

MÁSTERES de la UAM

Facultad de Psicología
/ 14-15

Intervención Psicosocial
y Comunitaria



excelencia Campus Internacional
UAM
CSIC+



**Desapropiación y
desplazamiento en
centros urbanos.
Una aproximación
desde la Psicología
Socio-Ambiental y
Comunitaria**

*Begoña Aramayona
Quintana*



**Desapropiación y desplazamiento en centros urbanos.
Una aproximación desde la Psicología Socio-Ambiental y Comunitaria**

El caso de La Latina en Madrid.

Departamento de Psicología Social y Metodología, Facultad de Psicología
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

Begoña Aramayona Quintana
Dirección: José Manuel Martínez



ÍNDICE

A) ANTECEDENTES Y ESTADO ACTUAL DEL PROBLEMA

1. Introducción y contexto de la investigación..... 4

A1. LOS PROCESOS DE GENTRIFICACIÓN

2. El estudio de los procesos de transformación urbana: interés en los aspectos psico-socio-ambientales y comunitarios..... 6
 - 2.1. La interdisciplinariedad como reto..... 6
 - 2.2. Los diseños mixtos y la triangulación..... 6
 - 2.3. El uso de materiales (audio)visuales..... 7
3. Fenómenos urbanos concretos: el estudio de la *gentrificación*.
 - 3.1. Breve reseña histórica..... 9
 - 3.2. Fases del proceso: la degradación/abandono como punto de partida..... 10
 - 3.3. Gentrificación y desplazamiento..... 11
 - 3.3.1. El desplazamiento físico -directo- y simbólico -indirecto-..... 11
 - 3.3.2. Dificultades metodológicas para demostrar la cuestión del desplazamiento. 12
4. Derivaciones específicas: Gentrificación comercial y turística.
 - 4.1. Gentrificación comercial y turismo: el "barrio marca".....14
 - 4.2. Sustitución de clase a través de la sustitución comercial: ¿el desmantelamiento del tejido productivo local?..... 16
 - 4.2.1. Mercados de Abastos: ¿nuevas fronteras, indicadores o estrategias?..... 16
 - 4.2.2. Comercio de proximidad, franquicias y centros comerciales..... 17
5. Aspectos psicosociales y ambientales asociados a los procesos de gentrificación, segregación socio-espacial y desplazamiento..... 19
 - 5.1. Gentrificación y el uso del espacio público (EP). Gestión, apropiación del espacio y enajenación..... 20
 - 5.1.1. El espacio social: un concepto polémico..... 20
 - 5.1.2. El espacio público (EP) como escenario de interacción. Dificultades en la definición de espacio público..... 21
 - 5.1.3. El rol del EP en los fenómenos de gentrificación y turistificación..... 22
 - 5.1.4. La apropiación de los espacios: la producción de lugares..... 22
 - 5.2. Gentrificación e identidades 25
 - 5.2.1. Crítica al concepto clásico de identidad social..... 25
 - 5.2.2. ¿Identidad social urbana? 26
 - 5.2.3. Los componentes afectivos de la apropiación: Apego al Lugar, Sentido de Comunidad y Satisfacción residencial..... 27

B) DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO DE CASO: BARRIO DE LA LATINA EN MADRID

B.1. Delimitación geográfica para el estudio de caso.....	31
B.2. Breve reseña histórica: el comercio de La Latina y el Mercado de la Cebada..	32
B.3. Composición social de La Latina en la actualidad.....	33

C) METODOLOGÍA

C1. OBJETIVOS.....	39
C2. Participantes y características de la muestra.....	39
a) Informantes clave en el registro semi-estructurado.....	39
b) Otros informantes clave (no usados para el análisis categorial).....	41
C3. Técnicas e instrumentos.....	42
C4. Procedimiento.....	42
C5. Análisis de los resultados.....	44

D) RESULTADOS Y ANÁLISIS

1. Identificación simbólica con los espacios.....	47
1.1. Percepción de la identidad barrial.....	47
1.2. Percepción del tejido comercial.....	52
1.3. Percepción del Espacio Público.....	61
1.4. Percepción del espacio habitacional / vivienda.....	71
2. Estrategias y propuestas de acción-transformación.....	79

E) DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES..... 83

BIBLIOGRAFÍA..... 94

ANEXOS..... 102

A . - ANTECEDENTES Y ESTADO ACTUAL DEL PROBLEMA.

1. Introducción y contexto de la investigación

Los fenómenos de transformación urbana comienzan a tomar especial interés en el marco de las disciplinas sociales. En concreto, los fenómenos de gentrificación (Janoschka et al., 2014b) -traducido al español como *aburguesamiento* o *elitización* (Duque, 2010; García y Díaz, 2008)- , y su vinculación con procesos de turistificación en áreas céntricas (Hiernaux, 2012; Hiernaux y González, 2014), comienza a ser un tema emergente en la literatura científica.

No obstante, ni el fenómeno de gentrificación, ni otras derivaciones específicas del mismo, han sido estudiados desde la óptica de los procesos psicosociales, ambientales y comunitarios que acompañan o favorecen al mismo.

El presente trabajo es el resultado de una investigación llevada a cabo en los últimos doce meses, y forma parte de un proceso de investigación más amplio que toma forma mediante el proyecto de mi tesis doctoral.

El objetivo fundamental del estudio consiste en generar un marco de referencia transdisciplinar, entre la Psicología Social, Ambiental y Comunitaria, y los estudios sobre gentrificación y turistificación en cascos históricos urbanos. Fundamentalmente, el objetivo final de la tesis consiste en generar un modelo explicativo de la vivencia psicosocial, ambiental y comunitaria de los pobladores inmersos en áreas en procesos de gentrificación o turistificación.

Para ello, se toma como caso de estudio un escenario: el barrio de La Latina, dados los incipiente procesos de cambio que tomaron forma de manera más intensa hace aproximadamente siete años, y que invitan a sospechar la existencia de procesos gentrificatorios y/o turistificantes.

Así, comienza un proceso de indagación teórica y empírica, fundamentado en metodologías etnográficas (Iñiguez, 1995) y en la que el análisis de materiales visuales (Serrano, 2008) ha terminado siendo el gran protagonista del estudio.

Paralelamente, bajo el proyecto de la realización de un documental social (en colaboración con el Colectivo Imaginario Social¹), algunas de las entrevistas a informantes clave se registraron en un formato audiovisual. El objetivo de este procedimiento consistía en sistematizar visualmente la realidad analizada, explorar los márgenes transdisciplinarios entre la investigación social, la intervención urbana y las artes visuales, y generar una herramienta que pudiera servir como difusión y diseminación de los resultados.

Además, dada mi residencia semi-permanente en el barrio desde hace aproximadamente veinte años, el abordaje de la investigación pasa por el deseo de explorar las posibilidades de trascendencia de los tradicionales binomios *investigación-intervención* (o *investigador-investigado*).

Por dificultades logísticas (falta de tiempo, fundamentalmente), la edición del documental completo no ha podido ser realizada todavía. De la misma forma, aunque indudablemente será un capítulo de la tesis, el análisis del potencial de las herramientas audiovisuales y el documental social o interactivo (Montero y Moreno, 2014), así como la influencia que juega mi condición de investigadora y pobladora del barrio, no ha podido ser llevado a cabo para el presente trabajo.

No obstante, se han realizado resúmenes de varias de las entrevistas grabadas en formato audiovisual -*teasers*²-, que han sido compartidas a través de las redes, generando diversos

1 <http://imaginario-social.net/> y <https://www.facebook.com/colectivo.imaginario.social?ref=ts&fref=ts>

2 Todos los *teasers* están disponibles en el siguiente enlace (Serie *Voces del Imaginario*): <http://imaginario-social.net/teasers-imaginario-social/>

comentarios que ya colocan el escenario de La Latina como un objeto necesario de problematización. Al mismo tiempo, el próximo 27 de Junio del 2015 tendrá lugar la presentación del proyecto y la exposición de algunos de estos *teasers* en la III Universidad Popular de Verano del Campo de Cebada, al que se ha invitado a vecinos, vecinas, comerciantes e interesados en los estudios urbanos y la intervención social.

Esta primera exploración del fenómeno ocurrido en La Latina, tras doce meses, ha permitido generar un marco de referencia sólido para el estudio de la problemática que tiene lugar en el área, así como un primer acercamiento a mi formación en la investigación de carácter cualitativo. No obstante, aunque se han obtenido resultados preliminares útiles, las limitaciones del estudio son numerosas, como se comenta en el apartado de *Discusión*.

2. El estudio de los procesos de gentrificación: interés creciente en el marco de la Psicología Socio-Ambiental y Comunitaria

2.1. La interdisciplinariedad como reto.

La necesidad de adoptar abordajes integrales en el marco de la investigación científica y la intervención social es cada vez más evidente. Desde este estudio, se utiliza un marco de referencia amplio, dando cuenta de las variables personales, grupales, sociales, estructurales y físicas -del entorno- que componen todo fenómeno social, así como de los procesos dinámicos que median en la relación entre los individuos y su entorno. Abordamos el fenómeno, además, desde una perspectiva histórica, con el objetivo de dar cuenta de la evolución, en términos temporales y políticos, del fenómeno que tiene lugar en este escenario barrial.

Esto ha llevado a que necesariamente, varios de los autores y marcos de referencia utilizados en el presente estudio provengan de disciplinas "externas" a la Psicología Social contemporánea. La búsqueda de puentes conceptuales entre disciplinas diversas es uno de los retos de la presente investigación, no por ello exento de dificultades y obstáculos derivados de la triangulación inter-teórica (Antaki et al., 2003) y los problemas de *comunicación* entre distintos lenguajes (Berroeta y Vidal, 2012).

No obstante, la inter-disciplinariedad se plantea como un reto profundamente necesario. Como dice Correa de Jesús (2008; p. 289):

"Una idea central a la discusión en torno a las transformaciones en la ciencia del siglo XX apunta a la ruptura de las coordenadas geográficas de las disciplinas (...) es necesaria la doble articulación entre disciplinas y especialidades, así como entre disciplinas y nuevos espacios científicos postdisciplinarios."

El presente estudio sigue, por ello, la línea de otros estudios (Francis et al., 2012; Monsalve, 2010) que han utilizado abordajes sistémicos o socio-ecológicos en el marco de la Psicología Socio-Ambiental, así como de las líneas de investigación sociológicas, geográficas y antropológicas clásicas para la comprensión de los fenómenos de gentrificación.

2.2. Los diseños mixtos y la triangulación.

Las nuevas perspectivas en el estudio de la gentrificación a nivel internacional obligan a asumir nuevos enfoques a la hora de entender los procesos de desplazamiento, expulsión o marginación en los barrios céntricos (Lees, 2008; 2012), planteando retos en el plano metodológico (Wyly, 2011; en Rubiales, 2014) y conceptual (Blanco, Apaloaza, Basaer y González, 2014) que deben ser explorados detenidamente.

A pesar de que muchas de las investigaciones sobre los fenómenos de gentrificación, turistificación y desplazamiento han optado por asumir un enfoque estrictamente cualitativo o etnográfico, esto no elimina la necesidad de que se realicen esfuerzos para comprender estos fenómenos desde un enfoque numérico o cuantitativo (Wyly, 2011; Silver, 2010; Navarro et al., 2010).

Esta tarea no se presenta de manera sencilla. De la misma forma que en lo que refiere a las dificultades del diálogo *inter* o *transdisciplinario*, existe una herida histórica entre las metodologías cuantitativas y cualitativas, debido probablemente a "intereses corporativos, el desconocimiento mutuo y la radicalización que conlleva la defensa por oposición de una determinada postura" (López y Scandroglío, 2007; p. 8).

No obstante, como dice Correa de Jesús (2008; p. 290), "si la relación de lo cualitativo y lo cuantitativo ha mostrado sus diferencias, también habría que señalar que no se trata de mostrar la misma desde una condición oposicional". En ese sentido, enfrentarse al esfuerzo por

encontrar puentes dialógicos, trascendiendo la *inconmensurabilidad* de los paradigmas propuesta por Kuhn (1970; citado en Patterson y Williams, 2005), es un recorrido que bien merece la pena llevar a cabo.

El uso de metodologías mixtas, que integren la indagación cualitativa con la medición cuantitativa, son la apuesta del presente estudio. Los últimos avances en el ámbito tecnológico ofrecen alternativas muy útiles a la hora, no sólo de triangular los datos obtenidos con diferentes tipos de técnicas y metodologías (Borras et al., 1999), sino de elaborar datos de naturaleza inherentemente mixta (Rubiales, 2014).

2.3. El uso de materiales (audio)visuales.

La sociedad contemporánea es una sociedad iconocentrada (Moxey, 2009). La cultura visual está cada vez más presente en la era contemporánea, en lo que algunos autores han venido a nombrar como *el giro visual*³ (Miszoerf, 2003) o el *tiempo de la imagen* (Durand, 1998).

No es de extrañar, entonces, que el uso de materiales visuales esté tomando cada vez más protagonismo en la investigación social de carácter cualitativo. Desde los primeros etnógrafos que sacaban sus cámaras para registrar las realidades cuyo estudio acometían⁴ (Guardia y Surdé, 2014), hasta los años 80', donde la investigación a través de lo visual comienza a tomar forma como un nicho de estudio y metodología especializada (Serrano, 2008).

Según Grady (1996), las dos corrientes que aglutinan buena parte de la aproximación al estudio visual se concentran en dos abordajes diferenciados: aquél que produce sus productos visuales *ad hoc*, como material de investigación sujeto a análisis (*Estudios visuales*) y aquél que toma como recurso la producción de imágenes generadas "desde otras instancias de la cultura" (*Métodos visuales*), como la publicidad o los *mass media* (Serrano, 2008; p. 249).

No obstante, existen diversas formas de abordar el estudio social a través de las imágenes, así como su análisis. Cada una de estas propuestas se sostiene en paradigmas y epistemologías concretas, cuyas implicaciones necesitan ser revisadas.

Así, lejos de una producción y análisis visual asépticos, los estudios críticos requieren abordar la imagen desde un análisis no ingenuo del discurso que esconden. Como dice Araceli Serrano (2008), las imágenes deben ser analizadas:

"(...) no solo por lo que muestran, sino, de manera fundamental, por el tipo de mirada a la que invitan, así como por la propuesta de relación que proponen con el sujeto que las mira. En este sentido, habría que añadir que funcionan también por lo que no muestran, por lo que ocultan, por la forma en la que exhiben lo que muestran, así como por las relaciones implícitas que se establecen en lo mostrado" (p. 247)

Esto coloca necesariamente al observador (investigador/a) y al agente observado (objeto-sujeto), sus discursos, expectativas y deseos al interior del análisis, entendiendo que son (re)producidos en un contexto social, histórico e ideológico concreto (Correa de Jesús, 2008; Kuhn, 1970). Pero, también, la imagen requiere ser analizada desde aquéllo que esconde, especialmente útil para visibilizar -desde la no presencia- realidades altamente escondidas⁵.

En ese sentido, tanto la producción como la recolección de materiales alberga un potencial inherente desde el punto de vista del análisis de las relaciones (objeto-persona-grupo-contexto social) y los discursos que son atravesados por los mismos. Las fronteras entre investigador e

3 Posterior al revolucionario *giro lingüístico* propuesto por los estructuralistas y el *giro cultural* de los estudios culturales (Serrano, 2008)

4 En esta línea, las imágenes -estáticas o en movimiento- y el registro visual se han tomado como un complemento a la observación participante.

5 Los procesos de desplazamiento, propios de procesos gentrificatorios y otras transformaciones urbanas, son un buen ejemplo de ello. El estudio del mismo puede realizarse a través del uso de relatos visuales (Guardia y Surdé, 2014)

investigado se confunden, “en un nudo de relaciones «en» y «con» el objeto” (Correa de Jesús, 2008; p. 288).

La imagen -incluso tomada como un texto más- sufre el mismo tipo de críticas que otros materiales y técnicas de carácter cualitativo o etnográfico en la investigación social. Acusadas de ambiguas e interpretativistas (López y Scandroglio, 2007), los abordajes cualitativos, en la posición *débil* dentro del paradigma de fuerzas de la comunidad científica, se han visto forzadas a adoptar una postura defensiva en relación a dichos debates.

No obstante, es importante rescatar las limitaciones y fortalezas que toda metodología alberga en función de los objetivos que se plantea. En ese sentido, Serrano (2008) apunta:

“(...) el lenguaje de las imágenes, siendo básicamente simbólico, metafórico, connotativo y polisémico, implica un elevado nivel de ambivalencia, acumulación y superposición de significados e interpretaciones posibles (...) Pero, al mismo tiempo, de manera relativamente paradójica, las imágenes, al poner forma y materialidad concreta a las ideas y/o al lenguaje oral o escrito, limitan el abanico de posibilidades y sugerencias propuestas.”
(p. 252)

La aproximación visual del presente estudio no pretende profundizar en el potencial de análisis de las imágenes. En ese sentido, se utilizan las imágenes como un apoyo a la observación participante, a la documentación histórica del barrio (imágenes de archivo) y como forma de reflejar de manera icónica los referentes verbales emergidos de los informantes, de una manera fundamentalmente descriptiva.

No obstante, es necesario reconocer el potencial de análisis que se sustenta en la aproximación propuesta por Serrano (2010) y otros autores críticos (Barthes, 2003; 1994; 1989), y se propone como una futura línea de análisis.

3. Fenómenos de transformación urbana: el estudio de la *gentrificación*.

3.1. Breve reseña histórica: origen, evolución y retos del estudio sobre *gentrificación*.

Origen. Ruth Glass (1964) genera el término, y pronto comienza a desplegarse un grueso de investigaciones entorno a este fenómeno, especialmente en el contexto anglosajón.

En las últimas décadas, los procesos de *gentrificación* han tomado protagonismo en el estudio de las dinámicas de reordenación y reestructuración urbana (García y Díaz, 2008). Desde la generación del propio término por Ruth Glass (1964) y las primeras investigaciones pioneras iniciadas en el contexto anglosajón y posteriormente ampliadas en el contexto estadounidense en los años 70', el estudio de la *gentrificación* se ha convertido en un tema de interés creciente tanto en Europa y el Estado español como en el contexto latinoamE.ano (Díaz, 2013).

A pesar de las dificultades, parece existir cierto consenso entorno a una serie de elementos y procesos comunes asociados a este fenómeno: la *gentrificación* es un fenómeno de transformación social que comienza a identificarse en los centros urbanos de grandes ciudades. Se trata de un "fenómeno simultáneamente físico, económico, social y cultural, que implica la invasión por parte de las clases medias-altas de vecindarios obreros y áreas mixtas y el reemplazo o desplazamiento de muchos de sus habitantes originales" (Duque, 2010; p. 43).

Se trata, por tanto, de un fenómeno que supone la generación de nuevas centralidades urbanas, en la que los perfiles más vulnerables -de menor capital económico y cultural (Bourdieu, 1988)- son desplazados y en la que, necesariamente, las dinámicas de interacción psicosocial y comunitarias se ven también afectadas.

No obstante, existen diferencias en el grado de acuerdo sobre la bondad o pertinencia de este tipo de procesos. Algunos lo observan como un proceso potencialmente beneficioso para la población en la medida en que sirve para la recuperación de barrios antiguos degradados en los centros de las ciudades. Otros, especialmente desde la ciudadanía y las voces que lo viven en primera persona (Duque, 2010) temen el desmantelamiento del tejido social de los barrios y de las formas culturales tradicionales de los mismos.

Por otra parte, cada vez más autores critican el uso de términos como "renovación", "revitalización" o "rehabilitación urbana" (Janoshka et al., 2014b; p. 12) al considerarlos neologismos que evitan un análisis de *clase* y esconden los procesos de desigualdad, segregación y desplazamiento territorial, social y político que toman forma durante los mismos.

El fenómeno de la *gentrificación* ha sido extensamente estudiado en el marco del contexto anglosajón, especialmente desde disciplinas como la Sociología o la Geografía crítica, aunque con una intensidad de producción desigual (García y Díaz, 2008). El abordaje anglosajón centra su interés en los procesos de desplazamiento o expulsión habitacional -de vivienda-especialmente a través de formas directas (eg. acoso habitacional, cortes de luz, amenazas, etc.).

Desigual desarrollo en el número de investigaciones en función del contexto: la emergencia del contexto español y latinoamE.ano. El estudio de la *gentrificación* en el contexto latino (español y latinoamE.ano) comienza a desplegarse con mucha posterioridad al estudio anglosajón. Algunos autores explican este hecho a partir de una discontinuidad en los tiempos (entendiendo que el fenómeno comienza a ocurrir mucho más tarde en dichos contextos).

No obstante, actualmente existen profundos avances en la aplicación de este marco conceptual

al contexto latino (Janoshcka et al., 2013). Estas aproximaciones entienden que la tardanza en el uso del término gentrificación en dicho contexto parte de los obstáculos de la aplicación de los modelos anglosajones a un universo cultural con particularidades propias, así como a las dificultades que entraña el estudio de un fenómeno inherentemente crítico y politizado.

Entre otras cosas, la polémica surgida entorno a la propia definición y traducción del término *gentrification* (García y Díaz, 2008), hace que algunos autores adviertan de su excesivo uso como *paraguas terminológico* (Duque, 2010) y señalen los peligros de su sobre-utilización.

