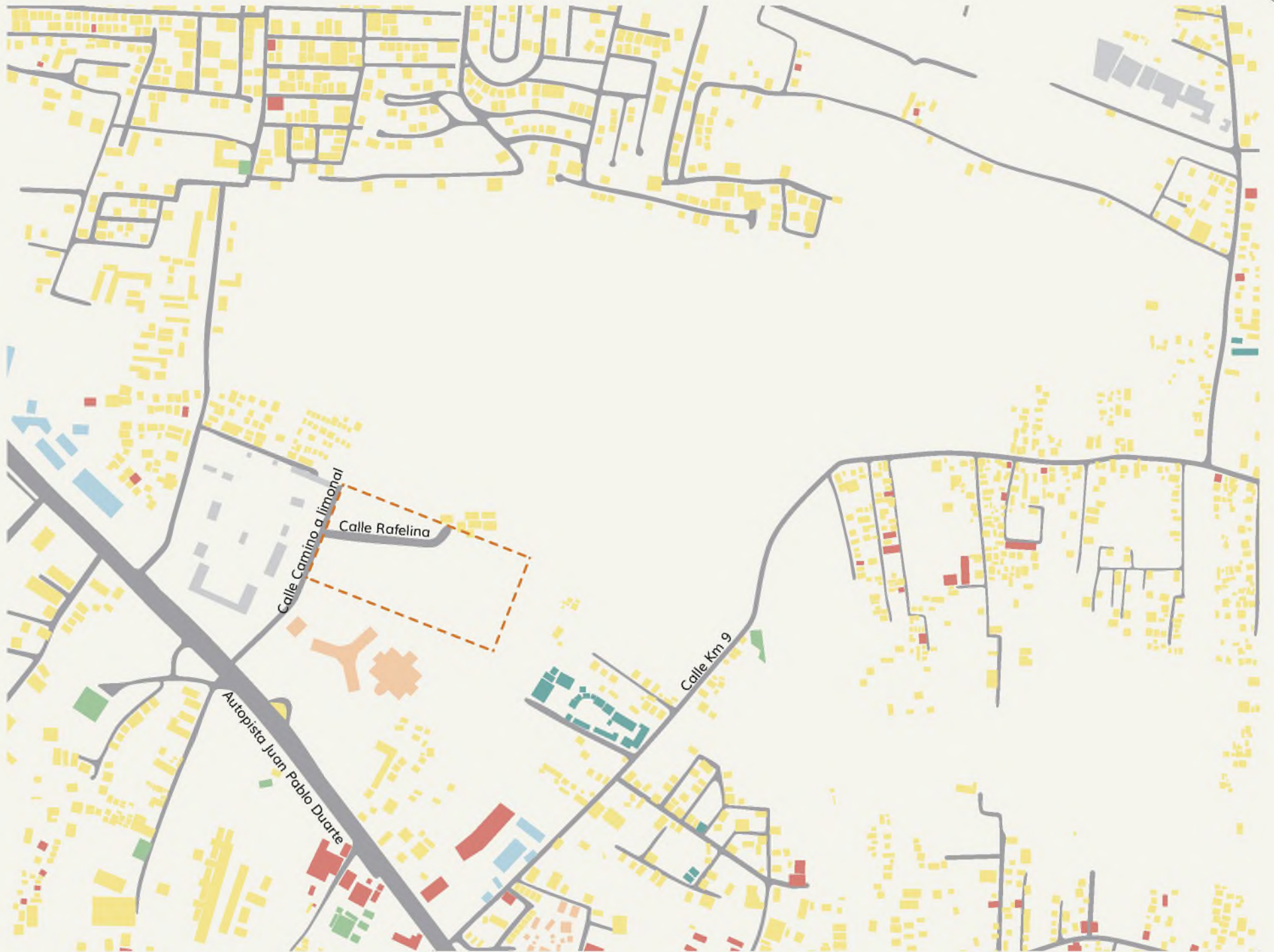
Se observa un crecimiento controlado alrededor a la autopista Juan Pablo Duarte, sin embargo, existen grandes zonas baldías en los espacios posteriores a esta autopista que empiezan a ser ocupadas de manera descontrolada, aglomerándose en arterias viales creadas a partir de la avenida. Se puede notar una mayor aglomeración hacia la parte norte de la zona, sin embargo, en la parte céntrica y sureste existen grandes vacíos.

-  Llenos
-  Vacíos



-  Llenos
-  Vacíos
-  Vías







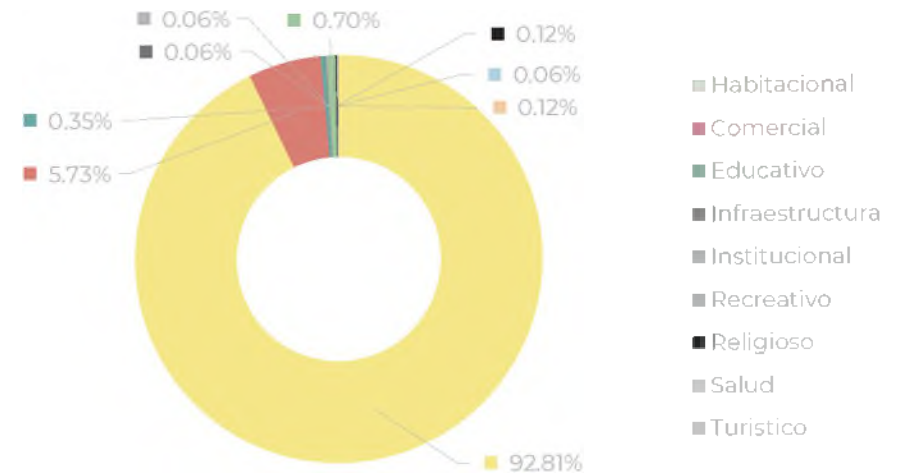
## USO DE SUELO

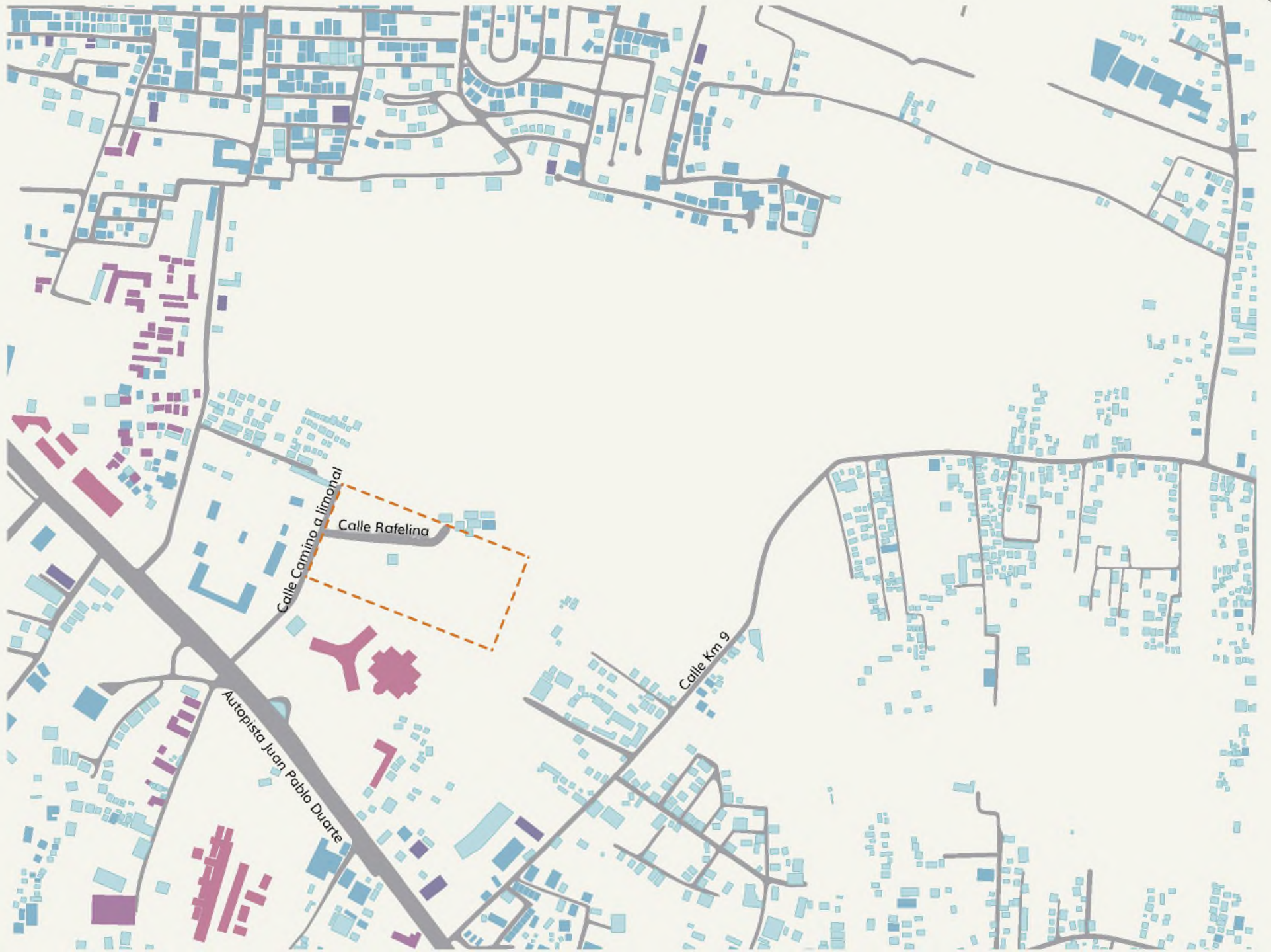
### CONCLUSIÓN

Los resultados obtenidos del estudio del lugar revelan patrones claros en cuanto a su uso de suelo y distribución. Con un destacado 92.8 por ciento de uso habitacional, queda evidenciada la predominancia de esta área como espacio residencial. Esta tendencia refleja la importancia y demanda de viviendas en la zona.

Asimismo, la presencia significativa de un 5.7 por ciento de uso comercial señala la existencia de una actividad económica relevante, que contribuye al dinamismo y diversidad funcional del lugar. Los usos educativos e industriales, aunque menos predominantes, demuestran la coexistencia de funciones que van más allá de lo residencial y comercial, agregando capas de complejidad al tejido urbano.

En menor medida se encuentran los usos turístico, religioso y de salud, lo cual sugiere que el área aún no ha sido plenamente descubierta en términos de su potencial turístico, religioso o de salud. Este hallazgo podría abrir oportunidades para el desarrollo futuro en estas áreas específicas, aprovechando recursos locales y promoviendo una mayor diversificación de servicios y actividades.





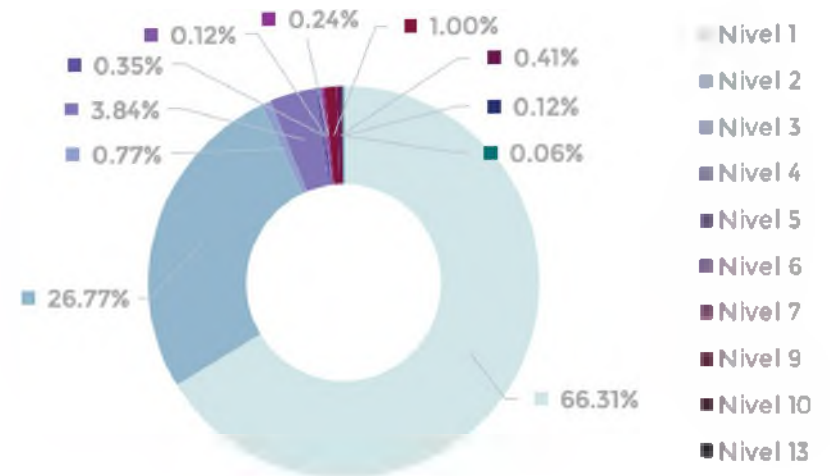
## ALTIMETRÍA

### CONCLUSIÓN

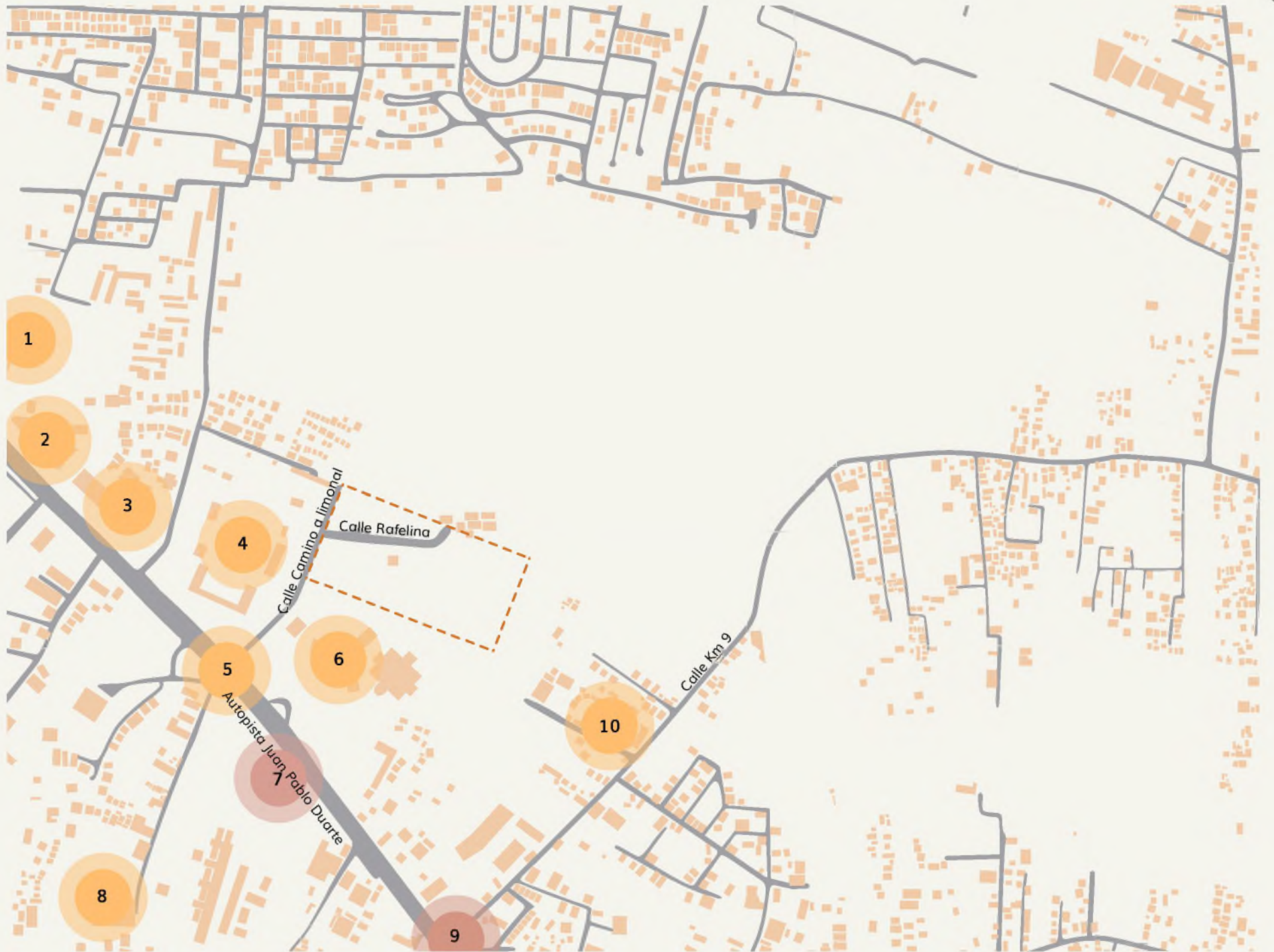
Los resultados del estudio de la altura de los edificios en el lugar proporcionan una visión clara del perfil urbano predominante. Con un notable 66,3 por ciento de edificaciones de un solo nivel, se evidencia una característica distintiva de baja altura en la zona estudiada. Este predominio de estructuras de un piso sugiere una preferencia generalizada por la horizontalidad en el diseño arquitectónico local.

La presencia significativa de edificios de dos niveles, con un 26,8 por ciento, indica una segunda tendencia importante en la configuración urbana. Esta proporción más elevada de edificaciones de dos niveles podría asociarse con un intento de equilibrar la densidad poblacional y la eficiencia espacial, sin perder completamente la preferencia por estructuras más bajas.

La representación decreciente de edificios de tres y cuatro niveles sugiere que la verticalidad no es una característica predominante en la arquitectura local. Este hallazgo es crucial para comprender la dinámica del entorno construido y tiene implicaciones importantes para la planificación urbana, destacando la necesidad de políticas que fomenten la sostenibilidad en términos de expansión y desarrollo vertical.









# HITOS Y NODOS

## CONCLUSIÓN

Debido a la característica de autopista conectora de la vía que se encuentra cercana al proyecto a proponer (Autopista Duarte), se tiende a desarrollar más esta área de manera lineal, por lo que se ubican varios hitos y nodos a destacar.

El principal y más cercano al proyecto es el gran hotel cibao es importante ya que se encuentra en la entrada a la ciudad de Santiago y genera controversia ya que suponía ser una obra que dinamizaría el desarrollo de la provincia, sin embargo actualmente tiene 15 años en abandono. Otros puntos importantes a destacar son la fortaleza militar y el hospital metropolitano ubicados en esta misma autopista.

Cabe resaltar que en el radio de estudio predominan los hitos sobre los nodos ya que esta zona carece de espacios de reunión y esparcimiento, además de que es una zona de conexión entre ciudades por lo que predomina la presencia de los vehículos y el transporte público.

**Figuras 41-51**



1. Centro de Cáncer HOMS



2. Hospital Metropolitano de Santiago HOMS



3. Health and Wealthness Center



4. Fortaleza Fernando Valerio



5. Estatua Corazón Santiago de los Caballeros



6. Gran Hotel Cibao



7. Estación Texaco



8. Club Deportivo Federico Gemoso

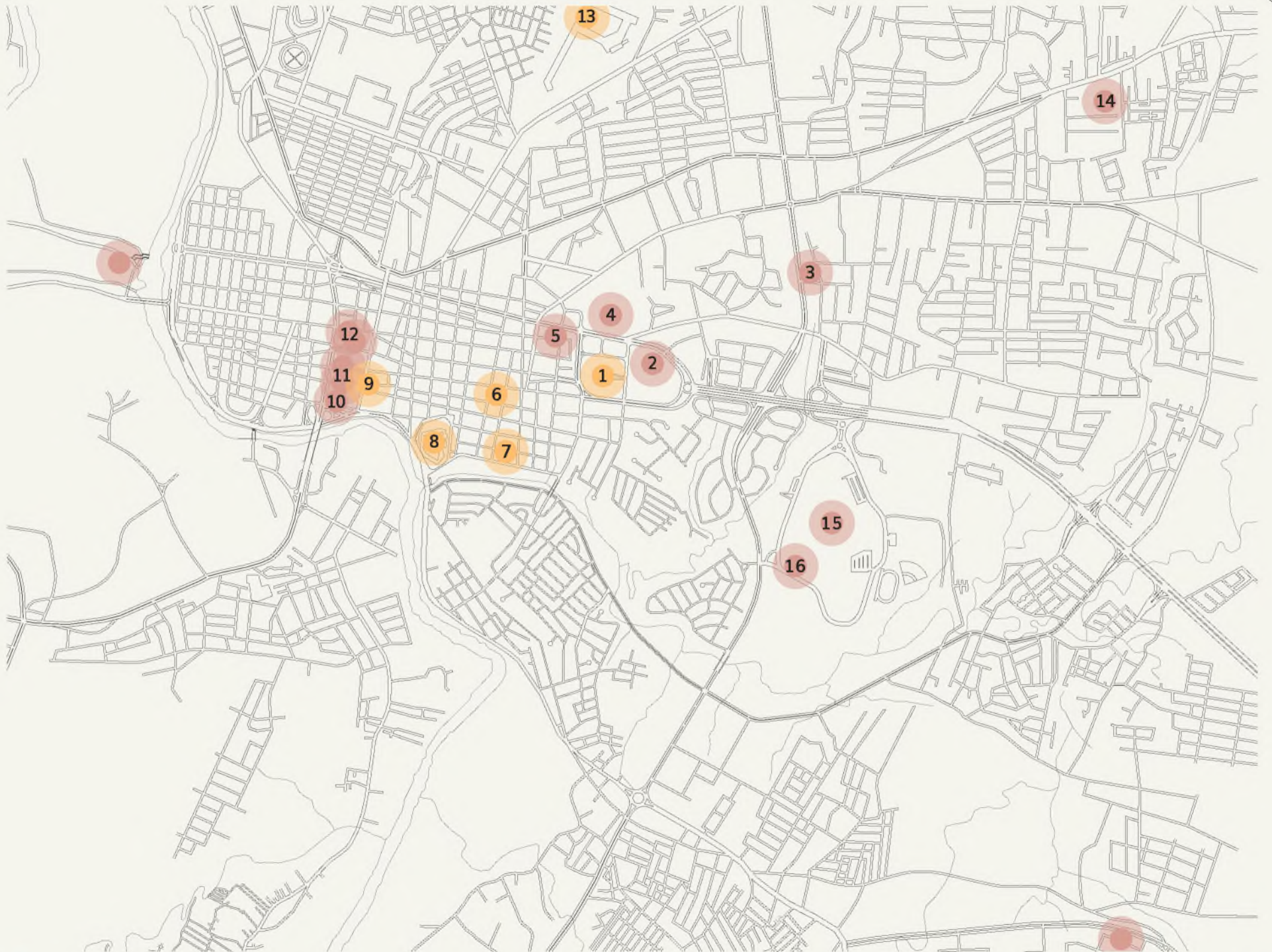


9. Grupo Rica



10. Escuela Cristiana de Santiago







# HITOS Y NODOS CULTURALES

## CONCLUSIÓN

Los hitos y nodos culturales y de entretenimiento hacen referencia a aquellos puntos que representan gran importancia dentro del marco de investigación del proyecto ya que reflejan lugares relevantes en donde se realizan actividades que incitan el desarrollo de la economía naranja y la cultura del ocio, hasta, en algunos casos, desconociendo de lo mismo. Como se puede observar en el mapa, los hitos predominan frente a los nodos, aunque en ocasiones estas modalidades se combinan y un hito puede hacer función de nodo y viceversa.



1. Monumento a los Héroes de la Restauración



2. Gran Teatro del Cibao



3. Centro Cultural Dominicano-Americano



4. Centro de Convenciones y Cultura Dominicana UTESA



5. Club Cultural y Deportivo Las Carreras



6. Parque Colón



7. Ruta Cultural De Murales



8. Fortaleza San Luis



9. Mural cultural Clara Ledesma



10. Instituto de Cultura y Arte



11. Centro de la Cultura



12. Casa de Arte



13. Recinto Ferial Expo-Cibao



14. Centro León

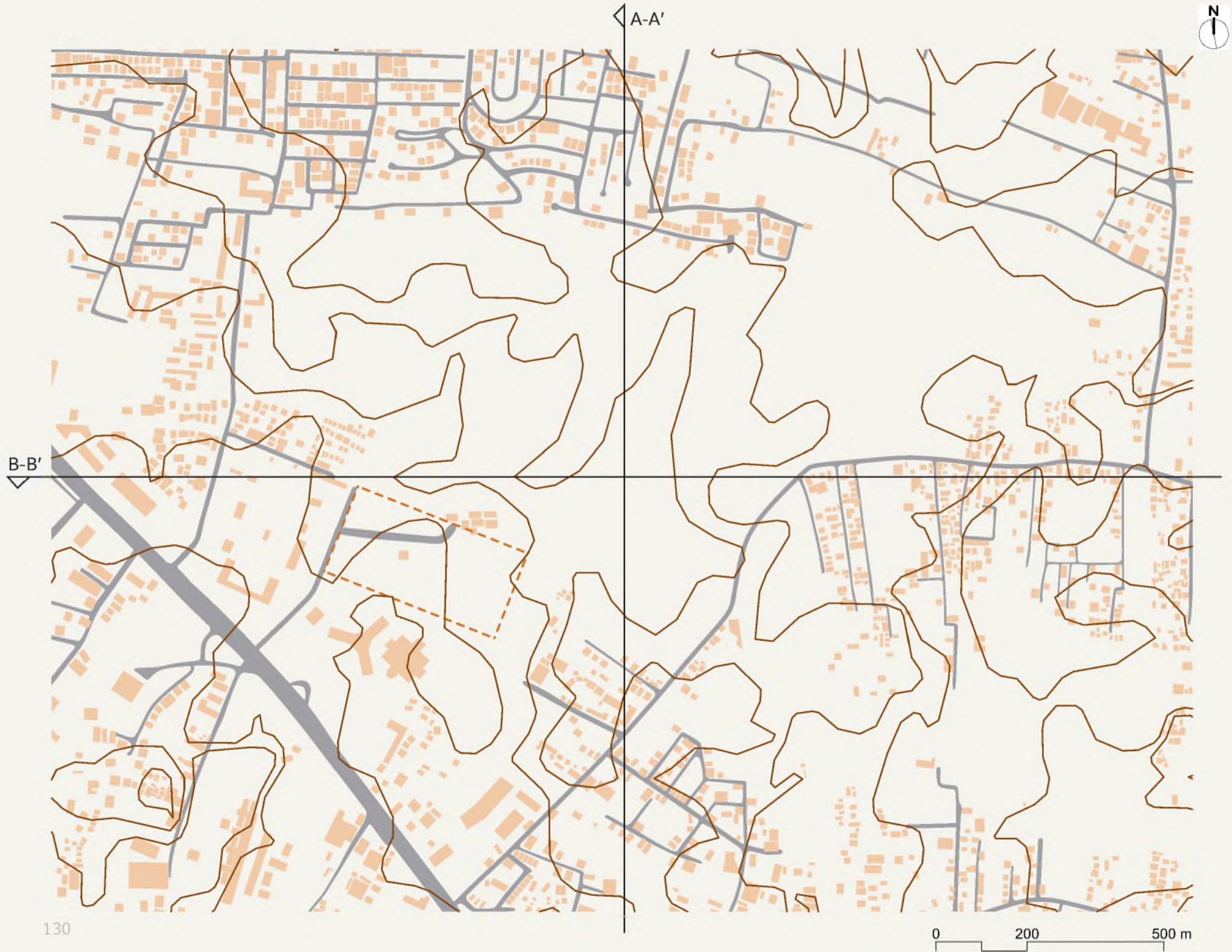


15. Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra



16. Teatro PUCMM



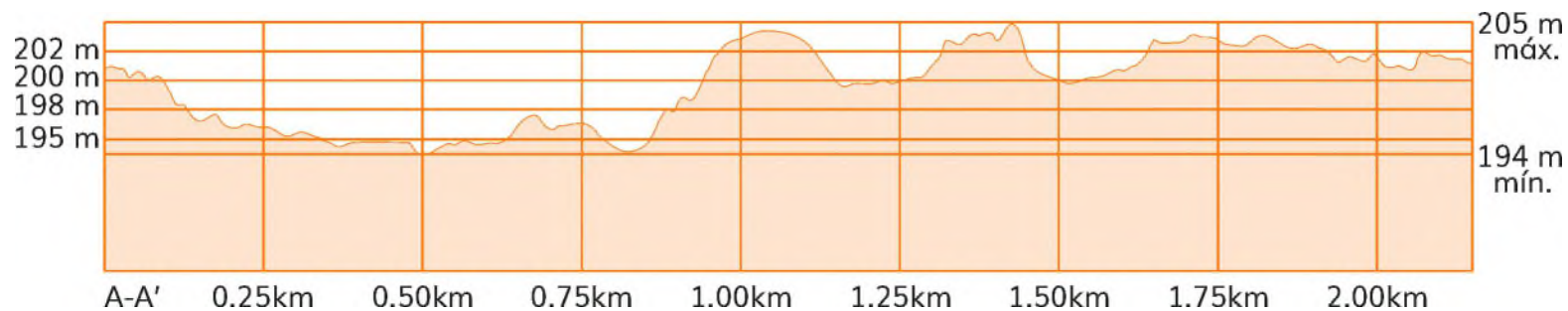




# TOPOGRAFÍA

## CONCLUSIÓN

La topografía del terreno es regular con pequeñas variaciones de alturas a lo largo de todo el terreno. Al observar el primer perfil topográfico, tomando como muestra aproximadamente 2 kilómetros de largo, vemos que el punto más bajo equivale a 194 metros, mientras que el punto más alto es igual a 205 metros, esto representa una diferencia de 7 metros entre el punto mínimo hasta el máximo a lo largo de 2 kilómetros, esto deja en evidencia la regularidad del terreno, es decir, pudiera ser considerado como un terreno plano exceptuando algunas variaciones en su morfología. Lo mismo se puede observar en el segundo perfil cuyo corte en sección es longitudinal al terreno.



