



EL PAPEL DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN LA REGENERACIÓN URBANA

Un estudio comparativo de Londres y Bogotá

MIGUEL A. AJURIAGUERRA-ESCUDERO¹, ORIANA DI GUGLIELMO¹

¹ Universidad Rey Juan Carlos, España

PALABRAS CLAVE

*Industrias creativas
Regeneración urbana
Planificación estratégica
Iniciativas municipales
Gentrificación
Londres
Bogotá*

RESUMEN

La regeneración urbana enfrenta importantes retos respecto a las necesidades de los ciudadanos. A nivel mundial, algunas ciudades aplican estrategias de remodelación independientemente de los presupuestos oficiales. Esto representa una oportunidad para que planificadores urbanísticos, responsables políticos y ciudadanos, expresen de forma activa su cultura e identidad urbana de manera responsable. Este estudio compara metodológicamente los casos de Londres y Bogotá, dos ciudades con culturas e iniciativas ciudadanas singulares. Pese a sus dispares recursos económicos, ambas ciudades han establecido programas municipales que fomentan una economía creativa, utilizando sus industrias para regenerar su tejido urbano y social. Los casos seleccionados reflejan cómo estas ciudades abordan la regeneración urbana y se convierten en referentes de una identidad en constante evolución. La interacción entre la economía creativa y la regeneración urbana en Londres y Bogotá ilustra la capacidad de las ciudades para promover un sentimiento de pertenencia y cohesión social en sus comunidades.

Recibido: 22 / 11 / 2024

Aceptado: 03 / 01 / 2025

1. Introducción

Cada ciudad tiene características únicas, moldeadas por su historia, cultura, tradiciones y, fundamentalmente, por la singularidad de su población. Las ciudades son entornos dinámicos en constante evolución donde la identidad urbana está intrínsecamente ligada a la interacción de sus habitantes con el tejido urbano. Por ello, la gestión del espacio público y la planificación urbana son fundamentales en la configuración de esta identidad (Fohim et al., 2024). De este modo, la regeneración urbana se hace imprescindible para garantizar la calidad de los espacios y, por tanto, la calidad de vida de los ciudadanos. En este contexto, el concepto de «Ciudad Creativa» ha cobrado relevancia en el siglo XXI, impulsando a muchas ciudades a utilizar la creatividad en sus procesos de regeneración (Bayliss, 2007). Así, la gestión del espacio, principalmente a través de las políticas públicas, se entrelaza con la creatividad y la cultura de sus ciudadanos. Además, las estrategias de desarrollo local que promueven las industrias culturales y creativas transforman aspectos cruciales como la relación de los ciudadanos con el espacio público y los edificios deteriorados que a menudo conduce al abandono de éstos. Este artículo se centra en analizar la relación entre la economía creativa y la regeneración urbana, profundizando en el papel de la economía creativa como herramienta de transformación social y espacial.

El término «industrias creativas» fue acuñado por el Gobierno británico en 1997, cuando el Departamento de Cultura, Tecnología, Medios de Comunicación y Deporte creó el grupo de trabajo Industrias Creativas para investigar el potencial del sector. Este concepto surgió como medio para clasificar las industrias dedicadas a la creación, producción y distribución de productos y servicios culturales y creativos. La necesidad de definir este término se debió principalmente al creciente reconocimiento del valor económico y cultural del sector creativo. Otro factor influyente en esta industria fue la rápida evolución de los avances tecnológicos y digitales, especialmente en los medios de comunicación, que permitieron una nueva creación, difusión y consumo de productos creativos (Grodach, 2017). En 1998, en el Reino Unido, el grupo de trabajo publicó un informe titulado «Creative Industries Mapping Documents», que clasificaba las industrias creativas en trece: publicidad, antigüedades, arquitectura, artesanía, diseño, moda, cine, software de entretenimiento, música, artes escénicas, edición, televisión y radio. Sin embargo, esta clasificación evolucionó hacia un enfoque único de la economía creativa.

A partir del concepto británico de «industrias creativas», las Naciones Unidas desarrollaron su definición. Así, en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), las industrias culturales y creativas se definieron como el ciclo de creación, producción y distribución de bienes y servicios que utilizan la creatividad y el capital intelectual como aspectos fundamentales. Este sector abarca actividades que generan bienes tangibles o servicios intangibles de naturaleza artística o intelectual, y se reconoce la flexibilidad del término en función del contexto en el que se desarrolle. La UNCTAD también distingue entre distintos tipos de creatividad: artística, que tiene su origen en la imaginación y la capacidad de generar ideas originales; científica, que implica curiosidad y experimentación para resolver problemas; y económica, que se asocia al conocimiento y crecimiento del capital humano. Desde su creación, el concepto de industrias creativas ha evolucionado notablemente, ampliándose o reduciéndose según los sectores y las actividades. Esta evolución es un aspecto fascinante del concepto, que sigue adaptándose a diferentes contextos, como sugiere el Banco Iberoamericano de Desarrollo (BID) en su reflexión sobre los antagonismos tradicionales entre cultura y economía.

A nivel internacional, el potencial de la creatividad ha sido ampliamente reconocido. La implantación de la economía creativa se ha visto favorecida por la cooperación internacional y por la promoción de programas que facilitan la financiación y su aplicación a nivel local. Así, la Unión Europea lanzó el programa Europa Creativa (2014-2020), actualmente en su versión 2021-2027. Además, el BID creó la Unidad de Creatividad y Cultura y elaboró el manual *The Orange Economy: An Endless Opportunity*. Por su parte, la UNESCO creó en 2004 la Red de Ciudades Creativas (UCCN). Estos esfuerzos reflejan un compromiso global para desarrollar industrias creativas que contribuyan al crecimiento económico en diversas regiones.

2. Las dimensiones de la creatividad en un marco urbano concreto

El creciente interés por el desarrollo de las industrias creativas ha generado la necesidad de comprender los factores que contribuyen al éxito de la economía creativa en contextos urbanos específicos. Para ello,

es fundamental establecer la dimensión espacial que abarca esta economía, ya sea a nivel de ciudad, distrito, barrio o centro creativo. Charles Landry, reconocido por su trabajo en transformaciones urbanas, acuñó el término «ciudades creativas», refiriéndose a aquellas que promueven la industria creativa centrándose en la innovación, en las que los distritos o barrios son espacios geográficos delimitados donde se concentran las actividades del sector, como el Bronx en Bogotá o LX Factory en Lisboa (Landry, 2008). Por otro lado, los clústeres creativos son áreas más pequeñas que agrupan empresas para optimizar la creación de bienes y servicios, como el Centro Metropolitano de Diseño en Buenos Aires. Por último, los hubs creativos consisten en concentraciones de talento y recursos que, aunque no necesariamente cercanas geográficamente, permiten el desarrollo y comercialización de productos creativos, como es el ejemplo tecnológico de Silicon Valley. Por su parte, la investigación de Tomczak y Stachowiak analizó cómo las industrias culturales y creativas pueden manifestarse en diferentes contextos, teniendo en cuenta la localización y el alcance del mercado (Tomczak y Stachowiak, 2015).

Así, el vínculo entre creatividad y espacio es incuestionable para los investigadores, que desde los primeros estudios han asociado espacialidad y localización como recursos clave para el desarrollo de la economía creativa. El análisis de la espacialidad constituye el primer paso para promover el sector creativo en un nuevo territorio a través de un proceso conocido como «mapeo». Este modelo de análisis, descrito en todas las guías de implantación de industrias culturales y creativas, permite recopilar estadísticas básicas y generar mecanismos de medición constantes para evaluar el rendimiento de los procesos de regeneración urbana.

Por otro lado, uno de los aspectos más estudiados a principios de milenio fue comprender las claves y dinámicas que hacen que un territorio prospere en la implantación de la economía creativa (Comunian et al., 2021). El ensayo de Chapain explica que el éxito de las industrias creativas radica en las ventajas y desventajas que ofrece cada lugar, generando un análisis de las dinámicas e interconexiones entre las industrias creativas y su localización. Así, Chapain identifica cuatro dinámicas interrelacionadas que favorecen el crecimiento y desarrollo de estas industrias. Estas son la infraestructura, la gobernanza, el mercado y la infraestructura social. Estas dinámicas de interrelación se presentan de diversas formas en todos los territorios (Chapain y Sagot-Duvaurox, 2020).

2.1. La ciudad creativa

El concepto de «ciudades creativas» de Charles Landry surgió en el cambio de paradigma hacia una sociedad posindustrial. En esta nueva etapa, la cultura se convirtió en un recurso económico, y las ciudades centralizaron su consumo, intentando ser percibidas como estimulantes e innovadoras para atraer nuevos talentos y residentes. Por otro lado, la economía creativa promovió un modelo que incorpora el reconocimiento explícito de la creatividad y los derechos de propiedad intelectual. Según Mellander y Florida (2021), la «clase creativa» se define por su función económica en la generación de ideas, tecnologías o contenidos creativos. Además, Bauman (2013) defiende que las ciudades deben promover medidas que mejoren la calidad de vida de esta clase creativa para fomentar una ciudad más tolerante y diversa que atraiga o genere empresas.

Por otro lado, la regeneración urbana ha ido acompañada históricamente de cambios en la composición demográfica, económica y espacial de las ciudades. Este proceso busca revitalizar los espacios, ofreciendo nuevas oportunidades para el desarrollo local. A finales del siglo XX, las ciudades comenzaron a adoptar un modelo que promovía transformaciones demográficas y sociales, integrando estilos de vida alternativos centrados en la cultura y el ocio. Sin embargo, estos cambios urbanos conllevan tanto efectos deseados como indeseados. El caso de la gentrificación es el más indeseable de todos.

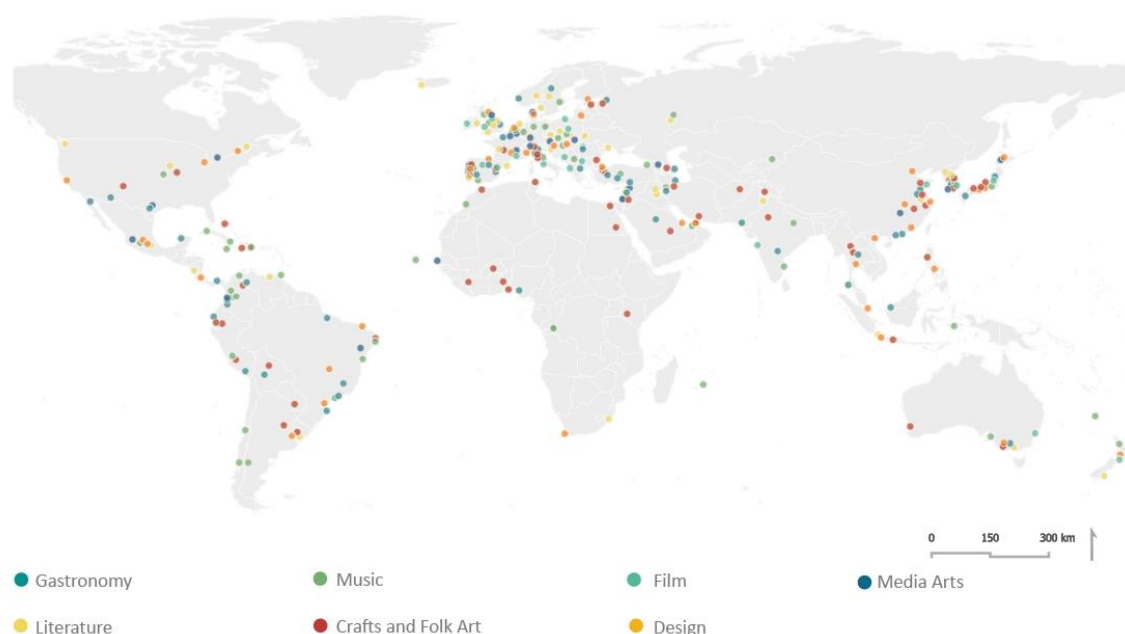
El término «gentrificación» se originó en 1964, en referencia a los cambios de clases sociales generados en Londres cuando la alta burguesía rural británica se instaló en la ciudad. Hoy en día, la gentrificación implica la expulsión de personas y costumbres de un lugar urbano concreto. Además, es la principal causa de reinversión inmobiliaria en zonas urbanas deprimidas o degradadas. Así, la inversión en regeneración urbana atrae a nuevos pobladores con un capital económico más importante y un deseo de consumo cultural. Según Davidson y Lees (2010), las características fundamentales de la gentrificación incluyen la reinversión de capital, la entrada de grupos sociales con mayores ingresos, la transformación del paisaje urbano y el desplazamiento de poblaciones vulnerables. Este fenómeno, a

menudo inducido por la especulación inmobiliaria, requiere que las zonas se devalúen antes de ser objeto de renovación. A su vez, a través de las políticas de regeneración, la intervención pública desempeña un papel crucial en este proceso. Sin embargo, este enfoque puede perpetuar la exclusión social al promover una imagen de civismo y cultura que sólo a veces refleja la diversidad socioeconómica natural de la comunidad.