Por otra parte, el grado de conflictividad asociado a este tipo de fenómenos difiere de estudio en estudio (Duque, 2010). Frente a términos eufemísticos como "renovación" o "reestructuración urbana", usados también en la Academia, el estudio de la *gentrificación* -traducido en ocasiones al español como *elitización* (García y Díaz, 2008)- es eminentemente crítico con su existencia (Janoschka et al., 2014b).

No obstante, el desarrollo de la *gentrificación* como herramienta de análisis urbano empieza a tener un estallido en los últimos diez años en el contexto latino. En ese sentido, se han documentado procesos de gentrificación en numerosas ciudades como Río de Janeiro (Brasil), Buenos Aires (Argentina), Santiago de Chile (Chile) y Ciudad de México (México) en el panorama latinoamericano (Janoshka e Hidalgo, 2014). También en Granada (Duque, 2010), Barcelona (Sargatal, 2001), Madrid (Sequera, 2013; Observatorio Metropolitano, 2005), Sevilla y Bilbao (Navarro et al., 2010) en el contexto español.

Desde los modelos más clásicos, típicos de los modelos anglosajones de los años 70', el estudio de la gentrificación en el mundo latino contemporáneo alberga una serie de retos propios.

Por una parte, desde el punto de vista conceptual, la pertinencia de estudiar los cambios en el tejido comercial de los barrios, y su efecto sobre posibles formas de desplazamiento del Espacio Público, comienza a ser una clave del estudio (Janoshka et al., 2014). Por otra, desde el punto de vista metodológico, las formas de innovar en la aproximación al desplazamiento (Janoshka et al., 2013), para poder *medir* y realizar estudios *comparativistas* empieza a ser urgente (Rubiales, 2014). El uso de metodologías visuales comienza a ser, en ese sentido, una herramienta especialmente útil en la aproximación al mismo (Janoshka et al., 2014).

3.2. Fases de la gentrificación: la *degradación/abandono* como punto de partida.

Han sido muchas las propuestas a la hora de describir las fases, u *olas*, por las que se suceden los procesos de gentrificación.

El modelo de fases de Clay (1979; visto en Lees, 2008) ha sido uno de los de referentes más acuñados, sistematizando la experiencia de barrios estadounidenses gentrificados durante los años 70' y 80'. Desde el estadio 1 (*pioneer gentrification*) hasta el estadio 4 (*maturing gentrification*).

A pesar de las críticas recibidas por los sesgos culturales y temporales de su estudio⁶, el modelo de Clay (1979) adelanta ciertas dimensiones que han sido clave para delimitar el campo de estudio de la gentrificación en posteriores etapas. Por ejemplo, la entrada o reinversión de capital privado en zonas degradadas, la entrada de sectores de un mayor capital

6 El modelo de Clay (1979) ha sido criticado por delegar demasiado peso en la explicación sobre las primeras fases u olas de los procesos de gentrificación, así como por entender que los fenómenos de gentrificación pueden ser procesos acabados (*matured*) en vez de dar cuenta de dinamismo del propio proceso. Dado que su estudio se enmarca en el contexto estadounidense y cuando estos procesos eran todavía incipientes, no es extraño que tenga un fuerte sesgo hacia la sistematización de casos en el contexto estadounidense, así como en base al momento coyuntural en que realizó su estudio. Es por ello que resulta menos útil para comprender los fenómenos de gentrificación ocurrido posteriormente -años 80' y 90'- y en otros contextos culturales.

cultural, como las clases medias (*risk-oblivious people*) y clases creativas (Florida, 2002) en barrios de clase obrera o popular, el cambio de nombre como forma de re-identificar la zona, entre otros.

El modelo de Gale (1979), a diferencia del propuesto por Clay (1979), enfatiza otros aspectos del proceso de gentrificación tomando como referente el fenómeno ocurrido en Washington DC. Bajo su modelo, la clave angular del proceso se sostiene sobre el desplazamiento sufrido por parte de las clases trabajadoras en base a la entrada de perfiles poblacionales con un capital económico más elevado.

Ambos modelos comparten elementos en común, como es la aseveración de que los procesos de gentrificación llegan necesariamente a un punto acabado o estadio en el que se estabiliza el proceso. También, la existencia de barrios "típicamente gentrificados" y de dispositivos "típicamente gentrificadores", dimensiones que serán intensamente criticados por modelos posteriores (Lees, 2008).

No obstante, es importante recordar que el estudio de la gentrificación nace en un contexto histórico y cultural muy concreto – UK y EEUU en los años 70´- y que no es extraño observar la convivencia de realidades económicas y culturales muy diversas en una misma zona o área urbana . Las "ciudades cuarteadas, segmentadas o duales" (Checa, 2010, p. 2) son una realidad que problematiza la necesidad de realidades *totales* en relación a estos fenómenos, y dan cuenta de la naturaleza "caótica" o desigual de los fenómenos urbanos (Rose, 1984; visto en Lees, 2008).

De la misma forma, parece necesario problematizar el concepto de *degradación*, qué características alberga -física, económica y socialmente-, y su pertinencia -como realidad imprescindible- para estudiar los procesos de gentrificación en el contexto latino.

Los esfuerzos realizados en los estudios de Clay (1979) y Gale (1979) por ofrecer explicaciones universales respecto de las dimensiones y estadios que componen todo proceso gentrificatorio son profundamente valiosos y sigue siendo un anhelo del presente trabajo encontrar claves comunes con otros casos encontrados en la literatura.

Sin embargo, es necesario atender a los posibles indicadores o fronteras de los procesos de transformación urbana que pueden devenir en procesos de segregación y exclusión social en un mismo entorno urbano, así como realizar un esfuerzo en adaptar los marcos de referencia a las realidades concretas, dinámicas y cambiantes, que se presentan en la actualidad y al contexto español.

3.3. Gentrificación y desplazamiento.

3.3.1. Desplazamiento físico -directo- y simbólico -indirecto-.

El desplazamiento de población residente es una de las piedras angulares de los estudios críticos sobre gentrificación (Janoschka et al., 2014a). Habitualmente, el desplazamiento o la expulsión en el marco de los procesos de gentrificación se ha estudiado desde la óptica del desplazamiento literalmente físico por parte de un perfil poblacional de un capital económico inferior, hacia zonas residenciales con valores en materia de vivienda más asequibles tras los procesos especulativos que se dan con el terreno.

Así, el estudio clásico de la gentrificación, especialmente en los primeros años (70´, 80´) centró su interés en las medidas que fomentaban o forzaban dichas expulsiones. Entre éstas se incluían la relocalización de los antiguos habitantes en otras zonas a través de políticas públicas de rehabilitación, la imposibilidad de continuar habitando viviendas de renta antigua, el acoso inmobiliario (cortes de electricidad y agua, amenazas) por parte de *landlords* y *developers* (Lees et al., 2008) y otro sinfín de prácticas profundamente violentas.

Sin embargo, las nuevas perspectivas en el estudio de la gentrificación a nivel internacional obligan a asumir nuevos enfoques a la hora de entender los procesos de desplazamiento, expulsión o marginación en los barrios céntricos (Lees et al., 2008), planteando retos en el plano metodológico (Wyly, 2011; Rubiales, 2014) y conceptual (Blanco et al., 2014) que deben ser explorados detenidamente.

En este sentido, Slater (2009) utiliza la categorización de Marcuse (1985a, 1985b, 1986) para delimitar cuatro tipos de desplazamientos (p. 303). Así, define los desplazamientos directos (*del último residente y en cadena*) que hacen alusión a aquellas expulsiones forzadas física (eg. cortes de luz) o económicamente (eg. incremento del alquiler), y señala otros dos tipos, de especial interés para el presente trabajo (p. 303):

- El desplazamiento excluyente (*exclusionary displacement*): aquél que se produce por la imposibilidad al acceso de viviendas por localizarse en zonas gentrificadas o por ser abandonadas.

‘Cuando un habitante deja de residir en una casa voluntariamente, y esa unidad [habitacional] es gentrificada o abandonada, de forma que se imposibilita que otro similar y potencial habitante se mude a la misma, se reduce el número de unidades disponibles para ese segundo habitante en el mismo mercado de vivienda. De esta forma, ese segundo potencial habitante es excluido de vivir en un lugar donde, en otras circunstancias, habría podido vivir’ (Marcuse, 1985; p. 206; citado en Slater, 2009) [traducción propia]

- La presión del desplazamiento (*displacement pressure*): que refiere a la desposesión sufrida por los sectores poblacionales menos pudientes (*poor and working-class families*) durante las transformaciones que tienen lugar en los barrios donde viven.

‘Cuando una familia observa su entorno barrial cambiando dramáticamente, cuando sus amistades se marchan del barrio, cuando los establecimientos que frecuentan entran en liquidación y nuevas tiendas para otra clientela aparecen en su lugar, y cuando los cambios en los servicios públicos, en los patrones de transporte, y los servicios de apoyo convierten el área claramente en cada vez menos habitable, entonces la presión del desplazamiento es ya severa. Es sólo cuestión de tiempo. Las familias viviendo bajo estas circunstancias se mudarán en cuanto puedan, antes que esperar a lo inevitable; no obstante, son desplazadas’ (Marcuse, 1985; p. 207; citado en Slater, 2009) [traducción propia]

Es decir, el desplazamiento puede producirse a través de diversos mecanismos, como los que describe Slater (2009), y es necesario ampliar la comprensión de las formas de desplazamiento físicas o directas que clásicamente han sido objeto de estudio en relación a los fenómenos de gentrificación.

Por ello, es necesario atender a las diferentes formas y estrategias de desplazamiento indirectas –más sutiles, implícitas y simbólicas- que pueden darse en un entorno residencial para prevenir, en último término, posibles procesos de exclusión, desigualdad y segregación socio-espacial.

3.3.2. Dificultades metodológicas para demostrar la cuestión del desplazamiento. Retos en la investigación sobre gentrificación.

Numerosos autores coinciden en señalar que la cuestión del desplazamiento, además de enmarcarse como una de las consecuencias de mayor impacto social, resulta un hecho altamente invisibilizado.

Por una parte, los paradigmas neo-positivistas, fundamentados en metodologías de carácter cuantitativo, han tratado de *demostrar* la inexistencia del desplazamiento tomando como referencia, exclusivamente, el número de personas desplazadas a otros entornos residenciales. Olvidan, así, los casos detectados a través de métodos etnográficos (como los testimonios, las entrevistas y la observación directa) , así como “la propia desposesión que sufren los que permanecen en los barrios obreros gentrificados” (Rubiales, 2014; p. 5).

Por otra parte, la escasez de investigaciones, desde el año 2000 hasta el estallido de la crisis, que hacen alusión a este fenómeno (García y Díaz, 2008), así como la escasez o ausencia de datos sobre el alcance numérico y destino de los desplazados⁷ (García y Díaz, 2008; Duque, 2014) son otra buena muestra de ello.

⁷ Además de las dificultades metodológicas para encontrar a las poblaciones desplazadas a otros lugares residenciales (García y Díaz, 2008), algunos autores critican el desinterés por parte de las administraciones en conservar o conocer estos datos (García Herrera et al., 2007)

4. Derivaciones específicas: Gentrificación comercial y turística.

4.1. Gentrificación comercial y turismo: el “barrio marca”.

El estudio de la gentrificación ha solido prestar atención, como se comentaba en apartados anteriores, a los fenómenos de cambio -sustitución- de clase en los barrios céntricos a través de desplazamientos directos y especialmente en relación al sector habitacional o de vivienda.

No obstante, las nuevas tendencias del urbanismo neoliberal obligan a incluir y flexibilizar determinados axiomas teóricos para adaptar los marcos de referencia a las realidades concretas que se presentan (Lees et al., 2012; Fernández, 2005).

En ese sentido, el estudio sobre gentrificación comienza a interesarse, no sólo en los desplazamientos residenciales hacia otras áreas, sino en los procesos de reconfiguración a nivel socio-ambiental -el *paisaje urbano* (Sequera, 2013)- que acompañan al fenómeno. En términos de Bordieu (1988), se trata de generar una atmósfera en la que (y a través de la cual) los perfiles de mayor capital económico y cultural puedan expresar, no sólo sus gustos, sino su propia identidad y estatus social distintivos.

Así, los cambios que tienen lugar en el tejido comercial de los barrios, especialmente aquéllos que se encuentran inmersos en áreas atractivas para la industria turística (Pádua-Carreiri, 2012; Hiernaux y González, 2014), comienza a ser un tema de interés emergente en la literatura crítica latinoamericana y española (Doucet, 2009; Janoschka et al., 2014b).

Algunos autores han utilizado recientemente términos como la *commercial gentrification* (Sullivan y Shaw, 2011), *retail gentrification* (Lees et al., 2008; p. 131; González y Waley, 2013) *gourmetización* (Rodríguez-Sebastián, 2014; Monroe, 2014) o *turistificación* (Hiernaux, 2012; 2014) para describir estos fenómenos de cambio socio-ambiental. En todos los casos coinciden en señalar la importancia de analizar detenidamente los cambios en el tejido comercial como posibles dispositivos, directos o indirectos (Slater, 2009), que modulan nuevas formas de desplazamiento.

En concreto, la gentrificación comercial tiene que ver con aquéllas formas de desplazamiento que se producen en áreas industriales, “reapropiados por la nueva economía de servicios y del conocimiento, tanto en términos de uso residencial como productivo” (Janoschka et al., 2013; p. 15).

Comienza, así, el interés por la generación de “ciudades [o barrios] marca” (Ribera-Fumaz, 2008), como una realidad que acompaña a menudo los procesos de gentrificación comercial o productiva. Estas estrategias de *marketing urbano* (o *city branding*) se sostienen en la generación de una “imagen pública, externa e interna” a través de la cual se revaloriza un determinado territorio en un contexto de competitividad entre escenarios urbanos para atraer el capital privado de inversores, nuevos residentes o turistas (Fernández, 2005; p. 8).

Inspirada en las necesidades y el desarrollo de venta de imagen corporativa de las empresas multinacionales de los años 90’, el *city branding* se instala a partir del año 2000 como una lógica más del urbanismo neoliberal contemporáneo (Sutton, 2013): “La ciudad, como la corporación, se ve como una entidad polifacética, desigual, que requiere la construcción de una marca claramente identificable para comunicar un mensaje coherente al resto del mundo” (p. 3)

Si bien algunos autores defienden el uso de estos diseños (Fernández, 2005), al mismo tiempo son intensamente criticados por una fuerte corriente de los estudios urbanos. Éstos entienden que la trama compleja y multidisciplinar que compone los equipos encargados de desarrollar estas iniciativas – formada, habitualmente, por urbanistas, empresas multinacionales, expertos en marketing y administraciones locales- tiene como resultado la mercantilización de las ciudades y el despojo identitario de los lugares.

Así lo expresa Sutton (2013; p. 2), acerca del clásico ejemplo de la "marca Barcelona":

Quando se habla de *marca* refiriéndose a Barcelona, las implicaciones son claras: la ciudad se ha convertido en producto, lo cual lleva a la superficialidad y a la banalidad en las construcciones y en las prácticas urbanísticas que se entretienen.

Así, el papel del turismo toma especial relevancia en la reconfiguración urbana en España, al buscar fuentes de renovación del atractivo turístico, sustituyendo el ocio de *sol y playa* típico de los años 50' y 60' por la "puesta en valor del patrimonio histórico y cultural" (Janoschka et al., 2014b; p. 14).

A diferencia de los clásicos procesos de gentrificación facilitados -voluntaria o involuntariamente- por la aparición de las clases medias acomodadas y la *inacción* de los poderes públicos, la gentrificación que toma como base el turismo es impulsada activamente por el Estado y las políticas europeas (Janoschka et al., 2014b; p. 14).

La emergencia de salas y recintos de alta cultura con presupuestos públicos en barrios degradados a los que la población autóctona no tiene acceso -económica o culturalmente (Bourdieu, 1988), acompañado de la obstaculización del desarrollo de propuestas locales⁸, como el caso de Lavapiés en Madrid (Sequera, 2013; García y Sequera, 2013) es un buen ejemplo de ello. También la construcción de mega-proyectos urbanísticos en barrios obreros, como el paseo marítimo de Valencia (Cucó, 2013), la Barcelona de los Juegos Olímpicos (Borja, 2013) y el *efecto Guggenheim* de Bilbao (Rodríguez, 2013).

Se genera, así, una imagen de la ciudad ajena a las necesidades reales de sus habitantes, una identidad artificial o enajenada, bajo el discurso del beneficio y crecimiento indirecto que provoca la reconfiguración urbana que tiene lugar para su desarrollo.

El impulso de estas transformaciones urbanas, es acompañado de todo un diseño prefijado de *habitar* o experimentar la ciudad según las lógicas de la industria turística. Desde la generación de una ruta prefijada, evidenciada en los discursos y consejos de las guías turísticas (Santamarina y Moncusí, 2013), a través de la cual se genera la imagen de una ciudad aséptica, fuera de todo conflicto social o político (Castells, 2010), hasta "la preparación simbólica de la ciudad como un espacio para los turistas" (Janoschka et al., 2014b; p. 14).

Así, el *turista*, como habitante pasajero o temporal del espacio (Hiernaux y González, 2014), es priorizado en las planificaciones urbanas frente al vecino o al usuario sin recursos. Sin ánimo de criminalizar al turista, es necesario atender el tipo de consecuencias que tiene todo este entramado de producción capitalista o neoliberal, y el modelo cultural *global* bajo el que se sustenta.

Como dicen Hiernaux y González (2014; p. 64):

Estos signos son, en primer lugar, vehiculados por los turistas mismos y producen el espacio simbólico: un mirada diferente al espacio que distrae la manera tradicional del residente de leer su propio espacio (desprecio por ciertos espacios cotidianos del residente; insistencia que satura sobre algunos espacios cubiertos por un "aura" invisible para el residente pero evidente para el turista, etcétera); participación a la creación de nuevos espacios de intercambio entre turistas, de los cuales los residentes no son físicamente excluidos pero sí mantenidos simbólicamente a distancia, como cafés de franquicia y otros mecanismos diversos. No se trata que el turista sea responsable de todo como persona, sino que sus expectativas con relación a un espacio determinado son desmenuzadas y recuperadas por los productores de espacios y servicios turísticos que actúan para los turistas, para

⁸ Como es el caso de los colectivos *Todo por la praxis*, el *Museo de los desplazados* o *Relatos Visuales*, (Guardia y Surde, 2014), además de otros como la PAH y los Centros Sociales Autogestionados (Abellán, 2014), cuya actividad pone en tela de juicio las contradicciones y conflictos de la realidad urbana, y que se enfrentan a una continua guerra de desgaste y baja intensidad por parte de las Administraciones Públicas.

generar estos signos a lo largo y ancho del espacio.

En ese sentido, el desplazamiento de las personas y grupos menos pudientes, residentes o usuarios del espacio urbano, cuyas prácticas socio-espaciales y culturales no generan tanta plusvalía como el perfil turista o el gentrificador, no sólo es insignificante sino que es *deseable*.

No obstante, aunque los distintos tipos de gentrificación y turistificación son fenómenos asociados en la literatura (Janoschka et al., 2014b), no están claros los límites y fronteras entre ambas y cómo éstas están relacionadas (Hiernaux y González, 2014).

4.2. Sustitución de clase a través de la sustitución comercial: ¿el desmantelamiento del tejido económico local?

4.2.1. Comercio de proximidad, comercio *élite* -gourmet- y franquicias: dificultades en la clasificación del comercio.

En relación a la gentrificación comercial, la clasificación del comercio *élite* ha sido descrita en numerosos casos de estudio, con indicadores diversos. Por ejemplo, se describe la aparición de peluquerías de moda y *boutiques* en áreas degradadas (Hernández-Cordero, 2014), la oferta alimentación "*biológica*" en zonas pauperizadas (Monroe, 2014), locales de diseñadores exclusivos (Massey, 2005) o el aumento del ocio orientado al consumo en detrimento del comercio de proximidad de alimentación (González-Kirschner, 2014).

En este contexto, el comercio *gourmet* toma especial relevancia como categoría analítica, dada la proliferación de las tendencias de turismo gastronómico a partir de la II Guerra Mundial (Carrieri et al., 2012), sostenida en una resignificación del valor social y experiencial del acto de comer frente a su utilidad meramente *funcional* -alimentarse como necesidad fisiológica- impulsada en el período entre Guerras (Fishler, 1998)⁹.

En último término, el comercio *gourmet* -gastronómico- sería una tipología concreta del comercio *elite*, definido como todo aquél establecimiento cuyas fronteras económicas o culturales obstaculicen el acceso y uso de los perfiles poblacionales menos privilegiados, y la facilitación de procesos de desplazamiento -directo o indirecto (Slater, 2009)- de comerciantes, residentes y usuarios de menor poder adquisitivo (González y Waley, 2013).

No obstante, sigue habiendo una gran laguna conceptual y metodológica en relación a la caracterización del comercio (Fernández-Rodríguez, 1999; Rubiales, 2014) y a cómo se relacionan las fronteras económicas y culturales, halladas en otros contextos gentrificatorios (Navarro et al., 2010), en relación al comercio *élite* y *tradicional*, y su relación con las formas de proximidad.

Por otra parte, aunque ésta no sea una de las realidades exclusivas ni imprescindibles de los escenarios gentrificatorios, es importante señalar la influencia de la aparición de las grandes superficies comerciales, supermercados o los comercios tipo franquicia, como una realidad que afecta de manera considerable al tejido productivo -y cultural- de los barrios en la actualidad.