**F**

### **FORTALEZAS**

- Próximo a la principal vía de comunicación interurbana, la autopista Juan Pablo Duarte.
- Solar amplio.
- Se encuentra a la entrada de Santiago de los Caballeros, lo cual lo hace más accesible en el sentido interurbano permite una conexión con otras ciudades adyacentes..
- Cercanía Próximo al gran hotel cibao.
- Conexión directa a otros puntos culturales y de entretenimiento importantes como el Centro Histórico de Santiago, el Gran Teatro del Cibao y el Monumento a los Héroes de la Restauración
- Se ubica Ubicado en la periferia del centro urbano de Santiago, en donde se ha podido notar donde se ha producido mayor expansión y desarrollo del tejido urbano.

**O**

### **OPORTUNIDADES**

- Topografía del terreno regular, lo cual disminuye costos en movimiento de tierra y aporta contribuye al tiempo estimado de construcción.
- Generación de empleos a partir del proyecto.
- Oportunidad de desarrollo inmobiliario debido al desarrollo urbano de la zona.
- Integración de sectores socioeconómicos, ya que se encuentra en una zona donde convergen tres sectores urbanos con diferentes niveles socioeconómicos.

# D

## DEBILIDADES

- Cercano a hospitales y centros institucionales, debido a que es un proyecto en donde se generaría ruido frecuentemente.
- Vía actual de conexión al solar es ineficaz para el flujo esperado en el proyecto a plantear.
- Infraestructura existente en el solar propuesto.

# A

## AMENAZAS

- Creación de espacios urbanizaciones marginales debido a los grandes espacios baldíos en la zona y aledaño al solar a trabajar.
- El solar se encuentra ubicado en una zona donde el trazado urbano es irregular, por lo que se genera una gran desconexión urbana y afecta la accesibilidad al mismo.
- Accesibilidad peatonal poco viable debido a un sistema de transporte público ineficaz .
- Infraestructura existente en el solar propuesto.
- Contaminación acústica debido a la proximidad con la autopista Juan Pablo Duarte.





**MARCO  
CONCEPTUAL**

# PERFIL DEL USUARIO



Grupo de usuario

## DIRECTO

Descripción

Son aquellos que asisten al centro para el disfrute de las actividades de entretenimiento.

Grupo de usuario

## INDIRECTO

Descripción

Consta de quienes asisten al ente de manera ocasional, para actividades específicas o eventos efímeros.

Edad

**0-100 AÑOS**

100%

Edad

**15-100 AÑOS**

85%

Estancia

**3-7 HORAS**

66%

Estancia

**3-5 HORAS**

66%

Espacio requerido

**64,955 M2**

74%

Espacio requerido

**59,887 M2**

68%



Grupo de usuario

## PERMANENTE

Descripción

Se encargan del correcto funcionamiento de cada área.

Edad

**18-80 AÑOS**



Estancia

**3-7 HORAS**



Espacio requerido

**5,923 M2**



Consta de personal administrativo, el personal docente, personal de limpieza y personal de servicios de entretenimiento.

Grupo de usuario

## ITINERANTE

Descripción

Incluye todos los suplidores de necesidades, productos y materiales para el buen desarrollo de todas las actividades del centro.

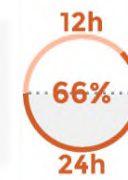
Edad

**18-75 AÑOS**



Estancia

**1-3 HORAS**



Espacio requerido

**177 M2**



## PERFIL DEL USUARIO DIRECTO

### Perfil

El usuario reside en su mayoría en Santiago de los Caballeros. Comprende un rango de edad de 18-25 años. Su nivel educativo alcanza el grado universitario.

### Actividades de entretenimiento

El 53% realiza actividades culturales, tales como: leer, pintar, aprender a tocar algún instrumento, fotografía, ver películas, series, ir al cine, ver una obra de teatro, ir a museos...

El 37% se enfoca en actividades deportivas, como: ir al gimnasio, yoga, meditación, natación, pesca, artes marciales, zumba, baile...

El 25% prefiere actividades al aire libre, como son: pasear, *running*, ciclismo, patinaje, visitar nuevos lugares...

Y el 22% realiza actividades intelectuales, entre ellos: crucigramas, sudokus, sopa de letras, puzzles, juegos de lógica, aprender un nuevo idioma...

### Tiempo libre

El 58% dispone de 1-10 horas semanales de tiempo libre, y un 74% indica que dedica 1-10 horas semanales al entretenimiento.

### Lugares de entretenimiento

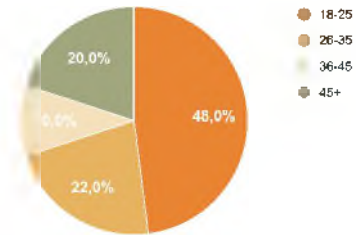
El 64% asiste al cine, el 61% a parques, y el 55% a centros gastronómicos.

El 65% considera que los lugares de entretenimiento en Santiago carecen de innovación y novedad, y el 39% entiende que hacen falta espacios al aire libre.

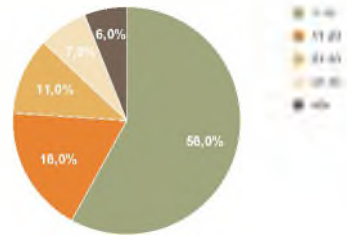


## Datos arrojados por la encuesta

### Edad

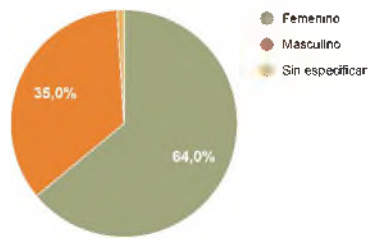


### Horas semanales de tiempo libre

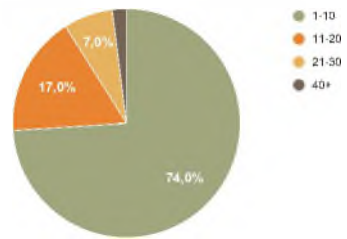


### Importancia de las actividades de entretenimiento

### Sexo

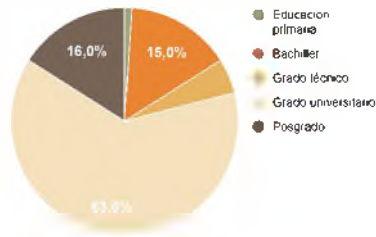


### Horas dedicadas al entretenimiento

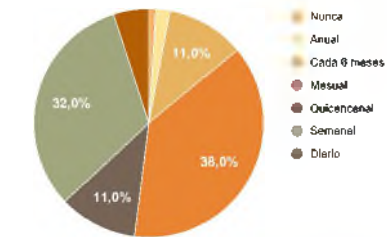
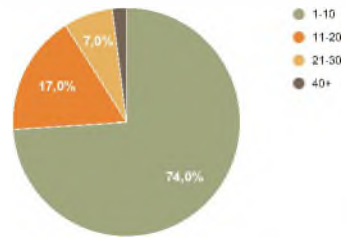


### Características carentes de lugares de entretenimiento actuales

### Nivel educativo

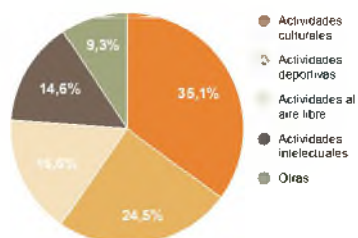


### Lugares de entretenimiento en Santiago

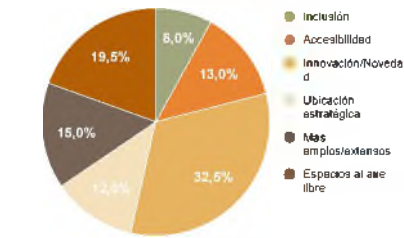
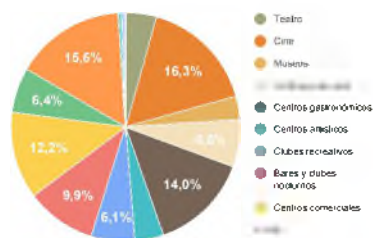


### Lugares de entretenimiento de los que carece Santiago de los Caballeros

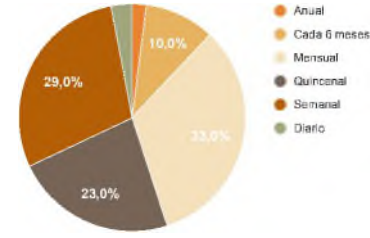
### Actividades en tiempo libre

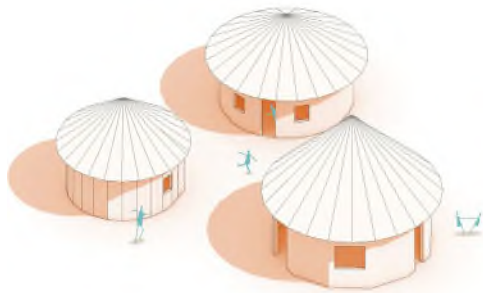


### Frecuencia de asistencia a estos lugares

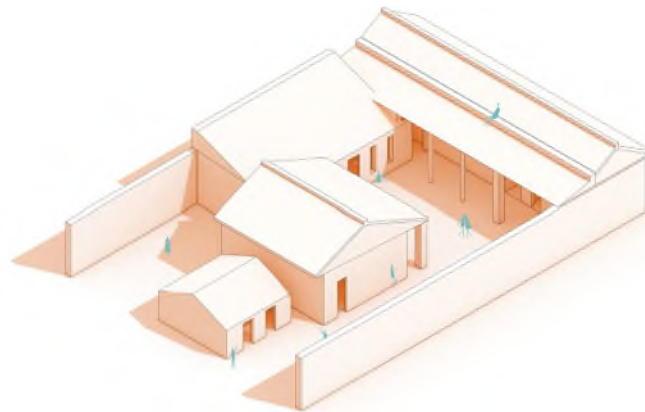


### Frecuencia con la que asistiría a estos lugares

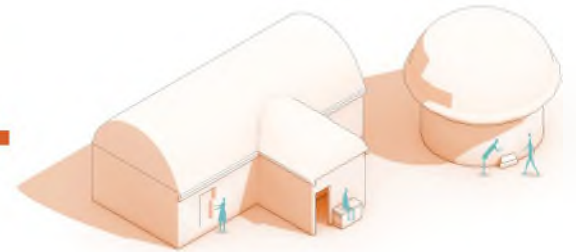




**CULTURA TAÍNA**



**CULTURA ESPAÑOLA**



**CULTURA AFRICANA**



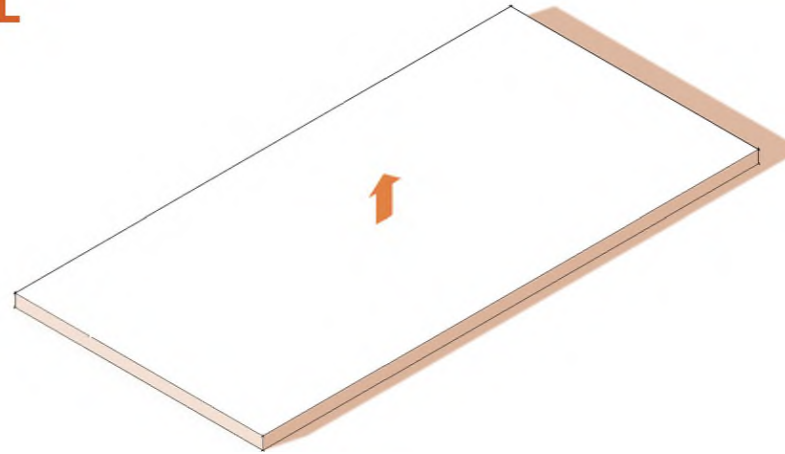
Figura 78



# PROCESO CONCEPTUAL

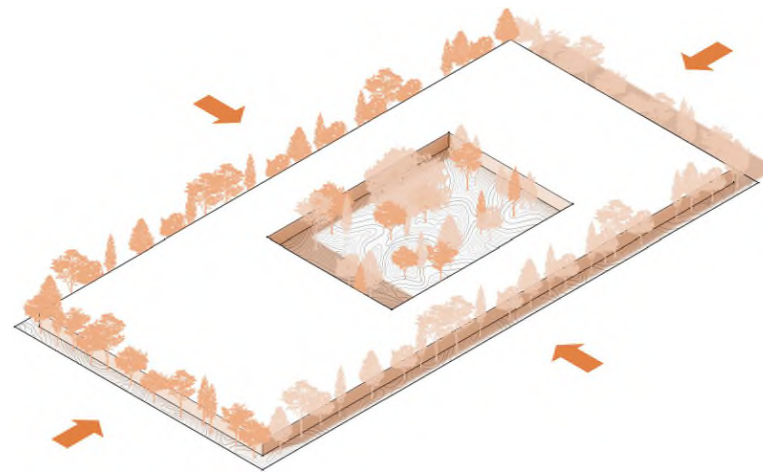
## Volumen perimetral

Se toma como punto de partida la forma del solar para extruir el volumen inicial.



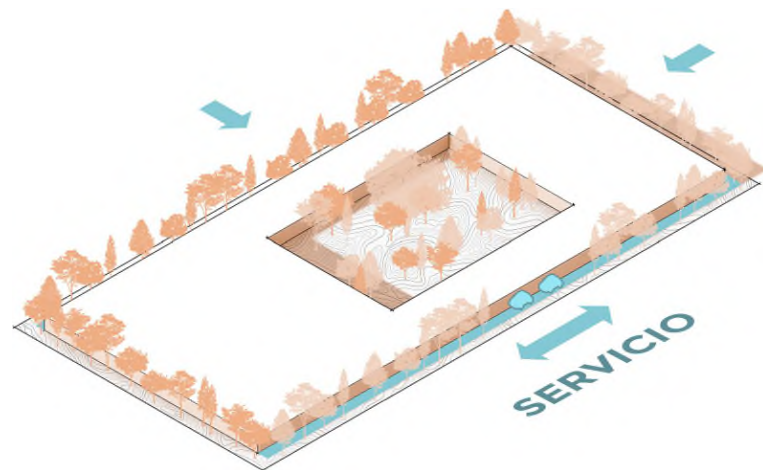
## Desplazamiento por vegetación

Se crea un núcleo central de vegetación, y se incorpora una barrera verde a modo de filtro acústico y visual en los alrededores.

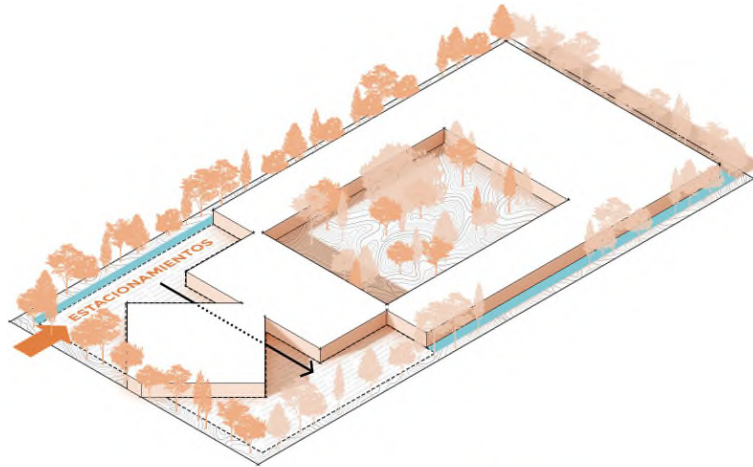


## Creación de pasillo de servicio

Se reduce la masa en su cara posterior y laterales para dar cabida a rutas de servicio solo para personal autorizado.

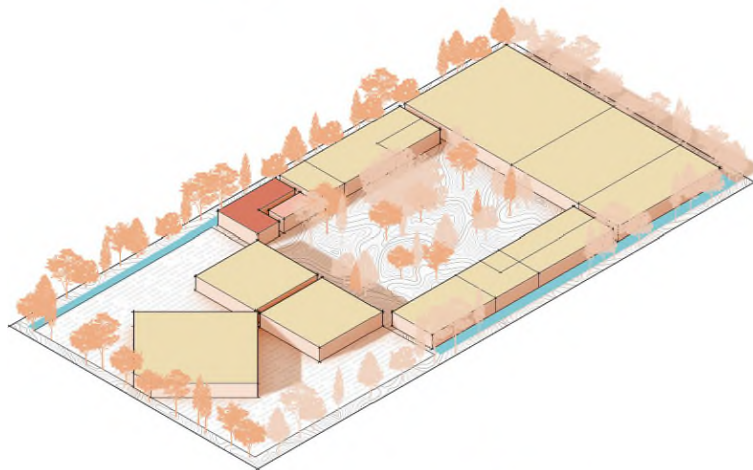






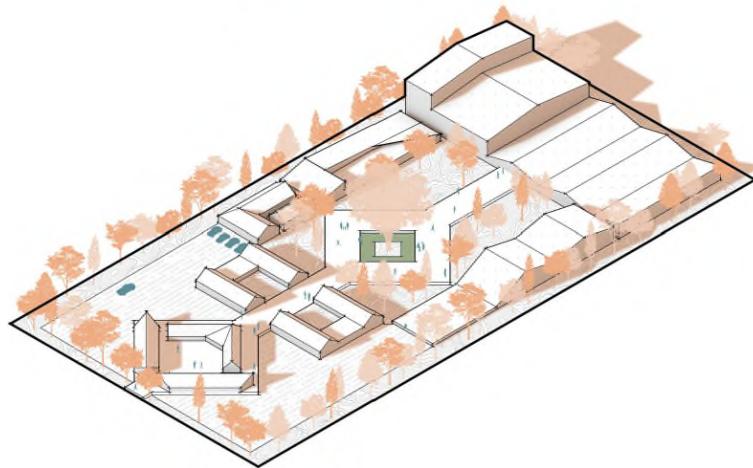
### Inserción de estacionamientos

Se incluyen zonas de parqueos de ambos lados de la entrada al proyecto. Estos se conectan por un desnivel soterrado para evitar interrupción del paso peatonal por parte de los vehículos.



### Programa de áreas

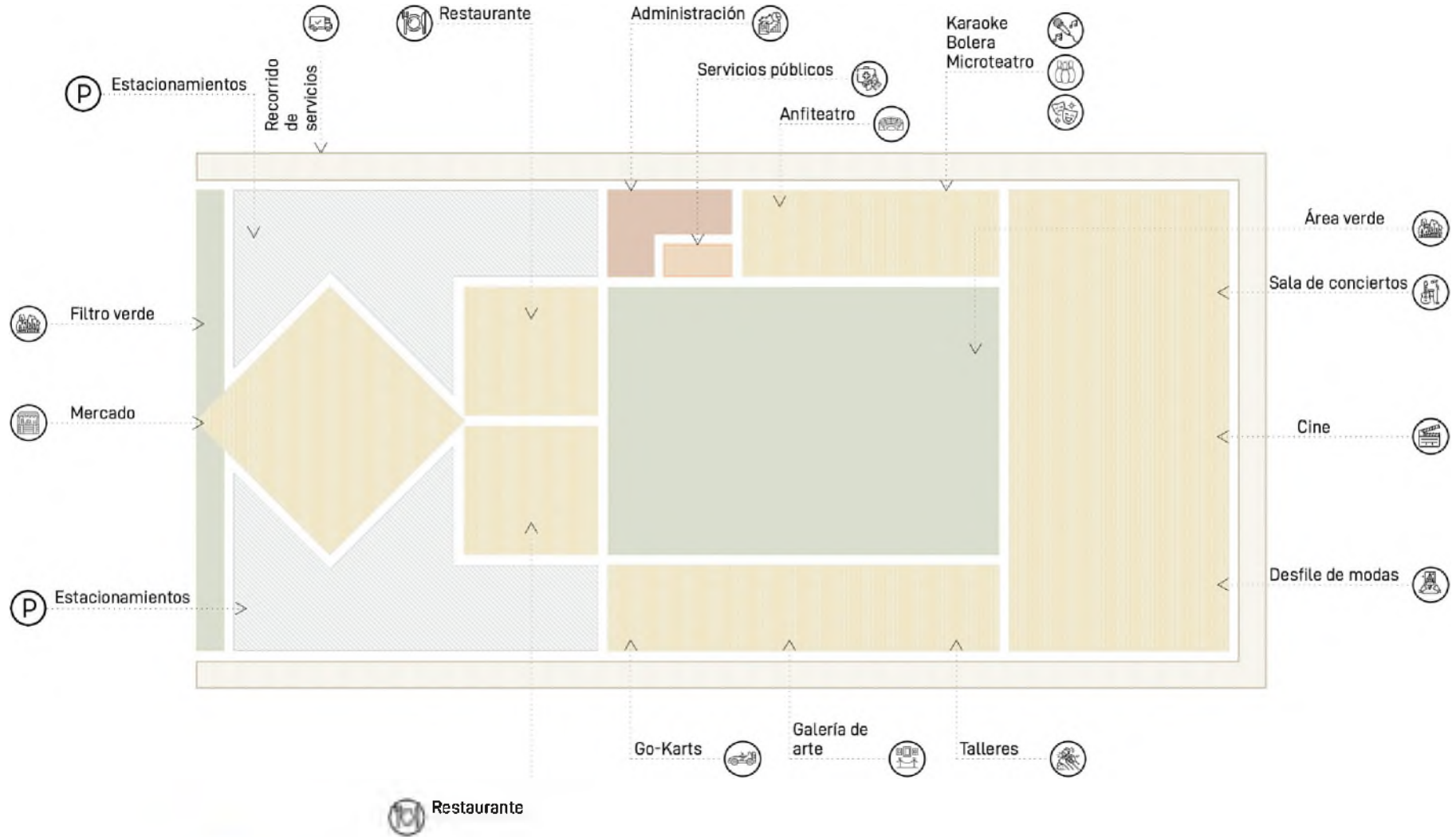
- Entretenimiento
- Servicios públicos
- Servicios privados
- Pasillo de servicio
- Estacionamientos



### Definición de volúmenes

Se elevan las cubiertas según las necesidades de las actividades que se desarrollan en cada volumen. Se crea una plaza de cara al interior del proyecto que conecta estas edificaciones.

# PROGRAMA DE ÁREAS



- 31,632.79m<sup>2</sup>
- 16,234.22m<sup>2</sup>
- 1,009.74m<sup>2</sup>
- 299.31m<sup>2</sup>
- 11,844.28m<sup>2</sup>
- 9,800m<sup>2</sup>

Área	Sub-Área	Espacio	Cantidad	Capacidad de personas	M2 Total	Subtotal
Exteriores	Exteriores	Parqueos	444	444 Carros	14,138	44,636
		Plaza pública	1	-	500	
		Áreas verdes	1	-	29,998	
Administración general	Servicio	Deposito de archivos	1	5	39	602
		Oficinas de planta física	1	10	27	
		Almacenes generales	1	5	10	
		TICs, y almacén de Data	1	10	40	
		Cuartos de seguridad	1	5	30	
		Área de carga y descarga	1	1 Camión	69	
		Cuarto de limpieza	1	2	10	
	Dirección General	Recepción	1	10	43	
		Oficina del Director General	1	5	25	
		Oficinas de Administrador	1	12	53	
		Salón de conferencia	2	16 c/u	101	
		Oficina de Recursos humanos	1	8	48	
	Área de empleados	Comedor y Kitchenette	1	40	53	
		Sala de personal, lockers	1	49	54	
Cultural / Entrenimiento	Entrenimiento naranja	Talleres artísticos	2	20 c/u	180	18,507
		Talleres de alfarería	2	15 c/u	90	
		Experiencias gastronómica	5	950	1,880	
		Boleras	1	75	998	
		Talleres culinarios	1	500	289	
		Anfiteatro	1	2199	4,289	
		Sala de conciertos	10	206	825	
		Mercados artesanales	1	73	1,080	
		Arte inmersivo interactivo	4 Salas	531 c/sala	3,948	
		Cine	1	528	1,694	
	Salones de desfiles de moda	4 Salas	27 personas c/u	242		
	Ocio	Karaoke	1	88	387	
		Realidad virtual	6	8 c/u	363	
		Go-Karts	1	8 pilotos por carrera	2,242	
Servicios	Público	Objetos perdidos	1	1	30	186
		Área de lockers	1	1	77	
		Primeros auxilios	1	1	79	
<b>Total</b>						<b>63,931</b>



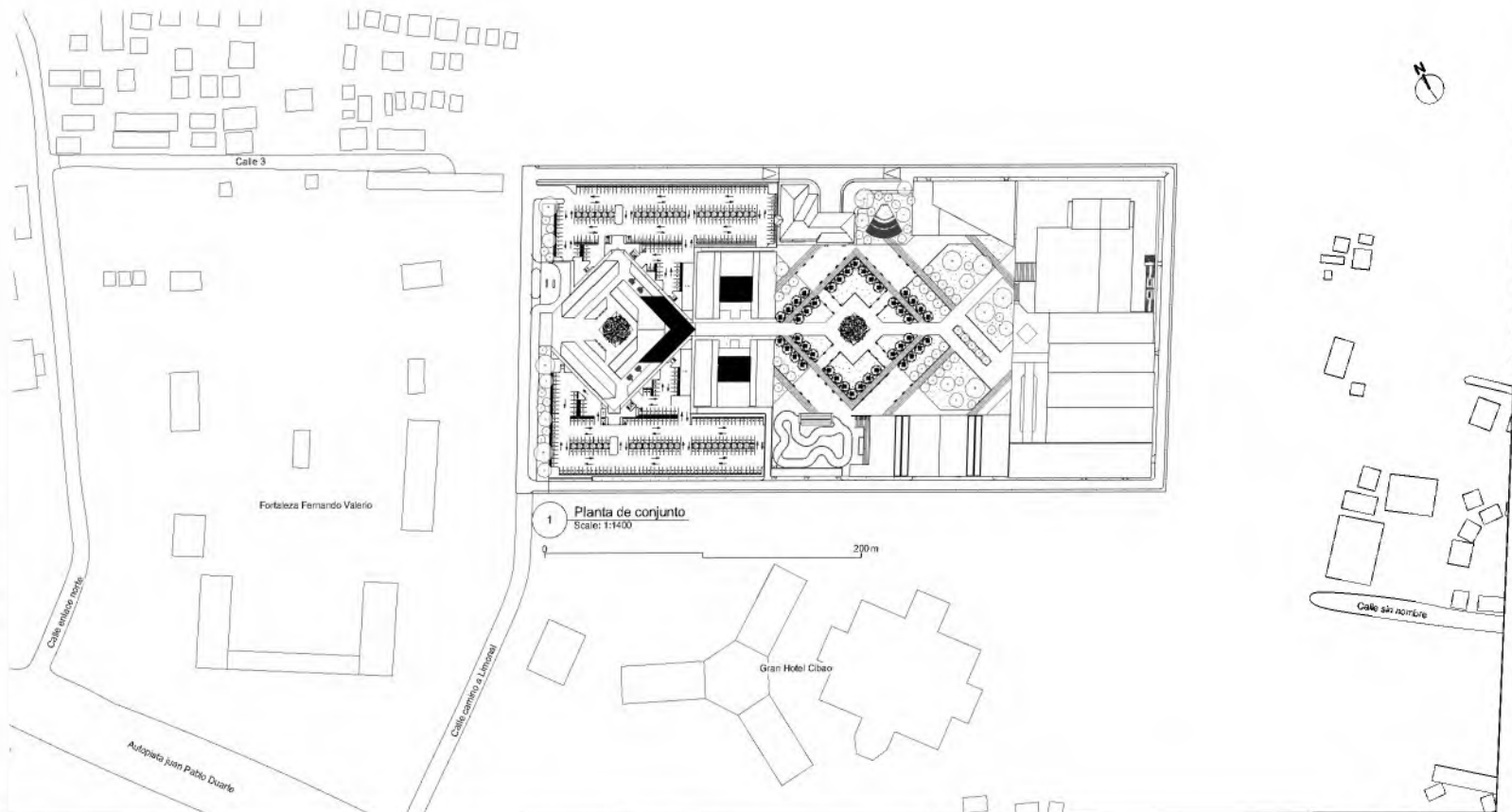


# MARCO PROYECTUAL

**Arquitectura del entretenimiento como catalizador de la economía naranja: Complejo de entretenimiento naranja en Santiago de los Caballeros**