2.2 Situación actual

Como ya se ha dicho, la economía creativa ha demostrado ser un modelo de desarrollo viable y beneficioso para la regeneración urbana. Como recurso renovable e ilimitado, la creatividad puede impulsar el crecimiento en zonas urbanas y rurales, como demuestra la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO, véase la Figura 1. En los últimos años, un aspecto destacable de las industrias creativas es su relación con la cooperación internacional para implantar modelos de desarrollo socioeconómico. En 2021, la UNESCO declaró el Año Internacional de la Creatividad, reconociendo que la economía creativa aporta el 3% del PIB mundial y promueve el desarrollo sostenible. Además, incluso durante la crisis COVID-19, la economía creativa mostró una mayor capacidad de adaptación que otras ramas económicas.

Figura 1. Localización de las Ciudades Creativas del mundo según la UNESCO, 2021



Fuente: Elaboración propia, 2024.

Sin embargo, diversos estudios han analizado la relación entre la gentrificación y la ciudad creativa desde diferentes perspectivas. Este aspecto representa actualmente el reto y el problema más significativo para las industrias creativas en la regeneración urbana. Existe un debate entre investigadores y agentes políticos sobre el grado de desplazamiento que se produce debido a la gentrificación. Por ello, algunos estudios tratan de cuantificar los efectos sociales, económicos y demográficos que las industrias creativas tienen en las ciudades de todo el mundo. Así, se proponen dos perspectivas críticas de la regeneración urbana:

- La gentrificación existe, pero es evitable.
- La gentrificación existe debido al capitalismo y sus efectos sobre la economía creativa.

El autor Kern (2016) sostiene que las consecuencias del proceso de implicación de las industrias creativas respecto a la regeneración urbana dependen del posicionamiento de los sistemas de gestión urbana. Además, sostiene que el capital cultural concentra el poder de transformar la apariencia, el

valor, el significado y la función del espacio urbano, que a veces está simbólicamente limitado a determinados grupos de ciudadanos. Sin embargo, Kern (2016) también aclara que, aunque el poder cultural es importante, culpar a la comunidad creativa de la gentrificación desvía la atención de la causa principal: la especulación financiera y, en este caso, concretamente, la especulación inmobiliaria. Comprender este papel de la especulación financiera es crucial para una visión integral de la gentrificación.

Por su parte, Sequera y Nofre (2020) sostienen que el sector creativo es un motor de la gentrificación, estructurando su análisis en torno a su influencia en varias dimensiones como la comercial, estudiantil, turística, romántica y de marketing o de identidad urbana. Para clasificar los tipos de gentrificaciones de Kern, examinan los procesos que conducen al cambio espacial y la influencia de los agentes que los promueven, vinculando así la gentrificación con la transformación del paisaje urbano. Sequera y Nofre (2020) también sostienen que el poder especulativo no sólo se concentra en la propiedad del suelo, sino que también se manifiesta en la mercantilización de la cultura a través de espacios comerciales paralelos como las tiendas de las grandes firmas globales. A su vez, consideran que la gentrificación se disfraza bajo el discurso positivo de la regeneración y revitalización urbana y que las políticas públicas que promueven la economía creativa pueden desplazar a los comercios tradicionales y alterar el estilo de vida de los residentes, un aspecto preocupante de este fenómeno (Sequera y Nofre, 2020).

3. Objetivos y metodología

El objetivo principal de este trabajo es destacar las estrategias y herramientas implementadas en Bogotá y Londres para promover la economía creativa como parte estratégica de su regeneración urbana. Para ello, se utiliza una metodología de análisis comparativo entre los estudios de caso de ambas ciudades. Este enfoque es crucial ya que nos permite comprender los aspectos únicos de la regeneración urbana de cada ciudad. Es esencial destacar que, aunque ambas son capitales de sus respectivos países, presentan diferencias significativas en cuanto a recursos económicos, estilos de vida, costumbres ciudadanas, densidad de población y, por último, los procesos históricos urbanos de su formación.

A pesar de estas diferencias, tanto Bogotá como Londres son ciudades pioneras en la implantación de la economía creativa en sus países. Por lo tanto, el desarrollo de las industrias creativas se encuentra en un estado similar de implantación y resultados. El análisis se estructura siguiendo un marco común adaptado a las peculiaridades de cada caso, como son las acciones y actuaciones específicas de cada estrategia urbana, teniendo en cuenta el contexto macroeconómico del país y el contexto microeconómico de las regiones urbanas. Para ello, se hace hincapié en la importancia de las intervenciones espaciales y sociales que han tenido un impacto más significativo en la inclusión y la cohesión social. Las consecuencias socioespaciales de estas intervenciones son de suma importancia y, tras el análisis, se presenta un diagnóstico de la gestión de la regeneración urbana vinculada a los procesos de fomento de la economía creativa para establecer estas consecuencias y determinar si se están cumpliendo los patrones de gentrificación descritos anteriormente.

3.1. El estudio de caso de Bogotá, Colombia

A partir de 2022, la economía creativa de Bogotá se ha convertido en una potencia, generando un valor de producción de aproximadamente 34.400 millones de pesos colombianos (7.644 millones de euros) en toda su región metropolitana. Esta impresionante cifra representa un importante 5,5% del total nacional, lo que convierte a Bogotá en el principal centro de la economía cultural y creativa del país, con una contribución del 54,2% del total. Este es un testimonio del importante papel de la ciudad en la configuración del panorama creativo nacional. (DANE, 2022).

Desglosando estas cifras, se estipula que el 70% del valor añadido procede del sector de las creaciones funcionales que participa en el mercado de gran consumo. Aunque este sector genera los mayores ingresos, el municipio reconoció la importancia de apoyar a los subsectores más tradicionales vinculados a las artes y la artesanía. Este apoyo es crucial no sólo por razones económicas, sino también para preservar el patrimonio cultural. Según Satélite de Bogotá, la población empleada en la economía cultural y creativa alcanzó los 201.909 trabajadores, lo que representa el 5,3% de la fuerza laboral de la ciudad, de los cuales el 93,47% trabaja a tiempo completo. Así, entre 2021 y 2022, el empleo creció 4,9%,

destacándose el aumento de 11,6% en la creación de industrias culturales. Sin embargo, persiste la desigualdad de género, ya que sólo el 39,1% de la plantilla son mujeres.

Para entender la gestión de las industrias creativas en Colombia, especialmente en la región urbana de Bogotá, es necesario analizar su contexto de desarrollo actual. Las estrategias iniciales en Bogotá se centraron en la promoción de la creatividad en el marco de la economía naranja, modelo productivo relacionado con la cultura, latinoamericana. Para ello, se ha realizado una cartografía exhaustiva del territorio urbano. Esta cartografía tenía como objetivo evaluar espacialmente el estado de la economía naranja e identificar las lagunas de información existentes. A partir de estos resultados, se implementaron una serie de acciones públicas colaborativas, tanto locales como nacionales, que inciden directamente en el desarrollo de estas estrategias urbanas. Estas acciones, en las que participaron diversas partes interesadas, condujeron a la creación de organismos específicos encargados de su difusión y control.

Otro aspecto fue la creación de un nuevo marco normativo estratégico de políticas públicas para establecer las bases, regular y promover el desarrollo de la economía naranja. Algunos elementos clave a considerar en este proceso fueron:

- Ley Naranja o Ley 1834 de 2017 (primera de su tipo en América Latina).
- Política Global Naranja 2020
- Plan Cultura 2038
- ReactivARTE
- Política de Economía Cultural Pública y Creativa de la Alcaldía Mayor de Bogotá (2019-2038)
- Programas de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano (ETDH)
- Programa de Conciertos Culturales
- Deducción fiscal en el desarrollo de zonas y distritos creativos
- Áreas de desarrollo de cultura
- Programa nacional de incentivos para artistas y creadores
- Beneficios fiscales para la industria cinematográfica colombiana
- Premios CREActiva de Bogotá

A su vez, y siguiendo el marco normativo, se establecieron medidas y actuaciones que beneficiarían a todos los ciudadanos. Estos fueron los programas de:

- Compartir lo que somos: una propuesta de promoción y difusión creativa y cultural para combatir el aislamiento social
- Programa de estímulo del Distrito de Bogotá
- Proyecto Sandbox Audiovisual implementado por el Ministerio de Cultura de Colombia, en colaboración con Netflix y el BID, está dedicado a capacitar a jóvenes para que accedan a oportunidades en la industria audiovisual, demostrando su fuerte compromiso con el desarrollo de este sector.
- Programa Parceros: programa que enfatiza el embellecimiento y cuidado de la ciudad por parte de los jóvenes, contribuyendo significativamente a la estética y mantenimiento de ésta.

Finalmente, se creó un sistema de medición integral para evaluar la economía naranja en Colombia. Este sistema, implementado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), incluye dos nuevas Cuentas Satélite de Economía Cultural y Creativa: una a nivel nacional y otra específica para Bogotá (CSECCB). Desde 2019 se ha realizado un seguimiento riguroso que ha dado como resultado la publicación de al menos dos informes anuales. La cuenta satélite establece indicadores de medición que permiten evaluar el impacto de la economía naranja en términos socioeconómicos y territoriales. Cabe destacar que Bogotá es la primera ciudad del mundo en contar con un sistema de seguimiento estadístico de este tipo, proporcionando una fuente de datos completa y fiable para los responsables políticos, las partes interesadas y el público en general.

3.1.1. La estrategia de unificación del territorio urbano

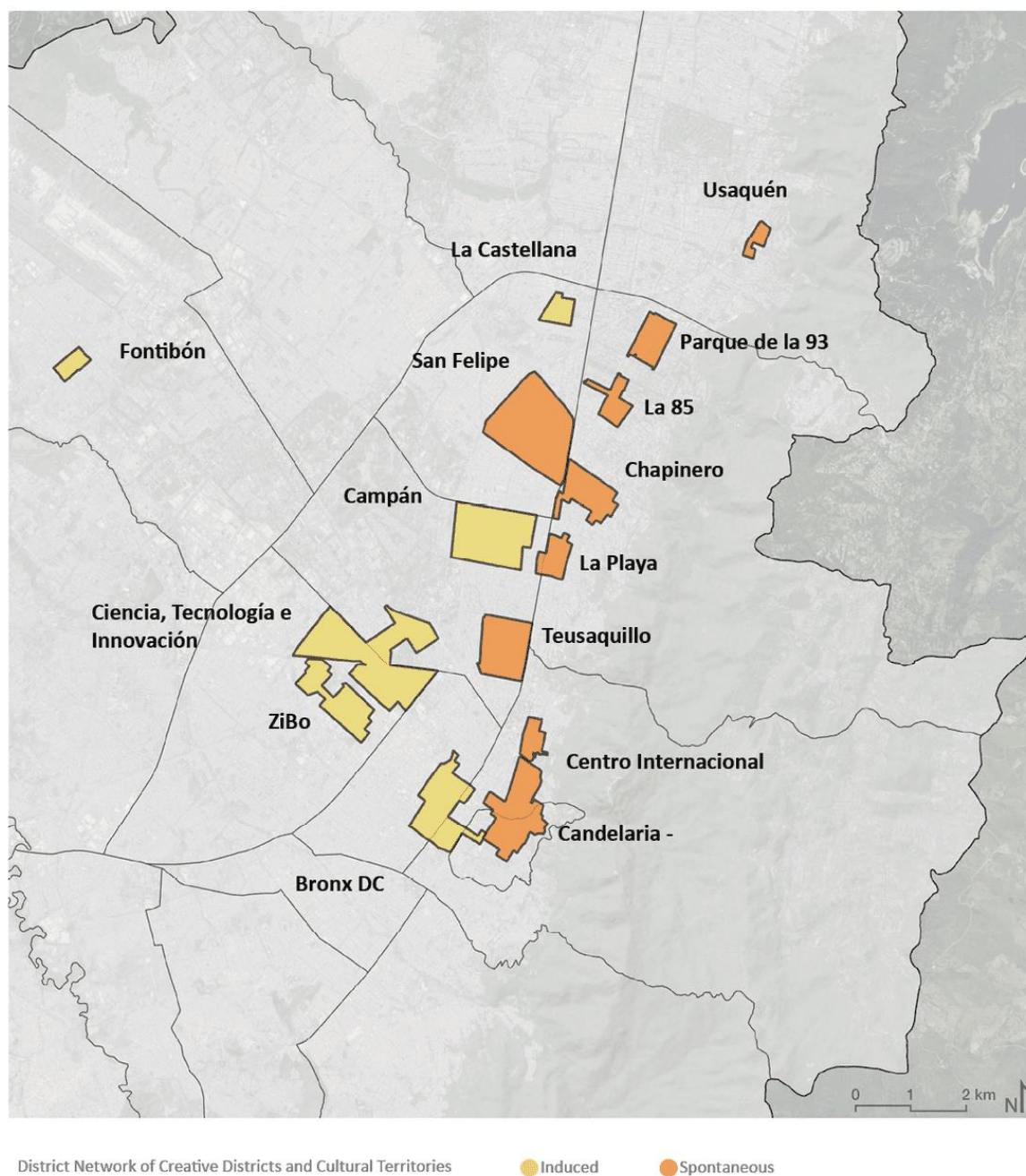
La Política de Economía Pública Cultural y Creativa del Distrito de Bogotá (2019-2038) se basa en cinco líneas de acción: la creación de distritos creativos, la promoción del capital humano, el apoyo financiero,