La proliferación de este tipo de establecimientos en España tiene su origen a partir de la

9 Dicen Carrieri et al. (2012), hablando del contexto histórico que sostenía la forma de entender el acto de comer: *Según Fischler (1998), en 1932 se hablaba del alimento funcional. Hablar de píldoras para alimentación implicaba encarar un brusco cambio en el sentido de comer, que pasaría a ser sólo una actitud funcional de mantenimiento del cuerpo. Comer dejaría de ser una actividad de socialización y de placer para ser estrictamente la satisfacción de las necesidades del cuerpo. Una metáfora en ese sentido sería la transformación del cuerpo humano en una máquina que necesita combustible (léase comida) para continuar funcionando. Aunque las especulaciones en torno al uso de las píldoras no hayan sido reales, hubo una re-semantización del hábito de comer* (p. 10).

década de los 90', con el asentamiento del mercado económico neoliberal (Harvey, 2005). En relación al comercio gastronómico o de alimentación, esta realidad se refleja en la creciente presencia de servicios *fast-food*, en lo que Fishler (1998) llama la *Mcdonalización de las costumbres*.

Así, la apertura de estos comercios, de gran escala, con una horquilla de horarios mucho más flexible y bajos precios, parece ajustarse de manera óptima a las nuevas dinámicas de mercado contemporáneas. Como describe Franco (2004):

Los fast-foods se intensificaron en el contexto de la emancipación y autonomía financiera de la juventud por la distancia entre la casa y los lugares de trabajo, estudio y ocio, así como por la desacralización de la comida en familia en la sociedad posindustrial (p. 242)

Aunque el estudio de la gentrificación ha solido prestar más atención a la aparición de comercios *gourmet*, existen algunos estudios que identifican la presencia del comercio franquicia en la intensificación de los procesos gentrificatorios y turistificantes (Jeong et al., 2015).

4.2.2. Mercados de Abasto: ¿nuevas fronteras, indicadores o estrategias?

"El orgullo de quienes no pueden edificar es destruir"- Alejandro Dumas.

Los Mercados de Abasto tradicionales son, en este sentido, paradigmáticos de la lógica de *abandono-degradación-renovación-desplazamiento*, propia de los procesos gentrificatorios, tanto en Europa (González y Waley, 2013) como en España (Blanco et al., 2014; Hernández-Cordero, 2014; Rodríguez-Sebastián, 2014).

La degradación que han sufrido muchos Mercados de Abasto, producto del abandono y la desinversión pública en su mantenimiento, ha servido como argumento¹⁰ para implementar estrategias de *renovación* que permiten o facilitan, entre otras cosas, la entrada de capital privado. A través de "modelos de financiación mixta y la cesión de espacios a franquicias" (Hernández-Cordero, 2014, p. 5), muchos Mercados han experimentado transformaciones cuyo resultado ha sido la elitización de los mismos y el desplazamiento de los antiguos comerciantes -los más precarios-, consumidores o usuarios habituales de menor poder adquisitivo -sobre todo ancianos e inmigrantes (Hernández, 2014)-.

Sólo sobreviven los "comercios fuertes y competitivos, que han sabido adaptarse a los nuevos patrones de consumo de la población" que vive y visita un determinado espacio barrial (Hernández-Cordero, 2014, p. 8).

En esta línea, González y Waley (2013) toman como protagonistas los Mercados de Abasto tradicionales británicos en relación a su capacidad de ser indicadores y fronteras de las nuevas formas que toman los procesos de gentrificación comercial. A través del estudio del *Mercado de Kirkgate*, en Leeds (Reino Unido), sus autores describen las presiones que sufre el comercio tradicional a la hora de competir con los supermercados, franquicias y grandes superficies, la fetichización de la experiencia gastronómica y, en último término, el desplazamiento de comerciantes, residentes y usuarios de menores ingresos de la esfera pública.

En el contexto español, estudios parecidos han sido realizados en el Mercado de Santa Caterina, La Barceloneta, y la Boquería en Barcelona (Hernández-Cordero, 2014), los Mercados de San Miguel¹¹ y San Antón en Madrid (Rodríguez-Sebastián, 2014), el Mercado de La Ribera,

10 El discurso desde las instituciones gubernamentales y empresariales pasa por describirlos como fórmulas obsoletas, "sitios baratos, salvajes y sucios" (Hernández, 2014, p. 4), justificando así su rescate.

11 El Mercado de San Miguel, en concreto, es uno de los ejemplos más feacientes de cómo se socializa el

en Bilbao, o el Mercado de la Bretxa en San Sebastián.

Sin embargo, muchos de estos incipientes estudios, europeos y españoles, han sido llevados a cabo desde disciplinas como la Arquitectura, la Sociología o la Geografía, sigue habiendo una gran laguna conceptual y metodológica en el sentido de la dinámica de cambio (Lees, 2008; 2012). De nuevo, los procesos psicosociales y comunitarios que acompañan los procesos de cambio en el tejido comercial no han sido explorados en profundidad.

Parece evidente que detrás de estos cambios existe una estrategia especulativa, que se aleja del interés por las personas menos pudientes que componen los barrios y centra su interés en otro tipo de perfil, transitorio -como el turista- o estable pero más reciente -como las nuevas élites-. Como dice Hernández-Cordero (2014), "con ello se hace evidente el tránsito de los mercados públicos como servicios públicos a negocios públicos con beneficios para los privados" (p. 8).

No cabe duda de que estos fenómenos albergan necesariamente una relación afable entre las administraciones públicas y un entramado complejo de intereses privados. Un análisis pormenorizado de los planes y políticas públicas en relación a los mercados de abasto parece mostrar que algunas Administraciones Públicas, no sólo no frenan la deriva gentrificadora, sino que es fomentada e incentivada¹².

gasto público pero se privatiza el beneficio. Este mercado fue rehabilitado en el año 1999 a través de la aplicación de la Iniciativa Comunitaria URBAN por la Comunidad de Madrid con fondos europeos, y en el año 2003 su titularidad se privatizó completamente (Maiello, 2014).

12 Muestra de ello son los planes que el Ayuntamiento de Madrid ha aplicado para la "renovación" de los mercados de abasto de la ciudad. Los planes de Madrid de los últimos tiempos han sido: el *Plan de Innovación y Transformación de los Mercados de Madrid (2003-2011)*, la continuación del anterior a través del *Plan Estratégico de Modernización de los Mercados de Madrid (2012-2015)* y la nueva *Ordenanza de Mercados Municipales ANM 2010/62*. Para mayor profundidad en el análisis del papel que han jugado estas políticas públicas en el devenir de algunos mercados se puede acudir a: Rodríguez, 2014.

5. Aspectos psicosociales, ambientales y comunitarios potencialmente asociados a los fenómenos de gentrificación comercial y turistificación.

La pérdida del comercio de proximidad (González-Kirschner, 2014; Fernández-Rodríguez, 2008; Parra et al., 1998) o tradicional (Sainz de Vicuña, 1996), generador de ciudad a escala local (Marrero, 1996), es una preocupación sostenida desde hace varios años en la literatura psicosocial, y presente en el marco sobre gentrificación comercial y turística. En ese sentido, los avances teóricos y metodológicos desde la disciplina ambiental pueden ser de gran ayuda para entender los efectos psicosociales asociados a los fenómenos de gentrificación comercial.

Por ejemplo, el trabajo monográfico de la CIS Network, publicado en la *Journal of Environmental and Behavior* (2002), toma como protagonista la insostenibilidad del rápido crecimiento de las ciudades en el último siglo. A través de un estudio comparado (N= 1421) entre las ciudades de Barcelona, Caracas (Venezuela), Guilford (UK), DF y Guadalajara (México), Enric Pol (2002a; 2002b) señala la necesidad de atender a las consecuencias que todo cambio físico en el entorno, producto de políticas urbanas pobremente diseñadas, puede generar en términos de ruptura de las "relaciones formales e informales entre residentes" (p. 10) que compone todo espacio urbano sostenible y de calidad.

Algunas de las variables ambientales identificadas por la CIS Network toman forma de la literatura socio-ambiental más clásica, y han tenido desarrollos posteriores de alto impacto en la producción científica.

Entre ellas, destacan las aportaciones sobre la construcción de la identidad del *self* en la que se añaden las variables simbólicas del entorno físico, bien en su vertiente individual (Place Identity, de Proshansky et al., 1983), o en su vertiente grupal (Urban Identity de Lalli, 1992; Identidad Social Urbana, de Valera, 1993 y de Valera y Pol, 1994) o comunitaria (Comunidad Simbólica, Hunter, 1987; Identidad Comunitaria, Montero, 2004). Estas aportaciones complementan los modelos más clásicos sobre la identidad social basados en la identificación (Tajfel, 1978, 1981; Tajfel y Turner, 1986) y en la cohesión social (Sherif y Sherif, 1953; Turner, 1987).

El estudio de las formas de identificación con los entornos tiene también su origen en los modelos de "apropiación de los espacios" (Korosec-Serfaty, 1976; Pol, 1996; Vidal y Pol, 2005; Vidal et al., 2004), y se encuentra íntimamente vinculado con otros desarrollos teóricos posteriores como la "satisfacción residencial" y su relación con la "calidad de vida" (Amérigo y Aragonés, 1988; Amérigo, 1990; Aragonés y Corraliza, 1992), "el Sentido de Comunidad" (*Sense of Community Patterns*, 2004; Chavis y Pretty, 1999; Hill, 1996) o el más reciente "Apego al Lugar" o *Place Attachment* (Low y Altman, 1992; Hidalgo y Hernández, 2001).

No obstante, el desarrollo de cada uno de dichos conceptos tiene, además de orígenes diversos, implicaciones concretas en relación a los paradigmas -ontológicos, epistemológicos y metodológicos- bajo los que se sostienen (Pérez y García, 1998).

A continuación, se procede a realizar una revisión de los desarrollos que ha experimentado el estudio del *espacio* como categoría social y a su delimitación público-privada, con especial atención a la teoría sobre *apropiación del espacio*, tomándola como marco de referencia holístico de las formas de identificación y vinculación emocional de las personas con los lugares, y su posible utilidad para la comprensión psicosocial, ambiental y comunitario del desplazamiento en escenarios de gentrificación comercial o turistificación.

5.1. Gentrificación y el uso del espacio público (EP). Gestión, apropiación del espacio y enajenación.

5.1.1. El espacio social: un concepto polémico.

La literatura sobre la naturaleza ontológica del espacio es abundante, y ha sido un tema de interés central y multidisciplinar en el ámbito científico.

Conviven en la actualidad dos corrientes en relación a la apuesta ontológica sobre el espacio, cuyo origen, desarrollo y mantenimiento responde a tensiones históricas, aún no resueltas (De la Fuente, 2013-2014). Una vez más, no sólo son ambas compatibles sino imprescindibles para comprender, en profundidad, el espacio y el papel que éste juega en la configuración social.

Por una parte, aquélla que centra su interés en los aspectos físicos, materiales, en la medida en que éstos pueden ser generados o generar cambios sociales y subjetivos en el entorno. Es el espacio típicamente euclideo, que ha tenido una potente influencia sobre el urbanismo y la arquitectura moderna occidental, a partir del cual el espacio "los objetos son prescindibles y no ejercen ninguna alteración en él" (Ortega 2000, p. 344; visto en De la Fuente, 2013-2014). Es decir, desde esta perspectiva, se entiende que un determinado diseño físico deriva de forma unívoca -o con mucha eficacia- en subjetividades y dinámicas sociales específicas.

Si bien esta perspectiva es parcialmente correcta, adolece de cierta perspectiva que atiende, con mayor énfasis y premura, sobre la construcción social que los individuos, grupos y comunidades realizan sobre el entorno en base a la trama de subjetividades que componen un hecho o entorno social.

Surge en la literatura desde los años 60'-70' el concepto de espacio social (Lefebvre, 1978) que encuentra un amplio consenso entre la Academia, y que une ambas perspectivas. El espacio es producido socialmente, responde y da cuenta del universo de significados que las personas -en su vertiente individual y social- albergan y construyen en su cotidiano en relación a su entorno. Así, los espacios no son sólo -ni principalmente- espacios vacíos, inertes, inmóviles sino que son convertidos simbólicamente e interactivamente por las poblaciones en lugares a través de diferentes procesos de apropiación y vinculación con el espacio.

En definitiva, es necesario, como recoge Valera y Pol (1994), adoptar una perspectiva socio-constructivista, donde el entorno urbano sea "algo más que el escenario físico donde se desarrolla la vida de los individuos, siendo un producto social fruto de la interacción simbólica que se da entre las personas que comparten un determinado entorno urbano" (p. 11), para entender cómo las personas, grupos y comunidades producen el espacio que habitan.

En esta línea se encuentran los desarrollos de la Psicología Ambiental, surgiendo así el concepto de *espacio social simbólico* (Valera, 1994, 1996). Siendo los espacios, "bien como 'depósitos' de significados más o menos compartidos por diferentes grupos sociales; bien como una categoría social más, a partir de la cual se desarrollan aspectos de la identidad; bien como tendencias a permanecer cerca de los lugares, como fuentes de seguridad y satisfacción derivadas del apego al lugar" (Vidal y Pol, 2005; p. 286), es evidente que comienza a ser necesario incluir las escalas espaciales en la comprensión de la identidad social.

Por otra parte, bajo un análisis geopolítico, el espacio, entendido como *territorio*, requiere analizar "las relaciones de poder que se activan en la producción social, apropiación y uso del espacio" (Blanco et al., 2014; p. 3). Así, la disciplina geopolítica advierte de la necesidad de aplicar una definición no neutral, aséptica, del espacio, y analizar las relaciones de *dominación-dependencia* (Núñez, 2002) que tienen lugar sobre y en el mismo. Como dice Rosa de la Fuente (2013-2014; p. 2):

"(...) se ha producido un debate profundo en cuanto a la ontología del espacio, sus características, tanto explicativas como prospectivas, pero también, y más recientemente, en

torno a su relación intrínseca con el ejercicio del poder, es decir, con la política”.

En esta línea, la distinción que realiza Pol (1987, 1995) respecto de los significados “a priori” y los significados “a posteriori”, tienen una fuerte carga explicativa para entender las formas de poder que se ejercen desde el Estado u otras formas de poder institucional, y la tensión que, de forma constante, realizan las comunidades reapropiándose de los entornos. Como dice Valera (1996; p. 65-66):

“Si bien la configuración de un espacio con carga simbólica 'a priori' viene determinada por las características políticas e ideológicas de las instancias de poder dominantes, la evolución histórica social y espacial, las características y modos de organización y estructuración social de la comunidad y el tipo de relaciones que ésta establece con el espacio son factores determinantes para la configuración de un espacio simbólico 'a posteriori'”

Este marco de referencia podría ser de gran utilidad para entender los conflictos y contradicciones que surgen de la construcción de proyectos barriales diseñador *desde lo externo*, frente a los diseños barriales que surgen inherente y participadamente por sus pobladores.

5.1.2. El espacio público (EP) como escenario de interacción. Dificultades en la definición de espacio público.

Desde el marco de las Ciencias Sociales, numerosos debates han tenido lugar acerca de definición del espacio social y sus fronteras, especialmente en lo que concierne a su delimitación público-privado. Existen, por ello, numerosas dificultades para encontrar consensos amplios en la delimitación de las fronteras entre espacios públicos y privados (Voyce, 2006; Smithsion, 1999; Francis et al., 2012).

Habitualmente, la Psicología socio-ambiental pone el énfasis en el papel **funcional** del Espacio Público (EP), en la medida en que entiende que es el escenario donde se producen las relaciones sociales, importante para la interacción social. Según Vidal y Pol (2005) el EP es “el terreno común donde las personas llevan a cabo las actividades funcionarias o rituales que unen a la comunidad” (Vidal et al., 2014; p. 276), donde “se genera el sentido y se negocian los significados” (p. 284).

Se pone así el acento en el grado en que dichos espacios son capaces de generar vínculos en el seno de una comunidad, al tiempo que sirven como espacio de “deliberación política” y toma de decisiones (Sequera y Janoschka, 2012), no por ello sin fronteras ni contradicciones.

Por otra parte, las definiciones de espacio público (EP) que se limitan a la **propiedad** legal o jurídica de los mismos (estatal o privada), dejan de lado todas aquellas sutilezas y contradicciones que, desde el marco psicosocial, ambiental y político, afectan al grado en que dichos espacios pueden ser construidos, gestionados y manejados por la ciudadanía, las comunidades y grupos que la componen¹³.

Por ello, algunos autores desde la disciplina ambiental (Nemeth & Schmidt, 2007; Francis et al., 2012) adoptan la cuestión de la **accesibilidad** del o hacia el espacio, como una cualidad vinculada de manera directa con el grado de inclusividad que estos espacios permiten y, por tanto, el grado de su carácter “público”. Por ejemplo, Oldenburg (1989), define el concepto de espacio público como “tercer lugar”, haciendo énfasis en las posibilidades que ofrece para la interacción social -proximidad y contacto entre los y las residentes- fuera del trabajo y el hogar.

Por último, el análisis de la relación entre las formas de **gestión** de los espacios urbanos y los

13 Para una revisión a fondo de la complejidad que entraña la *legalidad ilegítima* y la *legitimidad ilegal* en base a la propiedad o uso de la “tierra” (terreno) en un caso concreto (Mar del Plata, Argentina), ver Nuñez (2002).

procesos de apropiación -material y simbólica- de los lugares ha sido un tema de interés dentro de la disciplina socio-ambiental (Francis et al., 2012). Estos estudios se centran en cómo los modelos de gestión de los espacios -desde los dos polos, más vertical o más participativo- afectan a la percepción y el uso de los mismos, y en qué medida esto favorece o impide el grado de exclusividad/inclusividad y de interacción social de los mismos.

5.1.3. El rol del EP en los fenómenos de gentrificación y turistificación.

En general, las Administraciones Públicas adoptan una perspectiva estrictamente normativa en relación al EP, categorizándolos bajo el binarismo público-privado en función de criterios basados exclusivamente en la propiedad del terreno.

Desde la Psicología socio-ambiental, no obstante, la descripción de los espacios sociales -urbanos, en este caso- pasa por introducir las formas en que los pobladores perciben, usan y se apropian de los mismos. De esta forma, nos encontramos ante "paradojas tales como el acceso restringido a lugares públicos o viceversa, el acceso abierto a establecimientos privados" (Sequera y Janoschka, 2012; p. 515).

Intrínsecamente unido a la era neoliberal *glocalizante* (Robertson, 1995) la segregación social-espacial urbana tiene que ver, entre otras cosas, con la progresiva o abrupta mercantilización de los espacios. La brecha social aumenta en la medida en que los espacios urbanos públicos son "sustituidos por espacios de creación privada destinados a ser objeto de consumo" (Vidal y Pol, 2005; p. 284), segregando socialmente en función de las diferentes oportunidades de uso o acceso a los mismos.

Entre otras cosas, la lógica mercantilizante de los espacios puede derivar en formas de gentrificación diversas (Janoschka et al., 2013), a través del embellecimiento e higienización del EP para las clases medias-altas (Sequera, 2013, 2014) y el consecuente desplazamiento físico o simbólico de los sectores menos pudientes.

Así, repensar la interrelación entre las formas de desplazamiento (Slater, 2009) del EP, el abandono y la gentrificación comienza a ser una tarea indispensable, especialmente en el mundo latino (Janoschka et al., 2014b), en el que la ocupación del EP es una práctica inherente a nuestro universo cultural.

Una vez más, la industria turística toma presencia en la producción de estos fenómenos de desplazamiento y segregación social. Los procesos de *monumentalización* (Valera, 1993; 1996) o *disneyficación* de los espacios (Harvey, 2005) como "preparación simbólica de la ciudad como una espacio para los turistas" (Janoschka et al., 2014b; p. 14) responde a esta misma lógica segregante en base a criterios mercantiles.

El turista ejerce, así, -voluntaria o involuntariamente- una forma de *territorialidad turística* (Dutra et al., 2009). Esto refiere a "la apropiación del turista sobre el espacio, considerando que el cliente paga por el servicio que recibe, estableciendo otra lógica, la de la apropiación a través de la compra del espacio simbólico" (p. 12).

5.1.4. La apropiación de los espacios: la producción de lugares.

La apropiación de los espacios públicos es uno de los focos de interés en el marco de los estudios urbanos críticos, que pretenden subvertir las lógicas segregantes y desplazantes inherentes al urbanismo neoliberal (Janoschka et al., 2014a; Nuñez, 2002).

Desde el campo socio-ambiental, el concepto de apropiación, de marcado origen marxista¹⁴, ha

¹⁴ Sus orígenes se remontan a la Psicología soviética de Lev Semionovich Vygotsky y Aleksei Nicolaevich Leontiev. Posteriormente, en la aplicación del concepto de apropiación a los espacios, destaca la

sido uno de los conceptos más ignorados, y al mismo tiempo, más atractivos en el marco del estudio de la experiencia de las personas con los espacios, y de cómo éstos son convertidos dinámica y dialécticamente en lugares o entornos significativos.

Según Vidal y Pol (2005) la apropiación es un proceso dinámico por el cual las personas, grupos o comunidades simbólicas incorporan los espacios como componentes de su propia identidad, y a partir de la cual "la persona se hace a sí misma mediante las propias acciones, en un contexto socio-cultural e histórico" (p. 283). Este proceso se produce en el nivel de la *Vida cotidiana* (en términos de Lefebvre, visto en Pol, 1996): "el nivel de la realidad social que constituye el centro real de la praxis".