No.	Nombre de la Plancha	Escala
01033	A-101 Índice / Ubicación / Localización / Planta de Conjunto	Indicada
02033	A-102 Planta de Conjunto de talleres	Indicada
03033	A-103 Planta de conjunto de nivel de acceso	Indicada
04033	A-104 Planta de conjuntos/secciones de mercado	Indicada
<b>Edificio 1 - Restaurantes</b>		
05033	A-201 Planta de techo de restaurante	Indicada
06033	A-202 Planta arquitectónica y dimensional de restaurante	Indicada
07033	A-203 Elevaciones de restaurante	Indicada
08033	A-204 Secciones de restaurante	Indicada
<b>Edificio 2 - Galerías/Telares/Galería de arte</b>		
09033	A-301 Planta de techo arquitectónica y dimensional de talleres	Indicada
10033	A-302 Planta arquitectónica y dimensional de talleres	Indicada
11033	A-303 Elevaciones de talleres	Indicada
12033	A-304 Secciones de talleres	Indicada
<b>Edificio 3 - Sala de conciertos/Cine/Galería de moda</b>		
13033	A-401 Planta de techo de Sala de conciertos/Cine/Galería de moda	Indicada
14033	A-402 Planta arquitectónica y dimensional de Sala de conciertos/Cine/Galería de moda	Indicada
15033	A-403 Planta arquitectónica y dimensional de Sala de conciertos/Cine/Galería de moda	Indicada
16033	A-404 Planta arquitectónica y dimensional de Sala de conciertos/Cine/Galería de moda	Indicada
17033	A-405 Planta arquitectónica y dimensional de Sala de conciertos/Cine/Galería de moda	Indicada
18033	A-406 Planta arquitectónica y dimensional de Sala de conciertos/Cine/Galería de moda	Indicada
19033	A-407 Elevaciones de Sala de conciertos/Cine/Galería de moda	Indicada
20033	A-408 Secciones de Sala de conciertos/Cine/Galería de moda	Indicada
21033	A-409 Detalle de ascensor/sección escalera	Indicada
<b>Edificio 4 - Monasterio/Karaoke/Balneario</b>		
22033	A-501 Planta arquitectónica y dimensional de Monasterio/Karaoke/Balneario	Indicada
23033	A-502 Planta arquitectónica de Monasterio/Karaoke/Balneario	Indicada
24033	A-503 Planta dimensional de Monasterio/Karaoke/Balneario	Indicada
25033	A-504 Elevaciones de Monasterio/Karaoke/Balneario	Indicada
26033	A-505 Secciones de Monasterio/Karaoke/Balneario	Indicada
<b>Edificio 5 - Anticafé</b>		
27033	A-601 Planta de Conjunto y zócalo de Anticafé	Indicada
28033	A-602 Secciones y detalles de Anticafé	Indicada
<b>Edificio 6 - Administración</b>		
29033	A-701 Planta de techo arquitectónica y dimensional de Administración	Indicada
30033	A-702 Planta arquitectónica de administración	Indicada
31033	A-703 Planta dimensional de administración	Indicada
32033	A-704 Elevaciones de Administración	Indicada
33033	A-705 Secciones de Administración	Indicada

Simbología	
	Indicador de Norte Norte del Proyecto
	Indicador de Sección 1. No. de Dibujo 2. No. de Hoja 3. Nombre de la Sección 4. Escala del Dibujo
	Indicador de Elevación 1. No. de Dibujo 2. No. de Hoja 3. Nombre de la Elevación 4. Escala del Dibujo
	Indicador de Dibujo 1. No. de Dibujo 2. No. de Hoja 3. Nombre de la Elevación 4. Escala del Dibujo
	Indicador de Ejes estructurales A. Ejes estructurales verticales B. Ejes estructurales horizontales
	Indicador de Detalle 1. No. de Dibujo 2. No. de la Hoja
	Indicador de Elevación Interior A. A.C.D. No. de Elevaciones
	Indicador de Materialidad A. Arte
	Indicador de Materialidad 1. Césped
	Indicador de Muros 1. Muros de Hormigón armado
	Indicador de Muros Bajos 1. Muros de Bloques
	Indicador de Muros 1. Muros de Cistal
	Indicador de piso 1. Pavimento de piedra empujados en obra
	Indicador de Columna estructural 1. Estructura de acero en concreto



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRIQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

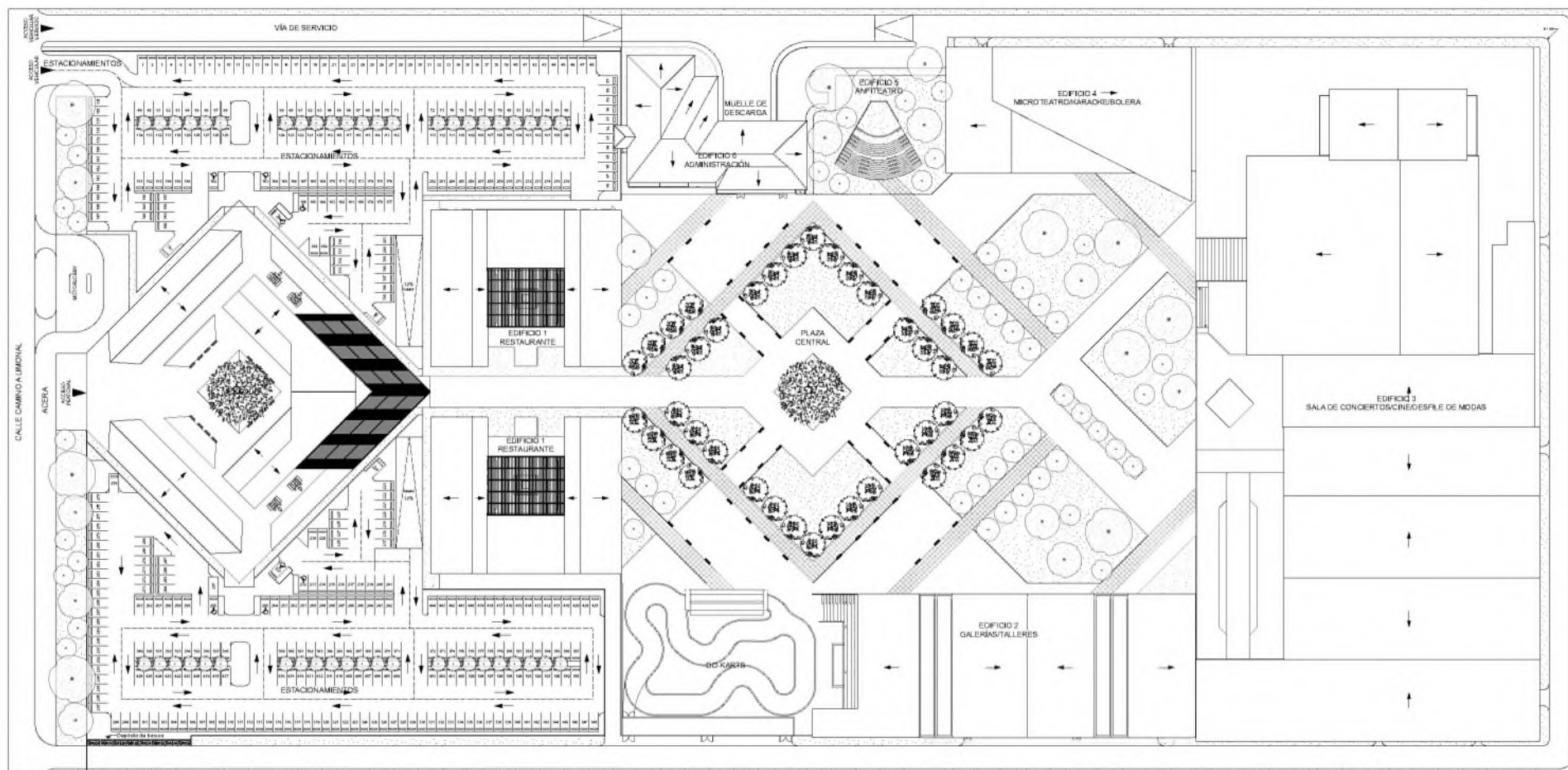
TEMA: **Arquitectura del entretenimiento como catalizador de la economía naranja**  
PROYECTO: **Complejo de entretenimiento en Santiago de los Caballeros para impulsar la economía naranja**

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE ARQUITECTO

SUSTENTANTES:  
**Doris Elisa Paniagua Caba** 19-2230  
**Melissa María Echavarría Guerrero** 19-2293  
ASESOR:  
Arq. José A. Constanzo C.  
ASESOR METODOLÓGICO:  
Arq. Gliceris Rojas C.

DIBUJO:  
**Plano de localización y ubicación**

HOJA:  
01/33  
CÓDIGO DE LA HOJA:  
A-101



1 Planta conjunto nivel de Techo  
Scale: 1:500



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

TEMA  
**Arquitectura del entretenimiento como  
catalizador de la economía naranja**  
PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los  
Caballeros para impulsar la economía naranja**

**TRABAJO DE GRADO PARA  
OPTAR POR EL TÍTULO DE  
ARQUITECTO**

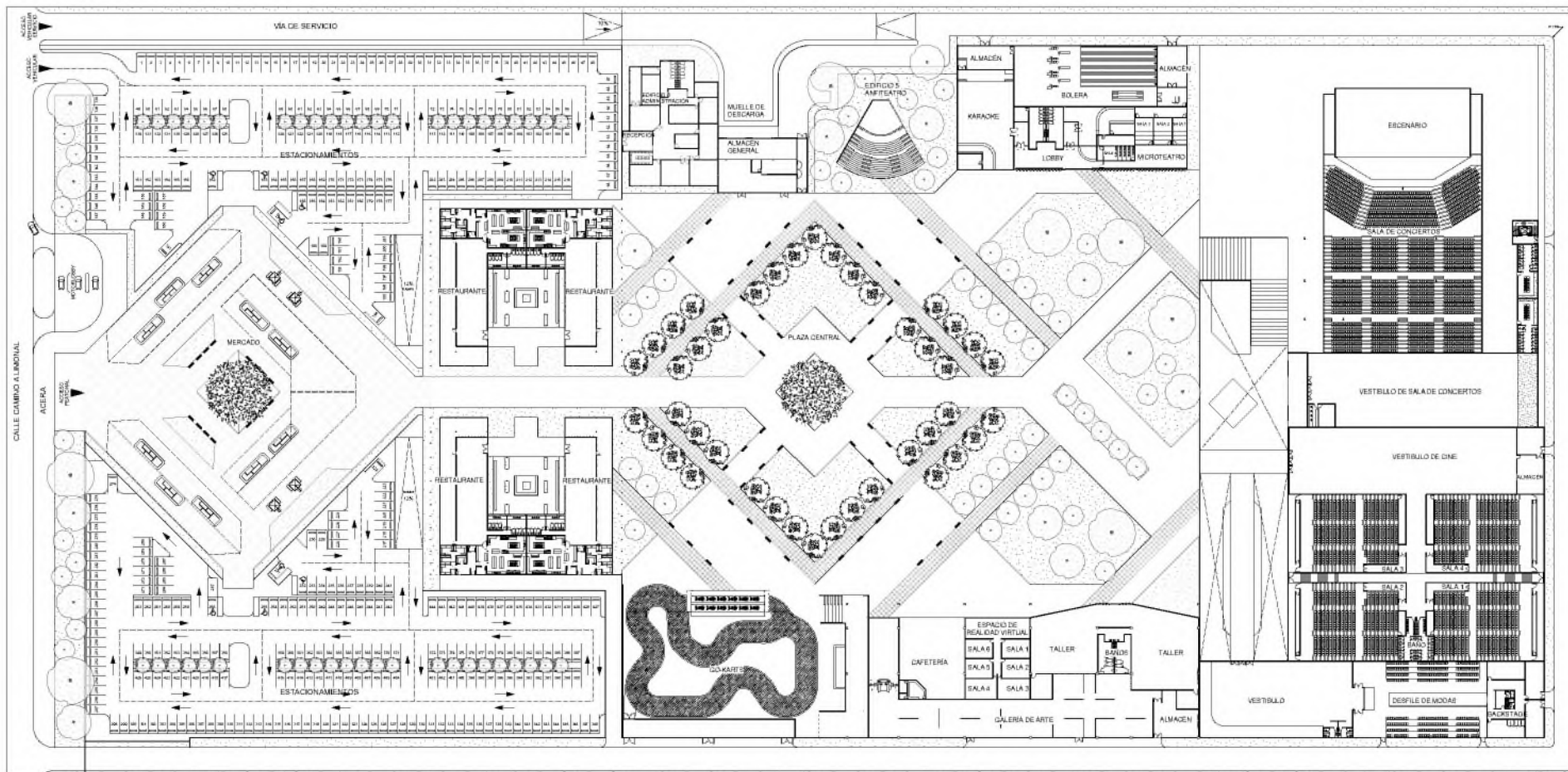
SUSTENTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa María Echavarría Guerrero 19-2293**  
ASESOR  
Arq. José A. Constanza C.  
ASESOR METOLÓGICO  
Arq. Gilkaulis Rojas C.

DIBUJO

**Planta de conjunto de techos**

HOJA  
02 / 33  
CÓDIGO DE LA HOJA  
**A-102**





1 Planta conjunta nivel de acceso  
Scale: 1:500



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

TEMA  
**Arquitectura del entretenimiento como catalizador de la economía naranja**  
PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los Caballeros para impulsar la economía naranja**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE ARQUITECTO**

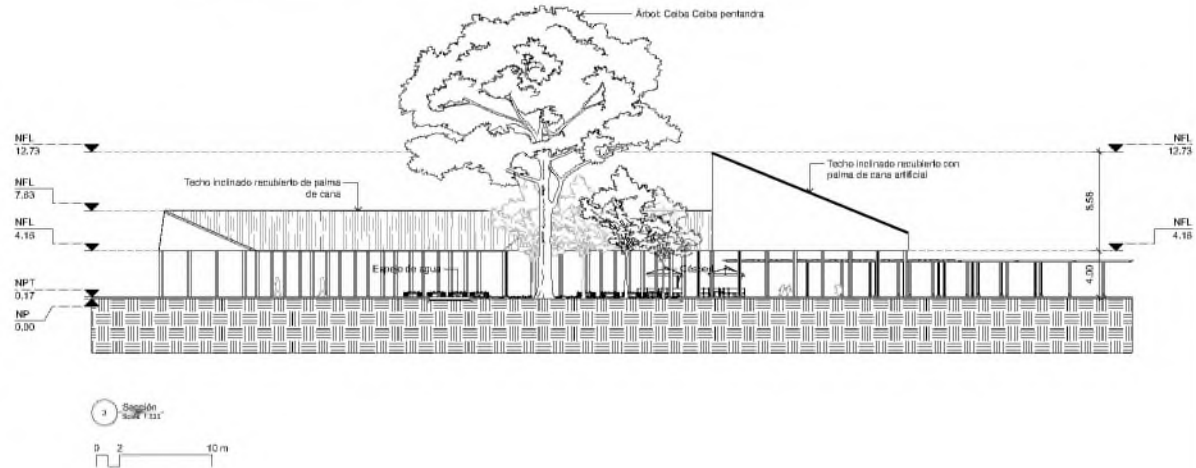
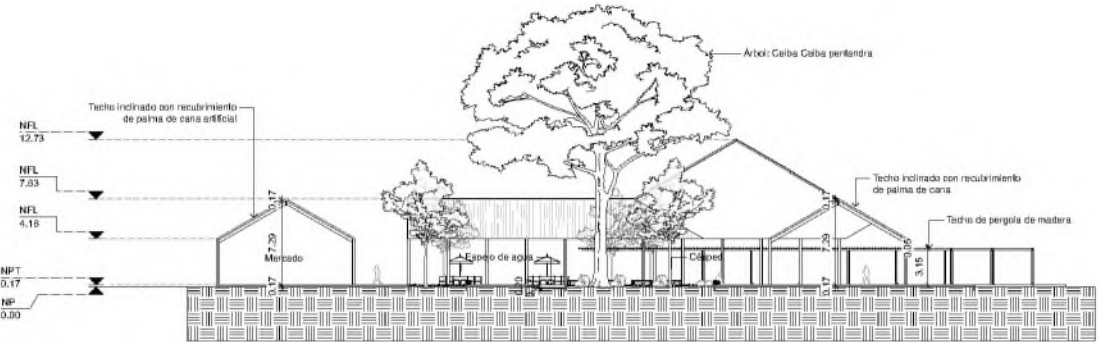
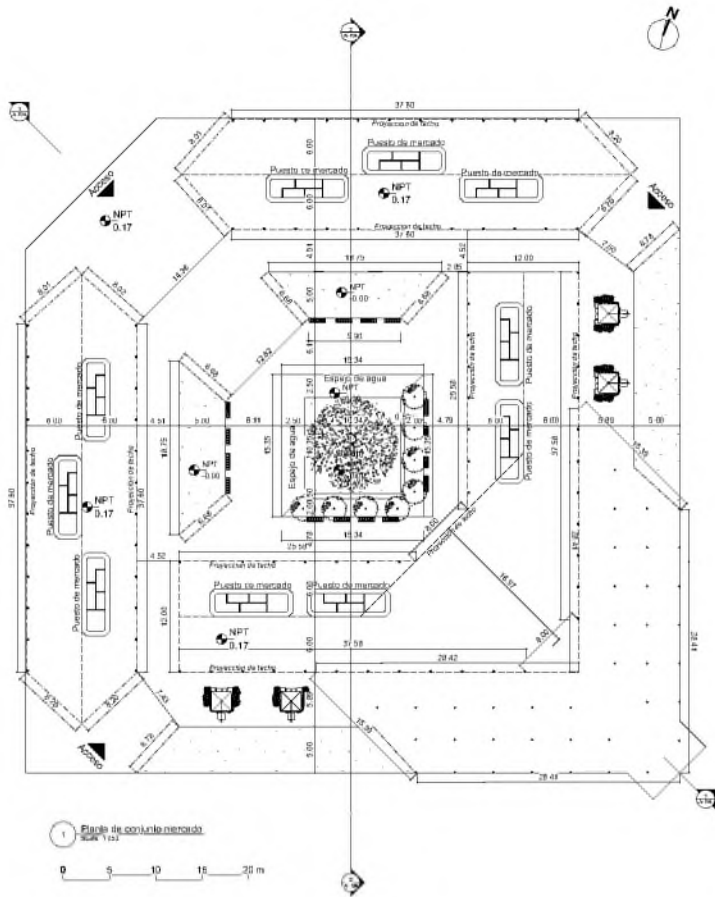
SUSTENTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa Maria Echavarría Guerrero 19-2293**  
ASESOR  
Arq. José A. Constantino G.  
ASESOR METEOROLÓGICO  
Arq. Gikauris Rojas C.

DIBUJO

Planta de conjunto - Nivel de acceso

HOJA  
03 / 33  
CÓDIGO DE LA HOJA  
**A-103**





UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

TEMA  
**Arquitectura del entretenimiento como catalizador de la economía naranja**  
PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los Caballeros para impulsar la economía naranja**

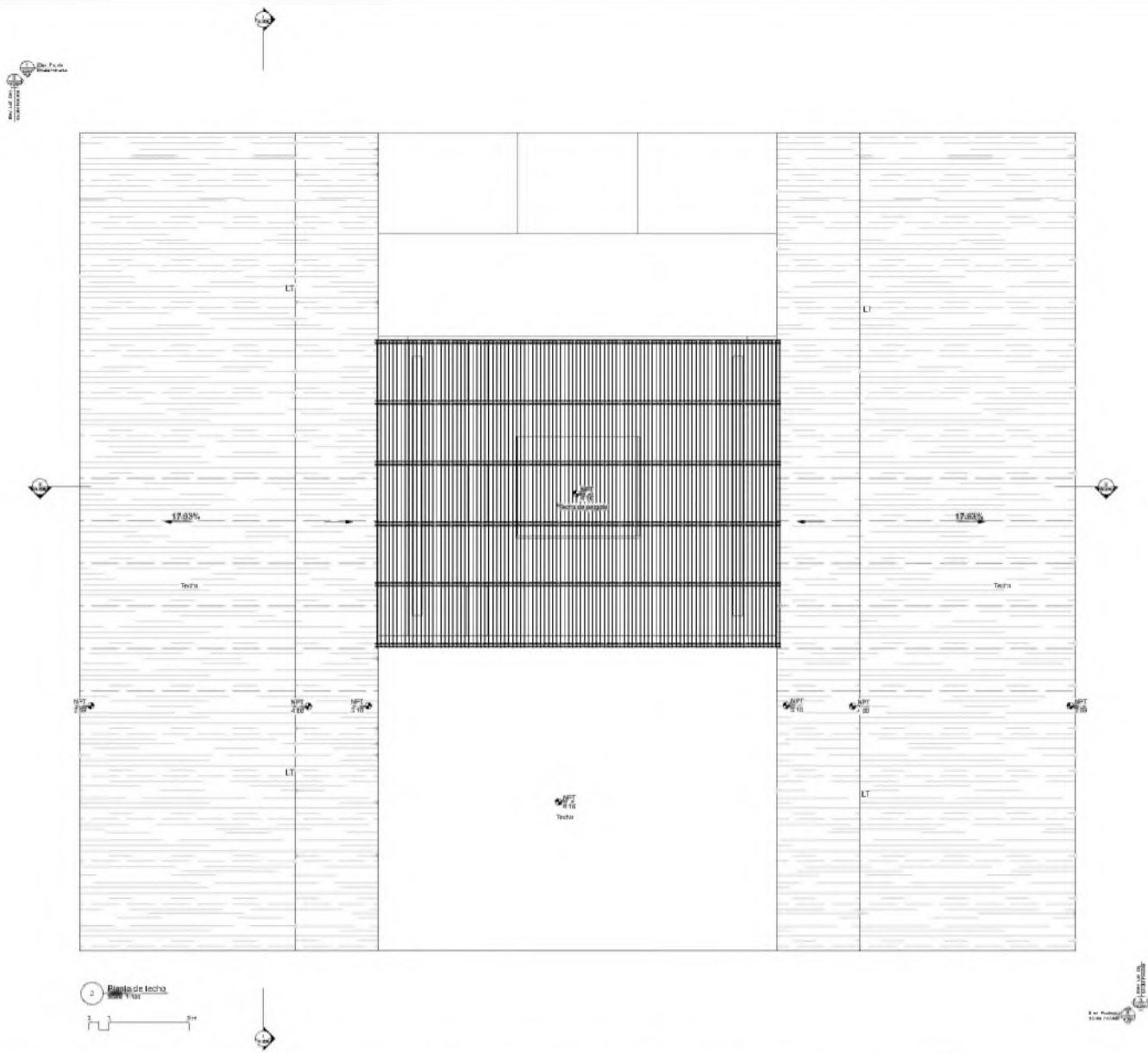
**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE ARQUITECTO**

SUSTENTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa María Echavarría Guerrero 19-2293**  
ASESOR  
Arq. José A. Constanzo C.  
ASESOR METEOROLÓGICO  
Arq. Gilkaulis Rojas C.

DIBUJO

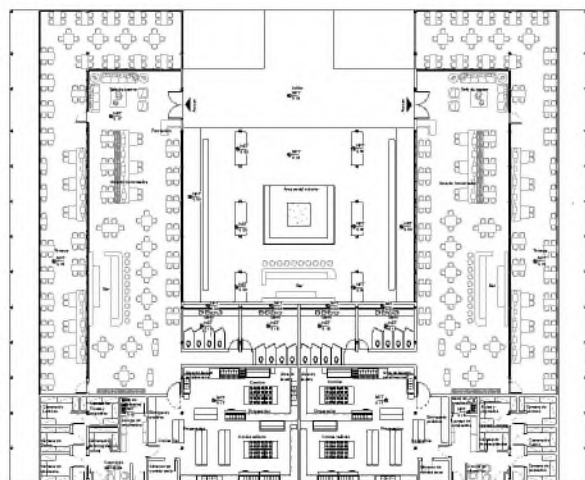
**Mercado- Planta de conjunto y secciones**

HOJA  
**04/33**  
CÓDIGO DE LA HOJA  
**A-104**

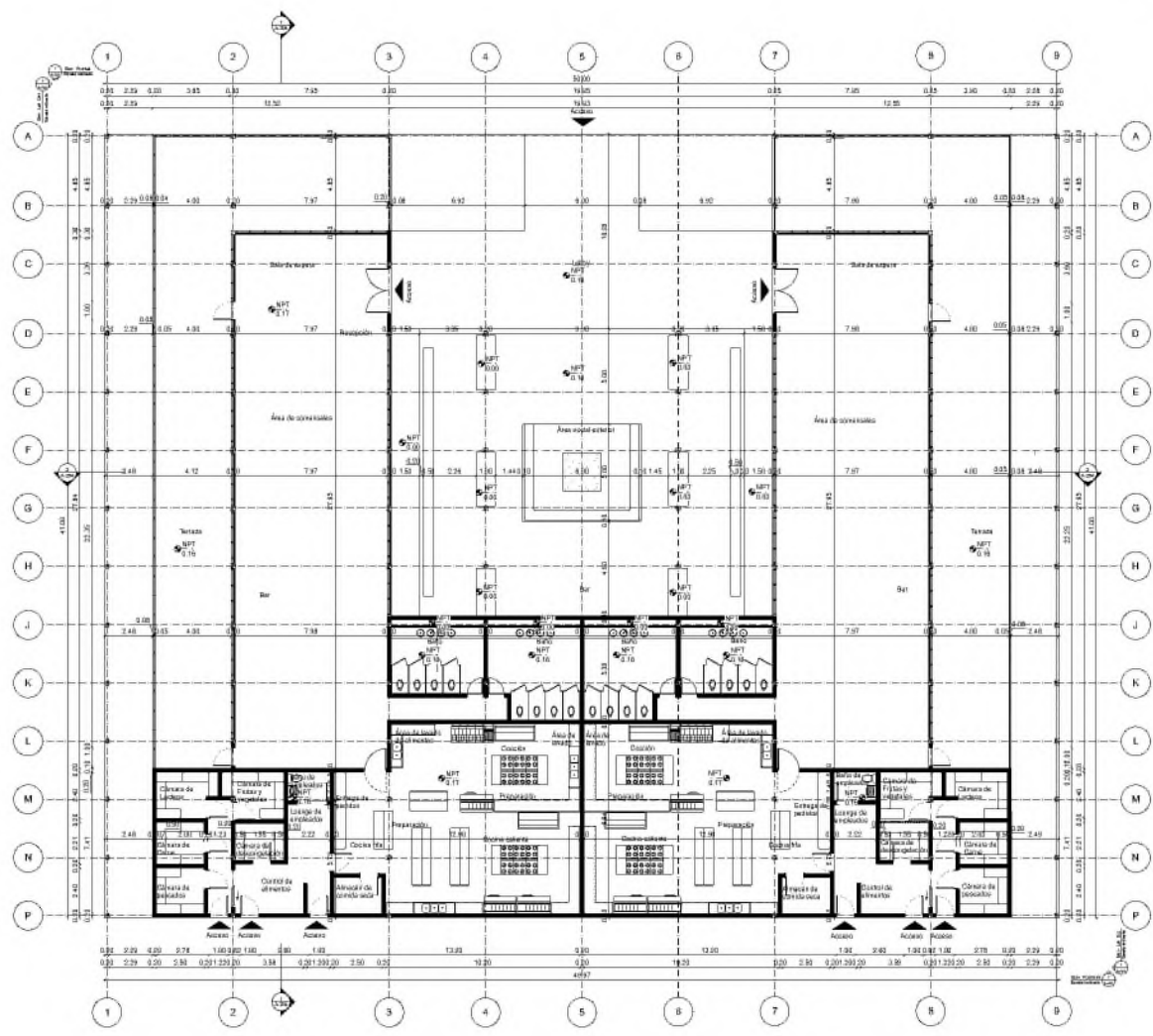


2 Planta de techo  
1:100

 <p>UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRIQUEZ UREÑA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO</p>	<p>TEMA <b>Arquitectura del entretenimiento como catalizador de la economía naranja</b></p> <p>PROYECTO <b>Complejo de entretenimiento en Santiago de los Caballeros para impulsar la economía naranja</b></p>	<p>TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE ARQUITECTO</p>	<p>BUSTANTANTES <b>Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230</b> <b>Melissa Maria Echavarría Guerrero 19-2293</b></p>	<p>DIBUJO <b>Edificio 1- Restaurante. Planta de techo</b></p>	<p>HOJA <b>05 / 33</b></p>
			<p>ASESOR Arq. José A. Constanzo C.</p> <p>ASESOR METEOROLÓGICO Arq. Gileaulis Rojas C.</p>		<p>CODIGO DE LA HOJA <b>A-201</b></p>



1 Planta arquitectónica Nivel 1  
Escala 1:200



2 Planta dimensionada Nivel 1  
Escala 1:100



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

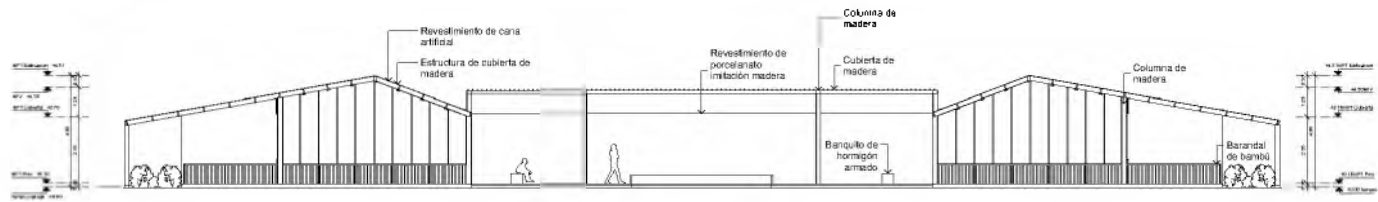
TEMA  
**Arquitectura del entretenimiento como catalizador de la economía naranja**  
PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los Caballeros para impulsar la economía naranja**

TRABAJO DE GRADO PARA  
OPTAR POR EL TÍTULO DE  
ARQUITECTO

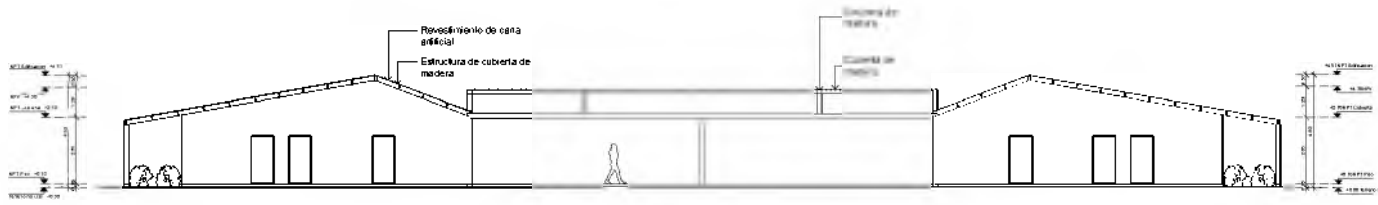
SUSTENTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa María Echavarría Guerrero 19-2293**  
ASESOR  
Arg. José A. Constanza C.  
ASESOR METOLÓGICO  
Arg. Gikauris Rojas C.