la ampliación de mercados y la gestión del conocimiento. Esta estrategia transversal no solo orienta el desarrollo de la cultura y la creatividad, sino que allana el camino para un crecimiento y desarrollo significativo, abarcando desde la escala local hasta el impacto a nivel nacional.

La Red de Distritos Creativos y Territorios Culturales (REDD), surgida de la iniciativa «Bogotá CREActiva», está liderada por la Secretaría de Cultura, Ocio y Deporte y busca transformar el territorio mediante la reactivación económica y social de espacios específicos a través de la creatividad y los medios culturales. La REDD está diseñada para conectar e incluir a todos los distritos creativos de Bogotá, fomentando un sentido de comunidad entre más de 250 equipamientos culturales y aproximadamente 4.000 empresas. Este modelo de gobernanza es pionero en identificar 15 distritos creativos y establecer vínculos territoriales entre ellos, clasificándolos como inducidos y espontáneos, lo que refleja un enfoque innovador del desarrollo cultural y creativo de la ciudad. El siguiente plano muestra los espacios:

- Inducida: Las zonas deprimidas o sin uso se delimitan a partir de un análisis previo que busca reactivar el espacio y el desarrollo local.
- Espontáneos: Se delimitan en función de la localización espacial que indica una alta concentración orgánica de actividades y servicios de economía naranja en el territorio.

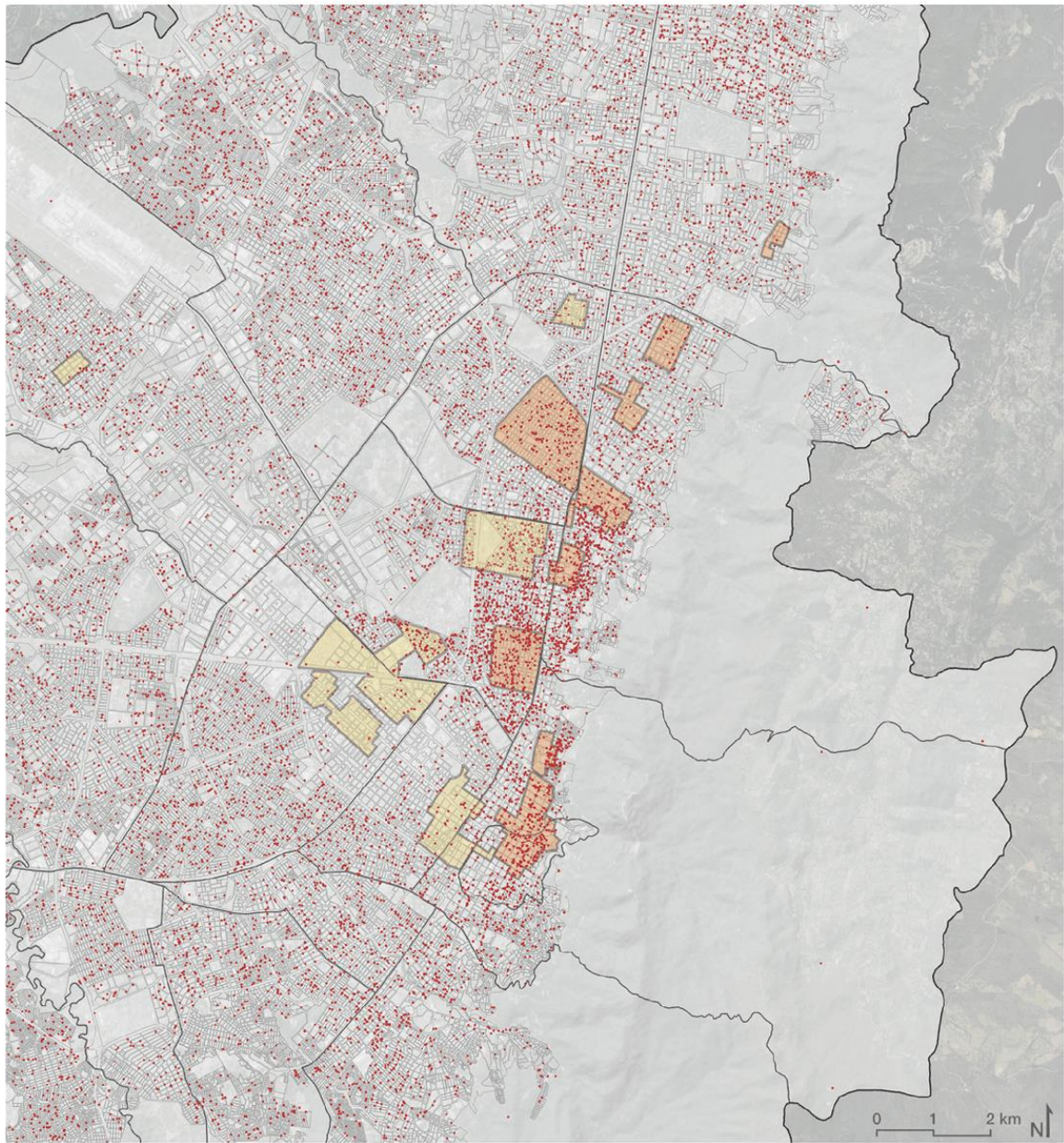
Figura 2. Red de Distritos Creativos de Bogotá



Fuente: Elaboración propia, 2024.

Como se ha señalado anteriormente, la identificación espacial de las industrias creativas es una herramienta fundamental para diagnosticar la situación urbana actual y detectar áreas de intervención. Su localización en Bogotá revela una notable dispersión de artistas y participantes en el sector creativo. De esta manera, se observa una aglomeración más significativa en las áreas específicas inducidas. Este fenómeno sugiere la necesidad de desarrollar políticas y acciones que fortalezcan la infraestructura de conexión de las industrias creativas, promoviendo así un entorno más cohesionado y dinámico que beneficie a todos los actores involucrados en el ámbito cultural y creativo de la ciudad.

Figura 3. Distribución de las Industrias Creativas de Bogotá en talleres, artistas y empresas

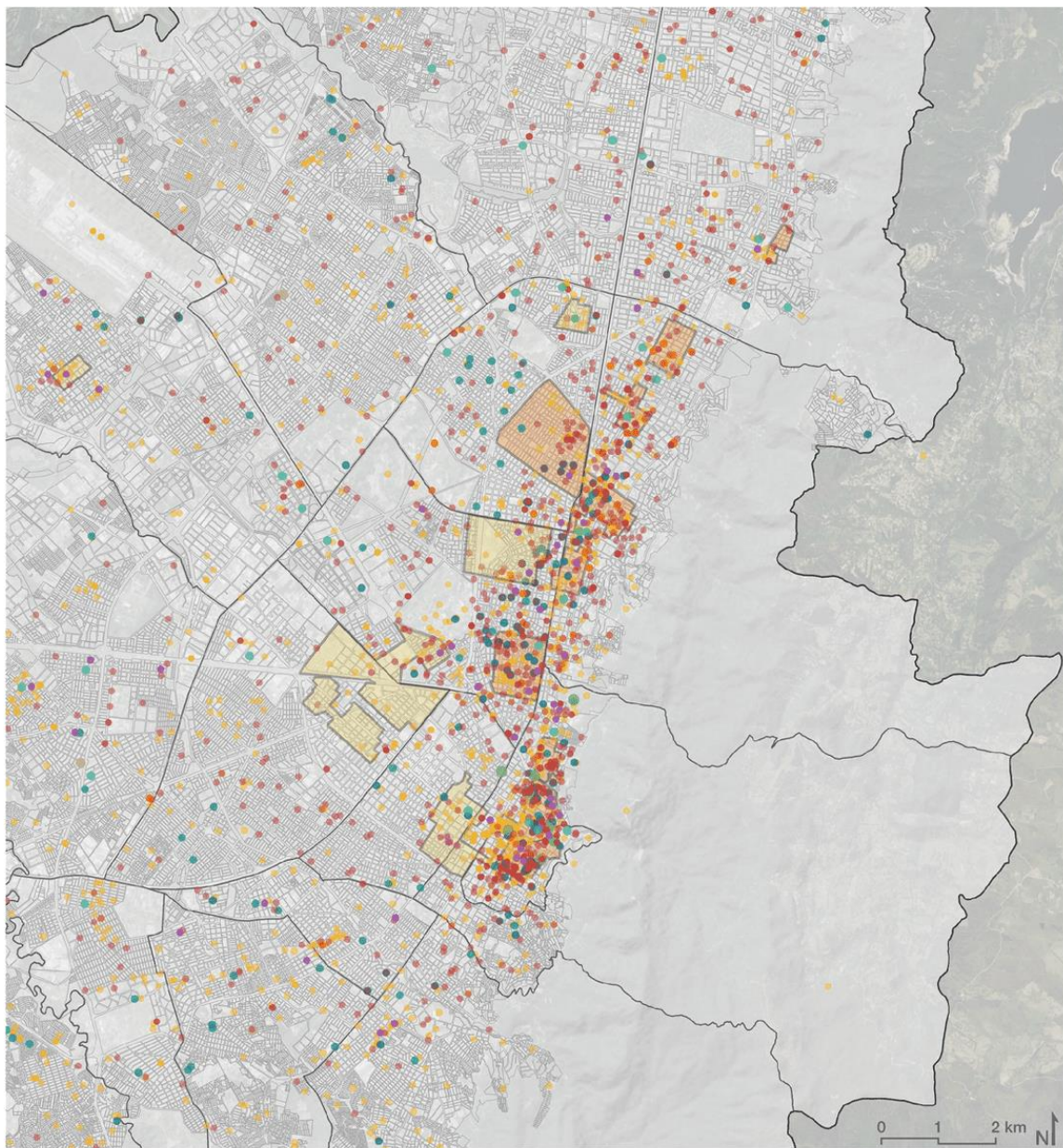


● Artist ● Induced Districts ● Spontaneous Districts

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Además de la distribución espacial de las industrias creativas, es esencial identificar la red de instalaciones públicas y privadas donde interactúan los artistas en el entorno urbano, estableciendo una clara relación sinérgica.