Desde una perspectiva marxista, si los sujetos no se sienten identificados con los productos (materiales y no materiales) que producen para el mundo exterior, se produce un proceso de alienación respecto del producto. La apropiación se plantea como el proceso contrario, mediante el cual se produce la "reinterización del objeto (...) mediante la actividad" (Pol, 1996; p. 5).

Todo ello es aplicable, también, a la construcción de espacios sociales, y, por tanto, de entornos barriales con significado y significantes. En la medida en que los espacios son convertidos en lugares a través de los procesos de apropiación activa, las personas y grupos son capaces de identificarse con el entorno y atribuirse cualidades del mismo sobre su propia identidad (Korosec, 1986; Korosec-Serfaty, 1976; Valera, 1996; Valera y Pol, 1994). Vidal y Pol (2002) resumen bien esta idea, además de conectarla con otras variables como la participación y el bienestar social (p. 284):

"(...) no es absurdo suponer que el espacio apropiado pase a ser considerado como un factor de continuidad y estabilidad del "self", a la par que un factor de estabilidad de la identidad y la cohesión del grupo. Por otro lado la apropiación del espacio es una forma de entender la generación de vínculos con los "lugares", lo que facilita comportamientos ecológicamente responsables y la implicación y la participación en el propio entorno"

Si bien la apropiación de los espacios como proceso dialéctico y dinámico es capaz de ofrecer un marco holístico de referencia integrador de los conceptos surgidos desde el campo psico-ambiental (Vidal y Pol, 2005), su estudio ha venido acompañado de un interés desigual y no estable desde el ámbito académico (Pol, 1996)¹⁵.

Sin embargo, se han realizado esfuerzos importantes para nutrir de contenido empírico el marco teórico de la apropiación de los espacios, también desde una metodología cuantitativa.

En este sentido, Vidal y Pol (2004) retoman el concepto de apropiación en el marco del estudio socio-ambiental, que tiene como producto la generación del modelo dual de apropiación. En él, la apropiación es entendida a través de dos procesos o componentes, relacionados -que interactúan dialécticamente-, pero diferenciables: la **acción-transformación** y la **identificación simbólica**.

A través de la acción los sujetos sociales transforman su realidad, sus espacios, dotándolos de significado e identificándose, así, con los mismos. El espacio pasa a formar parte y conforma, a su vez, la identidad personal y colectiva, convirtiéndose en **lugar**.

influencia de Abraham A. Moles y la psicología del espacio de la Universidad de Estrasburgo en los años 60', y la celebración en 1976 de la Conferencia internacional promovida por Perla Korosec-Serfaty celebrada en la misma ciudad (Vidal y Pol, 2005).

15 Las raíces del concepto de apropiación se remontan, en el ámbito de la Psicología, a los trabajos de la psicología soviética de Lev Semionovich Vigotski, continuada por Aleksei Nicolaevich Leontiev. Posteriormente, en las década de 1960, la apropiación recobra interés en la *psicología del espacio*, liderado por Abraham A. Moles y su grupo de investigación en la ciudad de Estrasburgo. NO es hasta el año 1976 cuando se introduce de manera exitosa en el ámbito académico, a raíz de la celebración de la Conferencia Internacional de Estrasburgo promovida por Perla Korosec-Serfaty.

Sigue siendo un interrogante, por otra parte, cómo se relaciona cada uno de estos componentes (acción-transformación e identificación) en relación a las particularidades geográficas y temporales de cada población y momento histórico. Por ejemplo, según varios autores españoles, (Pol, 1996; Vidal y Pol, 2005) en edades más tempranas la acción-transformación es el componente que toma mayor relevancia, frente a la tendencia hacia la identificación -más que la acción- durante la vejez. De la misma forma, el espacio público se presenta como más proclive a procesos de identificación y el privado a procesos de acción-transformación (Vidal y Pol, 2005).

No obstante, sería razonable encuadrar estos enunciados bajo el contexto socio-cultural e histórico concreto en el que se emiten. En ese sentido, el análisis de los procesos de apropiación bajo los nuevos marcos políticos y culturales que emergen en la última década (Bauman, 1998) requiere analizar las formas de identificación y vinculación con el entorno en un contexto de creciente movilidad espacial (Di Maso, 2008) y los recientes procesos de movilidad ciudadana en la que la reapropiación de los espacios toma un protagonismo fundamental (Janoschka et al., 2014a; 2014b).

5.2. Gentrificación e identidades.

5.2.1. Crítica al concepto clásico de identidad social.

Si bien la identidad social clásica ha sido ampliamente estudiada en relación a las interacciones entre los individuos y sus grupos de referencia (Tajfel, 1971) y en la interrelación grupal (Tajfel, 1978), durante mucho tiempo se le concedió poca atención al efecto que las variables ambientales y del entorno físico pueden ejercer en la "génesis, desarrollo o mantenimiento de la identidad social" (Proshansky, Fabian y Kaminoff, 1983; visto en Valera y Pol, 1994; p. 6).

Como dicen Valera y Pol (1994), entre otras cosas, esta tendencia en los marcos de análisis de la identidad social -que coloca las variables entorno en un segundo lugar-, está basada en la aproximación tradicionalmente fiscalista en la concepción del espacio -frente a su realidad como construcción social-. Se entiende, así, que el entorno es el medio donde toman forma los procesos de categorización inter-grupal, frente al protagonismo que conceden otros autores (Proshansky, 1976, 1978; Proshansky, Fabian y Kaminoff, 1983; visto en Valera y Pol) en relación al entorno, como elemento simbólico inherente en la construcción de la propia identidad.

Otra de los argumentos esgrimidos para entender el olvido de las variables ambientales, tiene que ver con la tendencia en Psicología a buscar situaciones experimentales de laboratorio, que "tiende a reducir al máximo las variables ambientales, a neutralizar el entorno y a configurar una situación descontextualizada" (Valera y Pol, 1994; p. 7).

Actualmente, parece existir cierto consenso en que el espacio físico en el que las personas, grupos o comunidades interactúan es un elemento fundamental en la construcción de las identidades colectivas (Franco y Torres, 2003) y que, por tanto, la identidad social -sea a un nivel grupal o en niveles de organización más amplios- también "puede derivarse del sentimiento de pertenencia o afiliación a un entorno físico y simbólico concreto" (Aragonés, Corraliza, Cortés y Américo, 1992; visto en Pol y Valera, 1994; p. 7).

Por otra parte, el estudio clásico occidental de la identidad social, no ha concedido tanta atención a los procesos de auto-categorización o auto-adscripción del *self* a otras referencias categoriales más amplias en términos sistémicos -por ejemplo, la identidad a una comunidad de forma global, un barrio o un pueblo- (Scandroglio et al., 2008), así como sí ha ocurrido en otros contextos, como el latinoamE.ano (Montero, 2004; 2010). O, incluso, la auto-categorización del *self* en base a categorías mucho más amplias, como "el ser humano" o "la humanidad" (Valera, 1994)

Por otra parte, el concepto de *identidad comunitaria*, de origen latinoamE.ano (Montero, 2010), que ayuda a entender la compleja relación entre la incorporación de variables sistémicas más amplias en la auto-definición de un individuo así como la importancia subjetiva concedida a la trama y el tejido de estas redes.

En ese sentido, Valera y Pol (1994; p. 10) señalan la posibilidad de que los individuos puedan experimentar un proceso de *despersonalización*, a medida que la persona realiza abstracciones cada vez más amplias, con "dimensiones categoriales más colectivas y menos personales". Este concepto no deja de estar, no obstante, atravesado por una visión ontológica de la persona-individuo, que fácilmente podrían ser des-universalizables atendiendo a otros universos culturales.

Por otra parte, es imprescindible contextualizar en un marco político y crítico los procesos a través de los cuales se insertan las diferentes identidades sociales en un contexto socio-histórico y cultural. Es decir, es necesario asumir una concepción de "clase" -socio-económica- para comprender cómo los individuos se auto-adscriben a referencias categoriales más amplias, y cómo se generan relaciones inter-grupales en base a estas diferencias de clase.

Es decir, es necesario un marco bajo el que entender cómo las desigualdades económicas afectan, no sólo a las posibilidades de diferentes personas y grupos de *hacer* -prácticas y comportamientos-, sino a las diferentes posibilidades de *ser* -subjetiva, social y culturalmente-.

Para superar las limitaciones del concepto clásico de identidad social han sido muchos los autores y autoras que han propuesto buscar e incorporar nuevas variables a este escenario explicativo.

5.2.2. ¿Identidad social urbana?: el habitus metropolitano de T. Butler

Si la identidad de lugar (*place identity*) de Proshansky (1976, 1978) y Proshansky, Fabian y Kaminoff (1983), así como la identidad urbana (*urban identity*) de Lalli (1988) entienden que ambas son subestructuras del *self*, Valera y Pol (1994) enmarcan la identidad social urbana como una categoría social en sí misma que configuran los *grupos* y *comunidades* en relación a la pertenencia categorial a un entorno socio-físico concreto.

Valera y Pol (1994) hacen una revisión en profundidad de los diferentes desarrollos acontecidos en el estudio de la identidad social. A diferencia de otros autores predecesores en la introducción del componente ambiental (el espacio, el entorno) en la configuración de identidades sociales (Tajfel, 1981, 1983; Turner, 1987) el concepto de *identidad social urbana* coloca el componente ambiental en primer lugar. Así, señala (p. 12):

En un sentido general, podemos considerar que las categorías espaciales son uno de los diversos tipos de categorías sociales que los individuos utilizan para definir su identidad social. Su característica distintiva, sin embargo, es que el referente directo de la categorización es el propio espacio (urbano en nuestro caso)

El desarrollo de este concepto supone un avance en la incorporación de las variables ambientales a la limitada visión de las perspectivas más clásicas sobre la identidad social (Proshansky, Fabian y Kaminoff, 1983; visto en Valera y Pol, 1994), así como en las diferentes tramas que se tejen dialécticamente entre la esfera fenomenológica de lo individual y lo social. Incorporando las variables del entorno, nos acercamos en mayor profundidad a la comprensión sobre cómo los individuos, grupos y las comunidades pueden identificarse y dejarse identificar por los entornos que habitan.

La **saliencia**¹⁶ y **prototipicalidad**¹⁷ de las características ambientales en relación a la emergencia de identidades sociales urbanas responde a los principios de categorización, comparación social y metacontraste (Valera y Pol, 1994), típicas de las teorías clásicas sobre identidad social grupal (Tajfel, 1981, 1983; Turner, 1987).

Así, según estos autores, las semejanzas endogrupales y las diferencias endo-exogrupales tienden a acentuarse psicológicamente (principios de categorización y comparación social), especialmente cuando la identidad social se ve amenazada (Proshansky, Fabian y Kaminoff, 1983; citado en Valera y Pol, 1994). De la misma forma, el mecanismo cognitivo de metacontraste permite transitar en distintos niveles de abstracción categorial (en el *continuum* jerárquico de identidad: individual- social(urbana)- humano) (Turner, 1987).

Además de los aportes mencionados, parece relevante añadir las reflexiones que desde otras disciplinas se han realizado respecto de cómo (y, sobre todo, por qué) las personas se

16 Intensidad operativa de una categoría identitaria, que dinamita la influencia del grupo sobre el individuo en relación al sentido de pertenencia percibido al mismo.

17 Grado de representatividad percibida de un estímulo o dimensión categorial en la definición de la categoría -grupal- en su totalidad. Como dice Valera (1996), en relación a la escala comunitaria: *La prototipicalidad de un determinado espacio urbano vendrá determinada principalmente por el conjunto de significados socialmente elaborados y compartidos que son atribuidos a ese espacio por parte del grupo de individuos que se definen en base a la categoría urbana que el espacio simbólico representa* (p. 73)

autoadscriben a categorías urbanas referenciales concretas, especialmente en relación a las dinámicas internas de movilidad urbana y su componente de *clase* asociado. Es decir, aportar al análisis, no sólo una perspectiva constructivista, interaccionista y simbólica, sino geopolítica (Sequera y Janoschka, 2012). Esto es: las diferentes relaciones de poder que se construyen en la relación inter-grupal en contextos urbanos, en base a posiciones de distintividad y de clase (Bordieu, 1988).

A este respecto, Valera y Pol (1994) señala la importancia de la dimensión ecológica -en la que profundizan otros autores, como Firey (1945) o Hunter (1987)- en relación a los procesos de construcción de la identidad social urbana. Sin embargo, no se detiene especialmente en este apartado, o incluso parece reducir ciertas categorías referenciales de suma importancia para la explicación de procesos de movilidad y desigualdad social, de la siguiente forma (p. 14):

[Más allá de las categorías de "barrio" y "ciudad"¹⁸] En un nivel de abstracción intermedio a los dos planteados encontramos otros tipos de categorías urbanas, mas inespecíficas, que pueden responder a criterios de localización geográfica (por ejemplo "centro"), de funcionalidad (por ejemplo "área residencial") o a criterios socio-económicos o de estatus social (por ejemplo "zona alta", "suburbio", etc.). En líneas generales, englobaremos al conjunto de estas categorías intermedias bajo la denominación de "zona". (Los corchetes son añadidos)

Como señalan Vidal y Pol (2005) en alusión al trabajo de Graumann (1983) "es pertinente (...) destacar tres procesos que de manera dialéctica provocan la continuidad y el cambio en la identidad: identificar el entorno, ser identificado por el entorno e identificarse con el entorno" (p. 288).

En ese sentido, los últimos avances en la literatura destacan la importancia de incluir los nuevos aportes en relación a la construcción del *habitus metropolitano* (Butler, 2001; 2002), en un contexto de creciente movilidad espacial (Di Masso et al., 2008), basado, cada vez más, en sensibilidades estéticas y culturales -frente a los tradicionales vínculos de familia o profesión- (Silver et al., 2010), y representado en la indumentaria, como una de las primeras capas de apropiación del entorno, relativa al espacio personal (Molles, 1977; citado en Valera, 1994; p. 13).

5.2.3. Los componentes afectivos de la identificación simbólica: Apego al Lugar, Sentido de Comunidad y Satisfacción residencial.

La literatura en relación a la Psicología Ambiental ha generado conceptos muy interesantes para explicar la vinculación emocional de las personas con su entorno. Altman y Low (1992; visto en Vidal y Pol, 2005) recogen su preocupación por el abandono de las aproximaciones fenomenológicas, contextualizadas y holísticas de la vinculación de las personas con los lugares, dada la tendencia positivista de la investigación social.

Dichos autores proponen el concepto de **Apego al Lugar** (*place attachment* o sentido de pertenencia) que, entendido bajo el marco epistemológico mencionado anteriormente, necesariamente lleva a preguntarse por:

"(...) los diferentes patrones en que debe entenderse el apego (afectos, emociones, sentimientos, creencias, pensamientos, conocimientos, acciones, conductas, etc.); el lugar (variables en su escala, tangibilidad y especificidad); los actores (en el sentido individual, grupal, colectivo o cultural); las relaciones sociales (inter-personales, de la comunidad o culturales, a las que las personas se vinculan a través del lugar) y el tiempo (lineal como pasado, presente y futuro además de cíclico, con significados y actividades recurrentes)"

18 Valera (1994) incluye también otras dos dimensiones categoriales, de abstracción intermedia: "casa", que quedaría por debajo de "barrio", y "área metropolitana", por encima de "ciudad". Menciona otras referencias supra-categoriales, como "comarca, región, país", pero las deja fuera del análisis por superar las intenciones de análisis *urbano* de su estudio.

(Vidal y Pol, 2005; p. 290)

El Apego al Lugar, entendido de ésta forma, resulta un concepto dinámico y holístico, que prolonga las reflexiones acerca de los procesos de la apropiación de los espacios, y sirve para entender la vinculación socio-afectiva de las personas con los lugares.

No obstante, de forma paralela y similar al desarrollo de la investigación psicológica en general, el Apego al Lugar pasa a formar parte del grueso de estudios en materia de estudio psico-ambiental, pero con una marcada tendencia cuantitativista (Vidal et al., 2004), individualizante (Hay, 1998; visto en Vidal y Pol, 2005), y desprovista de su vertiente de escala, lugar y tiempo.

Por ejemplo, Hidalgo y Hernández (2001, p. 20) entienden que el Apego al Lugar es una "forma de vínculo afectivo positivo entre la persona y un lugar específico (la casa, vecindario, áreas más amplias) cuya principal característica es que la persona desea mantenerse cerca de ese lugar", y tiene que ver con los vínculos y relaciones afectivas generados en un espacio geográfico concreto, los recuerdos y memoria asociados a ese lugar y las posesiones permanecen en el mismo. Mantienen así la raíz sistémica y holística del concepto, pero limitado a la metodología propia de la cuantificación.

Di Masso et al. (2008) señalan, sin embargo, la complejidad de este concepto en la sociedad contemporánea, marcada por la creciente movilidad geográfica o, incluso, por la capacidad de reducir distancias perceptivamente a través de las nuevas tecnología.

En este sentido, el Apego al Lugar se convierte en un indicador potencialmente útil a la hora de explicar las formas y cambios de vinculación entre personas-lugares en contextos de desplazamiento, con la posibilidad de abordar su estudio desde una perspectiva cuantitativa.

Por otra parte, a pesar de los debates en relación a la importancia que se le concede al espacio físico en la generación del Apego (Riger y Lavrakas, 1981; Taylor et al., 1985), parece existir cierto consenso respecto de la importancia del acento en las relaciones sociales -que acompañan a los espacios/lugares- en la generación de este vínculo personas-entorno (Low y Altman, 1992), así como en el componente inherentemente emocional (Corraliza, 2000) de este vínculo.

Surgen, así, intentos por sistematizar la presencia y calidad de estos vínculos sociales en un entorno territorial, con indicadores como: *Comunidad simbólica* de Hunter (1987), *Sentido de comunidad* de Sarason (1974) o la *Identidad Comunitaria*, especialmente utilizado en el contexto latinoamericano (Montero 2004, 2010; Poddifoot, 2003)

No obstante, el concepto que se ha erigido en la literatura ambiental en los últimos 10 años es el de **Sentido de Comunidad** (SdeC). Si bien Maritza Montero (2004, 2010) advierte de la complejidad del propio término, y sus fronteras difusas, este concepto ha despertado un creciente interés en el marco de la disciplina socio-ambiental, entre otras cosas, dado su habitual abordaje cuantitativo (Francis et al., 2012; Vidal, 2014).

Según McMillan & Chavis (1986, p. 9) el SdeC consiste en:

"el sentimiento que miembros [de una comunidad] tienen de pertenencia, un sentimiento de que los miembros se importan los unos a los otros y al grupo, una creencia compartida de que las necesidades de los miembros podrán ser satisfechas a través de su compromiso de permanecer juntos"

Por su parte, Montero (2004; p. 105) señala que

"Pareciera que el SdeC [Sentido de Comunidad] está en algún lugar entre la membresía, la influencia y los lazos emocionales, pasando por la identidad y la historia compartida"

La relación positiva de este concepto con otros – como sensación de seguridad, participación social o cívica, o en relación a conductas pro-sociales como votar, reciclar o participar en un voluntariado (*Sense of Community Patterns*, 2004), así con bienestar general (Davidson & Corter, 1991) hacen de éste un concepto especialmente interesante a la hora de satisfacer los anhelos de representatividad a gran escala.

No obstante, existe una alarmante involución del SdeC en el mundo occidental (Bonaiuto et al., 2003; Scopelliti & Giuliani, 2004; en Francis et al., 2012). En este sentido, la literatura alarma sobre la relación existente entre la pérdida de SdeC y la pérdida de Espacios Públicos (Freeman, 2001; House et al., 1988; Francis et al., 2012), siendo los **parques** y las **plazas** (Talen, 2000) emplazamientos especialmente analizados¹⁹. En ese sentido, parece que existen lugares facilitadores del SdeC, mientras que otros tienden a obstaculizarlo²⁰.

Aunque son escasos, algunos estudios (Coley et al., 1997; Lund, 2002, 2003; Plas y Lewis, 1996) también identifican una relación positiva entre la “calidad de las tiendas” (presencia y calidad del comercio local) -generador de proximidad y contacto social informal- y el SdeC. No obstante, como dicen Francis et al. (2012), es necesario “explorar la gama completa de características que contribuyen a una alta calidad de las atmósferas comerciales” (p. 407), así como analizarlo, una vez más, desde un punto de vista geopolítico.

Así, el SdeC emerge como un indicador fuertemente vinculado a las redes de apoyo entre los miembros de una comunidad (*Sense of Community Patterns*, 2004), y puede dar cuenta del grado de fractura y vulnerabilidad social de un entorno territorial o de ciertos sectores poblacionales específicos. No obstante, parece necesario “explorar la gama completa de características que contribuyen a una alta calidad de las atmósferas comerciales” (p. 407) asociado al SdeC, así como problematizar la relación de este concepto con algunos de los indicadores asociados al mismo desde un punto de vista geopolítico²¹.

Por último, es necesario señalar que la relación y fronteras entre algunos conceptos afines entre sí en el marco del estudio de las comunidades parece no estar tan clara en términos empíricos²², y, como dicen Vidal et al. (2014)²³ son necesarios estudios de tipo longitudinal

19 Los estudios que investigan las relaciones entre los EP en términos generales y el bienestar son escasos, salvo cuando hablamos de emplazamientos concretos como parques y centros sociales, cuyo efecto se ha estudiado sobre todo en relación a la actividad física que permite, y no tanto a las posibilidades de interacción social que ofrece (Corraliza, 2000), o en relación al sentido de comunidad. Esto contrasta con los esfuerzos nacidos desde otras disciplinas -arquitectura, diseño urbano, sociología- que han estudiado más ampliamente las características físicas (arquitecto Gehl, 2006) y subjetivas (arquitecto White, 2008) de los espacios que se consideran óptimas para facilitar la interacción social.