DIBUJO  
**Edificio 1 - Restaurante. Planta arquitectónica y dimensionada N1**

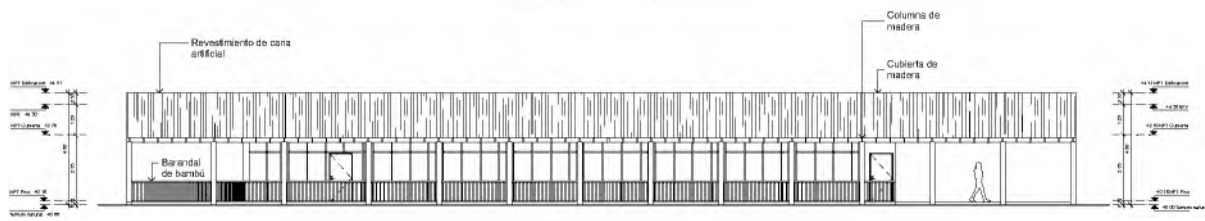
HOJA  
**06/35**  
CÓDIGO DE LA HOJA  
**A-202**



1 Elevación frontal  
Scale: 1:100



2 Elevación posterior  
Scale: 1:100



3 Elevación lateral derecha  
Scale: 1:100



4 Elevación lateral izquierda  
Scale: 1:100



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
HENRIQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

TÉMA  
**Arquitectura del entretenimiento como  
catalizador de la economía naranja**  
PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los  
Caballeros para impulsar la economía naranja**

TRABAJO DE GRADO PARA  
OPTAR POR EL TÍTULO DE  
ARQUITECTO

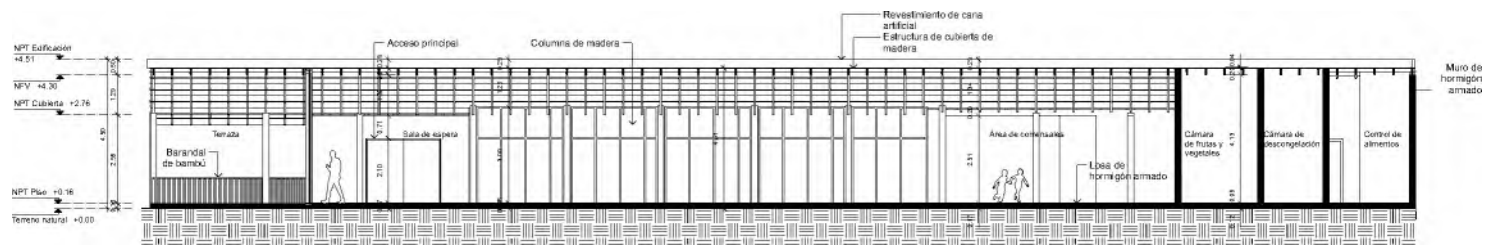
SUSTENTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa Maria Echavarría Guerrero 19-2293**  
ASESOR  
Arq. José A. Constanzo C.  
ASESOR METEOROLÓGICO  
Arq. Gileanus Rojas C.

DEBUIJO

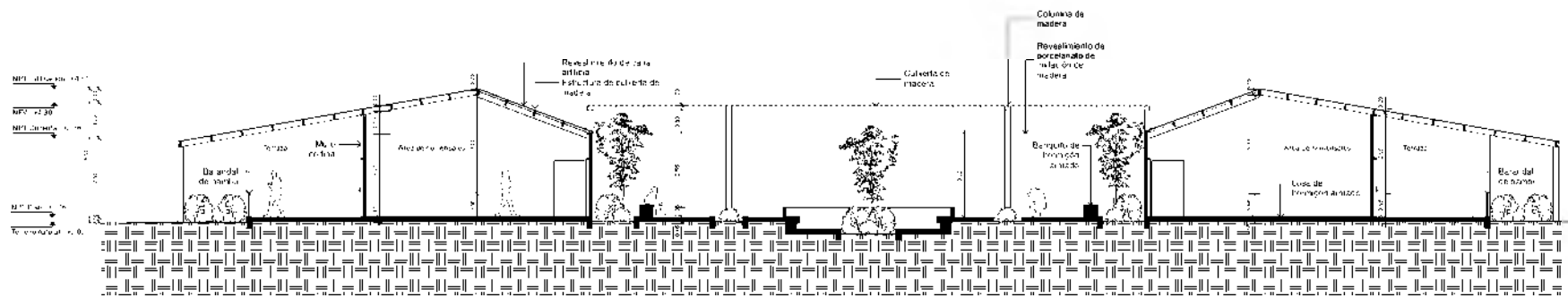
Edificio 1 - Restaurante. Elevaciones

HOJA  
**07/33**  
CÓDIGO DE LA HOJA  
**A-203**





1 Sección 1  
Suav. 1/5



2 Sección 2  
Suav. 1/5



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
HENRIQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

TÉMA  
**Arquitectura del entretenimiento como  
catalizador de la economía naranja**  
PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los  
Caballeros para impulsar la economía naranja**

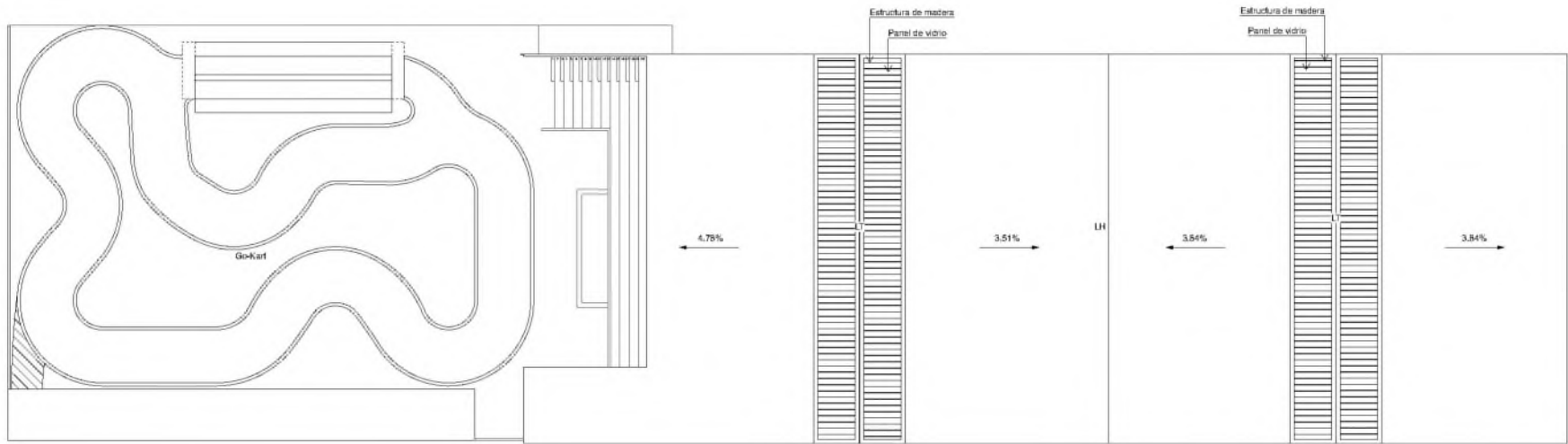
**TRABAJO DE GRADO PARA  
OPTAR POR EL TÍTULO DE  
ARQUITECTO**

SUSTENTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa Maria Echavarría Guerrero 19-2293**  
ASESOR  
Arq. José A. Constanza C.  
ASESOR METEOROLÓGICO  
Arq. Giklaus Rojas C.

DEBIDO

**Edificio 1 - Restaurante. Secciones**

HOJA  
**08 / 33**  
CÓDIGO DE LA HOJA  
**A-204**



1 Planta de techo  
Escala 1:200



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

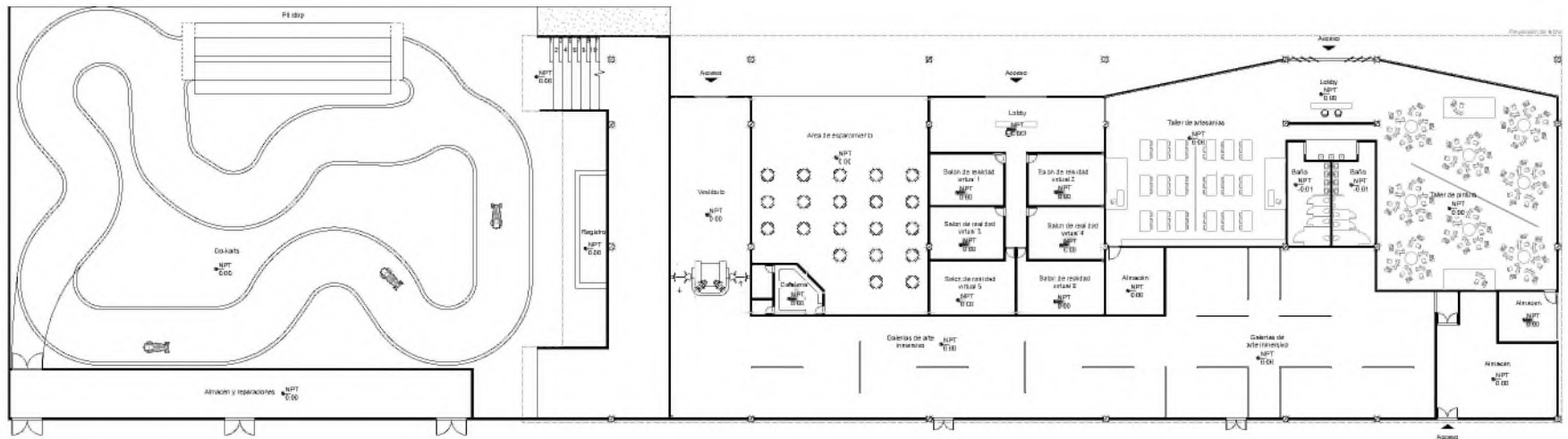
TEMA  
**Arquitectura del entretenimiento como  
catalizador de la economía naranja**  
PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los  
Caballeros para impulsar la economía naranja**

TRABAJO DE GRADO PARA  
OPTAR POR EL TÍTULO DE  
ARQUITECTO

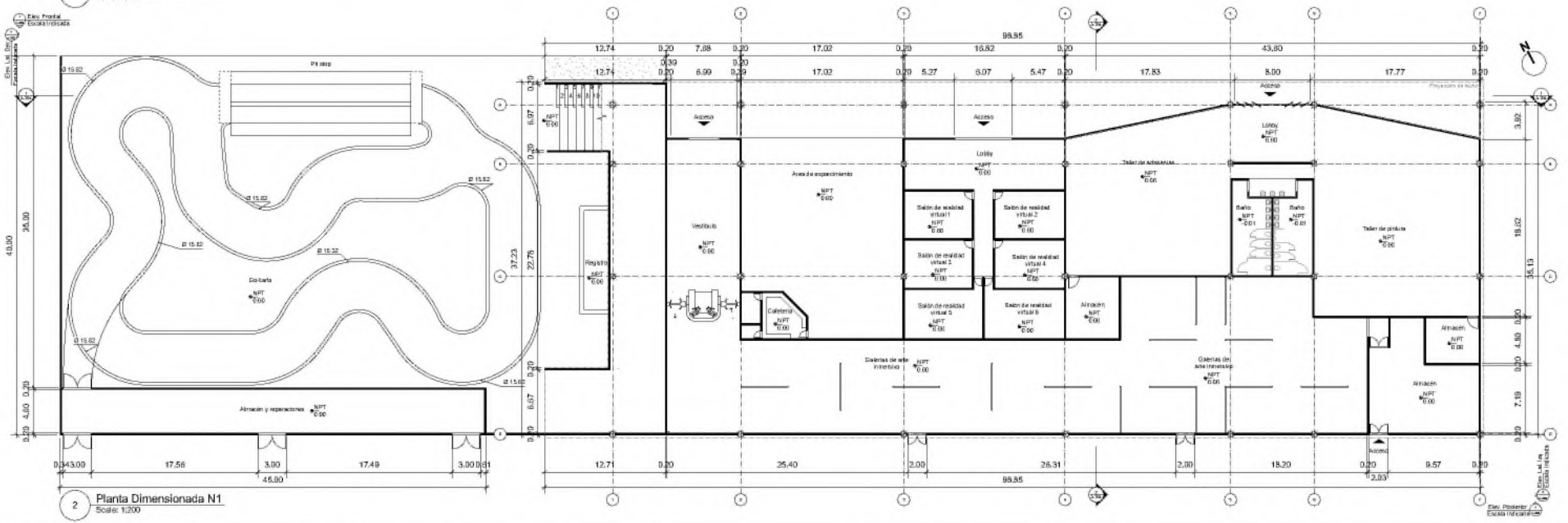
SUSTENTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa María Echavarría Guerrero 19-2293**  
ASESOR  
Arq. José A. Constanza C.  
ASESOR METEOROLÓGICO  
Arq. Gikauris Rojas C.

DIBUJO  
**Edificio 2 - Go Kart/Talleres/ Galería de arte. Planta de  
techo arquitectónica y dimensionada**

HOJA  
**09/33**  
CÓDIGO DE LA HOJA  
**A-301**



1 Planta Arquitectónica N1  
Escala: 1/300



2 Planta Dimensionada N1  
Escala: 1/300



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

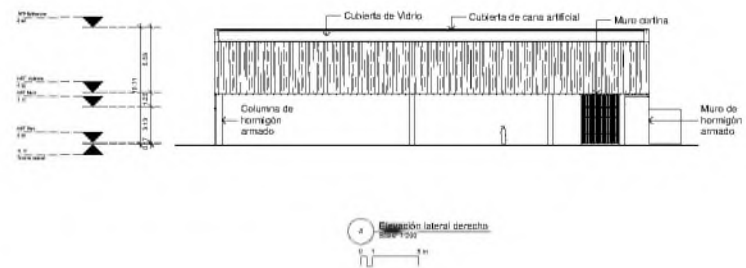
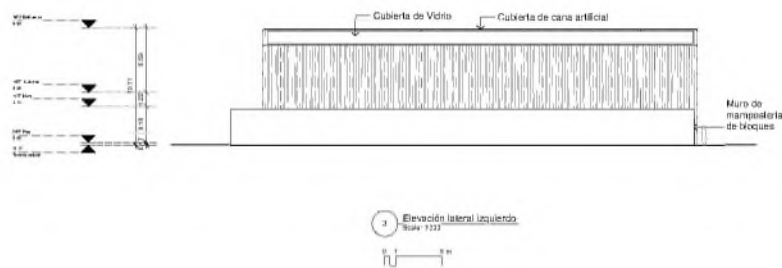
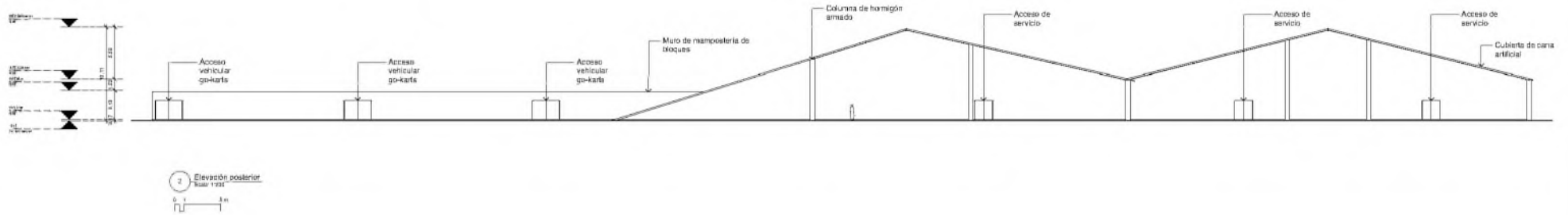
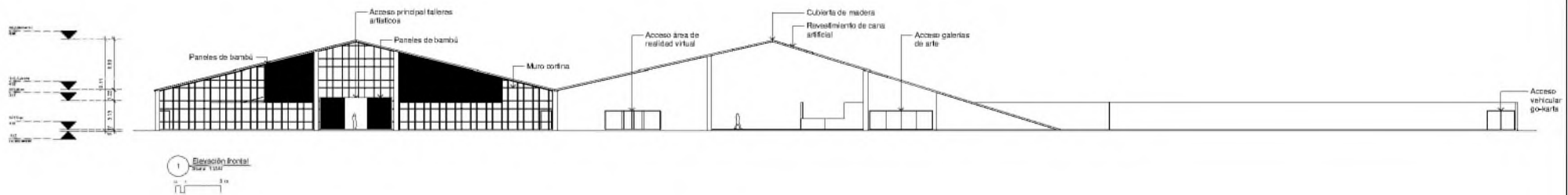
TEMA  
**Arquitectura del entretenimiento como catalizador de la economía naranja**  
PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los Caballeros para impulsar la economía naranja**

TRABAJO DE GRADO PARA  
OPTAR POR EL TÍTULO DE  
ARQUITECTO

SUSTENTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa María Echavarría Guerrero 19-2293**  
ASESOR  
Arq. José A. Constantino C.  
ASESOR METODOLÓGICO  
Arq. Gláucias Rojas C.

DIBUJO  
**Edificio 2 - Go Kart/Talleres/ Galería de arte.Planta arquitectónica y dimensionada**

HOJA  
**10 / 33**  
CÓDIGO DE LA HOJA  
**A-302**



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
HENRIQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

TEMA  
**Arquitectura del entretenimiento como  
catalizador de la economía naranja**  
PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los  
Caballeros para impulsar la economía naranja**

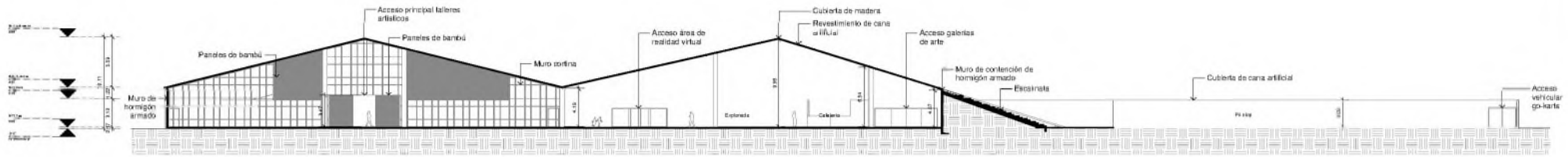
**TRABAJO DE GRADO PARA  
OPTAR POR EL TÍTULO DE  
ARQUITECTO**

BUSTENTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa Maria Echavarría Guerrero 19-2293**  
ASESOR ASESOR METEOROLÓGICO  
Arq. José A. Constanza C. Arq. Gileuilis Rojas C.

DIBUJO  
**Edificio 2 - Go Kart/Talleres/ Galería de arte. Elevaciones**

HOJA  
**11 / 33**  
CÓDIGO DE LA HOJA  
**A-303**





1 Sección 01  
Escala: 1:200



2 Sección 02  
Escala: 1:200



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
HENRIQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

TEMA  
**Arquitectura del entretenimiento como  
catalizador de la economía naranja**  
PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los  
Caballeros para impulsar la economía naranja**

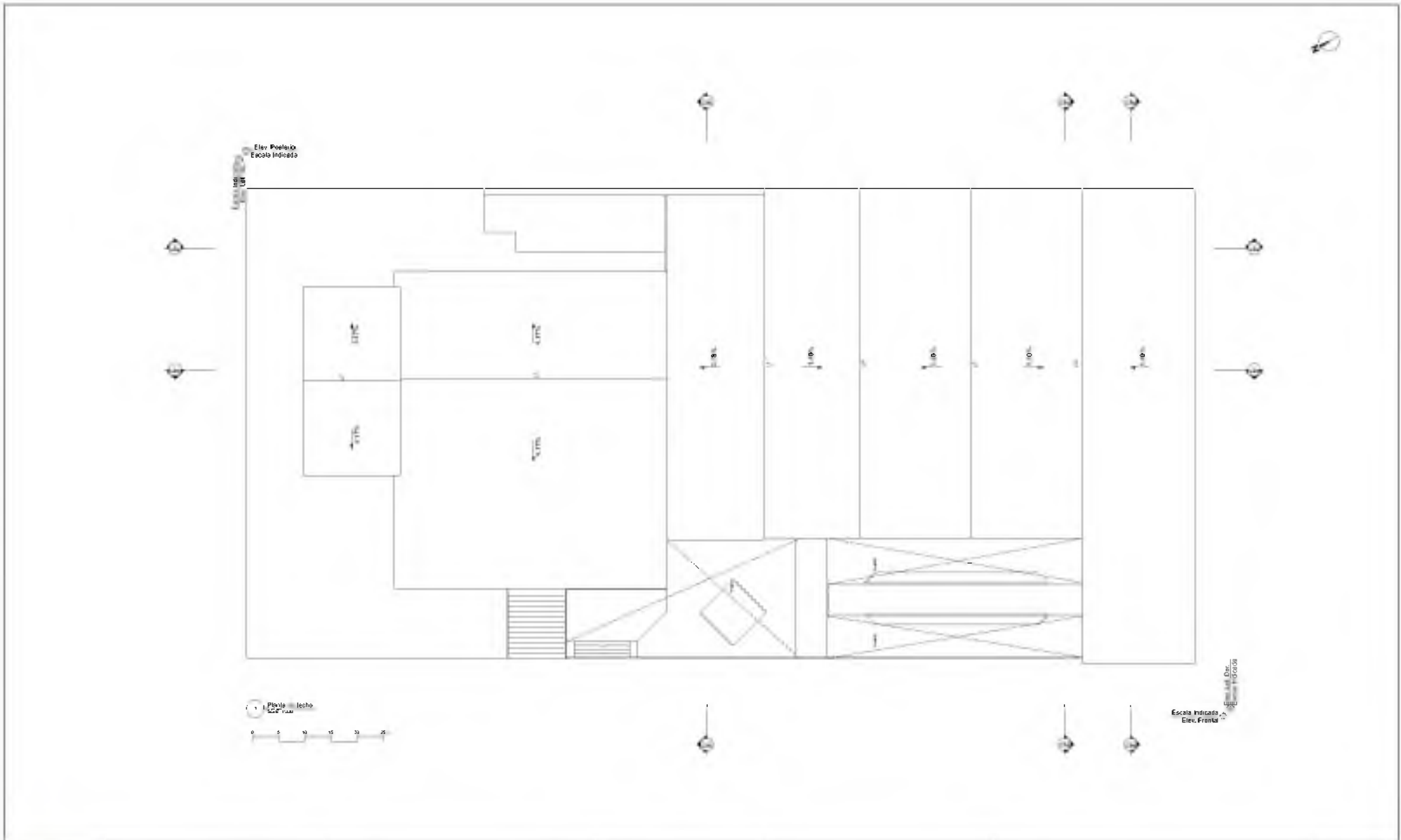
**TRABAJO DE GRADO PARA  
OPTAR POR EL TÍTULO DE  
ARQUITECTO**

SUSTENTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa Maria Echavarría Guerrero 19-2293**  
ASESOR  
Arq. José A. Constanza C.  
ASESOR METEOROLOGICO  
Arq. Gileanís Rojas C.

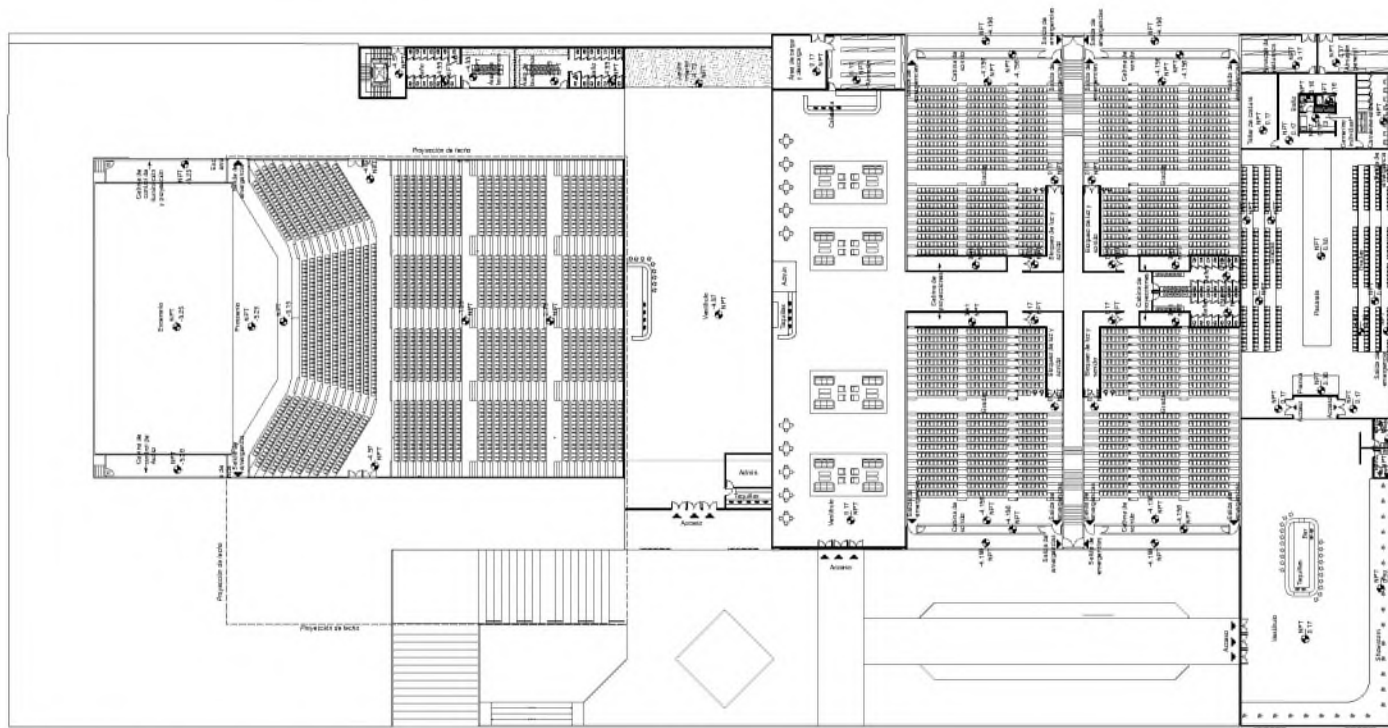
DIBUJO

**Edificio 2 - Go Kart/Talleres/ Galería de arte. Secciones**

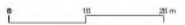
HOJA  
**12 / 35**  
CODIGO DE LA HOJA  
**A-304**



 <p>UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRIQUEZ UREÑA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO</p>	<p>TEMA <b>Arquitectura del entretenimiento como catalizador de la economía naranja</b></p> <p>PROYECTO <b>Complejo de entretenimiento en Santiago de los Caballeros para impulsar la economía naranja</b></p>	<p>TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE ARQUITECTO</p>	<p>SUSTENTANTES <b>Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230</b> <b>Melissa Maria Echavarría Guerrero 19-2293</b></p>	<p>DEBUIJO <b>Edificio 3 - Sala de conciertos/ Cine/ Desfile de modas.</b> <b>Planta de techo</b></p>	<p>HOJA <b>13/31</b></p>
			<p>ASESOR Arg. José A. Constanzo C.</p> <p>ASESOR METEOROLOGICO Arg. Giklaus Rojas C.</p>		<p>CÓDIGO DE LA HOJA <b>A-401</b></p>



1 Planta arquitectónica Nivel 1  
 Scale: 1:300



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
 HENRÍQUEZ UREÑA  
 FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
 ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

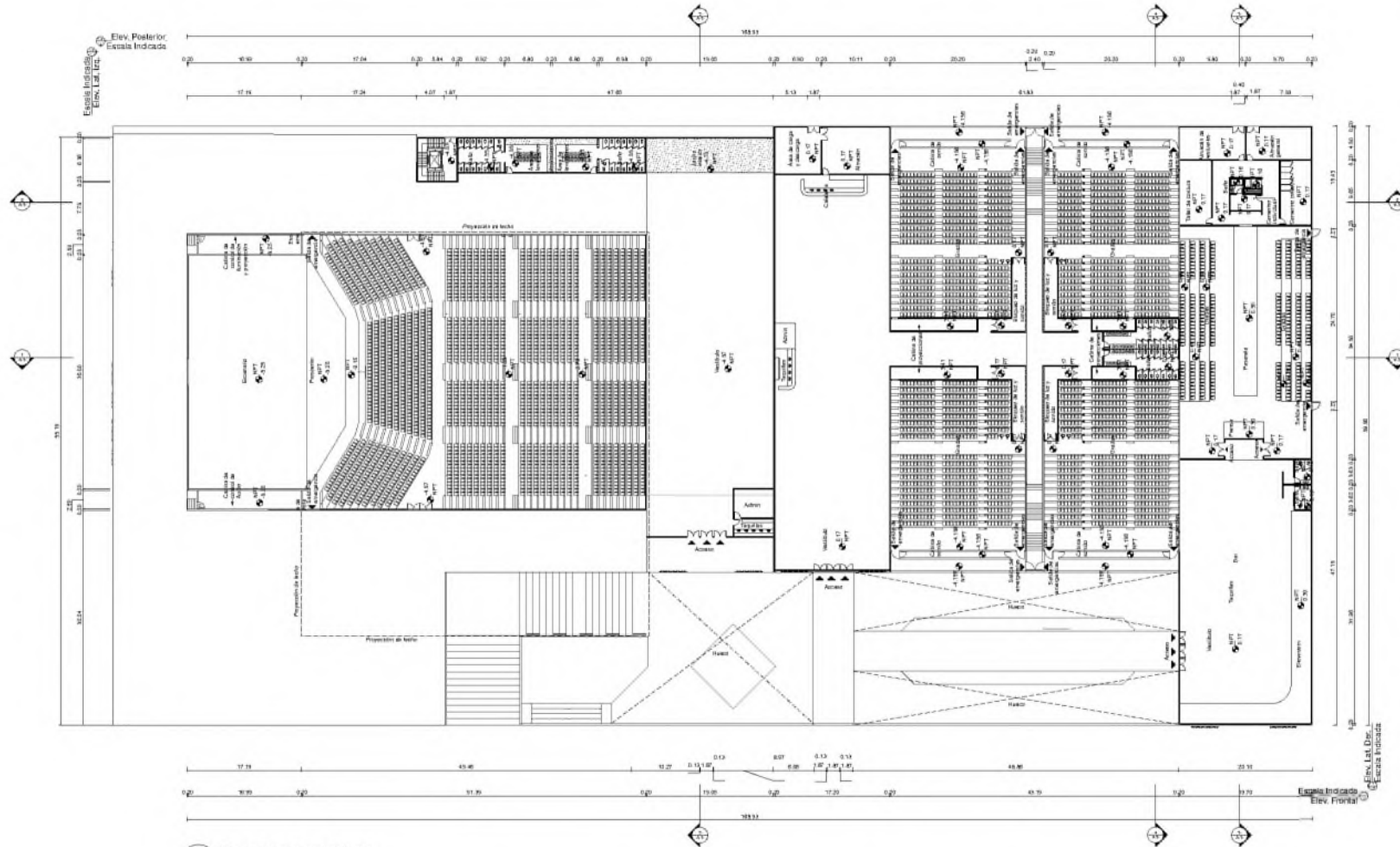
TEMA  
**Arquitectura del entretenimiento como catalizador de la economía naranja**  
 PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los Caballeros para impulsar la economía naranja**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE ARQUITECTO**

SUSTENTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa María Echavarría Guerrero 19-2293**  
 ASESOR ASESOR METOLÓGICO  
 Arq. José A. Constanzo C. Arq. Gikauris Rojas C.