Figura 4. Distribución de los equipamientos públicos y privados de Bogotá

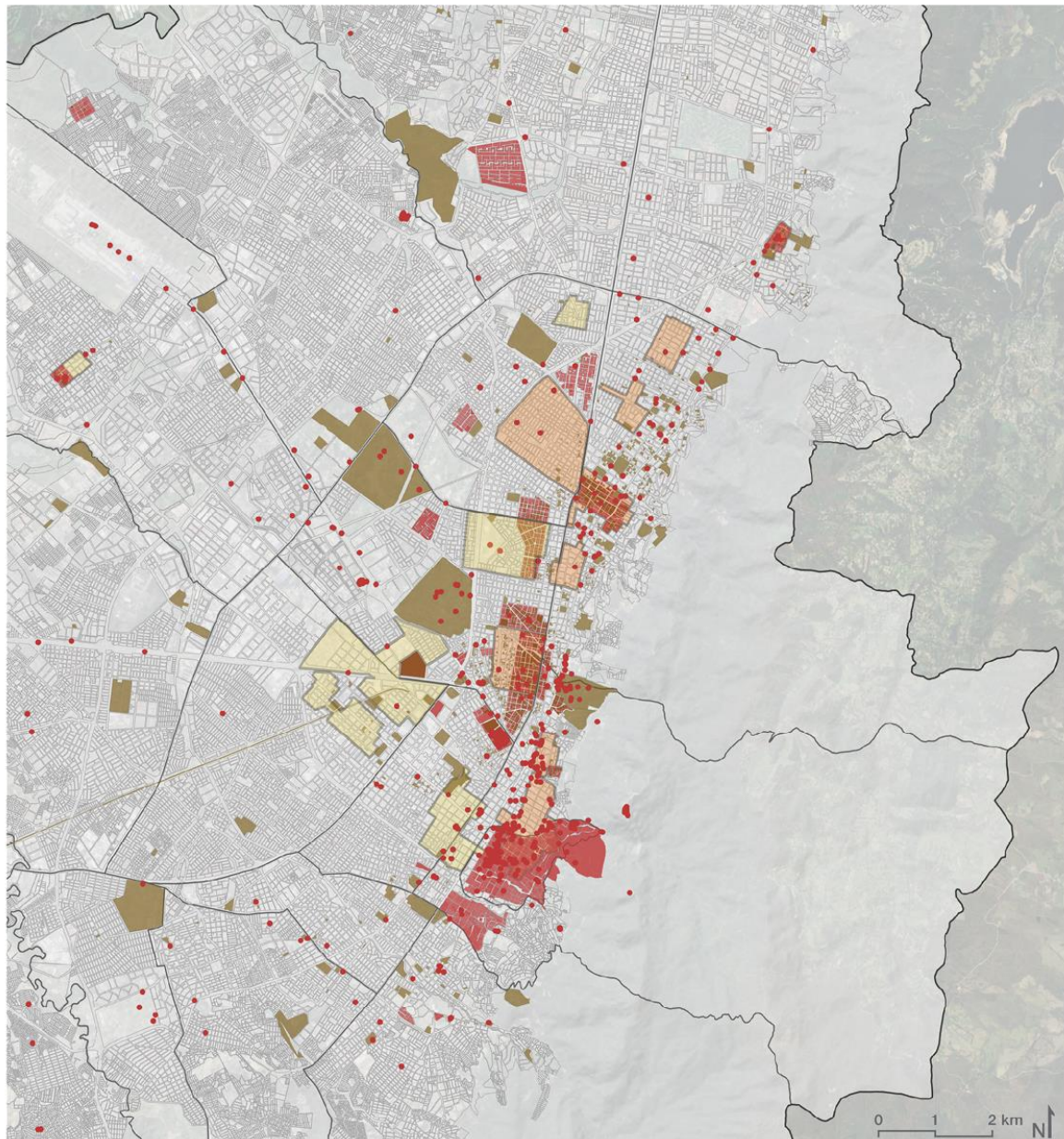


- Independent spaces
- Cultural Space Center
- Urban infraestructure
- Exhibition hall and galleries
- Multifunctional center
- Philharmonic centers
- Theaters and auditoriums
- House of Culture
- Cinemas
- Artistic cultural center
- Libraries
- Spontaneous Districts
- Induced Districts

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Al identificar estos espacios y vincularlos al patrimonio construido de la ciudad, podemos mejorar la comprensión de la regeneración urbana. Este planteamiento, desarrollado a través de un Plan de Patrimonio, es un esfuerzo de colaboración que establece Unidades de Planificación Zonal con áreas de protección normativa en suelo patrimonial. La concentración de monumentos y Bienes Inmuebles de Interés Cultural en el centro histórico subraya su importancia para la economía cultural y creativa de la ciudad y la revitalización de sus residentes, un proceso en el que los ciudadanos, como urbanistas, funcionarios municipales y partes interesadas, desempeñan un papel crucial.

Figura 5. Distribución urbana de los bienes patrimoniales



- Historical monuments
- Assets of cultural interest
- Properties of cultural interest
- Induced Districts
- Spontaneous Districts

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Esto subraya el papel fundamental de la comunidad local en la Red de Distritos Creativos y Territorios Culturales (REDD). Juntos están concibiendo una estrategia integral para devolver a los ciudadanos una superficie de 50.000 m² para su uso en industrias creativas y similares. Esta estrategia es una intervención espacial integral que abarca tanto las zonas públicas como las privadas, garantizando que no se pase por alto ningún aspecto. Así, la regeneración se lleva a cabo mediante la revitalización del espacio público, la rehabilitación de edificios públicos, la mejora de las infraestructuras y la reconciliación de las comunidades locales a través de la creatividad.

3.1.2. Resultados de la regeneración urbana

La Red de Distritos Creativos y Territorios Culturales (REDD) logra relacionar las estrategias de regeneración urbana implementadas en Bogotá con sus industrias creativas. La REDD se complementa

con otros proyectos orientados a mejorar la calidad de vida y la planificación urbana. El Plan Parcial de Renovación y Desarrollo Urbano de 2019 incluyó el desarrollo de Distritos Creativos. Así mismo, delimitó las áreas de intervención, abarcando desde el diseño y estudio hasta el mantenimiento y rehabilitación de espacios.

Figura 6. Red Distrital de Distritos Creativos y Territorios Culturales de Bogotá (REDD) + Bronx

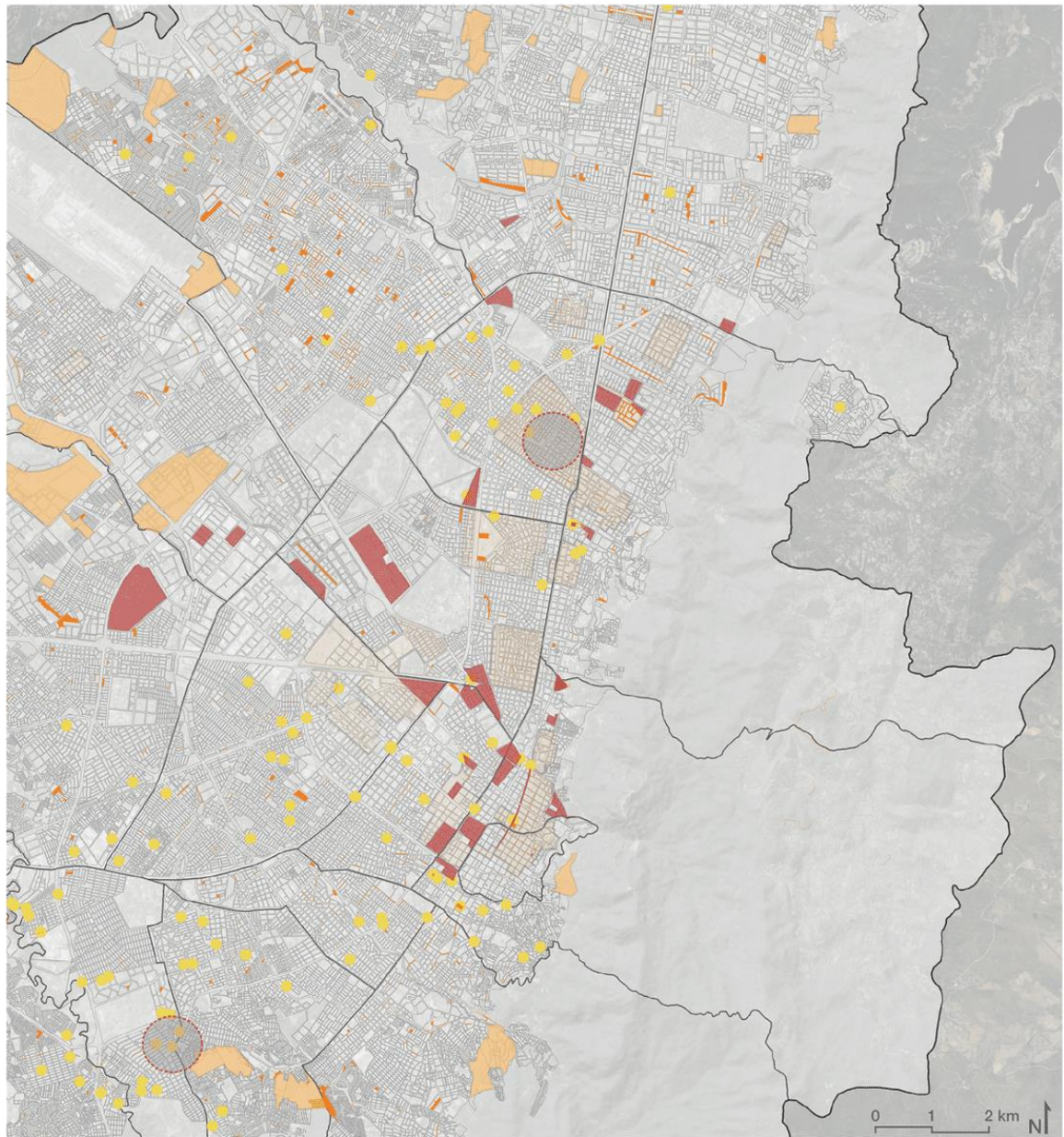


Fuente: Elaboración propia, 2024.

Este plan clasificó las intervenciones en dos categorías: renovación urbana en zonas consolidadas y desarrollo en la periferia. También se contemplaron las Áreas de Mejoramiento del Espacio Público, vinculadas a la estrategia «Juntos Cuidamos Bogotá», que busca embellecer y cuidar el espacio público de la ciudad en colaboración con los ciudadanos. Entre los programas destacados de esta iniciativa están «Manzanas de Cuidado» y «Barrios Vitales». Este último incluye intervenciones urbanísticas tácticas en 33 barrios, promoviendo la apropiación del espacio público por parte de los vecinos. Por su parte, «Manzanas de Cuidado» pretende abordar la equidad en el trabajo de cuidados, proporcionando instalaciones y servicios que contribuyan a la igualdad de oportunidades, especialmente para las mujeres. Aunque no son estrictamente culturales, estos proyectos generan mejoras significativas en sus áreas de influencia.

A su vez, Bogotá ha delimitado zonas denominadas «Territorios de Oportunidad», que se ubican en la periferia del municipio, a excepción del Distrito Creativo de Usaquén. En estas zonas periféricas se promueven estrategias de innovación y fortalecimiento social, ya que en las zonas residenciales periféricas se presentan asentamientos informales. La Secretaría de Hábitat monitorea la evolución de estos asentamientos. Adicionalmente, existen asentamientos de origen informal en Bogotá, para los cuales se ha desarrollado un programa por parte de la Dirección de Legalización y Mejoramiento Integral. Este programa, muestra del compromiso de la ciudad, busca reducir el déficit de marginalidad física y social de estas viviendas. En estos espacios también se han promovido iniciativas ciudadanas para incorporarlos a su estrategia de regeneración urbana e incluirlos en sus industrias creativas.

Figura 7. Estrategia urbana para intervenciones en espacios públicos



- Economic Advantage Zones
- Intervention areas
- Public Space Improvement Areas
- Vital Neighborhoods Program

Fuente: Elaboración propia, 2024.

3.1.3. Estado de la gentrificación en Bogotá

Los investigadores del fenómeno de la gentrificación en Bogotá señalan que la regeneración urbana, un proceso que implica la devaluación deliberada de las propiedades existentes, desprecia los derechos de los habitantes tradicionales. Consideran que la transformación del centro de la ciudad ha sido un proceso de obsolescencia planificada, una estrategia en la que se disminuye intencionadamente el valor de las propiedades existentes, que culmina con el despojo y la demolición de los espacios de residencia de los lugareños. En la zona del Bronx se llevaron a cabo numerosos desalojos y expropiaciones forzadas para demoler y dejar paso a nuevos espacios culturales.

Urbina escribe sobre la invisibilidad que genera el desplazamiento de los problemas sociales, cuestionando a dónde se trasladan los sujetos desplazados y cómo se confinan los problemas existentes.