20 Para una revisión de las formas de control social a través de políticas públicas sobre el EP (eg. pinchos en bancos para evitar la visibilidad del sinhogarismo, bancos unipersonales, etc.) ver: Sequera, 2012.

21 Algunas de los indicadores que han sido asociados en la literatura a la calidad de las tiendas (y, por tanto, a la facilitación del Sentido de Comunidad) son el grado de seguridad percivida, el atractivo de la decoración, la cortesía del personal, la variedad de servicios, la calidad del *merchandising* y la limpieza del lugar (Bellenger, Robertson, & Greenberg, 1977)” (Francis et al., 2012, p. 406). Otros indicadores usados para medir el SdeC en un lugar son, por ejemplo, el compromiso de *votar* o *reciclar* (*Sense of Community Patterns*, 2004), cuya relación podría ser fácilmente cuestionable en función de los contextos culturales, históricos y políticos.

22 Los conceptos de “apego al lugar” “sentido de lugar” o el clásico “identidad de lugar (place identity)” (Proshansky, 1976; 1978; Proshansky, Fabian y Kaminoff, 1983) se mezclan, y a su vez no está clara la relación con el antes mencionado “sentido de comunidad”.

23 El modelo explicativo de Vidal (2014) es un referente en este sentido. En base al análisis de ecuaciones estructurales, ofrecen una propuesta explicativa respecto de la relación entre estos

para poder establecer una mejor explicación de la relación entre estas dimensiones.

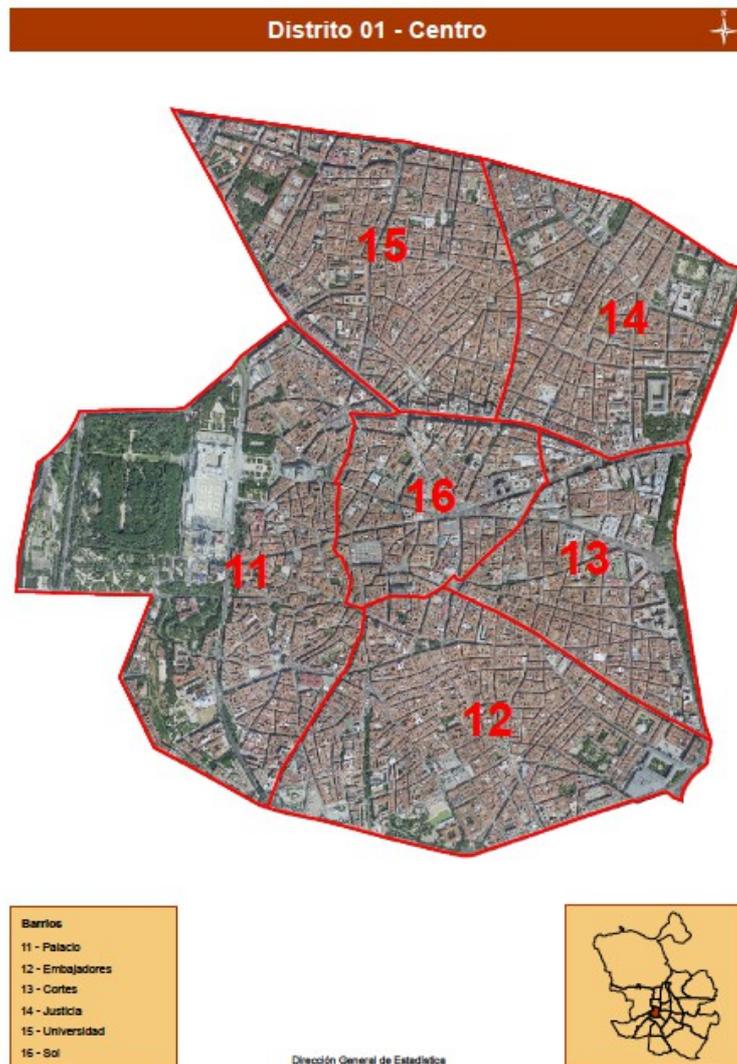
diferentes conceptos, así como su relación con otras variables como el tiempo de residencia y la participación social.

B. DESCRIPCIÓN DEL CASO DE ESTUDIO: EL BARRIO DE LA LATINA EN MADRID

Algunos de los datos socio-demográficos e históricos presentados en este apartado -B. Descripción estudio de caso- serán utilizados como parte del análisis de resultados y serán comentados en la discusión.

B.1. Delimitación geográfica para el estudio de caso: barrio La Latina

El barrio de *La Latina* tiene unas fronteras imprecisas. Habitualmente, se suele situar al barrio en la zona administrativa del barrio de *Palacio*, que forma parte, junto con otros 5 barrios (Embajadores, Cortes, Justicia, Universidad y Sol), del distrito centro de la ciudad de Madrid (**Mapa 1**).



Mapa 1. Delimitación administrativa del distrito centro. (Fuente: Ayuntamiento de Madrid, 2014).

Las fronteras a través de las cuales se ubica el área de la zona Palacio son: al Norte con la Gran Vía y Plaza España; al Oeste con la Cuesta de San Vicente, el Río Manzanares y la Calle Segovia, incluyendo el área del Palacio de Oriente; al Sur-Oeste con Ronda de Segovia, llegando hasta el Sur en la Puerta de Toledo; sigue por el Este con la Calle Toledo hasta cruzarse con la Calle Cuchilleros y la Costanilla de los Ángeles, y sigue por la Calle Jacometrezo hasta llegar a la Gran Vía (**Mapa 2**).

Si bien se ha tomado esta delimitación geográfica como área inicial de estudio para el presente trabajo, el barrio de La Latina suele proyectarse representacionalmente en base a otra serie de elementos simbólicos (como el Teatro de La Latina, el Mercado de la Cebada, las *Cavas*, etc.), así como suele asociarse a la zona donde tiene lugar el mercadillo de *El Rastro* (perteneciente administrativamente al distrito de Embajadores). Encontrar una delimitación del área más precisa, construida en base a las representaciones psicosociales y ambientales de sus pobladores sobre el área, y no sólo a la delimitación administrativa, es uno de los objetivos del presente estudio.



Mapa 2. Delimitación administrativa del barrio Palacio (Fuente: Ayuntamiento de Madrid, 2014)

B.2. Breve reseña histórica: el comercio de La Latina y el Mercado de la Cebada.

El barrio de La Latina ha sido conocido históricamente en relación a su actividad y movimiento comercial. Sus calles, incluyendo la zona del Rastro, han sido lugar de transeúntes, viajeros, comerciantes (Besas y Besas, 2011).

No obstante, la Plaza de la Cebada, donde actualmente toma presencia el Mercado Municipal de la Cebada, ha concentrado históricamente gran parte de estos movimientos.

Ya en el S.XV, en la plaza se vendía la cebada traída por los labradores desde la periferia de Madrid, siendo en el S.XVI, cuando la plaza da un servicio público con una función más fuerte de mercado al aire libre, provisional y periódico, dedicada al comercio de grano, tocino y legumbres.

De esta forma de intercambio, en el s. XVII se instalan en la plaza las principales ferias de Madrid surgiendo, a la par, las sentencias de muerte de los reos, en la horca o a garrote Vil. La víspera de las ejecuciones, se levantaba un patíbulo, y las campanas de las iglesias de San Millán y Nuestra Señora de Gracia, marcaban el momento en el que los reos iban a ser ejecutados.

Pero las críticas no tardan en llegar, y surgen planteamientos en relación a la higiene y salubridad de las condiciones del mercado, al igual que del resto de mercados en ese momento existentes, imponiéndose una mejora y reconstrucción de las instalaciones y equipamientos, con la consecuente demolición del mercado.

En el año 1870 se construye el edificio del Mercado de la Cebada (**Imagen 1**), cubierto mediante seis cúpulas -todavía existentes- y con arquitectura de hierro. En él tomaba forma gran parte de la actividad comercial de la ciudad. El Rey Alfonso XII fue el encargado, en el año 1875, de inaugurar el nuevo mercado de hierro.

La posterior modificación del mercado acaece en el año 1956, cuando se plantea demoler el antiguo mercado de hierro y construir el actual, con material de hormigón y cristal, no siendo hasta 1962 cuando se inaugura el nuevo mercado, y en los seis años posteriores se construye una piscina y centro deportivo municipal.

La entrada del modelo de gestión a través de franquicias, supermercados y grandes superficies comienza en 1980, y se instala consolidadamente a partir de los 90', que obliga al Mercado a reconfigurar parte de sus estrategias de venta y distribución.

En el año 2010 el polideportivo adyacente al Mercado es derribado, con la finalidad de una remodelación del mismo y en general de la Plaza de la Cebada -incluyendo el Mercado- mediante el Plan de Revitalización de la Plaza de Cebada (**Imagen 2**), despertando numerosos malestares en la población residente.

No obstante, la llegada de la crisis económica en España paralizó temporalmente que el nuevo proyecto se llevara a cabo. El espacio que quedó como solar, producto del derribo del polideportivo, fue tomado por un grupo de vecinos y vecinas del barrio, para uso de actividades sociales y culturales gratuitas para la zona, y como una manera de visibilizar el malestar por el derribo del antiguo polideportivo. Actualmente constituye el *Campo de Cebada*, un espacio de ocio cultural, gestionado por un grupo de vecinos y vecinas, que en el año 2012 consigue el Premio Europeo del Espacio Público Urbano 2012 (Public Space,2012) y que en el año 2015 se constituyen como Asociación Civil.

Desde el año 2010 hasta el presente, el Mercado ha experimentado algunas rehabilitaciones puntuales, realizadas mediante inversiones privadas. La última, en el año 2014, realizada por el grupo de arte urbano *Boamistura*, en la que se pintaron las cúpulas y la fachada frontal, mediante la financiación de la empresa de *Whisky J&B (Imagen 3)*, que obtuvo a cambio la cesión de uno de los locales del Mercado para la realización de actividades culturales durante, al menos, seis meses (aspecto que es analizado como parte de los resultados).



Imagen 1. Imágenes del Mercado de la Cebada. A la izquierda, Mercado con estructura de hierro de 1870, previa a la nueva construcción (actual) que tuvo lugar en el 1962 (centro). A la derecha, imagen del Mercado en el 2011, antes de las últimas rehabilitaciones.



Imagen 2. Imágenes del Mercado de la Cebada tras algunas rehabilitaciones puntuales efectuadas en 2014. A la izquierda, aspecto del Mercado durante el año 2013. A la derecha, Mercado en 2014, tras el pintado de las cúpulas y parte de la entrada frontal, a cargo del colectivo de arte urbano *Boamistura* y la empresa J&B. (Imágenes extraídas de internet)



Imagen 3. Imágenes del proyecto de "Revitalización de la Plaza de la Cebada en Madrid", encargado en el año 2007 y concedido en 2012 al grupo Rubio & Álvarez-Sala Arquitectos. El proyecto articula la regeneración del Mercado con la construcción de un "parque-mirador público" en la cubierta (izq.) en el espacio que actualmente ocupa el Mercado de la Cebada y el antiguo polideportivo derribado -actualmente Espacio socio-cultural Campo de Cebada-. En la derecha, una imagen del diseño de la fachada según el proyecto. (Imágenes extraídas del proyecto de Revitalización)

B.3. Composición social de La Latina en la actualidad

Según los datos del Ayuntamiento de Madrid (**Gráfico 1**), se observa un descenso de población generalizada desde el año 1986 hasta el año 1996, con un diferencial de alrededor de 2500 personas de un año a otro. Desde 1996, hasta el año 2005, comienza una subida de población hasta alcanzar las cotas de población residente del año 1986. Desde el 2005 hasta la fecha, se produce de nuevo una caída en el número de pobladores residentes en el barrio *Palacio*.

Por otra parte, según los datos del *Informe sobre barrio Palacio*²⁴, la pirámide poblacional del barrio *Palacio* en el año 2012, parece mostrar una población de carácter envejecido, con una intensa presencia de mujeres mayores de 65 años (**Gráfico 2**), especialmente en la comparación con otros barrios (**Gráfico 3**), muchas de ellas viviendo solas (**Gráfico 4**).

También aparece una presencia menor de población extranjera en comparación con otros barrios del Centro, tanto extranjeros nacidos fuera de España como de inmigrantes n comunitarios, aunque algo mayor que el porcentaje medio para la Ciudad de Madrid (**Gráfico 5**).

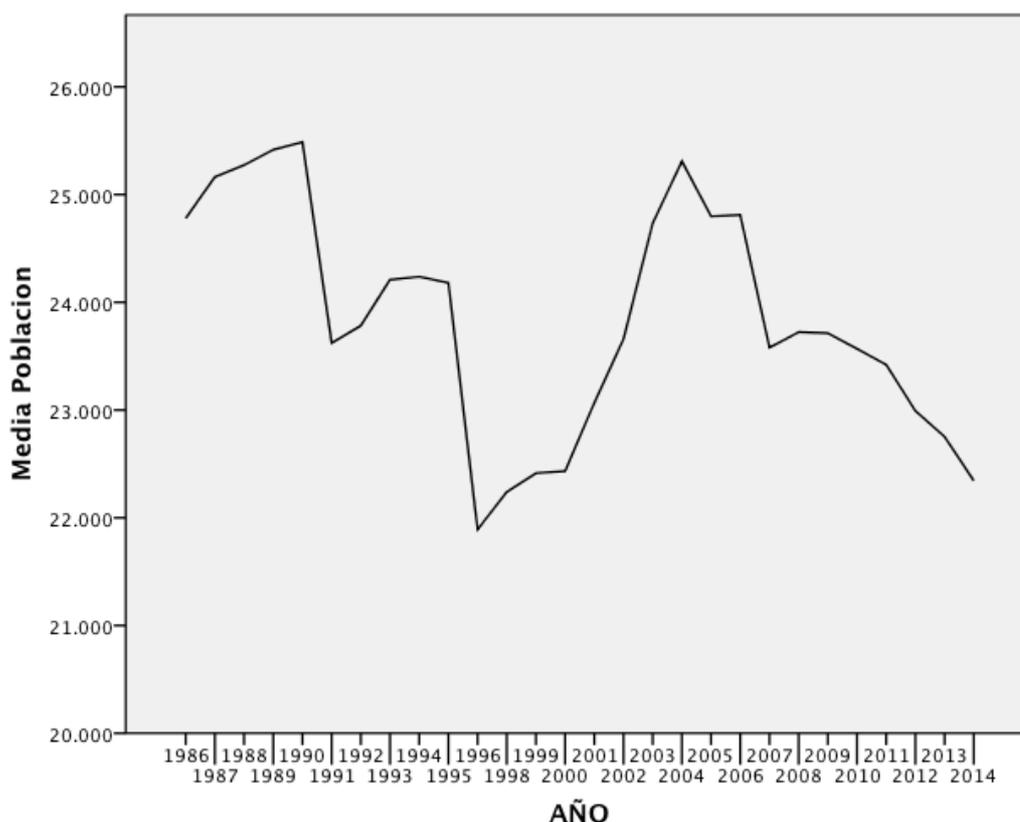


Gráfico 1. Evolución del número de población residente en barrio Palacio (1986-2014) (Gráfico de elaboración propia)

24 Datos procedentes del Documento Análisis del barrio Palacio, elaborado por la *Asamblea de Austrias* de Madrid, que toman como fuente los bancos de datos del Ayuntamiento de Madrid en el 2012. La renovación de la página web del Ayuntamiento en las últimas dos semanas (<http://www.madrid.es/>), ha imposibilitado el acceso a los bancos de datos vía telemática, por lo que me ha resultado imposible acceder a algunas bases de datos más recientes en relación a la composición socio-demográfica del barrio *Palacio*.

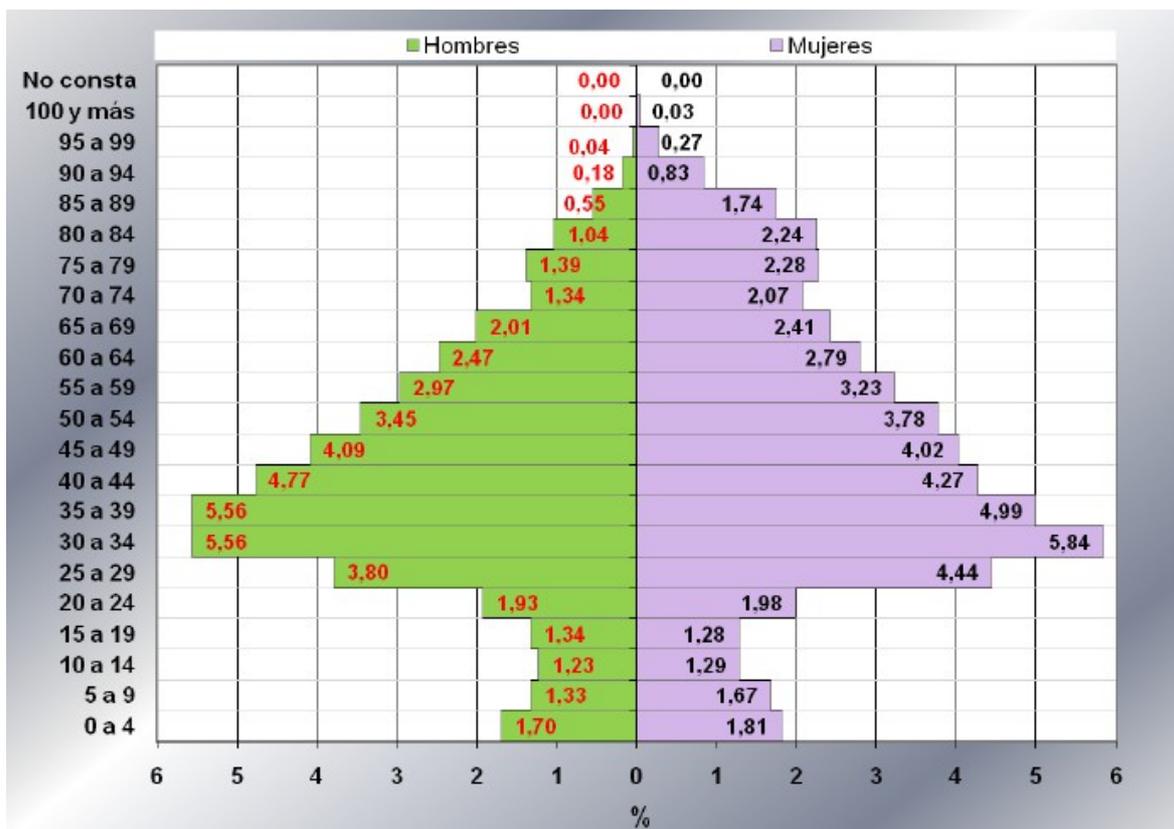


Gráfico 2. Pirámide poblacional del barrio Palacio (2014) (Gráfico elaborado por el Grupo de análisis de la Asamblea de Austrias)

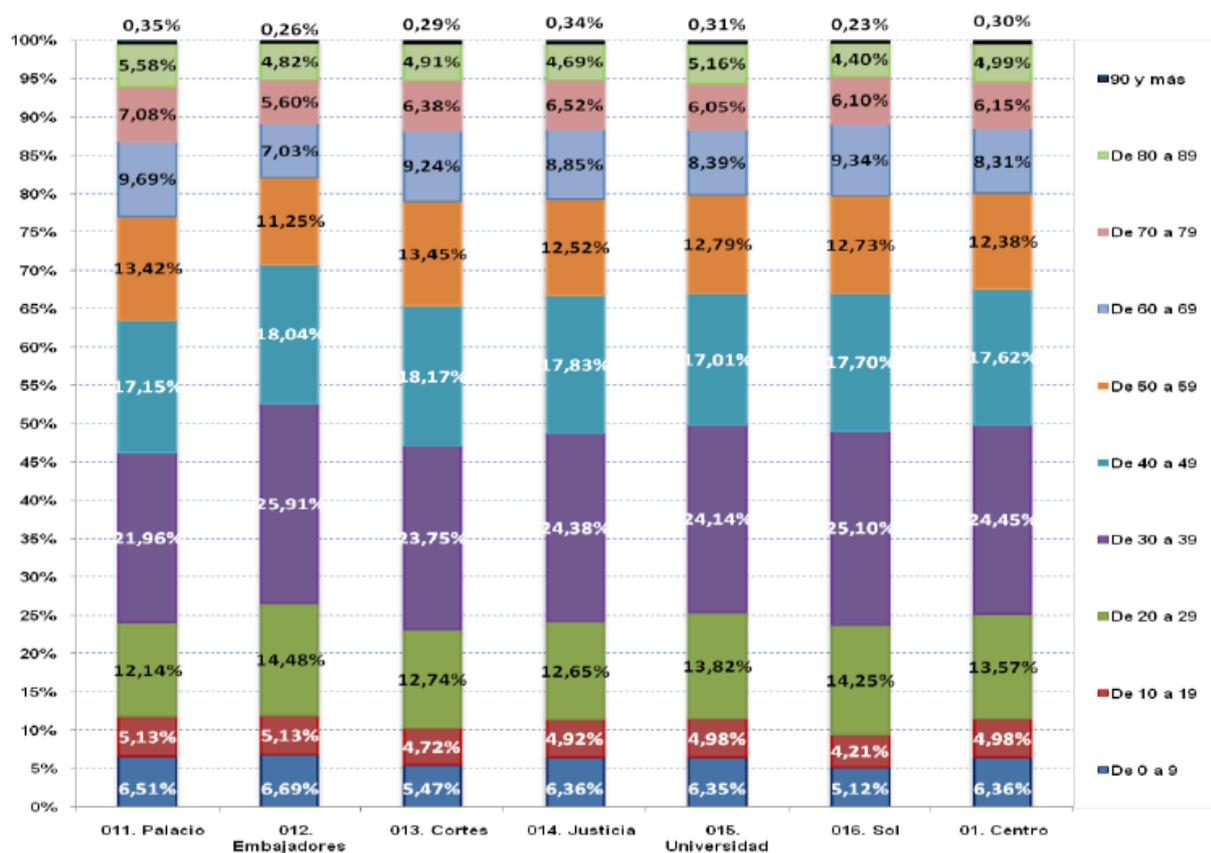


Gráfico 3. Comparación por edad en los barrios del distrito centro de Madrid en el año 2014.