DIBUJO  
**Edificio 3 - Sala de conciertos/ Cine/ Desfile de modas. Planta arquitectónica Nivel 1**

HOJA  
**14/35**  
 CÓDIGO DE LA HOJA  
**A-402**



1 Planta dimensionada Nivel 1  
Escala: 1/300



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

TEMA  
**Arquitectura del entretenimiento como catalizador de la economía naranja**  
PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los Caballeros para impulsar la economía naranja**

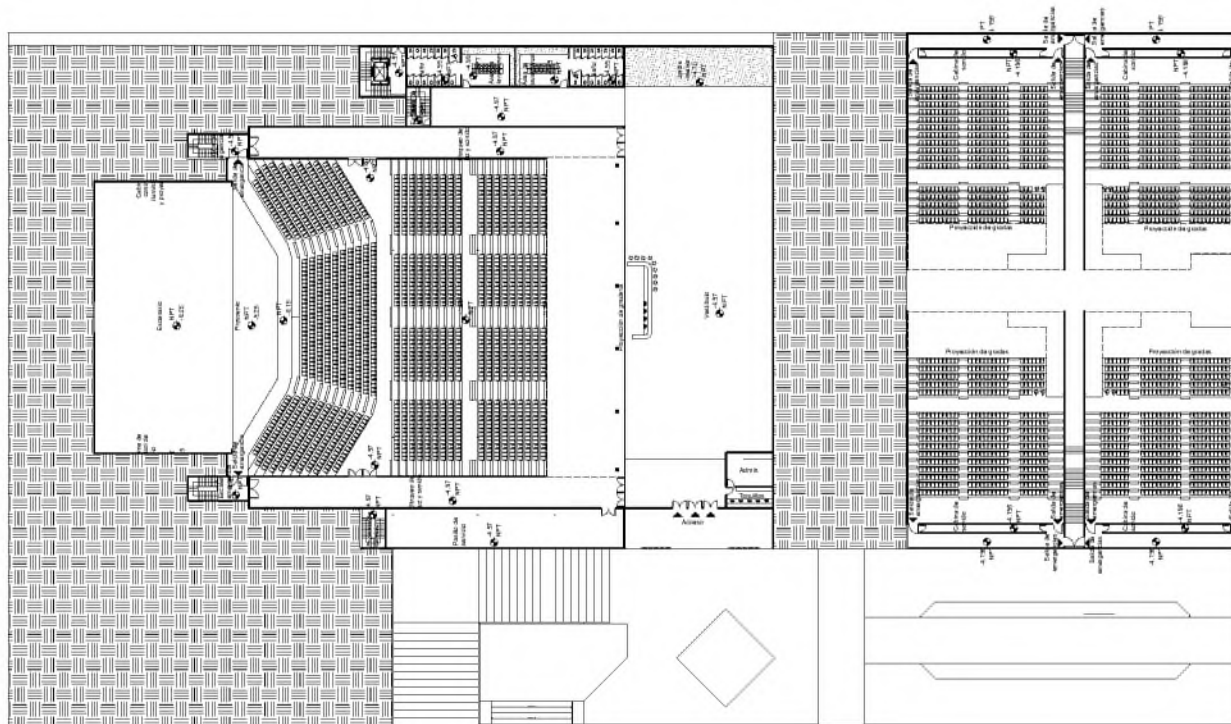
**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE ARQUITECTO**

SUSTENTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa Maria Echavarría Guerrero 19-2293**  
ASESOR  
Arq. José A. Constanzo C.  
ASESOR METOLÓGICO  
Arq. Gileuilis Rojas C.

DIBUJO  
**Edificio 3 - Sala de conciertos/ Cine/ Desfile de modas. Planta dimensionada Nivel 1**

HOJA  
**15/33**  
CÓDIGO DE LA HOJA  
**A-403**





1 Planta arquitectónica semisoterrado -1  
Escala: 1:300



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

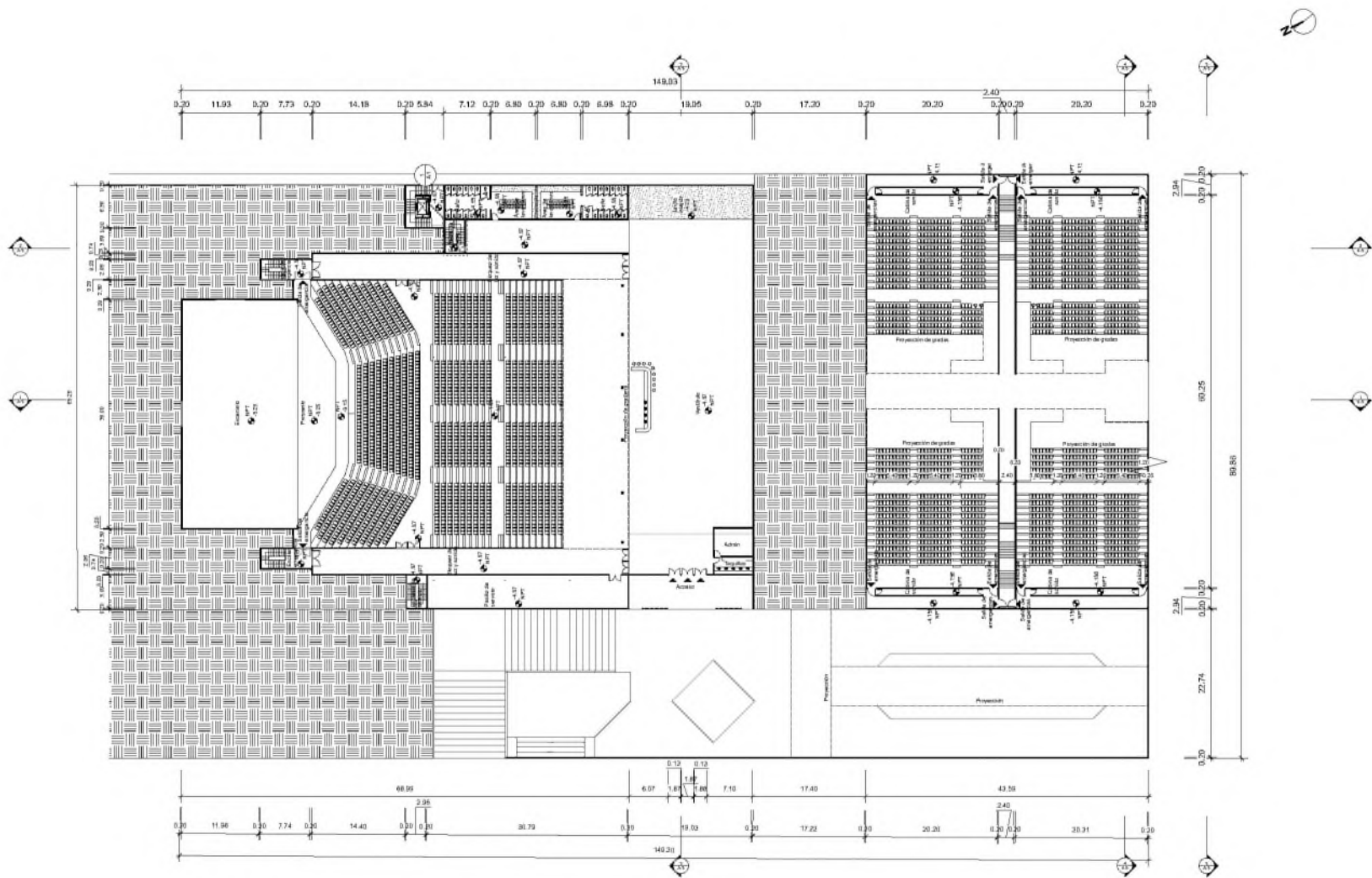
TEMA  
**Arquitectura del entretenimiento como  
catalizador de la economía naranja**  
PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los  
Caballeros para impulsar la economía naranja**

**TRABAJO DE GRADO PARA  
OPTAR POR EL TÍTULO DE  
ARQUITECTO**

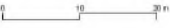
BUSTENTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa María Echavarría Guerrero 19-2293**  
ASESOR ASESOR METOLÓGICO  
Arq. José A. Constanzo C. Arq. Gileaulis Rojas C.


DIBUJO  
**Edificio 3 - Sala de conciertos/ Cine/ Desfile de modas.  
Planta arquitectónica Soterrado -1**

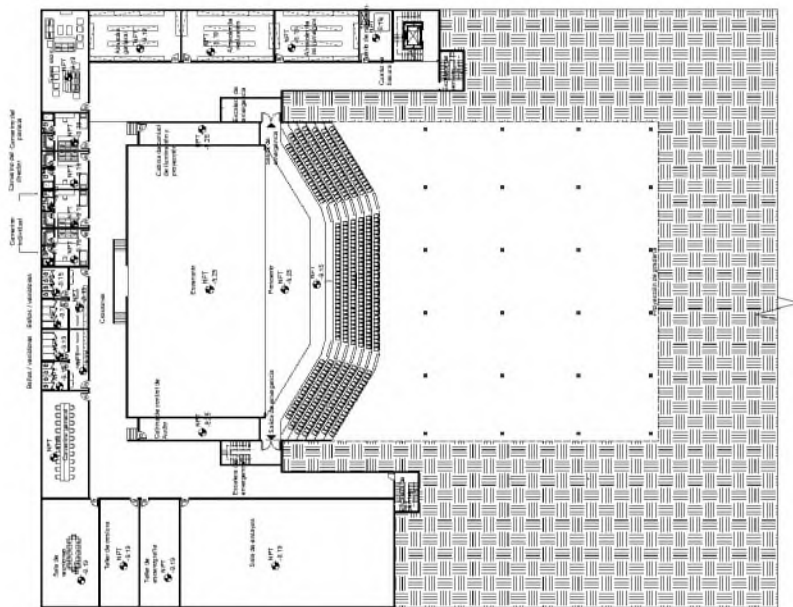
HOJA  
**16 / 33**  
CÓDIGO DE LA HOJA  
**A-404**



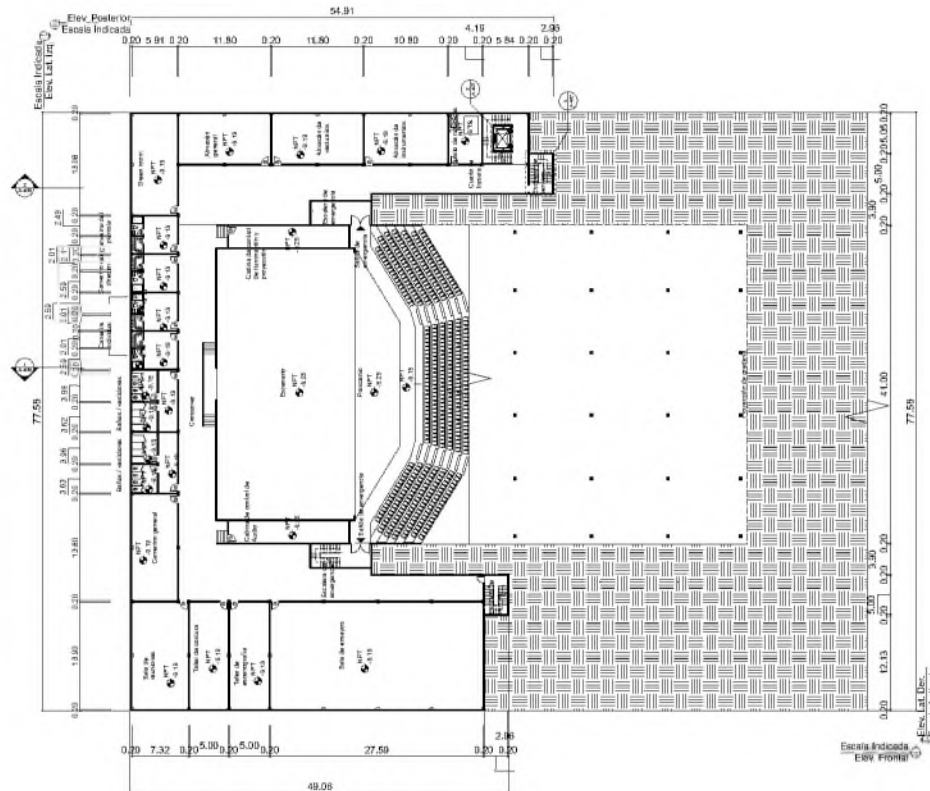
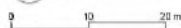
1 Planta dimensionada semisoterrado -1  
 Scale: 1:200



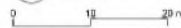
 <p>UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO</p>	<p>TEMA <b>Arquitectura del entretenimiento como catalizador de la economía naranja</b></p> <p>PROYECTO <b>Complejo de entretenimiento en Santiago de los Caballeros para impulsar la economía naranja</b></p>	<p><b>TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE ARQUITECTO</b></p>	<p>SUSTENTANTES <b>Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230</b> <b>Melissa María Echavarría Guerrero 19-2293</b></p>	<p>DIBUJO <b>Edificio 3 - Sala de conciertos/ Cine/ Desfile de modas. Planta dimensionada Soterrado -1</b></p>	<p>HOJA <b>17/35</b></p>
			<p>ASESOR Arq. José A. Constenzo C.</p> <p>ASESOR METEOROLÓGICO Arq. Gikauris Rojas C.</p>		<p>CÓDIGO DE LA HOJA <b>A-405</b></p>



1 Planta arquitectónica semisoterrado -2  
Escala: 1/300



2 Planta dimensionada semisoterrado -2  
Escala: 1/300



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
HENRIQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

TEMA  
**Arquitectura del entretenimiento como  
catalizador de la economía naranja**  
PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los  
Caballeros para impulsar la economía naranja**

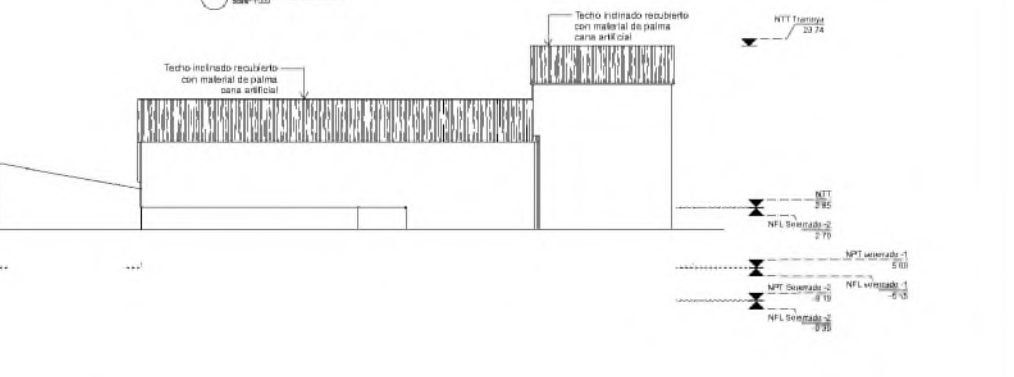
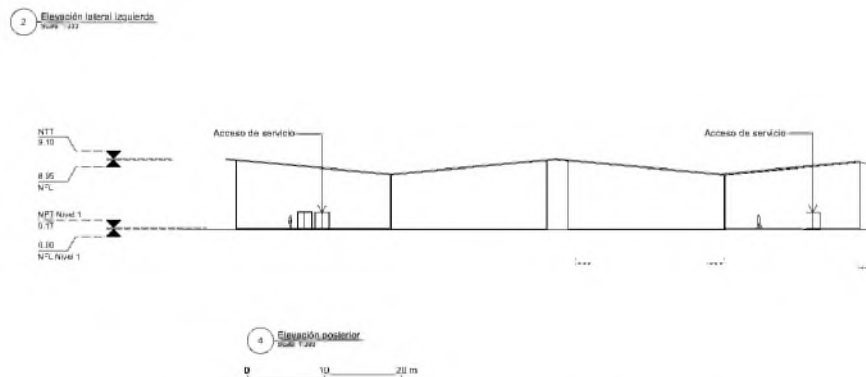
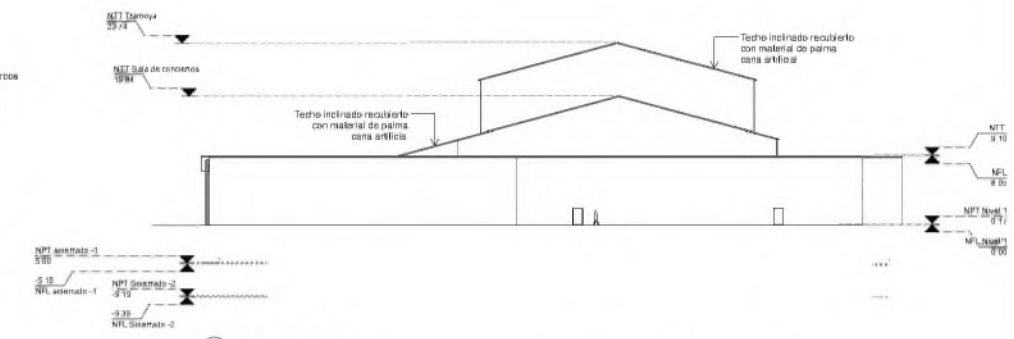
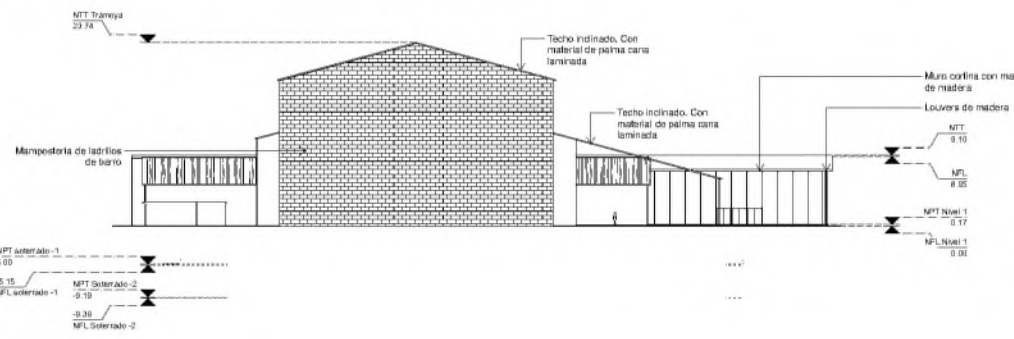
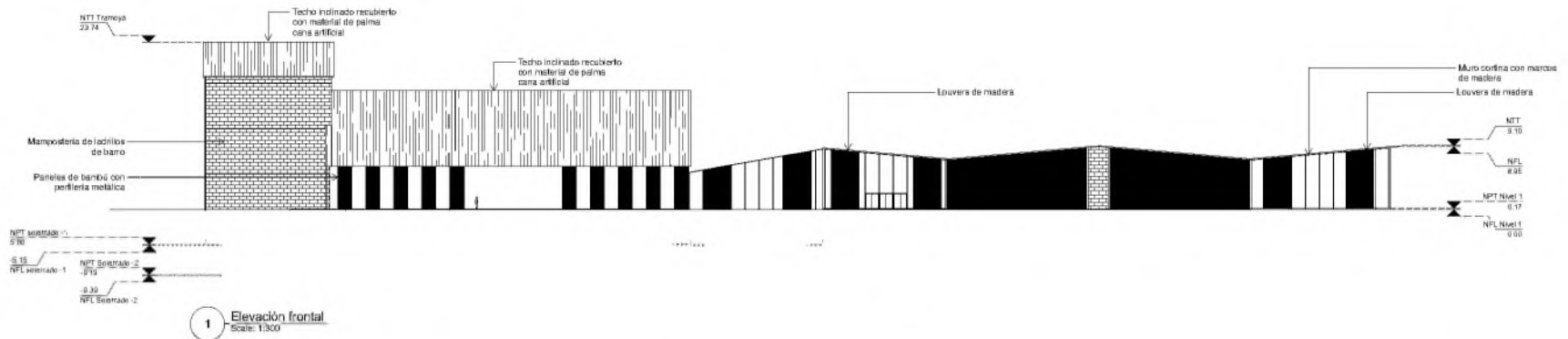
**TRABAJO DE GRADO PARA  
OPTAR POR EL TÍTULO DE  
ARQUITECTO**

BUSTENTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa María Echavarría Guerrero 19-2293**  
ASESOR ASESOR METEOROLOGICO  
Arq. José A. Constantino C. Arq. Gileuilis Rojas C.

DIBUJO  
**Edificio 3 - Sala de conciertos/ Cine/ Desfile de modas.  
Planta arquitectónica y dimensionada Soterrado -2**

HOJA  
**18/31**  
CÓDIGO DE LA HOJA  
**A-406**





UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRIQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

TEMA  
**Arquitectura del entretenimiento como catalizador de la economía naranja**  
PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los Caballeros para impulsar la economía naranja**

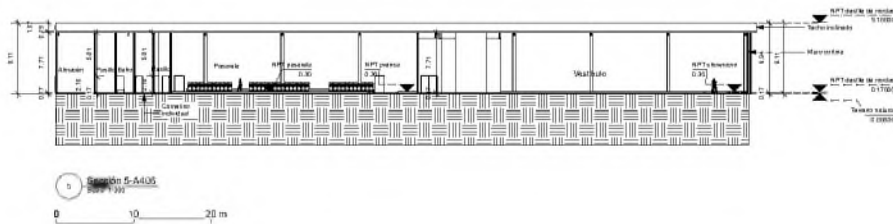
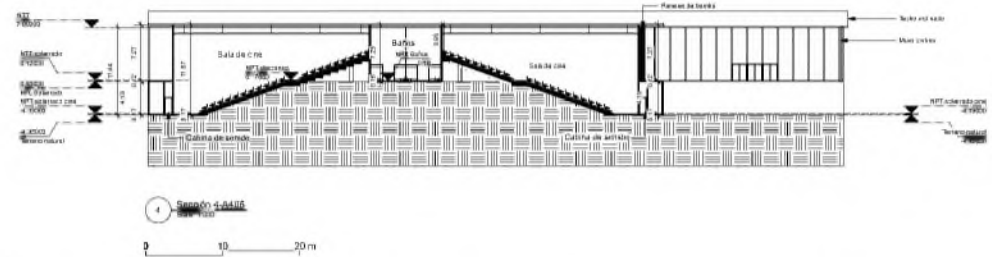
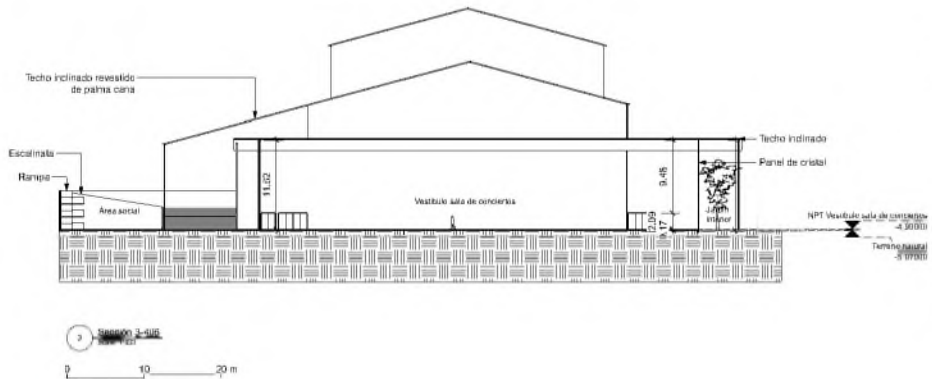
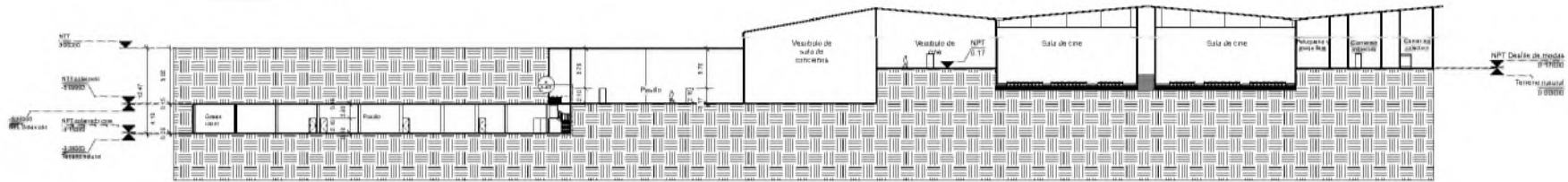
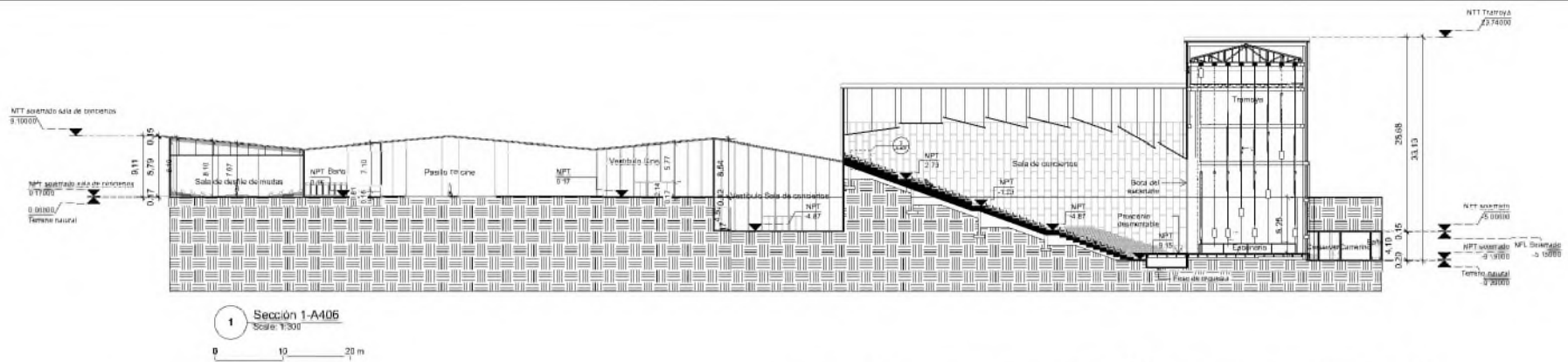
TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE ARQUITECTO

SUSTENTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa María Echavarría Guerrero 19-2293**  
ASESOR  
Arq. José A. Constanza C.  
ASESOR METEOROLÓGICO  
Arq. Gileuilis Rojas C.