Argumenta que los planes culturales tienen el potencial de desmarginalizar, pero actualmente, la población previamente asentada no está involucrada. Esta falta de participación es un tema apremiante, ya que su legado cultural es utilizado sin su participación (Urbina Vanegas, 2015).

Acosta Salinas, figura destacada de los estudios urbanos, ha identificado tres mecanismos fundamentales que se promueven en Bogotá durante el proceso de gentrificación. Uno de estos mecanismos consiste en buscar un cambio en la composición social de la zona para obtener una imagen depurada y un paisaje urbano higiénico. Esto a menudo conlleva el desplazamiento de las personas que ocupan el espacio público de manera informal, un cambio que puede afectar significativamente a la comunidad. Otro mecanismo identificado por Salinas implica la activación de políticas públicas de regeneración. Estas políticas, que implican la reinversión en infraestructuras, desempeñan un papel crucial en el desarrollo urbano. Sin embargo, también provocan el desplazamiento de la población existente, un hecho que es importante tener en cuenta en el contexto de la gentrificación. El tercer mecanismo identificado por Salinas consiste en promover la comercialización de la cultura y la economía creativa como estrategia de desarrollo urbano. Este enfoque estratégico del desarrollo urbano es un aspecto importante del proceso de gentrificación, que arroja luz sobre las complejas dinámicas en juego en las zonas urbanas (Acosta-Salinas, 2017).

La ciudad de Bogotá presenta una notable segmentación, caracterizada por una clara estratificación socioeconómica que fragmenta doblemente su estructura urbana. Mayorga y Ortiz Véliz (2020) han investigado las desigualdades en el acceso a prestaciones y derechos relacionados con los servicios de cultura, educación y ocio en este contexto segregado. Su reflexión concluye que la planificación urbana no consideró cómo la falta de estos servicios en áreas específicas impactaría negativamente en la calidad de vida de sus habitantes. La investigación subraya la necesidad de diseñar la forma y estructura urbana con criterios de equidad en el acceso a estos servicios para garantizar la cohesión social. Se propone que el acceso a los servicios culturales, entre otros, puede ser un método teórico eficaz para reducir la segregación urbana, ya que estos servicios facilitan el cruce de horizontes cognitivos y promueven la interacción entre diversos miembros de la sociedad. Así, se destaca la importancia de integrar la cultura en la planificación urbana para fomentar una mayor inclusión y cohesión social en Bogotá. Todos estos aspectos están contemplados en la estrategia de regeneración urbana, pero es crucial comprender sus implicaciones para el desarrollo de las industrias creativas en la ciudad, ya que esta comprensión puede orientar y mejorar nuestros esfuerzos de planificación urbana (Mayorga y Ortiz Véliz, 2020).

3.2. El caso de Londres, Reino Unido

La economía creativa de Londres, una mezcla diversa de industrias culturales y profesionales no creativos sigue una trayectoria de rápido crecimiento. A pesar de que el área metropolitana de Londres solo representa el 13 % de la población del Reino Unido, concentra un significativo 31 % del empleo creativo y el 34 % de las empresas vinculadas al sector, según datos de 2019. Las industrias creativas del Gran Londres no solo crecen, sino que prosperan, superando a cualquier otra región del Reino Unido. Su expansión supera incluso el crecimiento de la economía londinense, contribuyendo con un prometedor 16% al aumento de los empleos relacionados con el consumo. El informe «2021 City Council» revela que aproximadamente 1,1 millones de personas forman parte de esta dinámica economía creativa en el Gran Londres, lo que representa un sustancial 21,1% del empleo total, frente al 16,9% en 2016 (Deda, 2019). Sin embargo, un estudio del PEC 2021 descubre algunas disparidades, ya que uno de cada cinco trabajadores de este sector son hombres blancos y el 52% de los trabajadores creativos proceden de una clase socioeconómica alta.

El Reino Unido reconoce servicios dentro de la economía que pueden agruparse y promoverse conjuntamente como clúster, como la creatividad y la cultura. Destaca su evidente reconocimiento histórico y el potencial económico del sector artístico. Se ha producido un cambio significativo en la percepción de las artes y los productos culturales, que antes se consideraban marginales y dependientes de subvenciones. Este cambio, marcado por una clara relación espacial entre estas industrias y los entornos urbanos, se ha obtenido desde la creación del Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte en 1997. Este cambio queda aún más patente con la publicación de Creative Industries-Mapping Documents de 1998, que clasificaba 13 áreas de creatividad y cultura. Este cambio de percepción y el compromiso del Reino Unido con el sector artístico deben inspirar optimismo sobre su futuro: Televisión y radio, Software, Publicidad, Artes escénicas, Música, Software interactivo de

entretenimiento, Cine y vídeo, Moda, Diseño, Artesanía, Antigüedades, Arquitectura e Industrias editoriales.

De este modo, y a través de la localización espacial inicial de las industrias culturales y creativas en el Reino Unido, se generó una mayor concienciación entre diversos agentes públicos y privados sobre su importancia y potencial económico. Así, en 2001 se llevó a cabo un seguimiento para cubrir las lagunas de información detectadas previamente, lo que permitió una clasificación más precisa de las ramas de las industrias creativas. Este proceso reconoció formalmente la economía creativa en la política inglesa en 2006, ampliando el enfoque a un espectro más amplio de actividades económicas. A su vez, establecer programas de evaluación continua del sector ha sido fundamental para impulsar medidas adaptadas a las necesidades específicas de los agentes implicados. Por ejemplo, la identificación de la falta de herramientas de comunicación entre los actores llevó a la creación del Consejo de Industrias Creativas en 2011, que actúa como plataforma de diálogo entre el Gobierno y los agentes culturales. El compromiso del Gobierno con el futuro del sector queda patente en el establecimiento del Pacto Sectorial de Industrias Creativas, en el que se compromete a apoyar el desarrollo de capacidades, el acceso al mercado, la financiación y las infraestructuras. Para impulsar este sector se han puesto en marcha esfuerzos sostenibles por parte de agentes públicos y privados, que incluyen incentivos fiscales y la promoción de políticas de clústeres y hubs creativos, así como la creación de sinergias entre el mundo académico, la industria y el gobierno.

El desarrollo de la economía creativa en el Reino Unido se ha visto impulsado principalmente por iniciativas gubernamentales y la expansión de políticas públicas que pretendían aprovechar el patrimonio cultural y el talento creativo del país. Este crecimiento económico se ha logrado mediante una combinación de inversiones estratégicas, marcos de apoyo educativo y la fundación de asociaciones de colaboración. Asimismo, aunque la economía creativa ha experimentado un crecimiento exponencial, su progreso se ha visto afectado tanto por la crisis provocada por la pandemia COVID-19 como por el Brexit. Para hacer frente a estos retos se han puesto en marcha medidas específicas, como los fondos de recuperación cultural. A lo largo de los años, la economía creativa en el Reino Unido ha logrado desarrollarse gracias a políticas e intervenciones proactivas que buscan maximizar el potencial del patrimonio cultural y el talento creativo. Esto se ha logrado mediante incentivos fiscales y la promoción de agrupaciones creativas. El papel del Gobierno británico en el fomento de un ecosistema colaborativo ha tranquilizado al público sobre el futuro de la economía creativa, consolidándola como motor fundamental de la innovación y la prosperidad del país. Para lograrlo, se han seguido varias fases, empezando por la creación de nuevos órganos administrativos directamente vinculados al desarrollo, la difusión y el seguimiento de esta estrategia para las industrias creativas.

Por otro lado, entre las estrategias y políticas públicas que participan a todos los niveles en el área metropolitana de Londres, destacan las siguientes:

- Inglaterra Creativa
- Estrategias culturales del ayuntamiento de Londres.
- Grado de Negocios Internacionales
- Política de Industrias Creativas
- Plan de infraestructuras culturales de Londres

A su vez, dentro de las estrategias públicas y privadas, una serie de iniciativas y programas promueven las industrias creativas. La naturaleza del programa varía en función del interés, como financiero, educativo, de tutoría, etc. Entre las iniciativas y programas más destacados para promover la economía creativa se encuentran:

- Panel de empresas de Londres
- Federación de Industrias Creativas
- Subvención a la empresa creativa
- Fondo de coinversión de Londres
- Festival de Diseño de Londres
- Semana de la Moda de Londres

De este modo, la estrategia londinense está intrínsecamente ligada a la organización del espacio. Las primeras medidas espaciales consistieron en agrupar sectores similares para formar clústeres y hubs, que crearon más de 200 micro clústeres. Esto se hizo porque la agrupación de actividades genera beneficios económicos y sociales para las empresas y los trabajadores. Además, estos clústeres fomentan la innovación y la gestión interna a través de las sinergias y el intercambio de conocimientos. Así, se ha demostrado que las concentraciones en los sectores cultural y creativo estimulan la colaboración. Los empleados de estas áreas suelen tener niveles educativos más altos y competencias artísticas muy desarrolladas. A su vez, la existencia de un sector consolidado en una zona concreta promueve la inversión en infraestructuras y vivienda, adaptándose al estilo de vida de sus trabajadores. Los clústeres de tipo hub han dado lugar a redes como la de Tramperry, y existen planes para expandir el modelo por barrios y distritos como East Bank y District Design London, liberando así todo el potencial de la economía creativa en Londres e inspirando un futuro más brillante (Corcillo, 2021).

Por ello, desde 2018, Londres ha puesto en marcha la estrategia Creative Enterprise Zones (CEZ), enmarcada en el Plan de Estrategia Territorial de la ciudad. Esta iniciativa responde al crecimiento de oportunidades y clústeres en el sector y apoya a las industrias culturales y creativas. Las CEZ se basan en la lógica de los clústeres, que son concentraciones geográficas de industrias, empresas y profesionales del sector cultural en áreas específicas (Leisewitz et al., 2022).

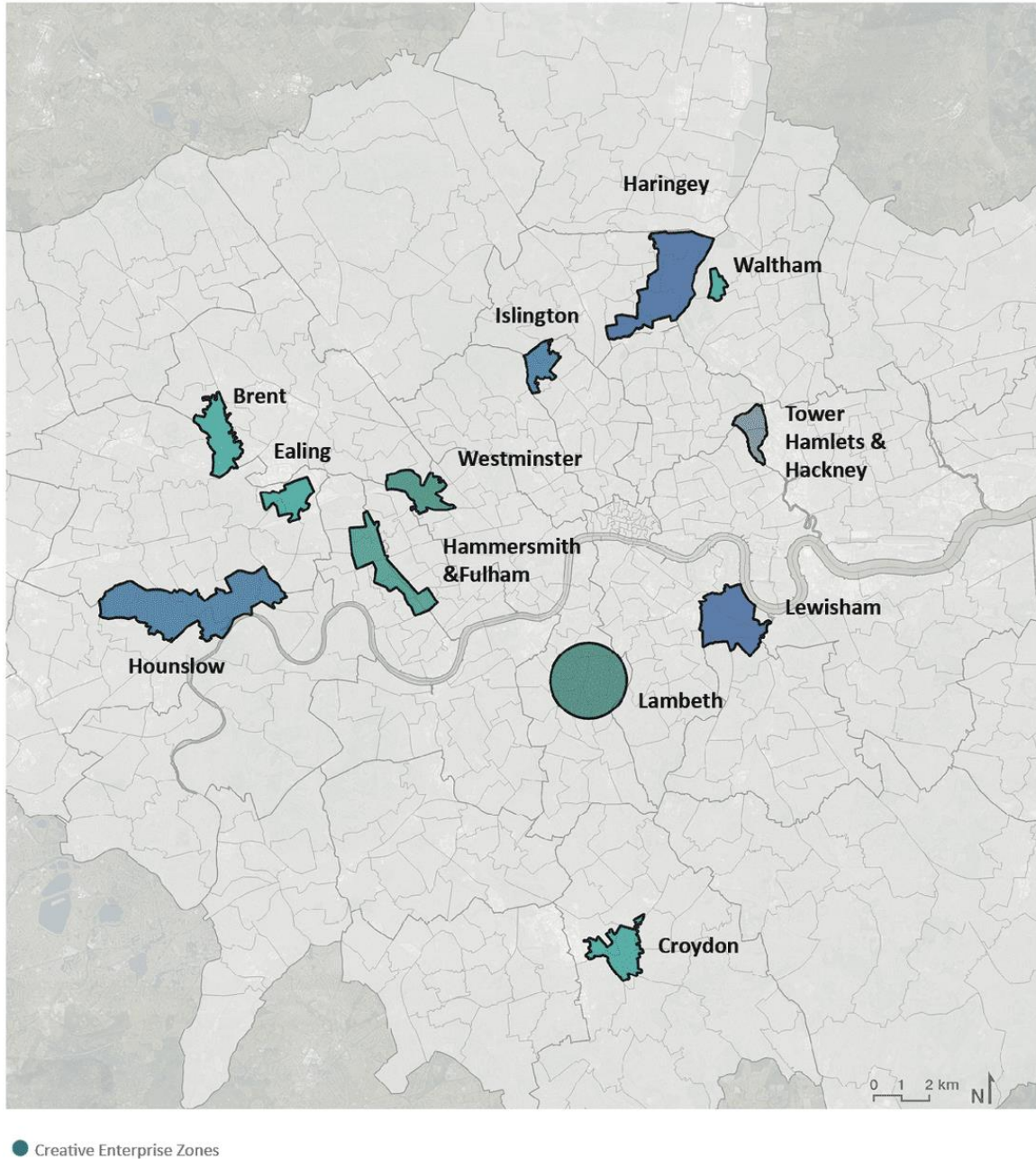
Figura 8. Protesta urbana por los CEZ en Hackney's Creative - Londres



Fuente: Elaboración propia, 2024.