Gráfico 4. Número personas viviendo solas en barrio Palacio, en base a sexo y edad.

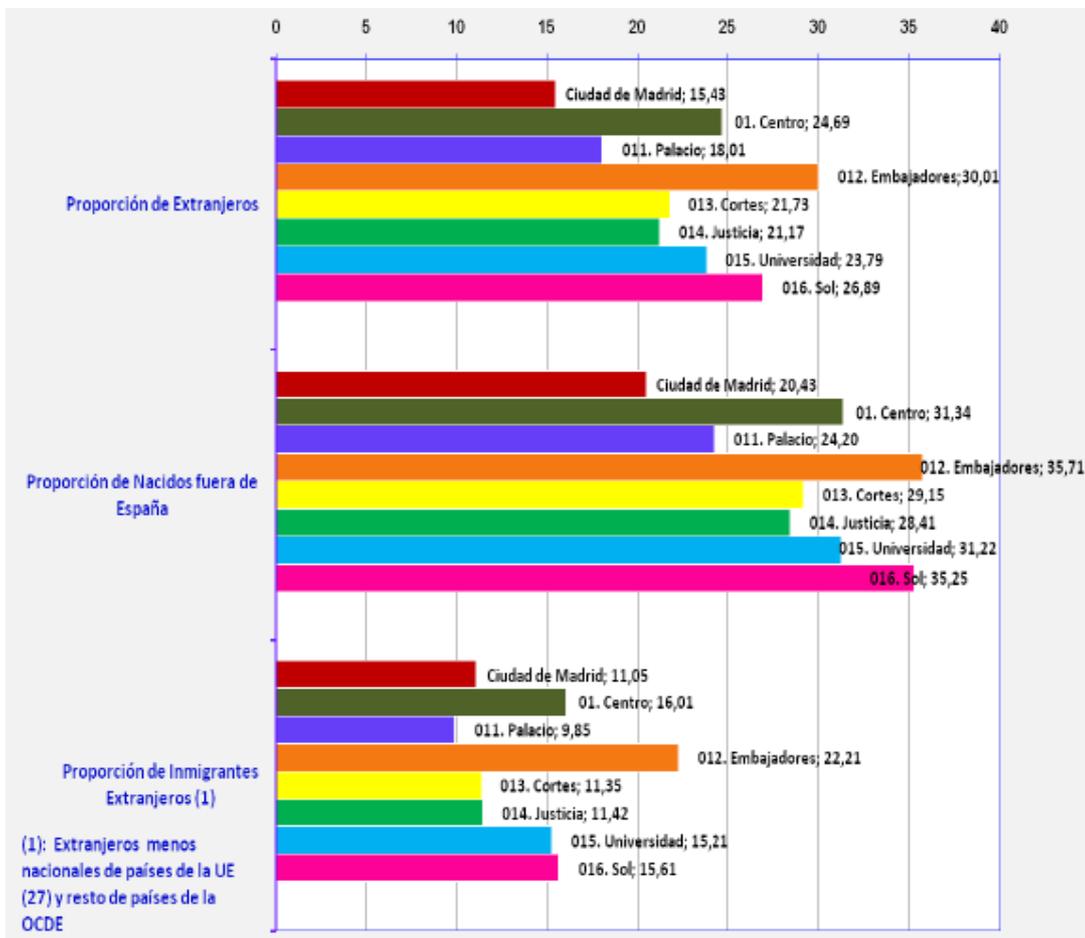


Gráfico 5. Proporción de extranjeros, nacidos fuera de España e inmigrantes extranjeros

METODOLOGÍA

1. OBJETIVOS

Los **objetivos generales** del presente estudio han sido:

1. Identificar variables y procesos psicosociales, ambientales y comunitarios que pueden ayudar a comprender el fenómeno urbano que ocurre en el barrio de La Latina.
2. Explorar las potencialidades de las imágenes y los materiales audiovisuales en procesos de investigación e intervención a escala barrial.

Del mismo, se derivan los siguientes **objetivos específicos**:

Específicos del marco de los estudios urbanos:
1. Analizar la evolución del perfil socio-económico de la población residente en el barrio objeto de estudio.
2. Explorar la evolución de la identidad barrial percibida.
3. Explorar las propuestas y estrategias que tienen los habitantes de accionar y transformar su entorno.
4. Analizar las características y evolución del tejido comercial del barrio objeto de estudio.
5. Analizar las características, percepción y uso del espacio público.
6. Explorar posibles procesos de desplazamiento ya ocurridos o en transcurso.
7. Delimitar posibles sectores poblacionales en riesgo de desplazamiento (directo e indirecto).
8. Analizar los agentes sociales implicados y su relación con los procesos de transformación urbana.
9. Identificar estrategias de intervención adecuadas y eficaces.

Específicos del marco del uso de materiales audiovisuales:
1. Explorar las fortalezas, dificultades y retos del uso de los materiales audiovisuales en el marco de la investigación social a través de metodologías cualitativas.
2. Explorar las fortalezas, dificultades y retos del uso de los materiales audiovisuales en el marco de la intervención social.

2. PARTICIPANTES Y CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

a) Informantes clave en el registro semi-estructurado. El total de informantes clave con quien se sostuvo un registro de información semi-estructurada asciende a 14 personas. De éstas, 3 eran expertos en el ámbito de los estudios urbanos desde diferentes ámbitos disciplinarios -un geógrafo y un politólogo de la Universidad Autónoma de Madrid y un sociólogo de la Universidad Complutense de Madrid-, y las otras 11 fueron personas residentes en el barrio de La Latina de mínimo 8 años de antigüedad residencial (**Tabla 1**).

Tabla 1. Participantes con quien se sostuvo un formato de registro semi-estructurado.

	Informantes clave	
	Residentes	Expertos
	11	3
TOTAL	14	

Se realizó un muestreo teórico, intencional y voluntario (Mejía, 2000), en el que se tuvo en

cuenta la edad (**Tabla 2**), el tiempo residiendo en el barrio (**Tabla 3**) y las distintas formas de participación en el barrio que ejercen los informantes (**Tabla 4**). Se buscó alcanzar la máxima heterogeneidad en base a edad y formas de participación al interior de la muestra, aunque limitando la misma al perfil de residente más antiguo (mínimo 8 años y una media del total de la muestra de 37 años de residencia).

Se ha priorizado la recogida de información de este perfil poblacional residente en la medida en que pueden ofrecer un testimonio más preciso en términos longitudinales de los cambios que observan en el área, además de por su implicación, según la literatura, como posible perfil vulnerable de sufrir desplazamiento en el marco de los contextos de gentrificación.

Tabla 2. Características sociodemográficas de la muestra de población residente (edad y rangos etarios)

Rangos	Informantes										
	Ancianos			Adultos				Jóvenes			
Edad (años)	82	80	77	57	45	56	56	20	22	23	23
Media por rango edad	79,6			53,5				22			

Tabla 3. Tiempo de residencia de las personas informantes (en base a rangos etarios)

	Informantes (rangos de edades)		
	Ancianos	Adultos	Jóvenes
TIEMPO DE RESIDENCIA (media años)	66	28	21
	70	27	15
	77	23	8
		19	23
Media PARCIAL	71	24,3	16,8
Media TOTAL	37		

Tabla 4. Características sociodemográficas de la muestra de población residente (edad y forma de participación)

FORMA DE PARTICIPACIÓN SOCIAL BARRIO	Rangos de EDAD			TOTAL
	Ancianos	Adultos	Jóvenes	
Participantes en organizaciones				
AC Campo Cebada	-	-	1	1
AAVV Cavas Costanillas	2	3	-	5
AMPA	-	1	-	1
No participantes en organizaciones	1	-	3	4
TOTAL	3	4	4	11

b) Otros informantes (cuyo contenido no es utilizado para el análisis categorial): Se han realizado también otras exploraciones que, bien por la ausencia de tiempo para realizar las transcripciones, bien por la informalidad de la aproximación al registro de los testimonios, no se han codificado y utilizado como contenido del análisis categorial. Sin embargo, desde un abordaje etnográfico (Iñiguez, 1995), dichas aproximaciones han servido para nutrir el contenido del documental (cuando eran grabadas en formato audiovisual), acceder a otros informantes (técnica bola de nieve), delimitar el marco teórico de referencia y construir futuras estrategias de abordaje en el estudio.

Entre éstas, se cuenta con la exploración de los fenómenos ocurridos en el barrio de *El Gancho* y la zona de *El Tubo*, en el centro histórico de Zaragoza, dado que varios de sus habitantes sospechan que se están produciendo fenómenos de gentrificación y turistificación en dichos lugares. A través de herramientas audiovisuales, se recogió el testimonio de dos vecinos participantes en la Junta Directiva de la AAVV Lanuza-Casco Viejo, y una técnica de promoción comunitaria que trabaja en el área. También se realizó un transecto por algunas calles del Gancho de Zaragoza, y posteriormente se grabaron dos entrevistas en local cerrado a los mismos informantes (**Tabla 5**).

Tabla 5. Características formato de recogida de información realizado en Zaragoza

Tipo grabación	Entrevista		Deriva	TOTAL
	Individual	Grupal		
Sólo en audio	-	-	-	-
Audiovisual	1	1	1	3
TOTAL	2		1	3

En relación al contexto de La Latina en Madrid, se ha recogido información de otras personas que tienen vinculación con el barrio, pero que no cumplen el perfil de residente antiguo utilizado como muestra (**Tabla 6**). En septiembre, se recogió el testimonio de varios comerciantes del Mercado de la Cebada (una frutería y una relojería); el dueño de un estanco situado en la Calle San Francisco; y el dueño de un bar de reciente creación, en el mismo barrio. En enero, se realizó una deriva con informantes en la que también se registró el testimonio de un bar-restaurante de 30 años de antigüedad en el barrio, y de un comercio (zapatería y artículos de regalo) de reciente apertura (7 meses). Estos testimonios fueron grabados en formato audiovisual, aunque la aproximación a otros relatos de comerciantes, usuarios y residentes en el barrio de manera informal son innumerables.

Por último, también se tiene registrado el testimonio de tres personas no residentes, visitantes ocasionales del barrio durante el fin de semana. Además de tratarse de personas relativamente jóvenes (entorno a la treintena), a través de su testimonio explican los motivos por los cuales les gusta acudir al barrio de La Latina durante el fin de semana. Una vez más, su participación fue clave para la elaboración del documental y futuras investigaciones, pero el contenido de estas aproximaciones no se ha utilizado para el análisis categorial que aquí se presenta.

Tabla 6. Otros informantes clave del barrio de La Latina

Tipo grabación	Comerciantes		Visitantes ocasionales	TOTAL
	Antiguos	Recientes		
Sólo en audio	-	-	-	-
Audiovisual	4	2	3	9
TOTAL	6		3	9

3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

a) Entrevistas semi-estructuradas con informantes clave.

Entrevista individual o grupal en profundidad y semi-estructurada en la que se utilizó un guión de entrevista generado *ad hoc* con los siguientes 9 apartados temáticos (**Anexo 1**): Motivo de residencia; Visión del barrio; Cambios generales observados; Percepción del tejido comercial; Percepción del Espacio Público; Sentido de Comunidad; Identidad; Apego al lugar; Identificación de población vulnerable.

Se adoptó una perspectiva evolutiva -histórica o longitudinal- respecto de cada uno de los temas que conformaron el guión de entrevista, así como se buscó su apreciación valorativa de las percepciones vertidas.

b) Deriva con informantes clave.

La técnica de deriva consistió en realizar un paseo espontáneo -elegido por lo informantes- por diversas calles del barrio. No hubo instrumento previo construido sobre esta técnica. La única instrucción que se les dio fue que nos mostraran, a través de ejemplos, qué cambios observaban en el barrio, especialmente en relación al tejido comercial.

c) Mapeo geográfico con informantes clave.

Se generó un guión de preguntas para guiar el mapeo (**Anexo 2**), para lo cual se usó la aplicación de software *googlemaps*.

d) Observación participante y materiales visuales.

Material audiovisual de carácter etnográfico recogido durante todo el proceso de investigación con una cámara *CANON 600-D*. También se recogió material visual de algunos lugares específicos del barrio a través de la aplicación *googlemaps view* y *Google images*.

e) Diario de Campo, que sistematiza parte de las observaciones y reflexiones por parte del equipo investigador a lo largo de todo el proceso. Las anotaciones del diario no se incluyen en el presente informe, pero son utilizadas como meta-análisis que ayudó a sistematizar el proceso y apostar por nuevas hipótesis de investigación.

f) Fuentes Secundarias. Búsqueda sistemática de datos socio-demográficos procedentes del *Banco de Datos* del Ayuntamiento de Madrid y el *CIS*, y otra documentación sobre la historia del barrio.

4. PROCEDIMIENTO

A continuación se detallan las fases secuenciadas en la aplicación de las distintas técnicas o instrumentos de investigación, así como las fases de análisis y triangulación de los datos realizados.

A diferencia de las otras técnicas y procedimientos, la observación participante, el diario de campo y la recogida de información en formato visual no se sitúan en una fase concreta, sino que fueron técnicas utilizadas durante todo el proceso de investigación:

Fase 1. Exploratoria. La primera fase de la investigación, consistió en una recogida de información de carácter muy abierto y exploratorio, a través de la técnica bola de nieve, la realización de entrevistas no estructuradas y la aplicación de técnicas de etnografía visual para abordar los fenómenos ocurridos:

- (a) en otros contextos (barrio del Gancho, en Zaragoza)
- (b) en el barrio de La Latina, de carácter informal o no estructurado con informantes clave -residentes, comerciantes y usuarios-.

El resultado de esta fase de la investigación no fue transcrito ni sistematizado, salvo en el diario de campo, pero sirvió para introducirse a las siguientes fases de la investigación.

Se realizaron también tres entrevistas semi-estructuradas con expertos en estudios urbanos de otras disciplinas (un sociólogo y un politólogo de la Universidad Complutense de Madrid, y un geógrafo social de la Universidad Autónoma de Madrid), cuyas entrevistas sí fueron transcritas.

Fase 2. Recogida de información con informantes clave. En esta fase se procedió al registro semi-estructurado con informantes clave residentes del barrio de La Latina. En la **Tabla 7** aparece un resumen detallado de las características de las técnicas y el procedimiento de recogida de información.

Tabla 7. Características de las técnicas y procedimiento de recogida de información

Tipo grabación	Entrevista		Deriva	TOTAL
	Individual	Grupal		
Sólo en audio	2	-	-	2
Audiovisual	5	1	1	7
TOTAL	7	1	1	9

2.1. A través de entrevistas semi-estructuradas. Se realizaron un total de 8 entrevistas semi-estructuradas, 7 de ellas de ellas a personas individuales (de las cuales una adquirió el formato de historia de vida) y otra fue una entrevista grupal realizada con tres personas.

De las entrevistas individuales, dos de ellas fueron grabadas sólo en audio y en lugar cerrado, y cinco de ellas en formato audiovisual, en lugares abiertos del barrio de *La Latina* (calles y plazas). La entrevista grupal fue recogida también mediante herramientas audiovisuales.

Sólo se mantuvo la condición de anonimato en el caso de las entrevistas grabadas en audio. Las entrevistas recogidas en formato audiovisual formaban parte del proceso de elaboración del documental en el que los y las informantes expresaron su voluntad de participar. Todas las entrevistas fueron transcritas literalmente.

2.2. A través de mapas. Se utilizó una técnica de mapeo geográfico al final de cada una de las entrevistas individuales semi-estructuradas registradas en audio y en local cerrado. En base a un mapa general de la zona, se les pedía a los informantes que delimitaran el área que consideran "su barrio", los lugares que consideran más emblemáticos, así como los lugares que más y menos les gustan y las razones de dicha elección.

Toda la información fue recogida en audio y transcrita posteriormente, así como se generaron mapas del área y los lugares clave identificados por cada informante (**Anexo 3**).

Este material sirvió para tener una representación más precisa del área que identifican como propia en base a su condición de vecinos y vecinas, delimitar el área geográfica de interés para el estudio y obtener más información sobre las representaciones espaciales que los informantes realizan sobre el área.

2.3. A través de la técnica de deriva. Se realizó una deriva por diversas calles del barrio con tres informantes clave. El recorrido fue elegido por los informantes a partir de la indicación de que realizaríamos un paseo en el que mostrarán las características del tejido comercial del barrio y la evolución que observaban en el mismo. Tanto de contenido verbal como el espacial fue transcrito transcritos (**Anexo 4**).

Fase 3. Búsqueda de bancos de datos. Se realizó una búsqueda sistemática de información en formato cuantitativo sobre a) las características socio-demográficas de la población residente del barrio b) los valores de movilidad residencial entre barrios a través del empadronamiento (2004-2014) c) los valores del precio de la vivienda. Todos los datos fueron extraídos del Banco de Datos del Ayuntamiento.

Fase 4. Análisis de resultados, procedentes de cada una de las técnicas aplicadas, por separado (detalles en el Apartado 5, *Análisis de Datos*).

Fase 5. Triangulación de la información recogida.

5.1. Triangulación inter-métodos y técnicas: realizada entre las técnicas utilizadas de carácter etnográfico o cualitativo (entrevistas semi-estructuradas, deriva, mapeos, material audiovisual, notas del diario de campo, fuentes secundarias y otros materiales documentales).

5.2. Triangulación inter-teorías: realizada entre los estudios y conceptos procedentes de diversas disciplinas -Psicología Socio-Comunitaria, Socio-Ambiental, y otras ciencias sociales-.

Fases transversales (Recogida de información audiovisual, observación participante y diario de campo): Se recogió información audiovisual durante todo el proceso de investigación. Se realizaron varias salidas al campo con el objetivo de registrar visualmente la observación participante en el mismo.

Se intentó equilibrar temporalmente las salidas al campo, de manera que pudieran ser representadas tanto el barrio durante el fin de semana como durante la semana, durante el día y la noche, y buscando la heterogeneidad de la muestra de materiales visuales.

Los comentarios de diversos informantes, surgidos de manera espontánea o buscada, fueron anotados en una libreta y forman parte del diario de campo. Esta fase de la investigación se dilató en el tiempo durante todo el proceso de investigación.

5. ANÁLISIS DE LOS DATOS

5.1. Análisis de las entrevistas.

Dado el carácter exploratorio del presente estudio, el procedimiento de investigación ha estado basado en la **teoría fundamentada (*grounded theory*)**, cuyo objetivo consiste en comprender un fenómeno concreto a través de la generación de marcos teóricos sostenidos sobre el análisis, inductivo y recursivo, de los datos empíricos recogidos (Giraldo, 2011; López y Scandroglio, 2007).

Se ha utilizado el **método de comparación constante**, generando códigos y analizando los datos de manera cíclica para identificar variables y relaciones que sean capaces de explicar de forma exhaustiva el fenómeno explorado.

Para ello se han utilizado las categorías teóricas (*apriorísticas*) presentes en el guión de entrevista semi-estructurada generado *ad hoc* para la presente investigación, así como se ha realizado especial esfuerzo en identificar las categorías emergentes (*post hoc*). Los detalles (códigos utilizados en el análisis, sus dimensiones y propiedades) aparecen detallados en la **Tabla 8 y Tabla 9 (Anexo 5)**

El análisis de contenido de las entrevistas ha pasado por 6 fases o procedimientos de análisis, no necesariamente presentados en un orden temporal (pudiendo saltar de un procedimiento a otro, especialmente en relación a las fases 3, 4 y 5):

1. Escucha y transcripción de las entrevistas realizadas.

2. Primera lectura. Ambientación.

3. Codificación abierta de los textos transcritos: Especialmente en las primeras etapas del análisis de contenido, se ha priorizado una codificación abierta (intra-categorial) y la construcción de **códigos "in vivo"**, usando expresiones propias de los y las informantes, y así poder establecer temas emergentes con el mínimo nivel de inferencia. Los segmentos de texto fueron etiquetados, en un primer lugar, en base a la estructura del guión de entrevista, organizada en 9 temas o categorías principales: Motivo de residencia; Visión del barrio; Cambios; Tejido comercial; Espacio Público; Sentido de Comunidad; Identidad; Apego al lugar; Identificación de población vulnerable (**Tabla 8**). De forma complementaria, todos los segmentos de texto fueron recodificados en función de la emergencia de contenidos no esperados o que no se ajustaban a las categorías precedentes. Se generaron tres nuevas categorías para aquellos contenidos que no podían ser insertados en las categorías pre-existentes: Espacio habitacional/Vivienda; Satisfacción residencial; Propuestas de cambio (**Tabla 9**). Ninguna de las categorías generadas es exhaustiva ni excluyente, de manera que la codificación estaba abierta a la exploración de relaciones.