DIBUJO  
**Edificio 3 - Sala de conciertos/ Cine/ Desfile de modas. Elevaciones**

HOJA  
**19/31**  
CÓDIGO DE LA HOJA  
**A-407**





UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
HENRIQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

TEMA  
**Arquitectura del entretenimiento como  
catalizador de la economía naranja**  
PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los  
Caballeros para impulsar la economía naranja**

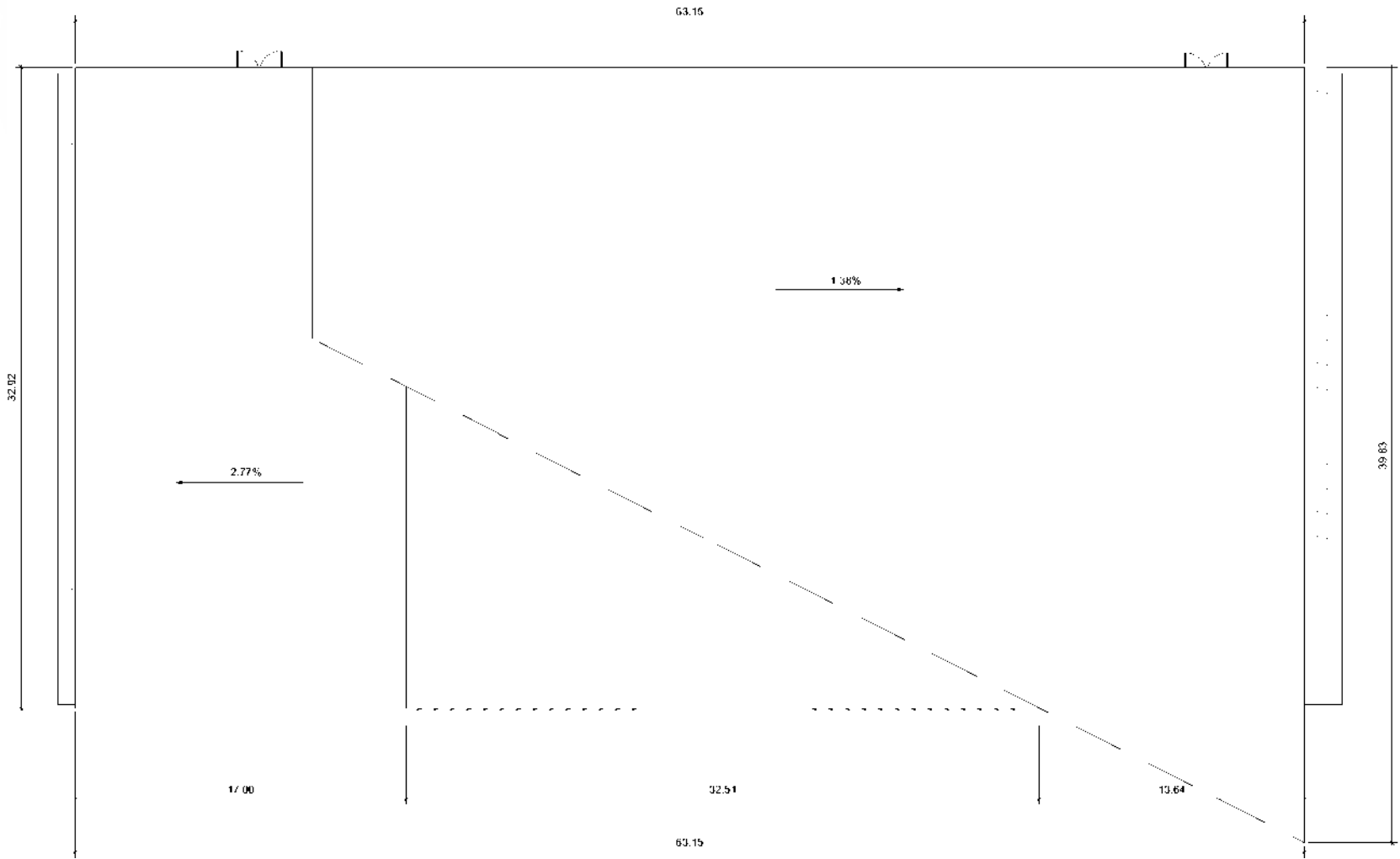
**TRABAJO DE GRADO PARA  
OPTAR POR EL TÍTULO DE  
ARQUITECTO**

SUSTENTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa María Echavarría Guerrero 19-2293**  
ASESOR  
Arq. José A. Constanza C.  
ASESOR METEOROLÓGICO  
Arq. Gileuflis Rojas C.

DIBUJO  
**Edificio 3 - Sala de conciertos/ Cine/ Desfile de modas.  
Secciones**

HOJA  
**20/31**  
CÓDIGO DE LA HOJA  
**A-408**





1 Planta de Techo  
 Scale: 1:100



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
 HENRIQUEZ UREÑA  
 FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
 ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

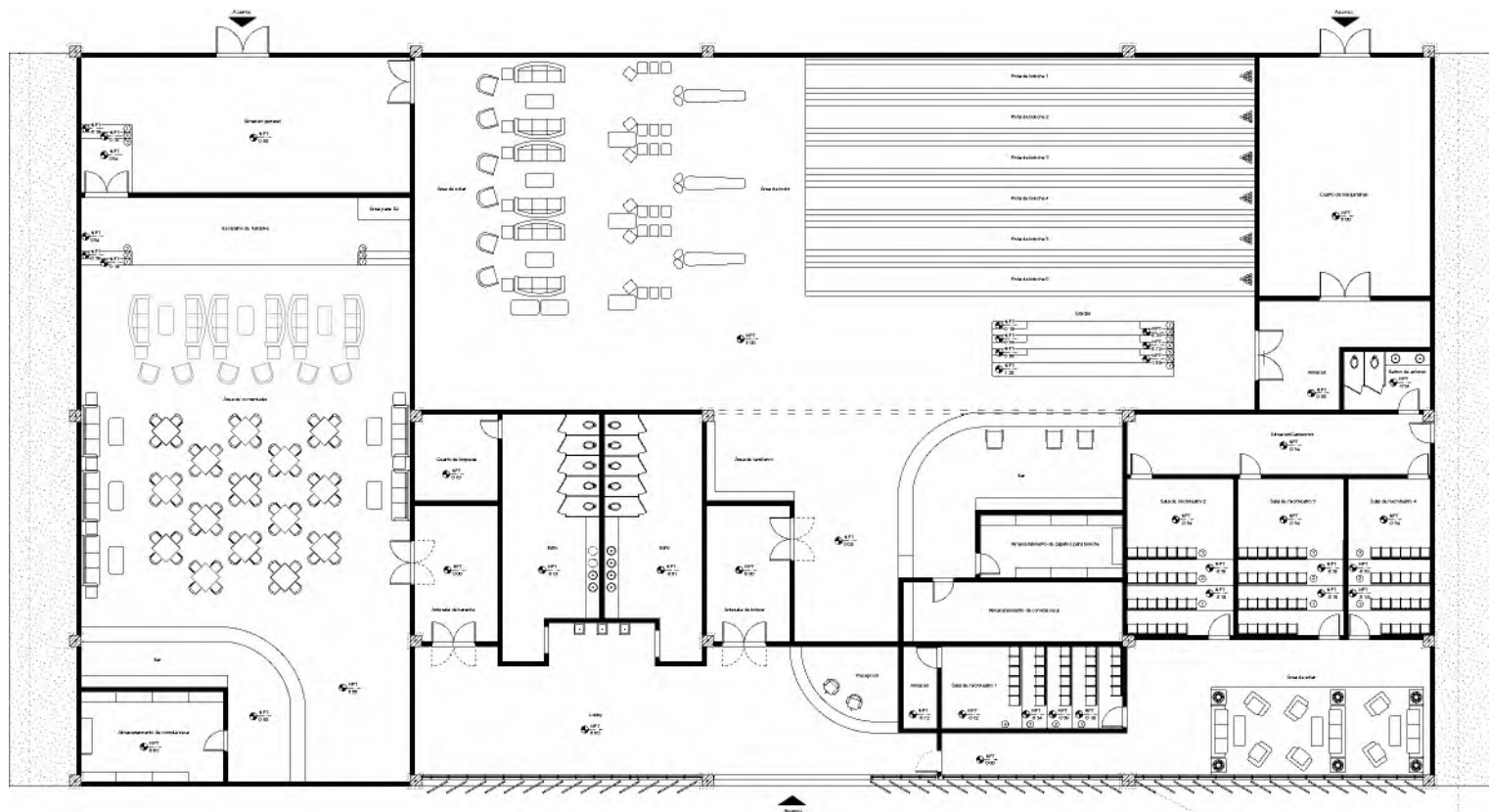
TEMA  
**Arquitectura del entretenimiento como  
 catalizador de la economía naranja**  
 PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los  
 Caballeros para impulsar la economía naranja**

**TRABAJO DE GRADO  
 PARA OPTAR POR EL  
 TÍTULO DE ARQUITECTO**

SUSTENTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa Maria Echavarría Guerrero 19-2293**  
 ASESOR ASESOR METEOROLOGICO  
 Arq. José A. Constanzo C. Arq. Gildardo Rojas C.

DEBUIO  
**Planta de techo arquitectónica y dimensionada de  
 Microteatro/Karaoke/Botera**

HOJA  
**20 / 33**  
 CÓDIGO DE LA HOJA  
**A-501**



Planta Arquitectónica N1  
 Scale: 1:100



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
 HENRIQUEZ UREÑA  
 FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
 ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

TEMA  
**Arquitectura del entretenimiento como  
 catalizador de la economía naranja**  
 PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los  
 Caballeros para impulsar la economía naranja**

**TRABAJO DE GRADO  
 PARA OPTAR POR EL  
 TÍTULO DE ARQUITECTO**

SUSTENTANTES

**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa María Echavarría Guerrero 19-2293**

ASESOR

Arg. José A. Constanzo C.

ASESOR METEOROLÓGICO

Arg. Gileanus Rojas C.

DEBUIJO

**Planta Arquitectónica de Microteatro/Karaoke/Bolera**

HOJA

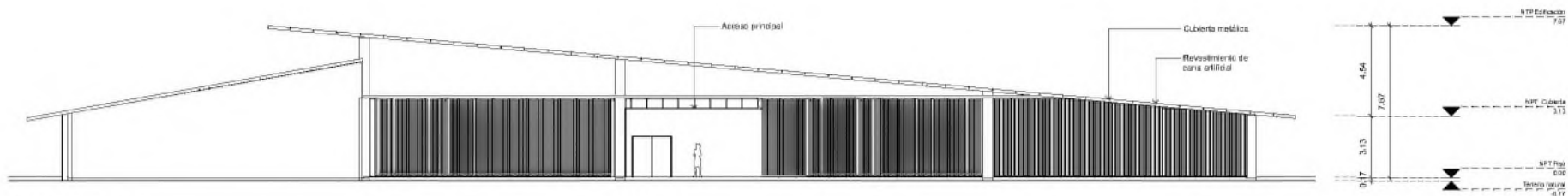
21/33

CÓDIGO DE LA HOJA

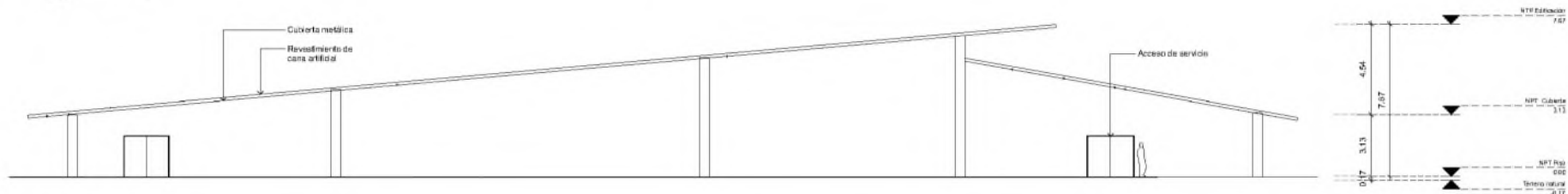
**A-502**



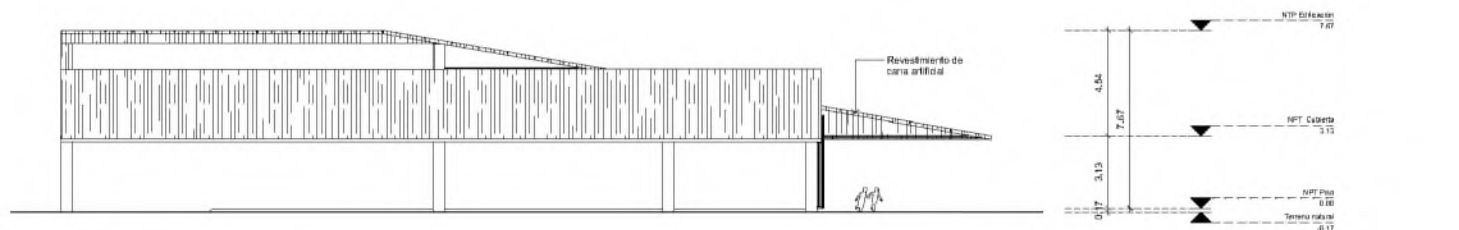




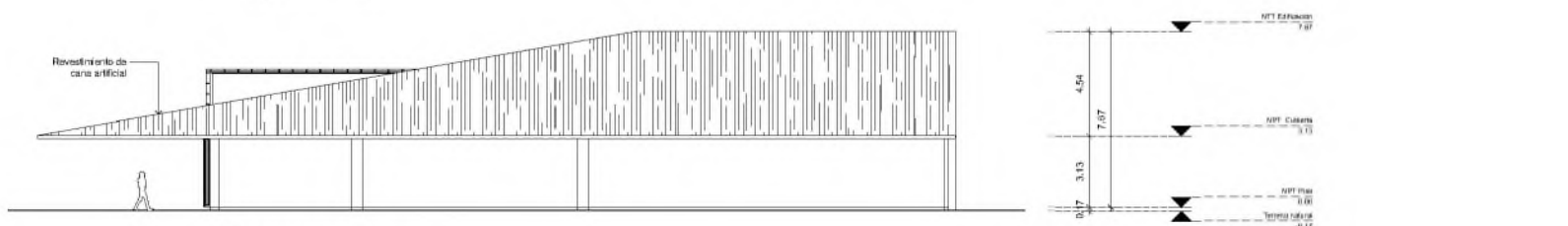
1 Elevación Frontal  
Scale: 1:100  
0 1 5 m



2 Elevación Posterior  
Scale: 1:100  
0 1 5 m



3 Elevación Lateral Izquierdo  
Scale: 1:100  
0 1 5 m



4 Elevación Lateral Derecho  
Scale: 1:100  
0 1 5 m



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
HENRIQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

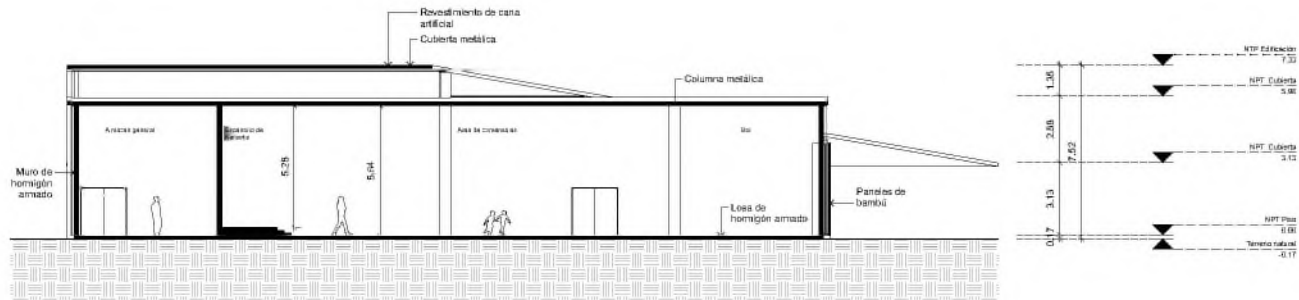
TEMA  
**Arquitectura del entretenimiento como  
catalizador de la economía naranja**  
PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los  
Caballeros para impulsar la economía naranja**

TRABAJO DE GRADO PARA  
OPTAR POR EL TÍTULO DE  
ARQUITECTO

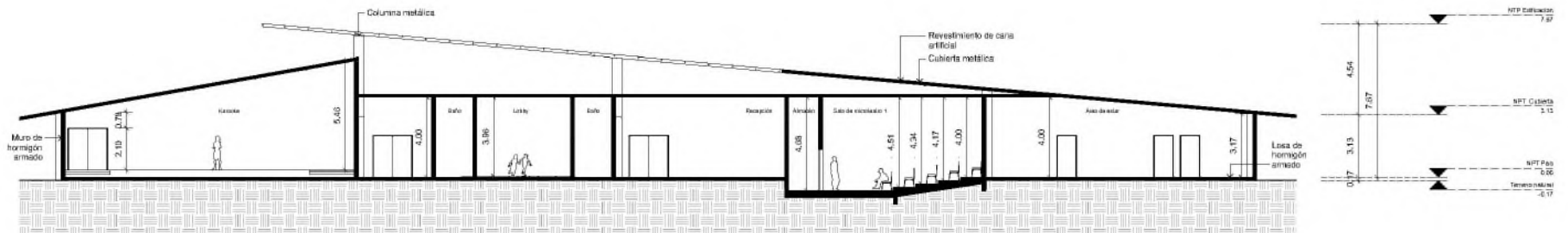
SUSTENTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa Maria Echavarría Guerrero 19-2293**  
ASESOR  
Arg. José A. Constanzo C.  
ASESOR METEOROLÓGICO  
Arg. Gikaulis Rojas C.

DIBUJO  
**Edificio 4 - Microteatro/Karaoke/Bolera. Elevaciones**

HOJA  
**25/33**  
CÓDIGO DE LA HOJA  
**A-504**



1 Sección 1  
Scale: 1:100  
0 1 5 m



2 Sección 2  
Scale: 1:100  
0 1 5 m



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

TEMA  
**Arquitectura del entretenimiento como  
catalizador de la economía naranja**  
PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los  
Caballeros para impulsar la economía naranja**

TRABAJO DE GRADO PARA  
OPTAR POR EL TÍTULO DE  
ARQUITECTO

SUSTENTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa María Echavarría Guerrero 19-2293**  
ASESOR  
Arq. José A. Constanza C.  
ASESOR METODOLÓGICO  
Arq. Glikauris Rojas C.

DIBUJO

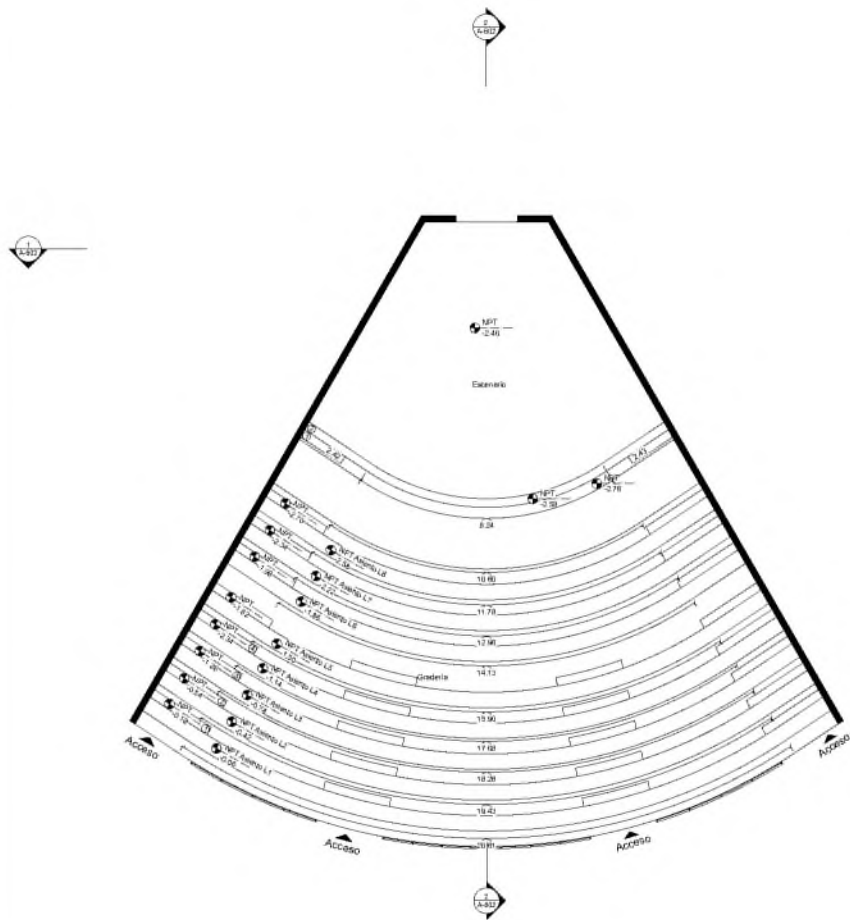
**Edificio 4 - Microteatro/Karaoke/Bolera. Secciones**

HOJA

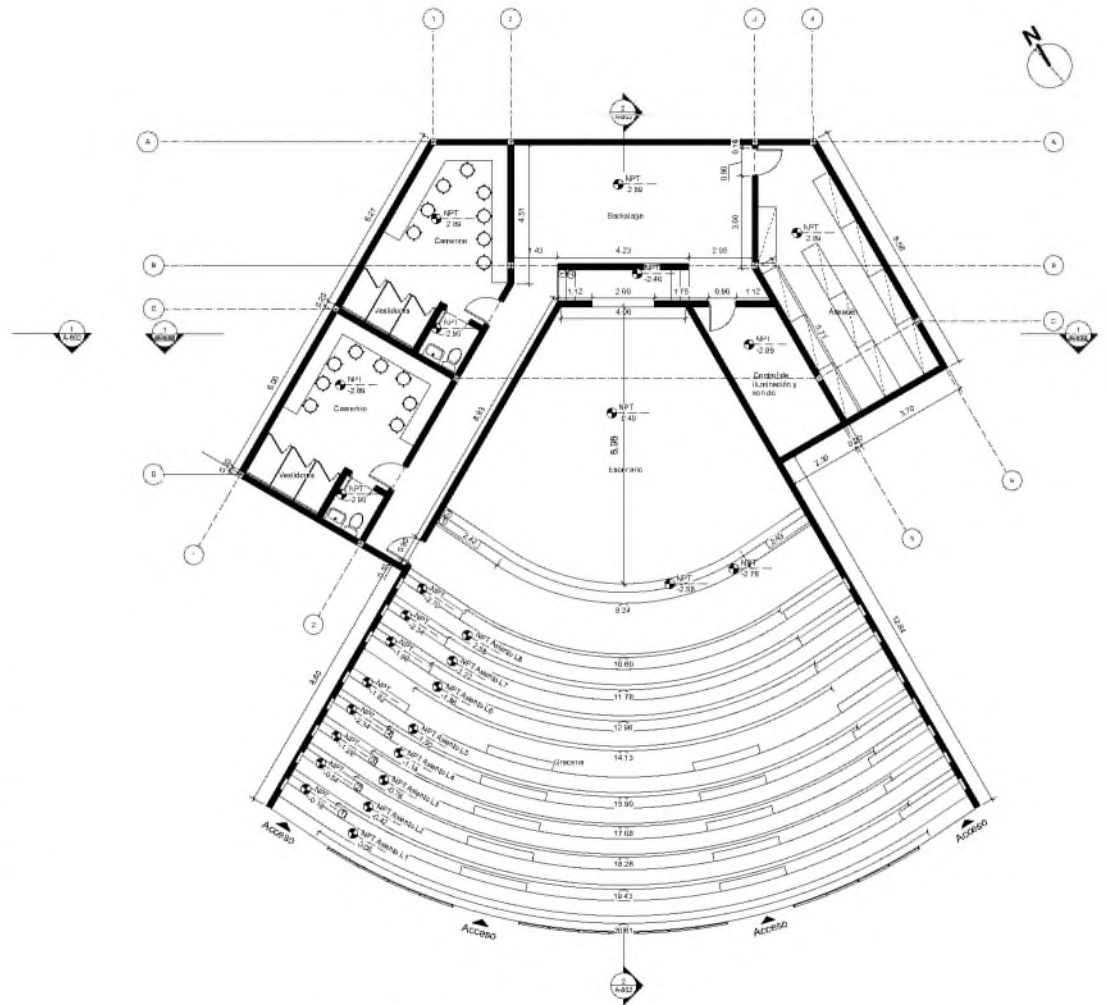
26 / 33

CÓDIGO DE LA HOJA

**A-505**



1 Plano de coruinta  
Escala 1:5  
0 1 2 3 4 5 m



2 Planta arquitectónica Solerado 1  
Escala 1:75  
0 1 2 3 4 5 m



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
HENRIQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

TEMA  
**Arquitectura del entretenimiento como  
catalizador de la economía naranja**  
PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los  
Caballeros para impulsar la economía naranja**

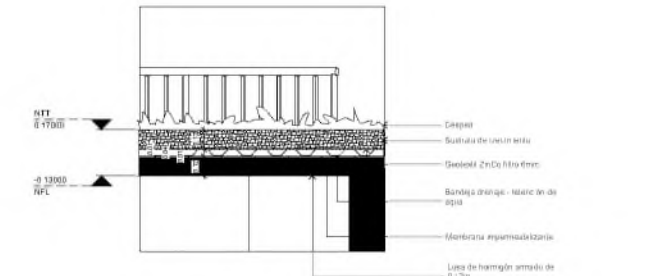
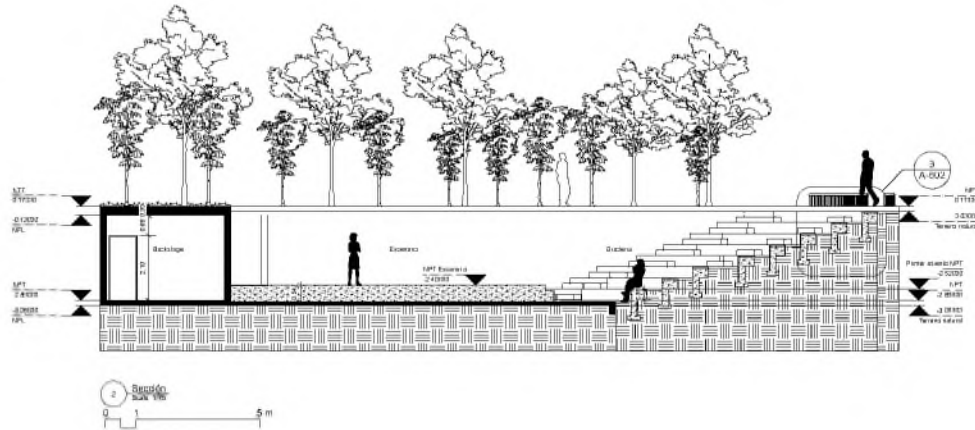
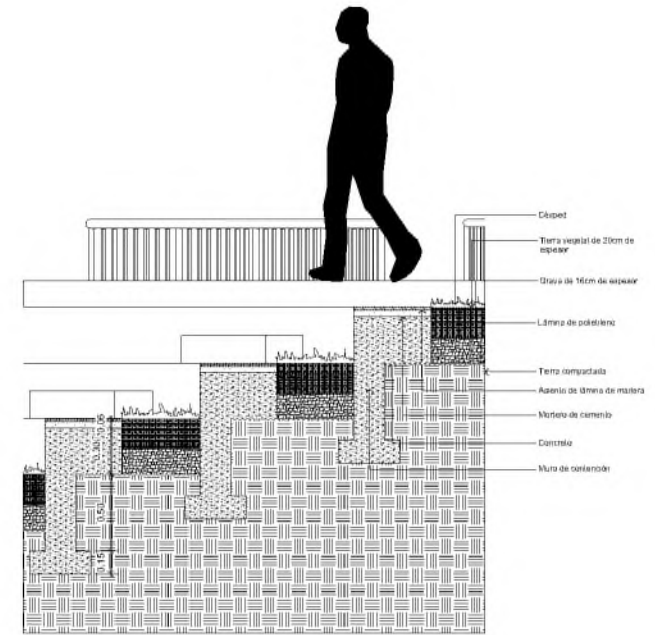
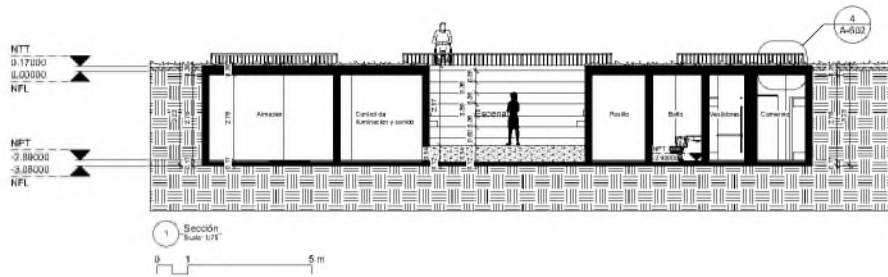
TRABAJO DE GRADO PARA  
OPTAR POR EL TÍTULO DE  
ARQUITECTO

SUSTENTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa Maria Echavarría Guerrero 19-2293**  
ASESOR ASESOR METEOROLÓGICO  
Arq. José A. Constanza C. Arq. Gileaulis Rojas C.