La estrategia pretende apoyar a las empresas y artistas locales, convirtiéndolos en parte integrante del paisaje cultural y creativo de la ciudad. Al ofrecer espacios de trabajo asequibles y fomentar el espíritu empresarial, garantiza que todo el mundo tenga la oportunidad de contribuir a la vibrante escena cultural y beneficiarse de ella. Además, pretende crear nuevas oportunidades de empleo creativo, animando a la población local a adquirir conocimientos y herramientas en el ámbito cultural, fomentando aún más el sentimiento de inclusión. La estrategia, estructurada en tres pilares fundamentales: creación de espacios, políticas de desarrollo y apoyo a las empresas, está diseñada para ser adaptable. Esta adaptabilidad permite a cada una de las doce zonas programadas centrarse en uno o integrar los tres, garantizando la eficacia de la estrategia en contextos urbanos diversos.

Figura 9. Zonas del Gran Londres donde se concentran las industrias creativas



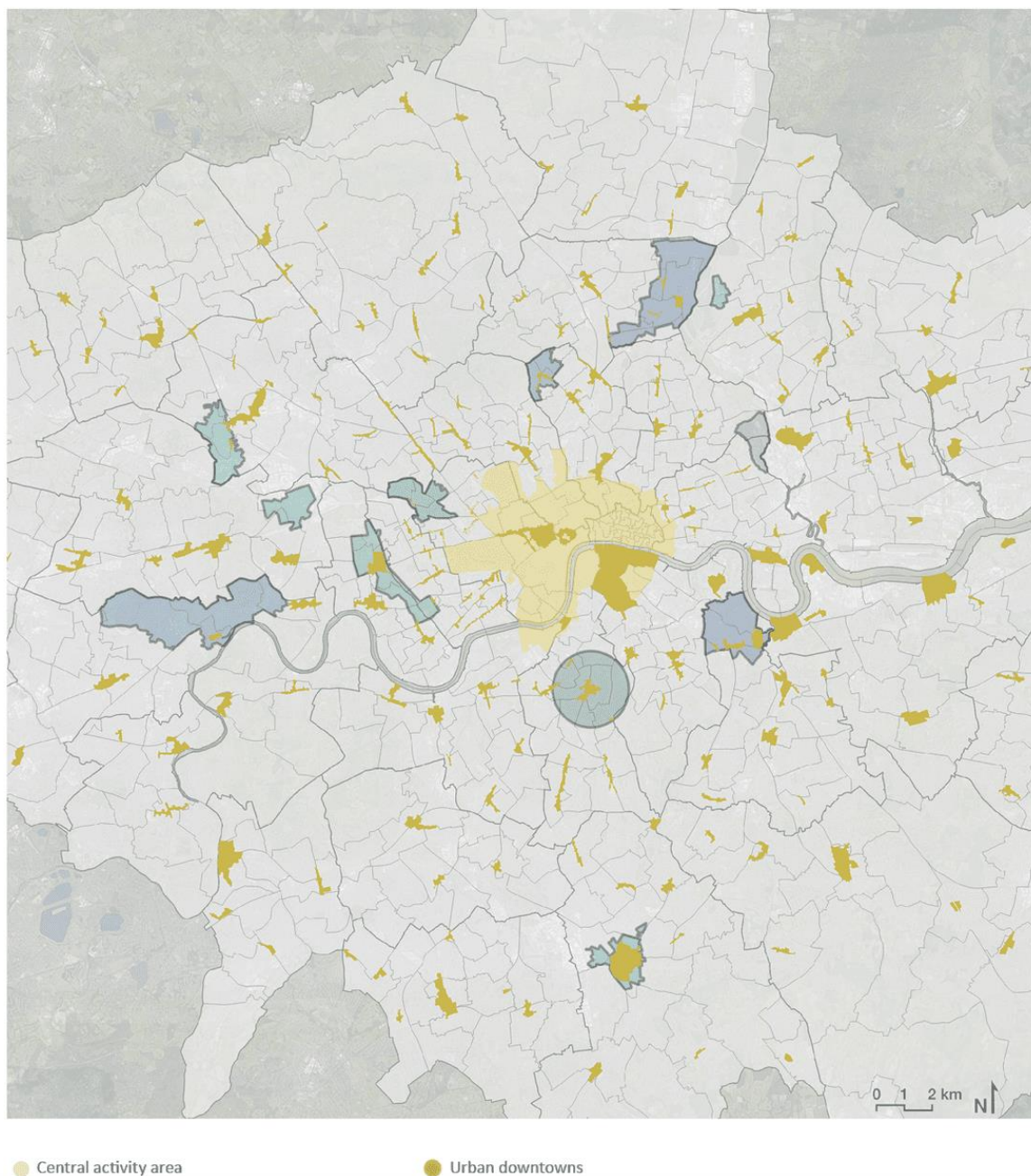
Fuente: Elaboración propia, 2024.

En concreto, muestra cómo se han puesto en marcha proyectos en las Zonas de Empresas Creativas (ZEC) de Lambeth y Hounslow para garantizar la asequibilidad de los espacios de trabajo. En Lambeth, el proyecto International House, gestionado mediante una asociación público-privada, permite el uso sin restricciones de un edificio público renovado para artistas y preserva espacios para grupos vulnerables. Por cada espacio de trabajo alquilado por un particular, se ofrece uno gratuito a un beneficiario que lo necesite, regulando así los precios de las oficinas. En Hounslow, se ha renovado un edificio municipal para crear Digital Dock, un espacio de trabajo adaptado a las nuevas demandas post-COVID, que permite reservar espacios por horas o días y está equipado para diseñadores y creadores de contenidos digitales. Esta iniciativa responde al aumento de los alquileres en la zona, que dificulta a los emprendedores y startups locales encontrar espacios asequibles. Además, la Alcaldía ha creado el Creative Land Trust, un fondo para garantizar la asequibilidad de los espacios de trabajo, que financia la adquisición de edificios para artistas. También se ha lanzado una guía para animar a los propietarios

a ofrecer sus inmuebles para usos culturales, promoviendo así un entorno más accesible para los creativos.

De este modo, Londres mide su estrategia a través de los centros urbanos que conforman su área metropolitana y las actividades que se desarrollan en su zona histórica central. La estrategia de regeneración urbana por excelencia en Londres se centra en el distrito cultural de East Bank. Promueve la colaboración entre instituciones culturales y educativas y empresas privadas. Este proyecto en el Parque Olímpico Queen Elizabeth pretende revitalizar la zona creando un complejo que contribuya significativamente a la generación de empleo, incluyendo entidades como el BBC Music Studio y el University College London.

Figura 10. Áreas de negocio del Gran Londres y su centro urbano consolidado

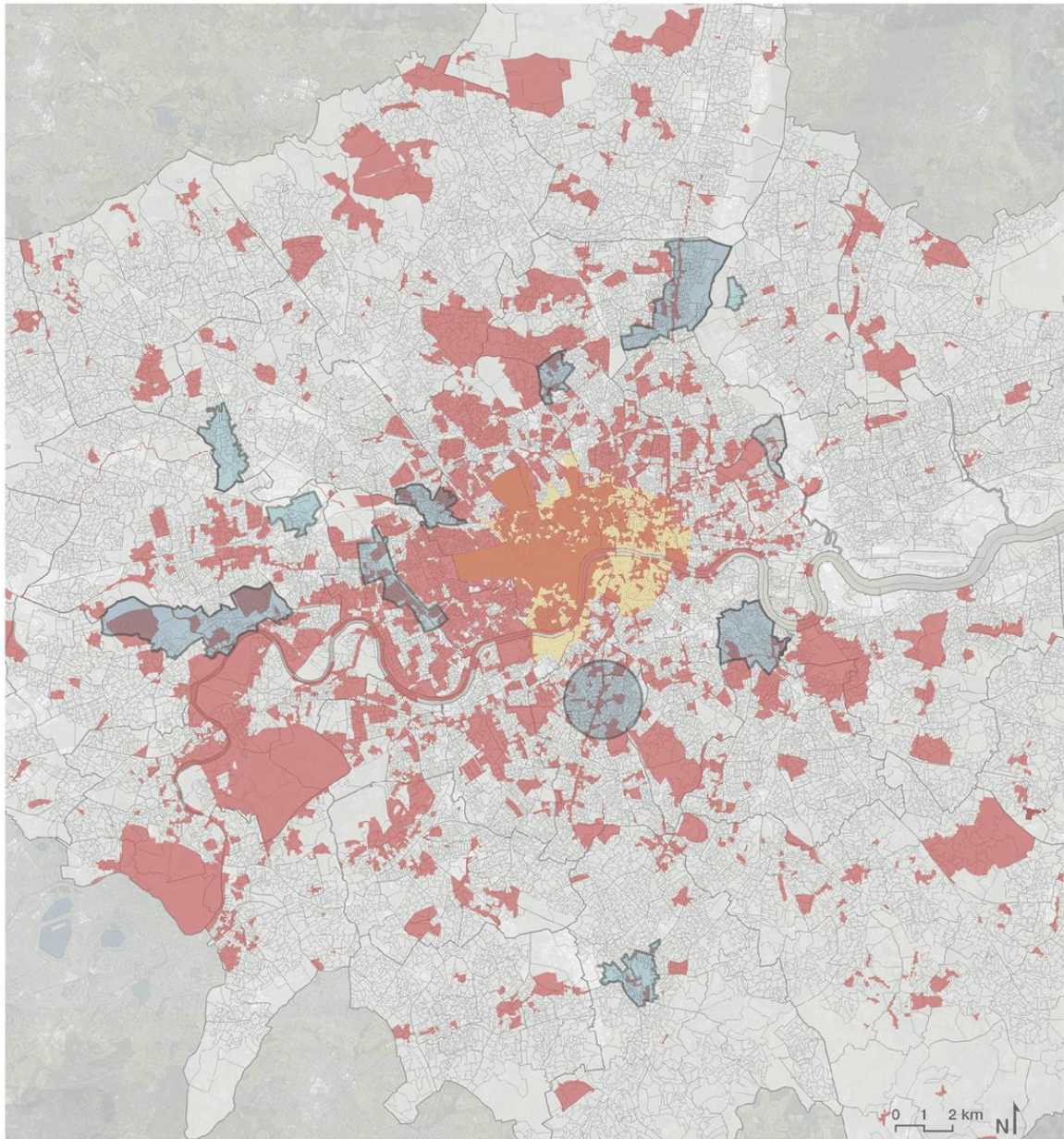


Fuente: Elaboración propia, 2024.

Este esfuerzo se distingue por ser la iniciativa que más financiación cultural ha recibido en los últimos siglos. Aunque el proyecto se desarrolla por fases, varias instalaciones están operativas desde 2023. También se ha establecido una conexión entre el patrimonio material construido y la distribución de las industrias culturales y creativas, inspirando una visión del desarrollo urbano que integra patrimonio y

creatividad. Esta relación patrimonial puede observarse en las regiones urbanas del Gran Londres. Aunque la ciudad alberga 166 monumentos declarados, las zonas destinadas a la conservación son fundamentales para el desarrollo cultural. Por ello, la estrategia de East Bank pretende revitalizar la zona y reforzar el ecosistema cultural de Londres, garantizando que el patrimonio y la creatividad se integren eficazmente en el tejido urbano.