4. Análisis de contenido mediante el método comparativo constante: El procedimiento consiste en comparar, una a una, la narración de cada informante en base a los temas y la estructura que progresivamente va produciéndose durante el análisis. Se trata, por tanto, de un análisis descriptivo (intra-categorial) y relacional (inter-categorial) que, en el presente estudio, adquirió exclusivamente un carácter sincrónico (independientemente del orden o la sucesión de temas) y que tomaba el párrafo (y, en algunos casos, la frase) como unidad de análisis. El uso de la técnica de comparación sistemática (Giraldo, 2011; López y Scandroglio, 2007) permitió generar unas hipótesis provisionales universales que integran, de forma global, todos los contenidos textuales vertidos por los informantes en relación a los diferentes temas. Las hipótesis finales generadas para este estudio cumplen dos condiciones: a) apoyo empírico procedente de los textos de todos los informadores; b) no se encontró declaración alguna en la totalidad de la transcripción de la entrevista que la refute total o parcialmente.

5. Codificación axial: Se realizó una codificación axial (inter-categorial) que permitió producir un modelo de relaciones categoriales emergente, de forma tentativa y muy provisional. En él se identifican algunas variables y procesos -potenciales causas, consecuencias y variables moduladoras- del problema objeto de estudio, aunque no se ha podido realizar un modelo exhaustivo ni consolidado del fenómeno observado. En cualquier caso, la fase final de este tipo de codificación tuvo como producto provisional la clasificación de todas los códigos y categorías pre-existentes en base a 3 macrocategorías o dimensiones básicas, de carácter fuertemente descriptivo (**Tabla 10, Anexo 5**):

- a) **Identificación simbólica con los espacios** (con cuatro subdimensiones: percepción de la identidad barrial; percepción del tejido comercial; percepción del espacio público; percepción del espacio habitacional o vivienda)

b) **Estrategias y propuestas de acción-transformación**

c) **Satisfacción** (con tres subdimensiones: Satisfacción Residencial, Apego al Lugar y Sentido de Comunidad).

6. Saturación de la muestra y controles de calidad: Dado el carácter exploratorio del presente estudio, así como la naturaleza intencional de la muestra y el uso de la técnica de bola de nieve como forma de acceso a los informantes, no se establecieron criterios de saturación a priori. Las limitaciones de la interpretación de los resultados en este sentido aparecen comentadas en el apartado *Muestra*. Por otra parte, no se realizaron controles de calidad inter-jueces durante el procedimiento de análisis.

5.2. Análisis de los mapas y la deriva.

El contenido verbal de la realización de los mapas geográficos y la deriva con los informantes fue transcrito literalmente y analizado siguiendo el mismo procedimiento utilizado para el análisis del contenido de las entrevistas.

Las fases de análisis fueron las siguientes:

- Escucha y transcripción literal del contenido verbal, realizando anotaciones de la localización a la que se refiere la persona informante.
- Generación de mapas en los que se inserta de manera combinada la información verbal con la localización geográfica a la que hace alusión -en la técnica de mapeo- o en la que tuvo lugar el comentario -en la técnica de deriva-.
- Análisis de contenido, siguiendo el mismo procedimiento que el análisis de las entrevistas.

5.3. Análisis del material (audio)visual.

Se ha utilizado la técnica de comparación constante para realizar el análisis del material (audio)visual. Dicho análisis siguió las siguientes fases:

- Repaso de todo el material audiovisual producido desde Junio del 2014 hasta Abril del 2015.
- Selección de las imágenes, haciendo una captura de pantalla de los vídeos, en base al contenido y la representación que eliciten las mismas según el equipo de investigación, con el programa *Adobe Premiere Pro 2014*.
- Análisis de contenido de las imágenes por su convergencia o divergencia con algunas de las verbalizaciones de los informantes y con el contenido de la observación participante -en el diario de campo-.
- Reformulación de las hipótesis extraídas del estudio en base al análisis del material visual.
- Edición de las imágenes mediante el software libre *PhotoScape X for Mac 1.3.*, persiguiendo dos objetivos: (1) de manera individual, sobre cada imagen, realzar las facetas de la imagen que ayudan a visualizar de forma más sencilla la representación que se pretende ofrecer a través de la misma; (2) realizar combinaciones de imágenes, de manera que se pueda visualizar fácilmente a) la diversidad de formas que toma una misma representación, o b) el contraste derivado de la combinación entre varias imágenes.
- De la misma forma que con las otras técnicas, no se realizaron controles de calidad inter-jueces sobre el análisis del material visual.

5.3. Análisis documental (bancos de datos)

A partir de la información obtenida de los bancos de datos del Ayuntamiento, se generaron gráficos para analizar la tendencia general de cambio y los valores absolutos. No se realizó ningún procedimiento de análisis estadístico sobre los datos trabajados.

5.4. Uso del diario de campo.

El diario de campo sirvió como acompañamiento al equipo de investigación durante todo el proceso, como forma de sistematizar los hitos temporales, reflexiones, estados emocionales del equipo, comentarios informales de informantes en el campo y observaciones producto de la participación en los espacios barriales.

El contenido del diario de campo no ha seguido un análisis sistemático, pero ha servido como apoyo a la meta-reflexión suscitada del análisis a través de las otras técnicas, así como *bitácora de viaje*, brújula, guía y espacio de descargue emocional para la investigación. De hecho, algunas de las intuiciones volcadas en el diario de campo han servido para abrir esferas de investigación que posteriormente se han revelado importantes en el análisis del estudio de caso.

RESULTADOS

A continuación se exponen los resultados obtenidos a través de distintas fuentes y técnicas de recogida de información (censos y bases de datos, entrevistas, transecto y mapas) de forma integrada.

La presentación de los resultados sigue parte de la estructura provisional del análisis de contenido, en base a las variables y relaciones identificadas de manera emergente. En ese sentido, si bien dicha estructura contiene tres macro-categorías, se ha preferido presentar la interpretación de los resultados tomando como protagonistas las dos primeras (*1. Identificación simbólica con los espacios* y *2. Estrategias y propuestas de acción-transformación*) y transversalizar las relaciones encontradas entre dichas macrocategorías con la tercera (*3. Satisfacción residencial*), para facilitar su lectura.

La cuarta macro-categoría (*4. Percepción de población vulnerable*) se descartó del análisis por demostrar ser una categoría poco clara para la mayoría de informantes y poco útil para los objetivos de la investigación.

A pesar de que la cuantificación de las opiniones encontradas en la muestra no es el objetivo del presente estudio, se ha realizado una clasificación para reflejar el grado de representatividad sobre la muestra de cada una de las opiniones vertidas a través de las entrevistas semi-estructuradas y otros contenidos verbales (**Tabla 11, Anexo 6**). También se utiliza una clasificación de cinco conectores lógicos para redactar las hipótesis (**Tabla 12, Anexo 6**).

1. Identificación simbólica con los espacios

1.1. Percepción de la identidad barrial

La mayoría de informantes relata cambios sustanciales respecto de la identidad percibida en el barrio. Muchos de ellos (la totalidad de ancianos y adultos), asocian la identidad del barrio en el momento en que llegaron a residir como un lugar compuesto por una identidad de clase obrera, popular o de clase media:

N.: Siempre ha sido el centro, y ha sido un centro más popular. No es un centro de barrio más alto, entonces un centro popular, pero lo ha sido de siempre. La Latina, no hace falta más que veas fotos antiguas, era muy obrero, muy popular, muy de la gente del Madrid de toda la vida ¿no?

M. (82 años): Pues mira, como ha sido un barrio muy popular y muy de Madrid ¿sabes? Pues, la gente era normalita o, al menos que fuera alguien que destacara, que eso era... de higos a peras (...) por aquellos barrios nunca se ha distinguido la gente, no, porque la gente que tenía dinero, pues se iba a los sitios que todos eran ingenieros.

Algunos informantes, además, construyen esa identidad barrial en la comparación con otros barrios más pudientes (como Argüelles, San Bernardo o Quevedo) o con más problemáticas o peligrosidades (como Lavapiés o Usera). La identidad emergida de la comparación con otros barrios más pudientes tiene un carácter, además, fuertemente asociado a un alto sentido de comunidad:

C. (57 años): Yo venía de Argüelles y Argüelles nunca ha sido un barrio como tal. Argüelles era un sitio de gente de dinero, de sociedad alta y tal y la gente no se relacionaba entre sí. Aquí no, aquí vivías lo que era el barrio auténtico.

N.: es un barrio en el que yo me siento más a gusto. Es un centro de Madrid, porque hay otros centros, un poco más hacia, no sé, hacia San Bernardo, hacia Quevedo, hacia Serrano, esas zonas... yo me sentiría mucho menos de ese barrio, por el estilo de vida, por la forma de... no sé, incluso por el poder adquisitivo, no sé... Este es como más... mi casa.

P. (22 años)– Este barrio se puede extrapolar. (...) Es un barrio bastante... que no tiene... ni

mala calidad ni tampoco es muy elevada. Es el centro y tampoco es Usera. ¡Qué miedo da Usera! ¿Habéis estado en Usera, dios mío? Da mucho miedo Usera.

M. (82 años): [Y a Lavapiés ibas...?] No. Yo no me bajé nunca para allá. Había mucha droga allá y a la abuela nunca le han gustado los barullos. Una reunión de más de tres, ya era...

Algunos informantes describen el barrio como un lugar castizo, y "típico de chateo". Una informante, además, añade el carácter envejecido de la población que residía en el barrio, así como la presencia de gitanos "de alta alcurnia", de nuevo asociado a un fuerte sentido de comunidad:

M. (82 años): uy, la calle Toledo, la calle la Ruda, todo ese conjunto estaba siempre así (*junta los dedos*). Era el Madrid del chateo (...) La Latina es diferente porque... yo no sé cómo explicarte, porque allí se va, allí van todos ¿sabes? al chateo, para mí es por eso.

C. (57 años): Era gente obrera, era gente normal y corriente. Todos los que han vivido en este barrio siempre han sido gente obrera. Lo que pasa es que, claro, con el paso de los años, como es lógico, ha ido cambiando mucho en cuestión de... pues que la gente joven en esta zona centro en aquella época se movía, pero no vivía. Entonces, hubo una época de muchos años en la que la mayor parte de gente que veías era gente muy mayor, que vivía... los abuelos.... los que ya no viven, la mayor parte ya han fallecido, claro.

C. (57 años): entonces era un barrio. Entonces había mentalidad de barrio. Entonces la gente vivía el barrio totalmente. En aquella época convivíamos los payos con los gitanos, porque este barrio era de ambos. Vivían gitanos de alcurnia, porque tienen... no eran los del Polígono o del Pozo tío Raimundo, ni mucho menos, gitanos de dinero, anticuarios, de toda la zona de anticuarios y luego estaba el Madrid castizo de siempre. La gente bajaba con sus sillas a la calle y hacía sus corre...

También varios de los informantes describen una identidad barrial en base al concepto de "barrio-pueblo", que combina la satisfacción y el deseo de centralidad con un sentimiento de familiaridad y un alto sentido de comunidad. De hecho, entre aquellos informantes que eligieron el barrio como lugar de residencia, todos expresan como motivo de llegada la satisfacción que percibían respecto de la identidad del barrio en relación a dichas características:

N.: O sea, que sí que en el fondo hemos primado el estar en esta zona, porque nos sentimos muy a gusto, porque es como un pequeño... barrio, pero con cierta... es muy acogedor, es como entre el pueblo y ciudad mezclado, sin que te agobie, y sin que te sientas solo y perdido y y bueno. Y ahora que por ejemplo los chavales son mayores, salen y entran, pues la verdad es que lo valoras. Van a todos los sitios andando, están en el centro... Como que no te preocupa decir tengo que llevarlos, tengo que traerlos, y están fenomenal. Ya ves, lo dicen, qué suerte tengo... Pues sí. Ya ves, no tenemos metros cuadrados, pero, bueno, mucha calle.

Varias personas, especialmente los informantes jóvenes y adultos, siguen valorando la centralidad y las facilidades de movilidad en el presente de La Latina, a diferencia de otros barrios:

L. (20 años): Lo que está bien en el barrio es cómo está situado todo. Estás a cinco minutos de Sol, Oriente, que puedes bajar ahí abajo y tienes la Casa Campo y está muy bien.

S. (56 años): Por ejemplo, yo tengo un chaval de 23 años, que ya es no tenerlo, y otra de 19, y evidentemente, se mueven de otra forma y está muy bien que estén en el centro porque así no tienen que andar a altas horas y pueden llegar a esta zona ¿no?

La mayoría de los informantes, independientemente de la edad y de las formas de participación social que ejercen en el barrio, valoran positivamente el patrimonio histórico o la vinculación del barrio con la época de la movida madrileña, y éste es un rasgo que emerge

también entre los motivos que les hicieron llegar a residir en el barrio y/o a permanecer en él:

S. (56 años): (...) que era un barrio muy tranquilo. Tenía sus cosas, pero era muy muy tranquilo, muy céntrico y bien comunicado.(...) [Lo que más me gustaba del barrio tenía que ver] Con la tranquilidad y luego el barrio que es un barrio histórico. Todo lo que vemos aquí es prácticamente histórico andes por donde andes. Tienes desde la Plaza de la Paja, la plaza de los Carros... Todo eso es la zona más antigua de Madrid, junto con el Alcázar, el Alcázar que es el Palacio Real hoy en día.

C. (23 años)– Estamos en la parte antigua ¿no? Es el centro histórico. La antigua ciudad de Madrid es donde estamos (...) porque tú te vas a... más arriba o la periferia y todas las calles son iguales.

C. (57 años): Hubo un movimiento cultural enorme en aquella época, en los años 70, 80, más en los 80, 80-90, perdona, 70, 80, finales del 70, o sea, y... bueno, pues eso se lo llevó. Es como todo, fue una época en la que se promovía mucho la cultura y había gente emergente maravillosa, artistas emergentes que eran geniales y todos venían aquí. En aquella época te codeabas todos los días con Almodóvar, porque venía a tomarse una cerveza al barrio, y todos los demás, y con los Futura y con toda esta gente de aquella época. Eso se ha perdido, porque, también, evidentemente, la sociedad ha avanzado hacia otras cosas, es normal.

E. (23 años): Este barrio, yo creo que en la época de.. Madrid ha sufrido tantos cambios... y este barrio ha sido tan... intrínseco, en lo que era la movida, madrileña, incluso, de... Ya a raíz de todo ese cambio que hubo, en general, en todo el Estado ¿no? por así decirlo, en todo el país, que influyó tanto en barrios como éste que, al ser una zona de libertad, lo que te decía, una vía de escape.

Existen opiniones diversas respecto de la evolución cultural que ha experimentado el barrio. Algunos informantes, especialmente aquél relacionado con el espacio socio-cultural Campo de Cebada, siguen valorando positivamente el "movimiento" constante y de actividad cultural que perciben en el barrio. Otros informantes, los más mayores, expresan la pérdida del valor cultural del barrio:

E. (23 años): Pues no, este barrio tiene mucho más, tiene... tiene mucha cultura, es que tiene... yo, de verdad, me sorprende porque, de verdad, por mucho que viajes, por mucho que conozcas, este barrio lo puede aunar, lo puede... puede tener esa esencia de lo que es el viaje a otro lugar. Estás en otro lugar estando en tu misma ciudad, que es algo que no... que no nos damos cuenta, de verdad (...) la continua actividad que tiene el no parar, el... sea día laborable o sea festivo, el ambiente que hay, la... que la calle se llena, es que la calle se llena, es un barrio donde no... donde no para de haber actividades y movimiento.

C. (57 años): (...) da la casualidad de que la gente que vive en este barrio es una gente de mi edad. La mayor parte de la gente que vive es gente de mi edad, entre los 40 y los 60 años, que somos pues los que vinimos a vivir al barrio, cuando el barrio era... lo que era... En la movida madrileña, pues, tenías cultura, tenías una cultura y un ocio que era interesante. Ahora ya no.

La mayoría de informantes coincide en señalar diferencias en relación a la imagen que se tenía o se tiene sobre el barrio externamente, y la que cada uno de ellos proyecta sobre el mismo, generando malestar. En la actualidad, la mayoría de informantes identifica una imagen del barrio construida como un lugar de consumo y ocio nocturno, en detrimento de su aspecto cultural o residencial en la que a) se responsabiliza al Ayuntamiento o b) se responsabiliza a entidades privadas o personajes particulares. Además, un informante describe la generación, en el pasado, de una imagen externa del barrio como un lugar degradado o problemático ("barrio rambla"), debido a su cercanía con el barrio de Lavapiés:

E. (23 años): Esa persona se puede llevar ese sábado que sale, una noche loca a tomarse una copa, no se va a llevar una impresión diferente de lo que es este barrio, porque... sabe a

lo que va. No, no le va a sorprender nada, porque es algo que puede en cualquier otro lado, pero, a la hora de que sales de esa zona, de esa barriada de copas, todo es diferente.

L. (20 años): Sí, porque lo están enfocando a eso, normalmente sacan... o que la selección española ha venido a tomarse no sé qué, que si ha venido no sé quién, que si el puto Rey ha ido a comerse unos huevos al [Restaurante] *Lucio* (...)...

C. (57 años): Es que es como que, parece que promulgan y promueven y, de hecho, lo hacen, porque si te metes en su página de facebook, del Ayuntamiento, te ponen la Latina, la Latina es sitio de ocio, alcohol y diversión. Tócate los huevos. Y dices: y la cultura ¿dónde la dejas? Es que este barrio tendría mucho que ofrecer, pero está así. Parece como que ya, y además es que se lo dices a la gente: es que tú no te das cuenta que aquí la gente vive (...) Entonces, hay una hiperpoblación de locales, de bares, que perjudican muchísimo a la tranquilidad y a la paz del barrio.

E. (23 años): Era muy niño, o sea que era muy joven y... tenía una perspectiva casi negativa ¿no? Porque la imagen que te daba de... de paupérrimo, de tan dejado, es lo que digo, pero siempre ha habido tanta actividad que eso, incluso esa imagen que daba, de rambla no... no era la apropiada y no era lo que los vecinos en sí tenían... tenían por su barrio ¿no? (...) este barrio, pues se ha utilizado malintencionadamente ¿no? La rambla, yo me refería a lo que era el menudeo de drogas ¿no? ese malestar que había con la zona de Lavapiés, que es la que tenemos aquí, al sur, pero que influía mucho en lo que es esta parte del barrio, porque era un paso continuo de muchas movidas.

Algunos identifican también algunas de las variables que son asociadas a la promoción de la imagen externa del barrio, asociada a la masificación presente o futura de visitantes en el barrio. En concreto: a) algunas de las esferas de su identidad percibida como "barrio-pueblo" b) su cercanía con otras *amenities* culturales de la zona (**Mapa 3**):

(Responde P., de 22 años): Además, siempre los anuncios eligen este sitio para... bueno, no sé, yo he visto anuncios que se graban aquí, en la Latina. No sé. Es como un sitio muy bonito, tranquilo. Es como... como lo están anunciando también... Es verdad que en unos años va a volverse un sitio bastante.. a lo mejor mucho peor.

C. (57 años): Como es una zona que supuestamente es un centro cultural, tienes el Reina Sofía, el Palacio de Oriente, tienes una serie de... tienes un montón de atrayentes para la gente que viene de fuera y... tienes que darles de comer y de beber ¿vale? pero siempre dentro de un orden, creo yo ¿no? O sea, no se puede masificar, porque si masificas, al final acaba como la Sureña



- | | | |
|--------------------------|------------------------|----------------------------|
| 1 BALLET CLÁSICO | 5 MANCEBOS | 10 MINISTERIO ASUNTOS EXT |
| 2 SAN MILLAN Y CALLETANO | 6 SAN ANDRÉS | 11 IGLESIA SACRAMENTO |
| 3 SAN FRANCISCO DE ASIS | 7 IGLESIA BUEN CONSEJO | 12 PALACIO DE LA VILLA |
| M MERCADO | 8 BASILICA SAN MIGUEL | 13 CATEDRAL DE LA ALMUDENA |
| 4 SEMINARIO CONCILIAR | 9 SANTA CRUZ | 14 SAN NICOLÁS |

BOAMISTURA

Mapa 3. Obtenido del colectivo de arte urbano *Boamistura*, en la que representan las “cúpulas” de la zona como lugares de alto valor patrimonial y turístico de la zona, entre las que incluyen el Mercado de la Cebada.

1.2. Percepción del tejido comercial

La mayoría de los informantes perciben cambios en relación al tejido comercial del barrio, que describen en relación a: a) una alta presencia de locales abandonados o en desuso (**Imagen 4**) b) una pérdida de diversidad del comercio c) pérdida o abandono del comercio de proximidad o tradicional (**Imagen 5**) d) un aumento del comercio que ofrece servicios gastronómicos y/o orientados al ocio nocturno, que sustituye al comercio que cierra:

C. (57 años): Antes, sí. Antes había cantidad de tiendas. (...) Antes tenías de todo, tenías de todo, ultramarinos, fruterías... yo qué sé. De todo lo que necesita un barrio, ¿tintes?... Había muchísimo. Ahora es que los cuentas con los dedos de una mano. Hay un tinte en toda la zona, que está ahí en la calle Toledo. Un tinte. Ya está. Una floristería, que está en el Mercado de la Cebada.