DIBUJO  
**Edificio 5 - Anfiteatro. Planta arquitectónica y  
dimensionada**

HOJA  
**27 / 33**  
CÓDIGO DE LA HOJA  
**A-601**





UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

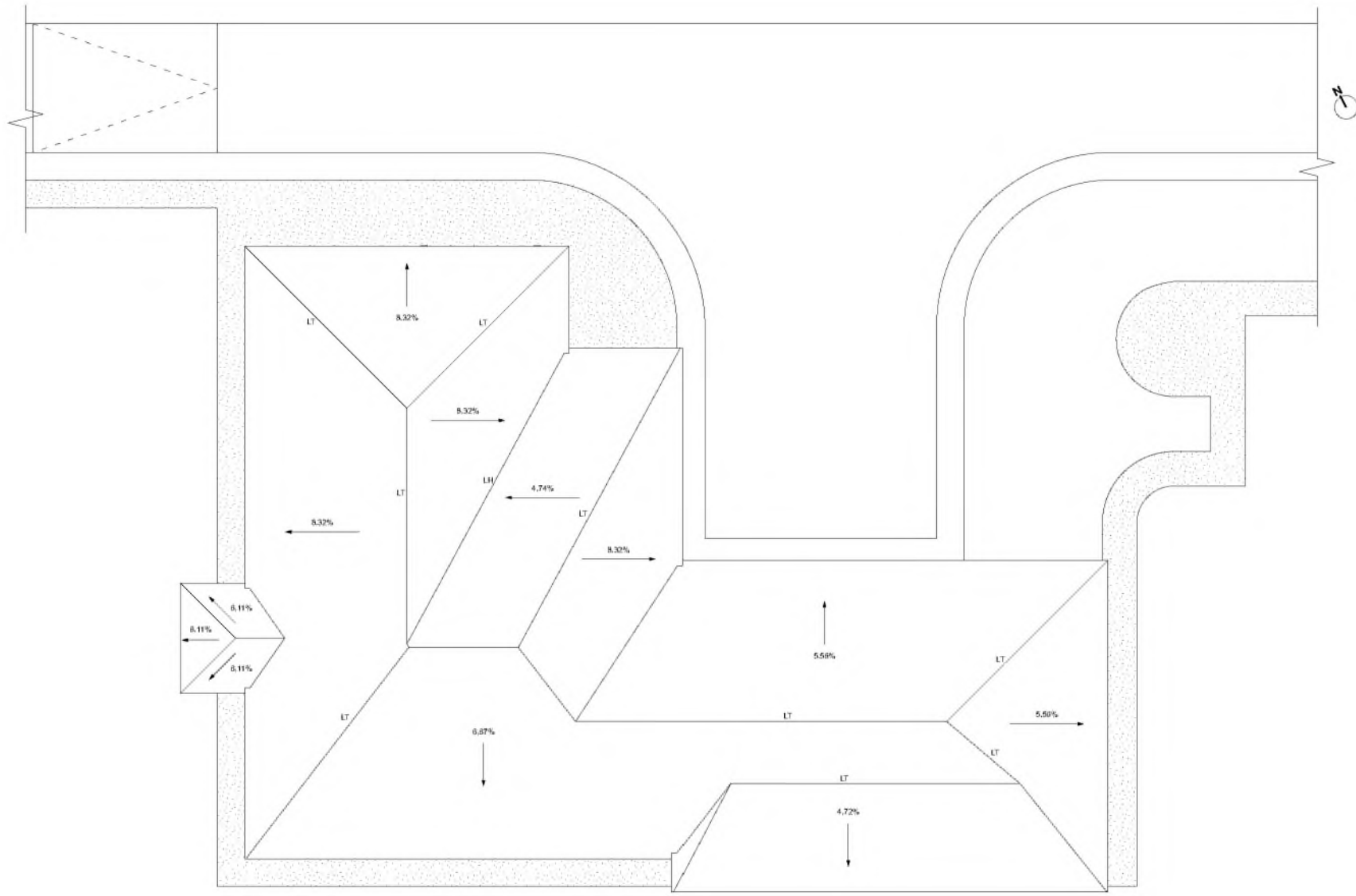
TEMA  
**Arquitectura del entretenimiento como  
catalizador de la economía naranja**  
PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los  
Caballeros para impulsar la economía naranja**

TRABAJO DE GRADO PARA  
OPTAR POR EL TÍTULO DE  
ARQUITECTO

SUSTENTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa María Echavarría Guerrero 19-2293**  
ASESOR ASESOR METODOLÓGICO  
Arq. José A. Constanzo C. Arq. Gikauris Rojas C.

DIBUJO  
**Edificio 5 - Anfiteatro. Secciones y detalles generales**

HOJA  
**28 / 33**  
CÓDIGO DE LA HOJA  
**A-602**



1 Planta de techo  
Scale: 1:100  
0 5m



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

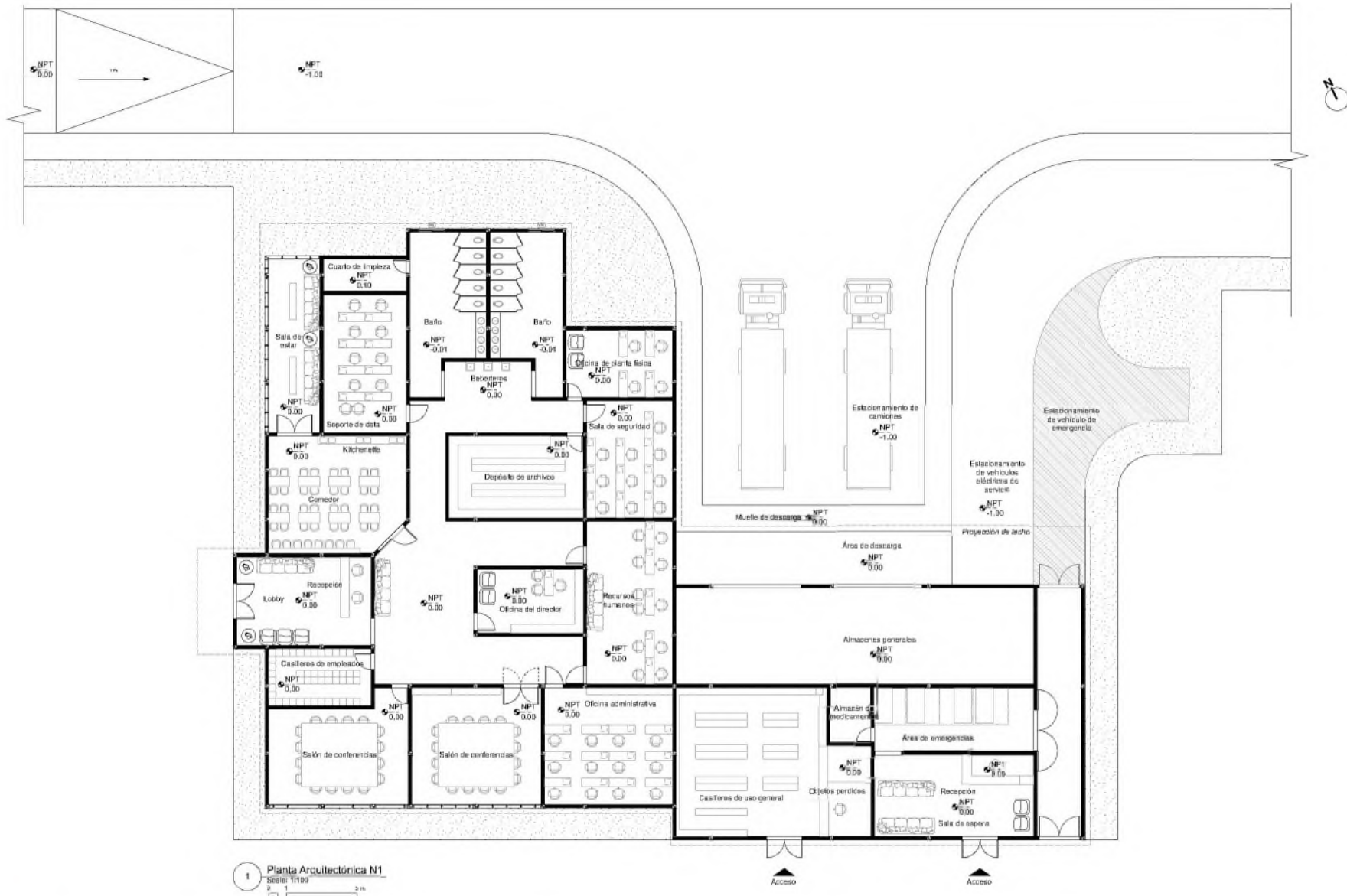
TEMA:  
**Arquitectura del entretenimiento como catalizador de la economía naranja**  
PROYECTO:  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los Caballeros para impulsar la economía naranja**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE ARQUITECTO**

SUSTENTANTES:  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa Maria Echavarría Guerrero 19-2293**  
ASESOR:  
Arq. José A. Constanzo C.  
ASESOR METOLÓGICO:  
Arq. Gilkaelis Rojas C.

DIBUJO:  
**Edificio 6 - Administración. Planta de techo**

HOJA:  
**29 / 33**  
CÓDIGO DE LA HOJA:  
**A-701**



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
 HENRÍQUEZ UREÑA  
 FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO  
 ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

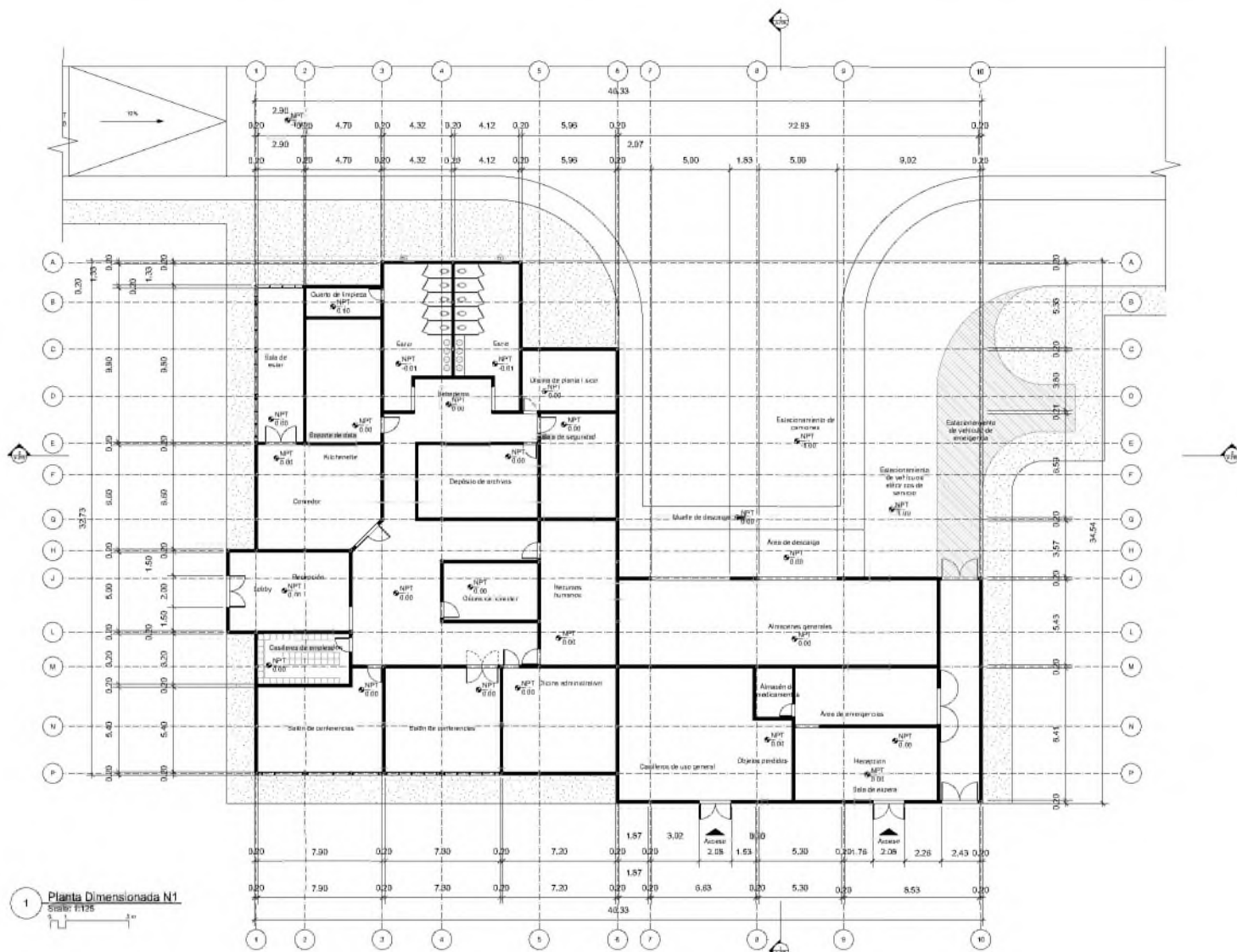
TEMA:  
**Arquitectura del entretenimiento como catalizador de la economía naranja**  
 PROYECTO:  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los Caballeros para impulsar la economía naranja**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE ARQUITECTO**

BUSTINTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa María Echavarría Guerrero 19-2293**  
 ASESOR ASESOR METOLÓGICO  
 Arq. José A. Constanzo C. Arq. Gileuilis Rojas C.

DIBUJO  
**Edificio 6 - Administración. Planta arquitectónica**

HOJA  
**30 / 33**  
 CÓDIGO DE LA HOJA  
**A-702**



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO  
HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ANQUIPEDIURA Y ARTES  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

TEMA  
**Arquitectura del entretenimiento como  
catalizador de la economía naranja**  
PROYECTO  
**Complejo de entretenimiento en Santiago de los  
Caballeros para impulsar la economía naranja**

**TRABAJO DE GRADO PARA  
OPTAR POR EL TÍTULO DE  
ARQUITECTO**

SUSTENTANTES  
**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa María Echavarría Guerrero 19-2293**  
ASESOR  
Arq. José A. Constantino C.  
ASESOR METOLÓGICO  
Arq. Gikauris Rojas C.

DIBUJO

**Edificio 6 - Administración. Planta dimensionada**

HOJA  
**31 / 33**  
CÓDIGO DE LA HOJA  
**A-703**

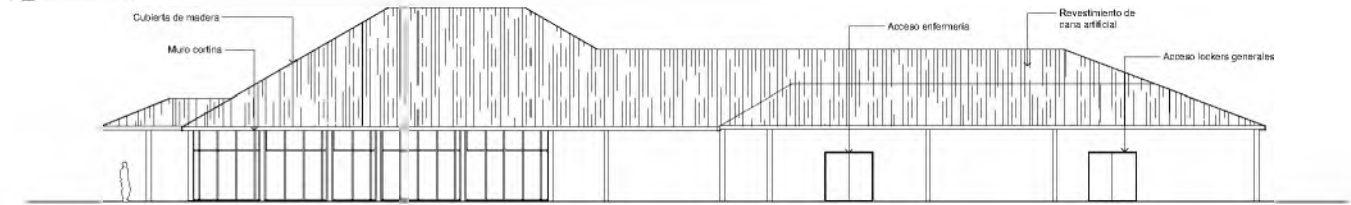
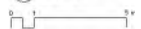




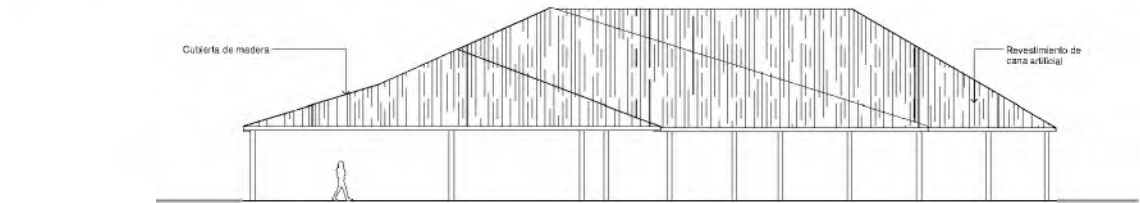
1 Elevación lateral izquierda  
Escala 1:100



2 Elevación frontal  
Escala 1:100



3 Elevación lateral derecha  
Escala 1:100



4 Elevación posterior  
Escala 1:100



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO

Arquitectura del entretenimiento como catalizador de la economía naranja: Complejo de entretenimiento naranja

TRABAJO DE GRADO

SUSTENTANTES

Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230  
Melissa Maria Echavarría Guerrero 19-2293

ASESOR

Arq. José A. Constanzo C.

ASESOR METEOROLÓGICO

Arq. Giklaus Rojas C.

DEBUIO

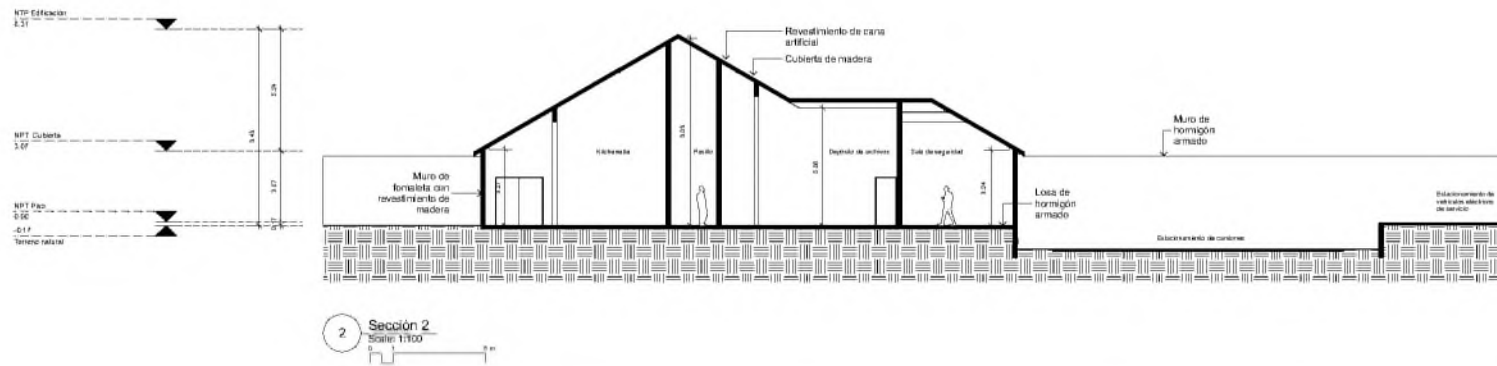
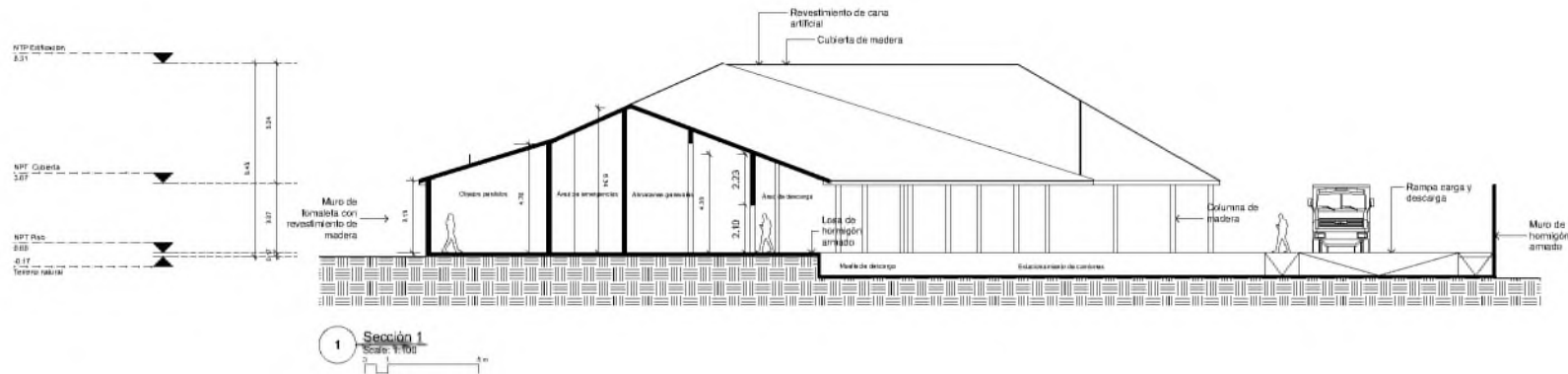
Edificio 6 - Administración. Elevaciones

HOJA

32/33

CÓDIGO DE LA HOJA

A-704



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRIQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

PROYECTO

**Arquitectura del entretenimiento como catalizador de la economía naranja: Complejo de entretenimiento naranja**

TRABAJO DE GRADO

SUSTENTANTES

**Doris Elisa Paniagua Caba 19-2230**  
**Melissa Maria Echavarría Guerrero 19-2293**

ASESOR

Arq. José A. Constanzo C.

ASESOR METODOLÓGICO

Arq. Gileaulis Rojas C.

DIBUJO

**Edificio 6 - Administración. Secciones**

HOJA

**33 / 33**

CODIGO DE LA HOJA

**A-705**

## CATÁLOGO DE VEGETACIÓN

Nombre	Especie	Uso	Tamaño	Nota	Espacio requerido
GRIGRÍ <i>Bucida buceras</i>	Nativo	Árbol ornamental y de sombra. Aconsejado para parques, plazas, avenidas.	En condiciones óptimas el grigrí puede llegar hasta a 25 metros de altura con diámetro del tronco mayor de 1 metro y con el diámetro de copa más de 12 metros.	No es adecuado para sombrear parqueos debido a que su fruto produce un exudado de ácido tánico que mancha los carros y pavimentos	1.20m de diámetro
AVELLANO <i>Cordia sebestena</i>	Nativo	Árbol ornamental y de sombra, aconsejado para parques, plazas, avenidas, calles residenciales, bajo cableado, parqueos, en hileras o como especímenes separados.	Altura 5-9 metros, diámetro de copa hasta 7 metros.	La composición del suelo influencia el color de las flores.	0.80m de diámetro
ESCOBÓN <i>Cytisus striatus</i>	Nativo	Árbol ornamental para parques, plazas, espacios reducidos, bajo cableado o en forma podada. Espaciamiento 3-5 metros.	Generalmente arbusto o arbolito, 2-10 metros de altura, diámetro del tronco 10-15 centímetros.	Uso únicamente ornamental.	0.50m de diámetro
ANACAHUITA <i>Sterculia apetala</i>	Introducida	Árbol ornamental para parques y jardines por ser pequeño.	Puede llegar hasta 30 metros de altura.	Uso únicamente ornamental.	Áreas amplias
CAUCHO DE JARDÍN <i>Ficus elastica</i>	Introducida	Su copa es muy extendida y provee buena sombra.	Puede llegar hasta 15 metros de altura.	Las ramas son susceptibles a daños por el viento.	Áreas amplias
CEIBO <i>Ceiba Pentandra</i>	Nativo	Sombra.	Puede llegar a más de 25 metros de altura, diámetro del tronco más de 2 metros.	Fue un árbol sagrado en la cultura taina y en las sectas caribeñas de vudú.	Áreas amplias
GUAYACÁN <i>Guaiacum officinale</i>	Nativo	Árbol protegido ornamental	Altura de 3 a 8 metros.	Según Luis Joseph Peguero entre los regalos que el Rey Bohechío había ofrecido a los españoles había madera de guayacán.	0.5m de diámetro
BAMBÚ <i>Phyllostachys bambusoides</i>	Introducida	Filtro acústico. Ornamental. Delimitar espacios físicamente.	Hasta 14 metros de altura en condiciones óptimas.	Sus raíces no agrietan aceras o construcciones adyacentes.	0.5m de diámetro









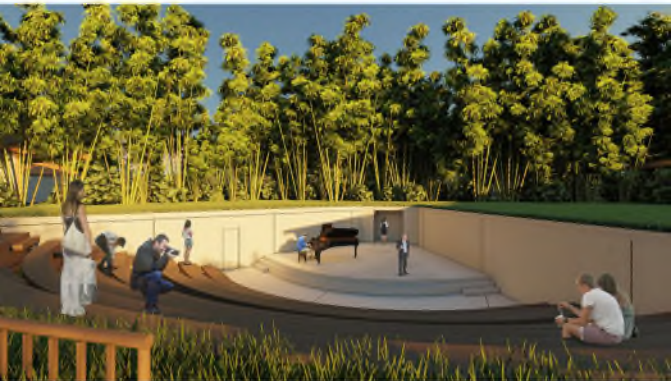


















































# BIBLIOGRAFÍA

## Sobre la economía naranja

- Bohórquez, D. E. (2019). Arquitectura naranja: legislación, riesgos y alcances para un arquitecto que implemente la economía naranja en Colombia. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.11912/5007>.
- Buitrago, F., & Duque, I. (2013). La Economía Naranja: Una oportunidad infinita. Andrés Barragán. Recuperado de: <https://publications.iadb.org/es/la-economia-naranja-una-oportunidad-infinita>
- UNCTAD. (2010). Creative Economy Report 2010. UNITED NATION. Recuperado 17 de febrero de 2023, de [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf)
- M. (2021, 20 octubre). Economía Naranja - Centro Indotel Cultura Digital. Centro Indotel Cultura Digital - Centro Indotel Cultura Digital. <https://www.centroindotel.gob.do/economia-naranja/>
- Banco popular. (s. f.). Las 7i de la economía naranja: Ideas para su desarrollo. popularenlinea. <https://www.popularenlinea.com/Personas/blog/Pages/Las-7i-economia-naranja-ideas-desarrollo.aspx>

## Sobre la cultura

- Millán, A. (2014). La cultura como experiencia transubjetiva. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- BARRERA, R. (2013). El concepto de la Cultura: definiciones, debates y usos sociales. Revista de Claseshistoria.

## Sobre la historia de la economía naranja

- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD).

(2008). Creative Economy Report 2008: The Challenge of Assessing the Creative Economy: Towards Informed Policy-making.

- Howkins, J. (2001). The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. Penguin Books.
- UNESCO. (2013). Towards Inclusive and Sustainable Creative Economies: The Role of Intellectual Property.
- UNESCO. (2021). Foro Internacional sobre la Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible. Recuperado de <https://es.unesco.org/news/foro-internacional-economia-creativa-desarrollo-sostenible>

## Sobre la arquitectura del entretenimiento

- Mardones, M. (2020). Arquitectura y ocio [Tesis]. Universidad de Chile.
- Lopez, J. S. (2011). El fenómeno de lo lúdico. Luciérnaga , 10.