Figura 11. Áreas de conservación estratégicas en el Gran Londres



● Conservation areas

Fuente: Elaboración propia, 2024.

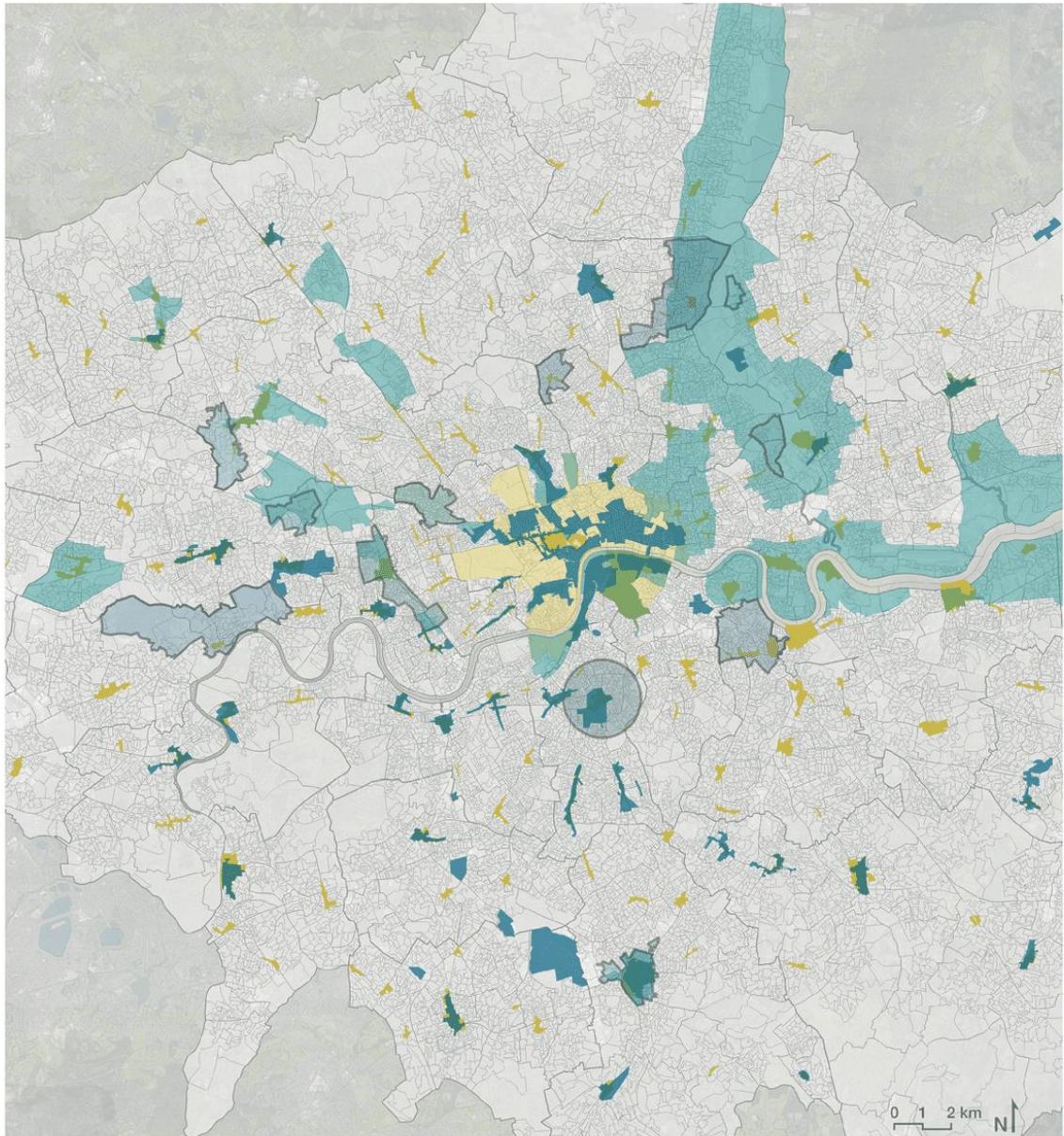
3.2.1. Desarrollo de políticas de ZEC

El Programa de Subvenciones para Espacios de Trabajo Creativos de Londres apoya a jóvenes artistas menores de 25 años. Estas subvenciones han cubierto hasta el 40% de los costes de espacios de trabajo en la zona de Croydon (Greater London Authority, 2021). Además, en Croydon se crearon fondos de ayuda económica para ayudar a la comunidad a hacer frente a la crisis derivada de COVID-19. Estos fondos se centraron en la ayuda a establecimientos culturales y artísticos. Por otro lado, en Lambeth se ofrecieron subvenciones para cubrir tres meses de alquiler y se crearon tres fondos diferentes para

apoyar a organizaciones y trabajadores del sector artístico. Además de las ZEC, Londres está aplicando otras estrategias urbanas, como las Áreas de Oportunidad, que pretenden desarrollar terrenos no utilizados para nuevos proyectos de uso mixto, identificando zonas con potencial para viviendas y espacios de trabajo. Las Áreas de Intensificación también se centran en el desarrollo de viviendas y puestos de trabajo mediante el aumento de la densidad en zonas ya existentes. Estas estrategias no son meros planes sobre el papel, sino oportunidades para que las partes interesadas participen activamente en la configuración del futuro de la ciudad. La estrategia de vivienda se basa en utilizar la financiación pública para atraer a promotores privados. También clasifica en cinco categorías los barrios que concentran más actividad comercial y cultural. El centro de Londres es la Zona de Actividades Centrales, que pretende mejorar la calidad de los espacios y fomentar un entorno propicio para empresas, residentes y turistas.

En este sentido, en Londres también existen los Business Improvement Districts. Se trata de zonas delimitadas geográficamente en las que los comercios locales deben pagar una tasa adicional para beneficiarse de la generación de proyectos de desarrollo local. En la actualidad, hay setenta zonas demarcadas donde se aplica esta estrategia.

Figura 12. Oportunidades de negocio y áreas de mejora en el Gran Londres



- Central activity zone
- Urban downtowns
- Opportunity areas
- Business Improvement Districts

Fuente: Elaboración propia, 2024.

3.2.2. La gentrificación en el caso de Londres

Londres tampoco es ajena al fenómeno de la gentrificación y el desplazamiento de su población. Según Copper y su equipo, el vínculo entre la regeneración urbana y los efectos de estos desplazamientos se hizo especialmente evidente a principios de la década de 2000. En este contexto, es crucial entender que la gentrificación no es un proceso natural, sino un fenómeno inducido por la administración con ánimo de lucro. Se caracterizó por la venta de propiedades públicas en el centro y por el desplazamiento de residentes para desarrollar proyectos inmobiliarios privados con una fuerte inversión extranjera (Cooper et al., 2020).

A principios de la década de 2000, la gentrificación se extendía principalmente por el este de Londres, mientras que, en la actualidad, las zonas del noroeste se identifican como las más vulnerables a este proceso. Además, se observan continuos desplazamientos en los barrios periféricos y del sur de la ciudad, lo que provoca importantes trastornos en estas comunidades. Esto se debe al alto valor del suelo,

que afecta no sólo a la vivienda, sino también a los espacios comerciales y a la asequibilidad de los productos y servicios locales. Este elevado coste repercute negativamente en los espacios de trabajo artísticos, lo que agrava aún más la situación. A pesar de las diversas investigaciones sobre la gentrificación, ningún registro nacional o local facilita la medición de su dinámica, lo que dificulta la propuesta de soluciones desde la planificación urbana. Esto se debe a que las estrategias de las ciudades suelen estar ligadas a la explotación económica del suelo en el marco del «buen crecimiento». Sin embargo, los antecedentes revelan una clara intención de maximizar los beneficios económicos a partir del desarrollo de usos inmobiliarios públicos y privados. La estrategia de la Zona de Empresas Creativas (ZEC) se presenta así como un modelo de «buen crecimiento». Sin embargo, revela contradicciones en sus intenciones, ya que pretende atraer artistas a estas zonas para hacerlas más atractivas a nuevos residentes. Sin embargo, se prevé que, aunque los precios iniciales sean bajos, la llegada de nuevos residentes provocará un aumento de los costes, excluyendo a quienes contribuyeron al éxito de estas zonas.

A pesar de los efectos gentrificadores de la clase creativa, la estrategia CEZ se compromete a equilibrar el desarrollo urbano con la necesidad de mantener la asequibilidad de los espacios de trabajo creativos. Aporta financiación y gestión del suelo, aplicando políticas piloto que regulan su uso y protegen las zonas industriales y de oficinas del libre mercado. En Croydon está en marcha un proyecto de regeneración urbana que incluye la concesión de más de cien estudios a artistas en el barrio de Grafton. En Hackney, se ha creado un grupo de presión para establecer el primer Fideicomiso de Terrenos Creativos en respuesta a la subida de los precios inmobiliarios. Además, se ha puesto en marcha el Mercado de Creadores, que atrae a nuevos residentes y fomenta la participación en la oferta cultural. Así, como afirma el informe del CEZ:

También permitió a los nuevos residentes participar en la oferta cultural local. Se observó un crecimiento en todos los ámbitos. En este contexto, puede considerarse que el programa garantiza que los residentes y los creativos se beneficien de un valor social y comunitario adicional junto con las nuevas viviendas y espacios entregados. (Zonas creativas empresariales: Impact Report 2018-2021. Greater London Authority. pp. 4.6).

4. Principales resultados

Tanto Londres como Bogotá se encuentran actualmente en proceso de desarrollo y aplicación de sus estrategias de regeneración urbana. Los resultados obtenidos hasta ahora reflejan el cumplimiento satisfactorio de sus objetivos. A lo largo de las dos últimas décadas, Londres ha realizado importantes avances, llevando a cabo un amplio mapeo y fomentando la creación de hubs y clústeres en todo el Gran Londres. Estas iniciativas abarcan diversos aspectos de la economía creativa, incluidos los distritos y las zonas de empresas creativas (ZEC). En cambio, Bogotá ha iniciado la identificación de desarrollos empresariales y sociales vinculados a las industrias creativas dentro de su tejido urbano, estableciendo rápidamente una estrategia de regeneración y asignando los recursos necesarios para su aplicación. La Red de Distritos Creativos (REDD) de Bogotá pretende conectar los distritos creativos para promover una mayor cohesión urbana, centrándose principalmente en el este de la ciudad. Esta estrategia tiene un gran potencial para el futuro de la ciudad.

Sin embargo, ambas ciudades cuentan con políticas de apoyo y subvenciones para el sector creativo, haciendo hincapié en la equidad, la inclusión de diversos grupos y la diversidad social, especialmente para responder a las brechas sociales identificadas en informes históricos y actuales. La economía creativa tanto en Londres como en Bogotá desempeña un papel crucial en la promoción de la inclusión social, inspirándonos con su potencial para reducir estas brechas sociales. A pesar de los resultados dispares en los procesos de implementación de las estrategias de regeneración urbana en cada ciudad, el papel del sector creativo a la hora de abordar estas brechas sociales es una fuente de inspiración y motivación. Esto pone de relieve que:

1. En ambos estudios de caso, muchas áreas designadas como zonas o distritos creativos se caracterizaban por una población residente con bajos ingresos y una elevada población inmigrante. Además, estas zonas presentaban altos índices de pobreza y delincuencia debido a la presencia de actividades marginales como el tráfico de drogas o la prostitución. Al mismo tiempo, los barrios afectados contaban con un número considerable de personas sin hogar que

vivían en espacios públicos, así como en viviendas en malas condiciones o insalubres. Esta situación refleja la existencia de desigualdades socioeconómicas y segregación espacial en ambas ciudades, donde las zonas con mayor potencial creativo suelen coincidir con áreas urbanas reconocidas como desfavorecidas y estigmatizadas. La revitalización de estos espacios a través de estrategias de desarrollo de la economía creativa plantea el reto de evitar los inherentes procesos de gentrificación que desplazan a los residentes más vulnerables. Por lo tanto, es necesario aplicar políticas que garanticen la inclusión y el acceso equitativo a los beneficios de la regeneración urbana. No se trata sólo de una cuestión de elección, sino de una necesidad para garantizar el bienestar de los habitantes de estas zonas.