## Sobre el papel de la creatividad en la arquitectura para el impulso de la economía naranja

- Servicios de Acento.com.do. (2022). El color naranja en la arquitectura y el urbanismo. Acento. Recuperado de: <https://acento.com.do/cultura/el-color-naranja-en-la-arquitectura-y-el-urbanismo-9054970.html>
- Observatorio Mipymes (2020). Industrias Culturales y Creativas. Recuperado de: [https://www.micm.gob.do/images/pdf/publicaciones/libros/boletin/2020/10-octubre/Boletin\\_22\\_-\\_Industrias\\_Culturales\\_y\\_Creativas.pdf](https://www.micm.gob.do/images/pdf/publicaciones/libros/boletin/2020/10-octubre/Boletin_22_-_Industrias_Culturales_y_Creativas.pdf)



### **Sobre las perspectivas de la arquitectura naranja en el país**

- Arquitectura. (2021, 14 diciembre). Dominicana Creativa. <https://dominicanacreativa.com/gente-naranja/arquitectura/>
- elDinero, R. (2022, 2 noviembre). Industrias culturales y creativas (ICC) representan el 1.5% del PIB dominicano. Periódico elDinero. <https://eldinero.com.do/212540/industrias-culturales-y-creativas-icc-representan-el-1-5-del-pib-dominicano/>

### **Sobre los retos y desafíos de la arquitectura en la economía naranja**

- De Jesús, M. (2020, 31 octubre). Economía "naranja": con más retos que antes por el covid-19. Periódico elDinero. Recuperado de: <https://eldinero.com.do/125959/economia-naranja-con-mas-retos-que-antes-por-el-covid-19/>
- DOMINICANA CREATIVA - Talento en la economía naranja. (2021, 23 noviembre). Issuu. Recuperado de: [https://issuu.com/popularenlinea/docs/dominicana\\_creativa\\_-\\_talento\\_en\\_la\\_economia\\_naranja](https://issuu.com/popularenlinea/docs/dominicana_creativa_-_talento_en_la_economia_naranja)

### **Sobre las actividades creativas y culturales de mayor desarrollo en el país**

- Ministerio de cultura. (2015). Encuesta nacional de consumo cultural de la república dominicana. Recuperado 8 de marzo de 2023, de <https://oei.int/oficinas/republica-dominicana/publicaciones/documento-de-la-encuesta-nacional-de-consumo-cultural-2014>

- Observatorio mipymes, INTEC & industria, comercio y mipymes. (2020). INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS. Recuperado 8 de marzo de 2023, de [https://www.micm.gob.do/images/pdf/publicaciones/libros/boletin/2020/10-octubre/Boletin\\_22\\_-\\_Industrias\\_Culturales\\_y\\_Creativas.pdf](https://www.micm.gob.do/images/pdf/publicaciones/libros/boletin/2020/10-octubre/Boletin_22_-_Industrias_Culturales_y_Creativas.pdf)

### **Sobre el aspecto económico**

- UNCTAD. (2022). Perspectivas de la Economía Creativa 2022: Panorama general. [https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1\\_overview\\_es.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_overview_es.pdf)
- González, B. & Annayeskha, G. (2020). Economía del siglo XXI: Economía naranja. Revista de Ciencias Sociales. <https://www.redalyc.org/journal/280/28065077033/28065077033.pdf>
- Banco Popular & Tellerías, A. (2020). Emprende Popular: Emprendimiento desde lo cultural. <https://impulsapopular.com/wp-content/uploads/2020/08/Emprendiendo-desde-lo-cultural-by-Alex%C3%A9-Teller%C3%ADas.pdf>
- Ottone R., Ernesto (2021). «La Unesco hace un llamado para unirse a la celebración del Año Internacional de la Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible».
- Aspecto social
- Pérez Monroy, J. (2022). Economía Naranja: Valor y riqueza, empleos e impacto social. Recuperado de: <https://biblior.url.edu.gt/wp-content/uploads/CParens/Revista/ECO/Numeros/26/03.pdf>
- Medrano Montoya, J. (2014). Responsabilidad Social y Economía Naranja en Colombia. Recuperado de: <https://rua.ua.es/dspace/>

bitstream/10045/39669/1/TFM%20Jaqueline%20Medrano%20Montoya.pdf

### **Sobre el aspecto cultural**

- Sen, A. (2004). How Does Culture Matter? <https://documents1.worldbank.org/curated/en/243991468762305188/pdf/298160018047141re0and0Public0Action.pdf>
- Políticas de desarrollo ideales para la economía naranja
- J.M. Benavente y M. Grazzi (2017) "Políticas públicas para la creatividad y la innovación: impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe". Washington, D.C.: BID. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368782>
- UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo). 2008. Informe sobre la economía creativa 2008. El desafío de evaluar la economía creativa: Hacia la formulación de políticas públicas informadas. Ginebra, Suiza: UNCTAD. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368782>

### **El modelo colombiano**

- Cruz, H. R. (2022, 28 abril). El presidente Duque y la Economía Naranja. Acento. Recuperado de: <https://acento.com.do/opinion/el-presidente-duque-y-la-economia-naranja-9057879.html>
- Triana Melo, Triana Rojas, Díaz Bermúdez, & Nauzán Ceballos. (2019). ECONOMÍA NARANJA: UNA APROXIMACIÓN A LA CULTURA Y EL TURISMO EN COLOMBIA DESDE LA TEORÍA DE JUEGOS. Recuperado de: [https://www.palermo.edu/negocios/cbrs/pdf/pbr21/PBR\\_21\\_02.pdf](https://www.palermo.edu/negocios/cbrs/pdf/pbr21/PBR_21_02.pdf)
- Gutiérrez, D. (2018). Economía naranja y oportunidades de negocio [Areandina]. Eduardo Mora Bejarano. <https://doi.org/10.33132/9789585539174>

### **Sobre la guía de desarrollo dominicano**

- Ramírez, J. (2021, 1 septiembre). Sin la economía naranja, República Dominicana no podrá cumplir con Estrategia Nacional de Desarrollo 2030. listindiario.com. <https://listindiario.com/economia/2021/09/01/686397/sin-la-economia-naranja-republica-dominicana-no-podra-cumplir-con-estrategia-nacional-de-desarrollo-2030>

### **Sobre la guía de desarrollo con enfoque a la Infraestructura**

- FINDETER. (2022). INDUSTRIA CULTURAL, CREATIVA Y ECONOMÍA NARANJA. Recuperado de: <https://repositorio.findeter.gov.co/bitstream/handle/123456789/9917/INDUSTRIA%20CULTURAL%20Y%20CREATIVA%20ECONOMIA%20NARANJA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alcaldía de Bogotá. (2019). GUÍA PRÁCTICA PARA LA CREACIÓN DE ÁREAS DE DESARROLLO NARANJA. Recuperado de: [https://www.bogotacreadora.gov.co/sites/default/files/libros\\_pdf/GU%C3%8DA%20PR%C3%81CTICA%20PARA%20LA%20%20CREACI%C3%93N%20DE%20ADN.pdf](https://www.bogotacreadora.gov.co/sites/default/files/libros_pdf/GU%C3%8DA%20PR%C3%81CTICA%20PARA%20LA%20%20CREACI%C3%93N%20DE%20ADN.pdf)

### **Sobre la identidad y su relación con la cultura**

- Brubaker, R., & Frederick, C. (2005). Más allá de la «identidad». Repensar los Estados Unidos : para una sociología del hiperpoder, 2005, ISBN 84-7658-743-0.
- De Rojas, M. R. (2000). Identidad y cultura. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/356/35602707.pdf>

### **Sobre la identidad cultural dominicana**

- Cultura y patrimonio. (s. f.). Embajada del Estado de Qatar en Santo Domingo. <https://santo-domingo.embassy.qa/es/>

rep%C3%BAblica-dominicana/cultura-y-patrimonio

- Ferrán, F. (2020). ADN cultural pueblo dominicano fernando ferran 2020. [www.academia.edu](http://www.academia.edu). [https://www.academia.edu/44808925/ADN\\_cultural\\_pueblo\\_dominicano\\_fernando\\_ferran\\_2020](https://www.academia.edu/44808925/ADN_cultural_pueblo_dominicano_fernando_ferran_2020)
- UNESCO - República Dominicana. (s. f.). <https://ich.unesco.org/es/estado/repblica-Dominicana-DO>

### **Sobre el consumo cultural urbano y los espacios de ocio**

- Vergara, J. I. S. (2007). El consumo cultural urbano y los espacios de ocio y entretenimiento en la ciudad contemporánea venezolana. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1990/199016808003.pdf>
- Fernández, J. (2006). La sociedad del ocio: Un reto para los archivos. *Códices* (Bogotá), 2. <https://core.ac.uk/download/pdf/290487293.pdf>

### **Sobre la cultura del ocio**

- De Jesús Primo Tapia, W. (2017). Ocio productivo, entretenimiento e industria cultural: del ocio tradicional al ocio digital. *UPGTO*, 2(2). <https://doi.org/10.18583/umr.v2i2.65>

### **Sobre el complejo de entretenimiento**

- Asale, R.-. (s. f.). complejo, compleja | Diccionario de la lengua española. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/complejo>
- Asale, R.-. (s. f.-b). entretenimiento | Diccionario de la lengua española. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/entretenimiento>
- Rae, R. A. E.-. (s. f.). espacio cultural. Diccionario panhispánico

del español jurídico - Real Academia Española.

- <https://dpej.rae.es/lema/espacio-cultural>
- Martín Mateo, R. (1993). La cultura del ocio. *Alternativas. Cuadernos De Trabajo Social*, (2), 73–80. <https://doi.org/10.14198/ALTERN1993.2.4>
- SEUL CREARA UN MEGA COMPLEJO DE ENTRETENIMIENTO PARA 2014 0000 | NoticiasEmbajada de la República de Corea en Honduras. (2011). En MOFA. [https://overseas.mofa.go.kr/hn-es/brd/m\\_6414/view.do?seq=654825&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multiitm\\_seq=0&itm\\_seq\\_1=0&itm\\_seq\\_2=0&company\\_cd=&company\\_nm=](https://overseas.mofa.go.kr/hn-es/brd/m_6414/view.do?seq=654825&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multiitm_seq=0&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&company_cd=&company_nm=)

### **Sobre las actividades de entretenimiento existentes en Santiago**

- Tripadvisor. (s. f.). LAS 15 MEJORES cosas que ver en Santiago de los Caballeros: actualizado 2023 - Tripadvisor. [https://www.tripadvisor.es/Attractions-g635962-Activities-Santiago\\_de\\_los\\_Caballeros\\_Santiago\\_Province\\_Dominican\\_Republic.html](https://www.tripadvisor.es/Attractions-g635962-Activities-Santiago_de_los_Caballeros_Santiago_Province_Dominican_Republic.html)
- Rey, R. J. (2023, 10 abril). Centro de la Cultura | Santiago | República Dominicana. <https://www.conectate.com.do/articulo/centro-de-la-cultura-santiago-republica-dominicana/>
- M, P. R. (2023, 7 febrero). ¿Quieres hacer turismo cultural en Santiago de los Caballeros? | Hotel Platino. [Hotel Platino. https://hotelplatinord.com/turismo-cultural-en-santiago-de-los-caballeros/](https://hotelplatinord.com/turismo-cultural-en-santiago-de-los-caballeros/)

### **Sobre la identidad de Santiago**

- Ojguru. (2012). Cultura, identidad y pasión de Santiago. CDES. <https://cdes.do/cultura-identidad-y-pasion-de-santiago/>

- Ayuntamiento del Municipio de Santiago R.D. (2020, 8 mayo). Cultura - Ayuntamiento del Municipio de Santiago R.D. <https://ayuntamientosantiago.gob.do/cultura/>

#### **Sobre la relación entre arquitectura e identidad cultural**

- Elizalde, C. (2014). Arquitectura e Identidad a través del tiempo. Universidad Autónoma del Estado de Morelos.
- [https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/5937/artced\\_arquitectura\\_e\\_identidad\\_08ene2014.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/5937/artced_arquitectura_e_identidad_08ene2014.pdf)
- Universidad de Valladolid. (2011). ARQUITECTURA E IDENTIDAD CULTURAL EN EL CONTEXTO DE LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL EN EL CONTINENTE AFRICANO. TABANQUE Revista Pedagógica. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3900989.pdf>
- Mota, A. (2017). Hermenéutica de la identidad cultural y la arquitectura. REVISTA GREMIUM. <https://editorialrestauro.com.mx/hermeneutica-de-la-identidad-cultural-y-la-arquitectura/>

#### **Sobre los beneficios y la importancia del entretenimiento**

- Beneficios del entretenimiento - Google Zoeken. (s. f.). <https://www.google.com/search?q=beneficios+del+entretenimiento>
- Porras, C. (2014, 19 septiembre). La importancia del Ocio. Instituto Quirúrgico de Andalucía IQA. <https://iqaquiron.com/portal/la-importancia-del-ocio/>

#### **Diseño de entretenimiento**

- Tandem Arquitectura. (2017, 4 agosto). Tandemarquitectura.pe. <https://tandemarquitectura.pe/blog/arquitectura-de-espacios-recreativos-nid-14>

#### **Referencias internacionales**

- Ciudad de las Artes y de las Ciencias / Valencia (Overview) - Santiago Calatrava – Architects & Engineers. (s. f.). Calatrava. <https://calatrava.com/projects/ciudad-de-las-artes-y-de-las-ciencias-valencia.html>
- WKCD West Kowloon Cultural District (Hong Kong). (2018, 29 noviembre). Diversity of Cultural Expressions. <https://en.unesco.org/creativity/policy-monitoring-platform/west-kowloon-cultural-district>



Figura 1

Elaboración propia. Basada en:

- <https://humanidades.com/historia-del-cine/>
- <https://www.somosiberoamerica.org/onda-pais/mexico/la-diversidad-cultural-es-la-mayor-riqueza-de-la-humanidad/>
- <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=53304>
- <https://www.dgartes.gov.pt/pt/festival/348>
- <https://www.esneca.com/blog/disenio-editorial-moderno/>
- <https://www.barcelona.cat/culturapopular/es/ambitos-festivos/artesania-y-arte-popular>
- <https://www.caracteristicass.de/artesania/>
- <https://www.e-zigurat.com/blog/es/bim-y-patrimonio-arquitectonico/>

Figura 2

Elaboración propia. Basada en:

- <https://www.zaloauriarte.com/bienestar-laboral/>

Figura 3

Elaboración propia. Basada en:

- <https://www.rawpixel.com/image/2307663/free-illustration-image-awareness-businessman-businesspeople>

Figura 4

Elaboración propia. Basada en:

- <https://dlsmith.com/portfolio/jec/>

Figura 5

Elaboración propia. Basada en:

- <https://www.archdaily.cl/cl/949489/centro-multimedia-hnahnu-aldana-plus-sanchez>
- <https://www.archdaily.cl/cl/989003/teatro-junto-al-lago-hexia-architects-plus-madam>
- <https://www.archdaily.cl/cl/987159/pabellon-agona-valencia-miguel-arraiz-plus-arqueha>
- <https://www.archdaily.cl/cl/989015/pabellon-de-observacion-de-estrellas-atelier-liu-yuyang-architects>

Figura 6

Modificación propia. Basada en:

- <https://www.toureffel.paris/es/noticias/historia-y-cultura/15-cosas-esenciales-que-hay-que-saber-sobre-la-torre-eiffel>
- <https://www.timeout.com/newyork/attractions/empire-state-building-manhattan-ny>
- <https://www.guggenheim-bilbao.eus/el-edificio>
- [https://lh3.googleusercontent.com/p/AF1QipMHftgSCBlvyjxYphi4gLqDC\\_62WWvZvvy1EBuh-s1360-w1360-h1020](https://lh3.googleusercontent.com/p/AF1QipMHftgSCBlvyjxYphi4gLqDC_62WWvZvvy1EBuh-s1360-w1360-h1020)

Figura 7

Elaboración propia. Basada en:

- [https://www.123rf.com/photo\\_47715373\\_crowd-of-people-in-top-view-isolated-on-white-background.html?vti=nik3w4wzo2x96z5e8e-1-26](https://www.123rf.com/photo_47715373_crowd-of-people-in-top-view-isolated-on-white-background.html?vti=nik3w4wzo2x96z5e8e-1-26)

Figura 8

Elaboración propia.

Figura 9

Elaboración propia. Basada en:

- <https://www.istockphoto.com/es/search/2/image-film?phrase=moving+up+steps>

Figura 10

Elaboración propia. Basada en:

- <https://www.newyorker.com/magazine/2018/08/27/paul-singer-doomsday-investor?epik=dj0yJnU9QS15Q3gycnp1bHFzSk52WXRrTFoxWDMtRXZrMzVFNEkmcD0wJm49N0ZJMhGwR2JaNII3VnEtaDJia2NxdyZ0PUFBQUFBR1EwWFBn>
- <https://col40.co/750/w3-propertyvalue-198201.html>

- Figura 11 Modificación propia. Basada en:
- <https://www.flickr.com/photos/25270815@N04/6505142141/sizes//in/photostream/>
- Figura 12 Modificación propia. Basada en:
- <https://kolajmagazine.com/content/content/politics-in-collage-residency/>
- Figura 13 Elaboración propia. Basada en:
- [vecteezy.com](https://vecteezy.com)
  - [https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.larepublica.co%2Fanalisis%2Ffelipe-buitrago-2906286&psig=AOvVaw2i-WRjPMwsLMSQA1Rq-zFf&ust=1681311592447000&source=images&cd=vfe&ved=0CBEQjRxqFwoTCKjVv\\_SLov4CFQAAAAoAAAAABAD](https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.larepublica.co%2Fanalisis%2Ffelipe-buitrago-2906286&psig=AOvVaw2i-WRjPMwsLMSQA1Rq-zFf&ust=1681311592447000&source=images&cd=vfe&ved=0CBEQjRxqFwoTCKjVv_SLov4CFQAAAAoAAAAABAD)
  - <https://n.com.do/2022/04/27/presidente-colombiano-ivan-duque-llegara-manana-al-pais/>
- Figura 14 Modificación propia. Basada en:
- <https://twitter.com/cdn37/status/673139604946571264>
- Figura 15 Modificación propia. Basada en:
- <https://www.agefotostock.com/age/en/Stock-Images/samuel-baker.html>
- Figura 16 Modificación propia. Basada en:
- <https://www.loc.gov/item/2012590217/>
- Figura 17 Modificación propia. Basada en:
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Independencia\\_de\\_la\\_Rep%C3%BAblica\\_Dominicana](https://es.wikipedia.org/wiki/Independencia_de_la_Rep%C3%BAblica_Dominicana)
- Figura 18 Modificación propia. Basada en:
- [https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:General\\_Gregorio\\_Luper%C3%B3n.jpg](https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:General_Gregorio_Luper%C3%B3n.jpg)
  - <https://twitter.com/PlanLEA/status/1318927843036975109>
- Figura 19 Modificación propia. Basada en:
- <https://www.cervantesvirtual.com/obra/eugenio-maria-de-hostos-imagenes/>
- Figura 20 Modificación propia. Basada en:
- <http://www.sandinorebellion.com/mjs/CSV2020/No%2014%20Gregorio%20Urbano%20Gilbert.%20H%C3%A9roe%20De%20Dos%20Pueblos.pdf>
- Figura 21 Modificación propia. Basada en:
- <https://elgranerodelsur.com/2023/07/23/la-matanza-de-perejil-miles-de-haitianos-asesinados-por-orden-de-trujillo/>
- Figura 22 Modificación propia. Basada en:
- [https://www.facebook.com/imagenesdenuestrahistoria/posts/1969556003079760/?\\_oaca=e-es\\_LA](https://www.facebook.com/imagenesdenuestrahistoria/posts/1969556003079760/?_oaca=e-es_LA)
- Figura 23 Modificación propia. Basada en:
- <https://www.nonscandinavia.com/>
  - <https://www.istockphoto.com/es/foto/huella-digital-en-blanco-y-negro-gm666943460-121873811>
- Figura 24 Modificación propia. Basada en:
- <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/312602>
  - <https://listindiario.com/la-vida/2016/08/05/429999/un-sendero-educativo-taino-en-el-jardin-botanico.html>
- Figura 25 Modificación propia. Basada en:
- <https://tandemarquitectura.pe/blog/arquitectura-de-espacios-recreativos-nid-14>
- Figura 26 Modificación propia. Basada en:
- <https://www.visitdominicanrepublic.org/borgella-palace-santo-domingo>
  - <https://depositphotos.com/portfolio-4758419.html?content=video>
  - <https://republicadigital.org/>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.casasdelxvi.net/ocasiones.html">https://www.casasdelxvi.net/ocasiones.html</a></li> <li>• <a href="https://www.booking.com/hotel/do/el-beaterio.es.html">https://www.booking.com/hotel/do/el-beaterio.es.html</a></li> <li>• <a href="https://adamag.com.do/tienda/aaa051">https://adamag.com.do/tienda/aaa051</a></li> <li>• <a href="https://www.diariolibre.com/revista/buena-vida/2022/10/14/montecristi-diseno-arquitectura-y-patrimonio-cultural/2109207">https://www.diariolibre.com/revista/buena-vida/2022/10/14/montecristi-diseno-arquitectura-y-patrimonio-cultural/2109207</a></li> </ul>				
Figura 26	Elaboración propia. Basada en: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.pinterest.com/ain/13088655144770944/">https://www.pinterest.com/ain/13088655144770944/</a></li> <li>• <a href="https://www.pinterest.es/ain/246009198383746659/">https://www.pinterest.es/ain/246009198383746659/</a></li> <li>• <a href="https://www.posturite.co.uk/business/deskrite-550-electric-sit-stand-desk">https://www.posturite.co.uk/business/deskrite-550-electric-sit-stand-desk</a></li> </ul>				
Figura 27	Elaboración propia. Basada en: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://subportal.bancentral.gov.do/billetes-monedas/seguridad/billetes">https://subportal.bancentral.gov.do/billetes-monedas/seguridad/billetes</a></li> <li>• <a href="https://www.gettyimages.com.mx/fotos/mighty-hand">https://www.gettyimages.com.mx/fotos/mighty-hand</a></li> </ul>				
Figura 28	Modificación propia. Basada en: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.diariolibre.com/revista/cultura/2022/08/12/mariposas-de-acero-un-musical-historico-bien-logrado/2005890">https://www.diariolibre.com/revista/cultura/2022/08/12/mariposas-de-acero-un-musical-historico-bien-logrado/2005890</a></li> </ul>				
Figura 29	Elaboración propia.				
Figura 30	Modificación propia. Basada en: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.behance.net/gallery/30674463/Center-for-Architecture-Design-Education">https://www.behance.net/gallery/30674463/Center-for-Architecture-Design-Education</a></li> </ul>				
Figura 31	Modificación propia. Basada en: <ul style="list-style-type: none"> <li>• carolina</li> </ul>				
Figura 32	Elaboración propia. Basada en: <ul style="list-style-type: none"> <li>• carolina</li> </ul>				
		Figura 33	Elaboración propia.		
		Figura 34	Elaboración propia.		
		Figura 35	Modificación propia. Basada en: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.tripadvisor.es/LocationPhotoDirectLink-g147289-d10043238-i228122266-Sebelen_Bowling_Center-Santo_Domingo_Santo_Domingo_Province_Dominican_R.html">https://www.tripadvisor.es/LocationPhotoDirectLink-g147289-d10043238-i228122266-Sebelen_Bowling_Center-Santo_Domingo_Santo_Domingo_Province_Dominican_R.html</a></li> </ul>		
		Figura 36	Modificación propia. Basada en: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://puntacanaphotographer.com/blog/katmandu-park/">https://puntacanaphotographer.com/blog/katmandu-park/</a></li> </ul>		
		Figura 37	Elaboración propia.		
		Figura 38	Modificación propia. Basada en: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.pinterest.com/pin/629237379207871806/">https://www.pinterest.com/pin/629237379207871806/</a></li> </ul>		
		Figura 39	Modificación propia. Basada en: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://archdaily.tumblr.com/image/750234926">https://archdaily.tumblr.com/image/750234926</a></li> </ul>		
		Figura 40	Modificación propia. Basada en: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://arquitecturaviva.com/assets/uploads/obras/39949/av_imagen.jpeg">https://arquitecturaviva.com/assets/uploads/obras/39949/av_imagen.jpeg</a></li> </ul>		
		Figura 41	Obtenida de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.facebook.com/HospitalHOMS/videos/en-el-centro-de-ca%CC%81ncer-homs-hemos-continuado-ofreciendo-a-la-poblacio%CC%81n-la-ma%CC%81s/1653085198181456/?locale=es_LA">https://www.facebook.com/HospitalHOMS/videos/en-el-centro-de-ca%CC%81ncer-homs-hemos-continuado-ofreciendo-a-la-poblacio%CC%81n-la-ma%CC%81s/1653085198181456/?locale=es_LA</a></li> </ul>		
		Figura 42	Obtenida de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="https://www.linkedin.com/company/hospital-metropolitano-de-santiago-homs-/?originalSubdomain=kr">https://www.linkedin.com/company/hospital-metropolitano-de-santiago-homs-/?originalSubdomain=kr</a></li> </ul>		

- Figura 43 Obtenida de:
- <https://estrella.com.do/portfolio/homs-health-wellness-center/>
- Figura 44 Obtenida de:
- <https://www.facebook.com/686863721745003/posts/1164735433957827/>
- Figura 45 Obtenida de:
- <https://aplatanaonews.com/santiago-cultura-historia-y-folclore-reunidos-en-un-solo-lugar-la-ciudad-corazon/>
- Figura 46 Obtenida de:
- <https://www.facebook.com/Santialegrenyc/photos/a.891716921259681/1136837986747572/?type=3>
- Figura 47 Obtenida de:
- <https://www.facebook.com/photo/?fbid=661977182618819&set=a.661977165952154>
- Figura 48 Obtenida de:
- <https://fonper.gob.do/fonper-inaugura-complejo-deportivo-federico-germosa/>
- Figura 49 Obtenida de:
- Google Maps, Mayo 2019
- Figura 50 Obtenida de:
- <https://www.scs.edu.do/>
- Figura 51 Elaboración propia.
- Figura 52 Obtenida de:
- <https://elnuevodiario.com.do/gran-teatro-del-cibao-desmiente-haya-exigido-pago-para-presentar-orfeon-santiago/>
- Figura 53 Obtenida de:
- <https://www.cdda.edu.do/>
- Figura 54 Elaboración propia.
- Figura 55 Obtenida de:
- [https://www.tripadvisor.cl/Attraction\\_Review-g635962-d19758892-Reviews-Parque\\_Colon-Santiago\\_de\\_los\\_Caballeros\\_Santiago\\_Province\\_Dominican\\_Republic.html](https://www.tripadvisor.cl/Attraction_Review-g635962-d19758892-Reviews-Parque_Colon-Santiago_de_los_Caballeros_Santiago_Province_Dominican_Republic.html)
- Figura 56 Obtenida de:
- <https://www.mitur.gob.do/reportajes/santiago-de-los-caballeros-una-ciudad-cosmopolita-llena-encanto-y-cultura/>
- Figura 57 Obtenida de:
- <https://www.elcaribe.com.do/panorama/region-norte/la-fortaleza-san-luis-entre-el-descuido-y-un-conflicto-de-concesion/>
- Figura 58 Obtenida de:
- Google maps. Marzo 2019
- Figura 59 Obtenida de:
- Google maps. 2019
- Figura 60 Obtenida de:
- <https://fc-abogados.com/es/decreto-no-1937-que-crea-el-centro-de-la-cultura-de-santiago/>
- Figura 61 Obtenida de:
- Kinverly Ureña. 2017 via Google Maps
- Figura 62 Obtenida de:
- <https://elsoldesantiago.com/concluye-con-exito-expo-cibao/>
- Figura 63 Elaboración propia.
- Figura 64 Obtenida de:
- <https://www.pucmm.edu.do/somos/campus-santiago>



- Figura 65 Obtenida de:
- <https://www.pucmm.edu.do/somos/campus-santiago>
- Figura 66 Obtenida de:
- <https://www.nonscandinavia.com/originals>
- Figura 67 Obtenida de:
- <https://www.nonscandinavia.com/originals>
- Figura 68 Obtenida de:
- <https://www.nonscandinavia.com/originals>
- Figura 69 Obtenida de:
- <https://www.nonscandinavia.com/originals>
- Figura 70 Obtenida de:
- <https://www.nonscandinavia.com/originals>
- Figura 71 Obtenida de:
- <https://www.nonscandinavia.com/originals>
- Figura 72 Obtenida de:
- <https://www.nonscandinavia.com/originals>
- Figura 73 Obtenida de:
- <https://www.nonscandinavia.com/originals>
- Figura 74 Obtenida de:
- <https://www.nonscandinavia.com/originals>
- Figura 75 Obtenida de:
- <https://www.nonscandinavia.com/originals>

- Figura 76 Obtenida de:
- <https://www.nonscandinavia.com/originals>

- Figura 77 Obtenida de:
- <https://www.nonscandinavia.com/originals>

- Figura 78 Elaboración propia. Basada en:
- <https://www.archdaily.com/965470/sand-house-studio-mk27/60f819ebf91c81266b0000cc-scr-house-studio-mk27-photo>