2. Otro aspecto clave del proceso de gentrificación en ambas ciudades es el papel de la cultura y la creatividad en la transformación urbana. Las nuevas políticas públicas y la afluencia de residentes con mayores recursos socioeconómicos impulsan esta transformación. En el contexto colombiano, esto es evidente en el distrito del Bronx DC, donde las nuevas políticas han dado lugar a expropiaciones forzosas, legitimando la ocupación del suelo y la expulsión de los anteriores propietarios. En Londres, el establecimiento de Zonas de Empresas Creativas (ZEC) reconoce explícitamente que la cultura y la creatividad pueden ser poderosas herramientas para atraer la gentrificación. Aunque estos factores se utilizan para promover la regeneración urbana, es importante señalar que también pueden provocar desplazamientos.
3. En términos de transformación social, en ambos casos los residentes originales se han visto desplazados de forma significativa. La mejora de los espacios y la promoción de nuevas actividades y oportunidades han modificado el perfil de los residentes de los distritos y barrios abordados. Sin embargo, la velocidad de esta fase y las características de los nuevos usuarios varían en cada caso. En ambos contextos, la parte de la clase creativa con estudios superiores se alinea con la clase privilegiada. Sin embargo, un porcentaje considerable de profesionales del sector, al igual que la población original, son vulnerables a los efectos de la gentrificación en ambos estudios al no poder hacer frente al aumento del precio de la vivienda, de los locales comerciales o del coste de la vida en general. Este fenómeno pone de manifiesto la complejidad de la gentrificación, que implica la llegada de nuevos residentes con más recursos y la transformación de las dinámicas sociales y económicas de las zonas afectadas. Por ello, incluir la cultura y la creatividad en este proceso contribuye a revitalizar los espacios. Sin embargo, también plantea importantes retos en términos de equidad y accesibilidad para los grupos más vulnerables, lo que subraya la urgente necesidad de estrategias de desarrollo urbano más inclusivas.
4. La percepción del proceso de gentrificación como un aspecto positivo o negativo depende principalmente de las intenciones dirigidas por las políticas municipales y, más concretamente, hacia el barrio en cuestión. Casos como los de Londres y Bogotá demuestran que cierto grado de gentrificación puede formar parte tanto de las políticas públicas como de las iniciativas del sector privado. Así, las políticas municipales pretenden erradicar las prácticas existentes en los barrios para promover la seguridad y la prosperidad económica. En Londres, el principal objetivo de la política urbana es el crecimiento económico, incluida la estrategia creativa. En el caso de Bogotá, el objetivo es humanizar los espacios públicos (peatonalización, embellecimiento, instalación de mobiliario urbano, etc.) y mediante la rehabilitación de edificios patrimoniales en riesgo de conservación. Es importante destacar que, en ambos casos, todas las estrategias centradas en la promoción económica y la agenda cultural y creativa son las únicas que incorporan la diversidad y la equidad como ejes transversales en su implementación. Este énfasis en la diversidad y la equidad garantiza que todos los miembros de la comunidad se sientan incluidos y valorados, contribuyendo a un entorno urbano más armonioso y sostenible. Por el contrario, otras estrategias se centran en la explotación del suelo con fines residenciales y comerciales. Esta diferencia pone de relieve la necesidad de un enfoque equilibrado que considere el desarrollo económico y la inclusión social en la gentrificación.

5. Conclusiones

Las ciudades creativas y sus industrias son un punto vital para la regeneración urbana (Liang y Wang, 2020). Sin embargo, a lo largo de esta investigación se refleja la compleja relación entre la economía

creativa y la regeneración urbana, y la controversia existente en torno a la aplicación de la economía creativa como herramienta para la regeneración urbana (Liao y Liu, 2023). Entre estas posiciones encontradas analizadas, destacan aquellas que culpan a la creatividad, la cultura y la regeneración por su papel en el proceso de desplazamiento social de las clases vulnerables. Sin embargo, según los resultados obtenidos al comparar los casos de Londres y Bogotá, también se confirma la afirmación de que la economía creativa tiene el potencial necesario para ser un entorno ciudadano inclusivo. Esta afirmación se sustenta en las actividades, programas e incentivos presentados en ambos casos, que promueven la equidad, la diversidad y la inclusión de sus ciudadanos. También se ha demostrado que la economía creativa puede beneficiar a todas las clases sociales. Se destaca la importancia de realizar estudios de seguimiento en este ámbito, haciendo hincapié en la urgencia de nuevas investigaciones para evaluar adecuadamente las medidas aplicadas para promover la regeneración urbana y evitar sus fenómenos adversos, como la gentrificación.

Es importante señalar que el impacto de la gentrificación va más allá del desplazamiento de la población. A medida que los barrios atraen a residentes con mayor poder adquisitivo, los ciudadanos originales suelen verse desplazados. Sin embargo, los procesos de regeneración urbana pueden producir resultados positivos que van más allá de la influencia de las industrias creativas. Nuestro análisis de estos estudios subraya el potencial de los gobiernos municipales para responder a los conflictos entre residentes y mitigarlos, sobre todo cuando la regeneración urbana se utiliza como medio para especular con el valor del suelo.

Este aspecto es representativo en Londres, donde se prioriza la revalorización del barrio con fines económicos. En este caso, el proceso de regeneración está diseñado para aumentar la calidad de vida y las oportunidades de empleo. Sin embargo, como consecuencia, se produce un aumento de los ingresos que muchos habitantes tradicionales no pueden permitirse por pertenecer a un estrato de renta baja. Esta situación pone de manifiesto la urgente necesidad de asistencia para ayudarles a hacer frente al elevado coste de la vida en la zona. Por otro lado, en el caso de Bogotá, el proceso de regeneración urbana está vinculado a las industrias creativas que generan un crisol socioeconómico entre sus ciudadanos, lo que pretende evitar el desplazamiento de sus habitantes originales. En ambos casos de estudio, la relación espacial urbana relacionada con la regeneración y el fomento de las industrias creativas representa una oportunidad para enfocar políticas representativas que mejoren las asimetrías de las economías urbanas, especialmente las relacionadas con la gentrificación y el desplazamiento de la población con sesgos socioeconómicos más bajos (Zeng et al., 2020).

En conclusión, tras un análisis exhaustivo del proceso de regeneración urbana en ambos casos de estudio, con sus matices negativos y positivos, se cree firmemente que la economía creativa posee un inmenso potencial para generar resultados que beneficien a todas las clases sociales. Este potencial es una de las claves que actualmente promueven los diferentes procesos de regeneración urbana para recuperar espacios urbanos y patrimoniales degradados. Sin embargo, para minimizar los aspectos adversos de la gentrificación, se destaca que éstos dependerán enteramente de la voluntad política y de las decisiones del municipio. Para ello, se debe apostar por una regeneración urbana inclusiva y equitativa, fomentando la creatividad de sus habitantes originales y atrayendo a nuevos ciudadanos.

6. Agradecimientos

Este artículo se basa en una investigación internacional sobre regeneración urbana, que se está probando en casos de éxito para su propuesta en Madrid, concretamente en los barrios y municipios del sur. Esta investigación es un esfuerzo colaborativo, en el que el Grupo de Investigación Madrid Borde Sur y la Universidad Rey Juan Carlos trabajan juntos para lograr un cambio positivo.

Referencias

- Acosta-Salinas, J. M. (2017). *El museo, objeto arquitectónico determinante para el proceso de reconstrucción de un lugar*. [Trabajo de Grado] Universidad Católica de Colombia. <http://hdl.handle.net/10983/15574>
- Bauman, Z. (2013). *Liquid modernity*. John Wiley & Sons.
- Bayliss, D. (2007). The Rise of the Creative City: Culture and Creativity in Copenhagen. *European Planning Studies*, 15(7), 889-903. <https://doi.org/10.1080/09654310701356183>
- Chapain, C., & Sagot-Duvaouroux, D. (2020). Cultural and creative clusters – a systematic literature review and a renewed research agenda. *Urban Research & Practice*, 13(3), 300-329. <https://doi.org/10.1080/17535069.2018.1545141>
- Comunian, R., England, L., Faggian, A., & Mellander, C. (2021). *The Economics of Talent: Human Capital, Precarity and the Creative Economy*. Springer Nature.
- Cooper, A. E., Hubbard, P., & Lees, L. (2020). Sold out? The right-to-buy, gentrification and working-class displacements in London. *The Sociological Review*, 68(6), 1354-1369. <https://doi.org/10.1177/0038026120906790>
- Corcillo, P. (2021). *Social mixing and the London East Village: Exclusion, habitus and belonging in a post-Olympics neighbourhood*. [Phd, Tesis] Birkbeck, University of London. <https://eprints.bbk.ac.uk/id/eprint/47107/>
- DANE. (2022). *Octavo reporte Economía Naranja- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)*. Gobierno de Colombia.
- Davidson, M., & Lees, L. (2010). New-build gentrification: Its histories, trajectories, and critical geographies. *Population, Space and Place*, 16(5), 395-411. <https://doi.org/10.1002/psp.584>
- Deda, W. (2019). *DCMS Sectors Economic Estimates 2019: Business Demographics - Headline Release* (Accredited Official Statistics United Kingdom and ITL1 regions). <https://www.gov.uk/government/statistics/dcms-sectors-economic-estimates-2019-business-demographics/dcms-sectors-economic-estimates-2019-business-demographics-headline-release>
- Fohim, E., Cartel, M., & Kella, C. (2024). Making Sustainable Places Through Spaces: Role Identity Expansion and Imagination in a Swiss Urban Planning Committee. *Organization & Environment*, 37(3), 1-32. <https://doi.org/10.1177/10860266241233600>
- Greater London Authority. (2021). *Mayor to invest nearly £3m in Creative Enterprise Zones* | London City Hall. Londonassembly. <https://www.london.gov.uk/press-releases/mayoral/mayor-to-invest-nearly-3m-in-creative-enterprise>
- Grodach, C. (2017). Urban cultural policy and creative city making. *Cities*, 68, 82-91. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2017.05.015>
- Kern, L. (2016). Rhythms of gentrification: Eventfulness and slow violence in a happening neighbourhood. *Cultural Geographies*, 23(3), 441-457. <https://doi.org/10.1177/1474474015591489>
- Landry, C. (2008). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781849772945>
- Leisewitz, A., Musgrave, G., & Franklin, M. (2022). SHAPESLewisham and the Shape of Lewisham: Connectivity, Communication and Construction in a Creative Enterprise Zone [Report]. Goldsmiths, University of London. <https://www.shapeslewisham.co.uk/>
- Liang, S., & Wang, Q. (2020). Cultural and Creative Industries and Urban (Re)Development in China. *Journal of Planning Literature*, 35(1), 54-70. <https://doi.org/10.1177/0885412219898290>
- Liao, Z., & Liu, M. (2023). Critical barriers and countermeasures to urban regeneration from the stakeholder perspective: A literature review. *Frontiers in Sustainable Cities*, 5, 1-19. <https://doi.org/10.3389/frsc.2023.1115648>
- Mayorga, J. M., & Ortiz Véliz, J. (2020). Segregación e inequidad en el acceso a servicios de educación, cultura y recreación en Bogotá, Colombia. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 29(1), 171-189. <https://doi.org/10.15446/rcdg.v29n1.73395>

- Mellander, C., & Florida, R. (2021). The Rise of Skills: Human Capital, the Creative Class, and Regional Development. En M. M. Fischer & P. Nijkamp (Eds.), *Handbook of Regional Science* (pp. 707-719). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-662-60723-7_18
- Sequera, J., & Nofre, J. (2020). Touristification, transnational gentrification and urban change in Lisbon: The neighbourhood of Alfama. *Urban Studies*, 57(15), 3169-3189. <https://doi.org/10.1177/0042098019883734>
- Tomczak, P., & Stachowiak, K. (2015). Location Patterns And Location Factors In Cultural And Creative Industries. *Quaestiones Geographicae*, 34(2), 7-27. <https://doi.org/10.1515/quageo-2015-0011>
- Urbina Vanegas, D. C. (2015). Antes y después del centro cultural: Renovación urbana y desplazamiento en Bogotá. *Revista Colombiana de Antropología*, 51(1), 217-244. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105042615009>
- Zeng, M., Wang, F., Xiang, S., Lin, B., Gao, C., & Li, J. (2020). Inheritance or variation? Spatial regeneration and acculturation via implantation of cultural and creative industries in Beijing's traditional compounds. *Habitat International*, 95, 102071. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2019.102071>