N.: era un barrio que tenía de todo, tenía mercería... Yo lo que más noto, ahora mismo, es el cambio de de... la pérdida del comercio. Han ido cerrando. Había mercerías, ya no lo hay. Había más tiendas, como más de toda la vida, de alimentación...

C. (23 años): Las carnicerías de la calle Calatrava, las joyerías, la huevería, la lechería, están cerrados, la pastelería de la Paloma, que ya no sé si es un garito, una discoteca, o algo de eso, no sé, la ferretería que ahora es una tienda de vinos y cosas de ese estilo.

C. (57 años): Llevamos unos 7 años en los que la crecida de bares ha sido totalmente continuada (...) Conoces la calle Almendro ¿no? Es un bar detrás de otro. Cosa que antes no era. Hace tres años había un bar, un bar, que era el Almendro, que lleva muchísimos años, pero no era un bar de jaleo. Era un bar... No era un bar, es un restaurante, ahora todos los locales que se han ido quedando ahí, antes era una carbonería, un ultramarinos, era una tienda no sé qué, tal, todos son bares ya, todos son bares, no queda ni uno ya.

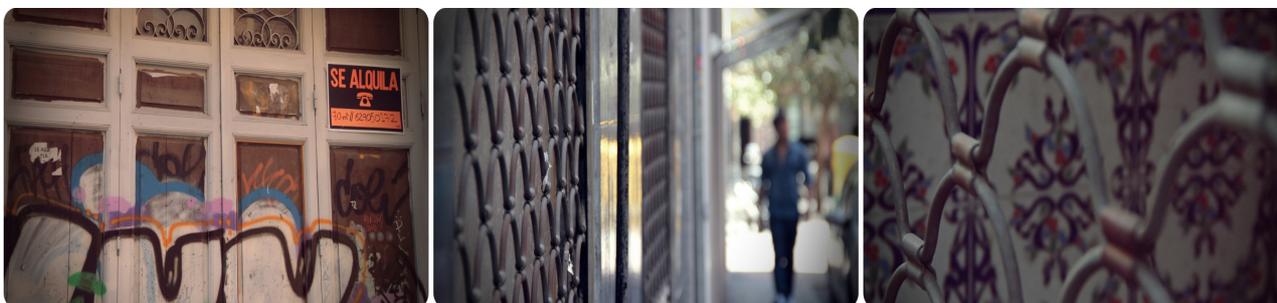


Imagen 4. Comercio cerrado en: Mediodía Chica (izq.) y Calle Calatrava (dcha.)



Imagen 5. Antigua charcutería *Folgado*, en la calle San Millán. Inicio de las obras; cartel antiguo comercio; comercio ya tapiado.

Algunos informantes destacan también la aparición de comercios gestionados por población de origen chino (**Imagen 6**) que ha sustituido algunos de los comercios “tradicionales” y que ofrece un producto parecido al que ofrecía el negocio anterior y percibido como necesario, aunque no queda clara la valoración que realizan los informantes respecto de esta cuestión:

C. (57 años): Si es que ya los ultramarinos, lo que te digo, como lo han abarcado los chinos... Ya, el negocio de toda la vida de ultramarinos del español ya no existe, no existe ninguno.

C. (57 años): (...) es que ahora, quitando los chinos, que además abarcan un amplio sentido de la palabra, porque tienen zapaterías, tienen tiendas de ropa. Ahora, ya, es que están incluso abriendo ferreterías, o sea, y... y ya está, y luego los típicos autoservicios de éstos ¿no? las tiendas pequeñitas, tipo Coviran, y de éstas que se han quedado con los nombres, incluso, que han comprado los derechos y están abriendo además supermercados que son de ellos. Quitando eso, el resto, ¿qué comercio hay? No resiste ninguno.

N.: Han ido cambiando, pues bueno por comercios chinos de alimentación y bazares, y muchos sitios de copas, comidas, ese tipo de cosas es lo que... Yo creo que en ese sentido ha perdido un poquito... pues eso, otro tipo de negocios.



Imagen 6. Comercios gestionados en la actualidad por población de origen chino. A la izquierda, frutería en calle Toledo; en el centro, productos de alimentación variados (ultramarinos) en calle Humilladero; a la derecha, tienda de ropa en calle Toledo.

La mayoría de informantes identifica la presencia de comercios que siguen desarrollando su actividad - “resisten”- y que suelen ser: a) comercios con una alta antigüedad en el barrio, habitualmente heredados de generación en generación (**Imagen 7, 8 y 9**) b) dedicados al abastecimiento de productos o servicios especializados – venta de un producto especializado- o artesanales -estrecha relación entre productor y vendedor- (**Imagen 10**) c) que cubren necesidades percibidas como “básicas” para la población residente o no asociados a la masificación de usuarios:

C. (57 años): Los únicos que resisten son los más antiguos, la floristería de toda la vida...

C. (23 años): Y hay una callecita ¿tú sabes dónde antes estaba El Aventurero? Que era la tienda de cómics del barrio, que ahora ya es una de éstas de souvenirs regentado por extranjeros (...) Pues hay una calle que sube (...) Ahí, hay una tienda de tejidos, de telas de que ya no quedan, o sea, que lleva de toda la vida, porque de hecho, cuando yo iba al colegio, a tercero de primaria, mi madre compró en una de esas tiendas tela para hacernos el disfraz de la obra de teatro y es que como que todavía sigue ahí. (...) No sé. Y esas tiendas todavía aguantan. Y está muy bien. Hay una de sombreros también. Una de sólo sombreros. Comercios de esos que sólo venden una cosa en concreto, pero son muy buenos en lo que hacen. Ahora si quieres un sombrero, te vas al Corte Inglés tienes treinta igual de malos.

L. (20 años): Sigue habiendo cosas curiosas. El afilador. No es tan normal ver afiladores.

L. (80 años): Había un tapicero, un dorador, el taller de mi abuelo, de mi padre. Había una peluquería, una panadería. Había todo tipo de oficios que han subsistido y han ido heredando. En tercera generación. Hoy en día ya no están. Están bares, bares y bares. Bueno, ponen terrazas y ya.



Imagen 7. Mesón, actualmente especializado en quesos, en Calle Calatrava. El actual dueño, que heredó el negocio de su padre cuando fundó el mesón hace 58 años en una antigua bodega, describió sus dificultades para continuar con el negocio cuando el dueño quiso hacer uso de la eliminación del alquiler de renta antigua (pasando de pagar 200 euros mensuales, a 1200 euros).



Imagen 8. Bar en Calle Calatrava (25 años de antigüedad). El dueño expresó sus dificultades para seguir con el negocio.



Imagen 9. Carnicería árabe, calle Calatrava. Re-ubicada hace 10 años a otro local en la misma calle (en el que llevan actualmente 7 años), tras la negativa del dueño a renovarles el contrato de alquiler. En el edificio, sólo queda una señora viviendo.



Imagen 10. A la izquierda, una de las informantes durante la deriva explicando la profesión de su abuelo como dorador decorador, José Díaz Llorente, en el local que actualmente ocupa el restaurante vegetariano Viva la Vida. Las otras imágenes (centro y derecha) muestran la botería situada en la Calle Tabernillas.

Existen diferencias de opinión respecto del perfil de usuario de los negocios gastronómicos y de ocio nocturno de reciente apertura en la zona. La mayoría coincide en señalar que este tipo de comercio atrae a un público no residente en el barrio, especialmente los fines de semana. Varios coinciden en señalar que se trata de un sector poblacional con mayor poder adquisitivo. Existen diferencias de opinión respecto del perfil de los usuarios en relación a la edad: algunos expresan que se trata de un público entre los 25 y los 45 años; otra informante sugiere la posibilidad de que la gente joven residente en el barrio pueda estar también haciendo uso de este tipo de comercio, aunque éste es negado por otro informante (**Imagen 11**). Éste dato contrasta con el perfil envejecido de la población residente, emergente de la pirámide poblacional (**Gráfico 3 Descripción caso estudio**) y de la observación participante (**Imagen 12**), así como de otros sectores poblacionales también residentes (**Imagen 13**) o usuarios habituales del espacio público de sectores empobrecidos (**Imagen 14**):

C. (57 años): [hablando del uso de los bares y restaurantes de la "nueva ola"]: Pues la gente que viene de fuera., la mayor parte. Te aseguro que los vecinos, pocos. Salvo que sean muy jóvenes, pero la gente... pero da la casualidad de que la gente que vive en este barrio es una gente de mi edad.

L. (20 años): Todos los bares nuevos que se han abierto hacia el público, del barrio ahora, en vez de ser ya a lo mejor la gente que vive en el barrio, ya está con un toque más turístico o gente que tiene un nivel de adquisición más elevado. Las cavas ahora son... todo son baretos para gente... sólo hay que verlos, cómo van. Se nota un nivel... un nivel que no tiene mucha gente.

S. (56 años): yo creo que aquí, fíjate, más que el público joven, muy joven, es un público más mayor, un público que tiene un poder adquisitivo importante. Tiene que ser importante para pagar las copas a 7 euros y que está en torno a los 30, de 30, o de 25 a 35-40 años. Es el público que yo me encuentro más por la calle y que es más jaleoso, que son 4 ó 5 gritando, de jolgorio y demás (...) mis hijos desde luego no las toman aquí

S. (56 años): Pero, por ahora, si tú te fijas un día en la calle, por ejemplo en Cava Baja o en Tabernillas, cualquiera de éstas, pero la Cava Baja es la más significativa porque es la que tiene más bares ¿no? por la calle Toledo, por ejemplo, ahora mismo también. Entonces, tú te pones ahí y ves el tipo de público. No es un público muy joven, muy joven, alguno habrá. Por joven me estoy refiriendo a que tengan de 18 a 25 años. No hay tantos. Yo creo que es más mayor. (...)



Imagen 11. Imágenes de usuarios del ocio nocturno en el barrio de La Latina (tomadas en diciembre del 2014)



Imagen 12. Imágenes de población anciana residente del barrio de La Latina.



Imagen 13. Otros perfiles residenciales (a la izquierda, mujer inmigrante; a la derecha, niños)



Imagen 14. Otros usuarios habituales del espacio público (en el centro: "Kike: el poeta del barrio"; a la derecha: hombre que frecuenta el barrio recogiendo objetos de la basura para venderlos posteriormente en la calle; a la izquierda: hombre recorriendo las terrazas de Plaza de Cebada pidiendo limosna).

Por otra parte, la mayoría de informantes -especialmente ancianos y adultos- describe también la aparición de un tipo de comercio que ofrece un producto barato y "de mala calidad" -etiquetado como "low cost" por los informantes que participan en la *AAVV Cavas Costanillas* - que es identificado por algunos pobladores en relación a la venta de un producto a) de comida rápida a bajo precio b) de bebida alcohólica a bajo precio c) o de una mezcla de ambos (**Imagen 15**):

N.: Ahora lo que hay mucho es comidita rápida, que han salido, aquí en esta zona están haciendo... como varios, y cosas que puedan ofrecer algo por muy poco dinero, como la caña un euro y la tapa, eso antes no se veía, y ahora pues sí, empieza a haber.

S. (56 años): Ahora ya han abierto un cuboking, la Sureña, y han abierto un lowcost, el de los 100 montaditos también...



Imagen 15. A la izquierda, franquicia *Perrito Olé* de comida rápida (Cava Baja, 1). En el centro, comercio tipo franquicia *Mercado Provenzal* (calle Toledo, número 8), que anuncia "cañas a 40 céntimos" y "copas a 3,30 euros". A la derecha, local de ocio nocturno también anunciando sus ofertas de precios de bebidas (Cava Baja, número 20).

Comercio, Identidad, Espacio Público y Satisfacción

Entre otras cosas, la mayoría de informantes percibe malestar e insatisfacción con la nueva actividad comercial de la zona, que es asociada con: a) malestar asociado a un cambio en la identidad del barrio y el sentido de comunidad asociado a la misma b) aumento de ruidos, suciedad y peleas en el espacio público, especialmente durante el fin de semana c) masificación de usuarios en los comercios -bares y restaurantes- d) pérdida de diversidad del tejido comercial, especializado o tradicional e) pérdida del espacio público -ocupado por terrazas o masificación de personas- en detrimento del espacio de juego para la infancia u otros usos, especialmente durante el fin de semana (**Imagen 16 Y 17**):

L. (20 años): Lo que pasa es que te mueves por el barrio, pero no por las zonas donde se mueve la gente, porque ya... eso preguntando a la gente del barrio, por la cava hay zonas de éstas, que... gente del barrio no van a esos sitios. Se buscan otros o se acaban moviendo de sitio. (...) Se está volviendo un poco invivible para la gente que vive en el barrio (...) Ha desaparecido un poco a lo mejor el sentido de barrio

S. (56 años): Lo que más me disgusta es que lo hayan convertido en una zona de copas y, cuando digo de copas, no digo que la gente venga a divertirse, sino en una zona muy ruidosa, con muchos problemas de... ya estamos teniendo problemas de seguridad, a nivel de peleas, borracheras y demás. Y luego, por otra parte, que realmente hay momentos en los que no se te apetece nada salir, que es lo mejor que tenía el barrio y lo que sigue teniendo el barrio de lunes a jueves. A partir del jueves por la noche ya se empieza a complicar bastante el asunto.

S. (56 años): Antes había alguna ferrería, alguna tienda de hilos, alguna botería, una cochería. Había dos tiendas de semillas, que te voy a decir que no hay tanto pájaro para tanta semilla, pero, bueno, era muy diferente. Yo cuando vine hace 23 años era muy diferente y era sostenible. Había una compensación. Había seis o siete bares y dos o tres... no, había tres bares y cuatro restaurantes. Estaban Lucio, Esteban, Julián de Tolosa... Cuatro restaurantes. Y realmente era mucho más sostenible, la vida, la convivencia, lo que es el vecino, con sus descansos y demás, junto con lo que es el ocio era sostenible, que es lo que pedimos un poco, quiero decir, digamos que eso vaya a un cauce normal de convivencia.

C. (23 años): Ya, a la hora de salir, intentamos evitar las calles en que hay mucha gente, mucha gente, porque tardas un huevo en cruzarla y cada dos por tres te está saliendo los relaciones públicas éstos, que te quieren meter en su bar, pero tú sabes que es un timo, porque a lo mejor es un euro una caña, pero el vaso es así y te ponen dos aceitunas ¿no? No, que, por un euro yo...

C. (57 años): ¿Yo las plazas? Las uso poco, porque si te soy sincera, desde 4 años para acá, que es cuando yo me quedé en el paro, la verdad es que me muevo muy poco por el barrio, porque cada vez que me muevo me cabreo. Entonces, como me enerva, y a mi marido le sienta mal que me vaya pegando con la gente, pues nosotros no hacemos nada en el barrio.

S. (56 años): Quiero decir, el centro, todo lo que es el espacio público, lo están utilizando para poner terrazas y poco más. No es mucho más. Una cosa es que haya terrazas, que es lógico que haya terrazas, porque las utilizamos. Todos nos tomamos en verano una cerveza fresquita y demás y otra cosa es que sea todo el espacio, todo esté concentrado.



Imagen 16. Ocupación del espacio público por terrazas (imágenes tomadas un día lunes).



Imagen 17. Distintos residentes ocupando el espacio público, más allá de los usos mercantilizados del lugar. A la izquierda, hombre mayor paseando a su perro en la Plaza de los Carros. En el centro, jóvenes sentados tomando una cerveza en lata a las puertas del Mercado de la Cebada. A la derecha, mujeres paseando por la plaza de la Cebada mientras observan el ambiente de las terrazas.

Varios informantes -la totalidad de los informantes participantes en la *AAVV Cavas y Costanilla*- asocia la aparición del "low cost" con la masificación de usuarios no residentes, especialmente los fines de semana y durante horario nocturno. Algunos informantes asocian este tipo de negocio con un tipo de servicio y de público también "low cost", y a la masificación, a diferencia de otro tipo de negocios "de más alta calidad" que atraen a un público también "de calidad" y que no perciben asociado a la masificación:

C. (57 años): con este tipo de licencias que dan ni siquiera promueven un alcohol de calidad, que ése es el problema. No es un alcohol de calidad. No, porque tú montas un sitio tipo Chicote, como el que hay en la Gran Vía, montas sitios de calidad, pues la gente que viene es gente más o menos de calidad.

S. (56 años): Ahora ya han abierto un cuboking, la Sureña, y han abierto un lowcost, el de los 100 montaditos también... Cuando hablamos de un lowcost, a mí me da lo mismo que el alcohol sea barato o sea caro. Yo lo que digo es el tipo de público que va y la forma que van a tener de venderlo.

S. (56 años): Va por ahí el tema. El tema está en que al poner locales que son más baratos puede venir un tipo de gente más joven pero viene a lo mismo. Viene al alcohol y va a provocar los mismos problemas que están provocando los otros. Ni más ni menos, los mismos.

S. (56 años): o yo ya... me parece, yo a la gente ya no la veo tan mayor sino muy joven no? Entonces, yo creo que en este caso es gente no tan joven, tiene un poquito más de años, que seguramente tiene un trabajo y sueldo para poder gastar en lo que quiera. Me da a mí la impresión. Lowcost lo que va a hacer es que venga un tipo de público con menos poder adquisitivo y que viene a lo que viene. Quiero decir, un lowcost que han hecho ahora mismo antes era un restaurante peruano y lo han convertido en lowcost copas.

A. (56 años): Y sobre todo, lo que ha pasado también es que la Cava Baja, que era una calle de hostelería cara, de pronto ha pasado a ser una calle de hostelería barata, low-cost, con el burger botellín ése... Y eso es una barbaridad. La Cava Baja la cerró un día Bill Clinton para comer en Lucio. (...) **M. Z. (77 años):** Era otro tipo de público. **Entrevistadora:** ¿Qué tipo de público era? **M. Z.:** Hombre, un poco más selecto **L. (80 años):** Aquí han venido ministros. Hasta el Rey ha venido antes. (...) Sí, pero yo no creo que sea un problema de calidad de las personas que vienen, no, no. Es un problema de carácter de esas personas. El turismo de la mañana de este barrio, el turismo hasta media tarde es un turismo habitual en el centro histórico de la ciudad, y estamos viendo todos los días...

Por otra parte, algunos informantes describen la existencia de algunos comercios con los que sienten un alto grado de afinidad. Suelen tratarse de a) comercios "que resisten" (mencionados anteriormente) b) comercios de reciente apertura que no ofrecen un producto gastronómico, que tienen horarios de apertura no nocturnos y están adaptados a "las nuevas tendencias" – especialmente adultos y ancianos- (**Imagen 18**) c) comercios de reciente apertura que ofrecen un producto gastronómico, pero especializado o artesanal, y con horarios percibidos como "mesurados" – especialmente adultos y ancianos- (**Imagen 19, Imagen 20**) d) comercios de tipo gastronómico no masificados o con precios percibidos como justos o asequibles -especialmente la población joven-:

L. (80 años): [Hablando del "comercio tradicional o de pequeña escala"] Hombre, da vida de una forma vecinal. Yo, por ejemplo, cuando fui a comprar la minipimer, dije: aconséjame, tengo confianza, era hablar con él, me aconseja, me ayuda si quiero una cosa, porque me conoce, porque voy allí, y además lo hago con mucha alegría, porque creo que debo... que me apetece, vamos.

C. (57 años): (...) y gracias a las nuevas tendencias de decoración y tal están recuperando muchas tiendas en plan *vintage* y cosas de ésas, y con muebles de los años 70, 80, se están poniendo muchas tiendas ahí en Bastero, que, gracias a ellos y a esta tendencia, pues de alguna manera se están recuperando los antiguos, todos los locales que estaban cerrados los están abriendo y le están dando una vida increíble.

A. (56 años): Mira Elena. Ha abierto la zapatería al lado de la *Copita Asturiana* y está intentando defenderlo. O sea, que... **Añade L. (80 años):** Es un comercio asequible para hoy en día, moderno.

S. (56 años): Hay calles en que ya está pasando. Por ejemplo, en la Cava Alta está pasando. Tenemos una frutería que es de productos ecológicos, quiero decir, hay una tienda que antes era un bar, no una tienda, sino un local que antes era un bar, y que ahora realmente es una oficina que hace cosas de manualidades, cosas de ese tipo, que da cursos. En la calle la Ruda están abriendo cafés que son mucho más tranquilos, que es mucho por lo que la gente venía en principio a esta zona. Venía a tapear, pero a sitios tranquilos, donde no te dieran codazos, donde no te dieran empujones. Entonces, hay determinadas calles que van en ese sentido.

P. (22 años): Claro, pero nosotros conocemos un sitio muy guay (...) es como un sitio humilde. No ostenta grandes cosas. Tú llegas y hay buena atención. Es un sitio familiar, porque es una familia la que... puedes llegar sin empujar a 40 personas. No hay tantas. Y luego te sirven unos aperitivos, no sé de qué país.



Imagen 18. Tiendas vintage de la zona del Rastro (izq. y dcha.) y tienda de ropa adyacente al Mercado de la Cebada.



Imagen 19. Tienda de reciente apertura, de venta de productos gastronómicos especializados, en Calle Calatrava.



Imagen 20. Vinoteca situada en Calle Calatrava, abierta desde hace aproximadamente un año. La señora que vive enfrente (que aparece en la imagen 9) describió este lugar como "el único comercio bonito de la calle".

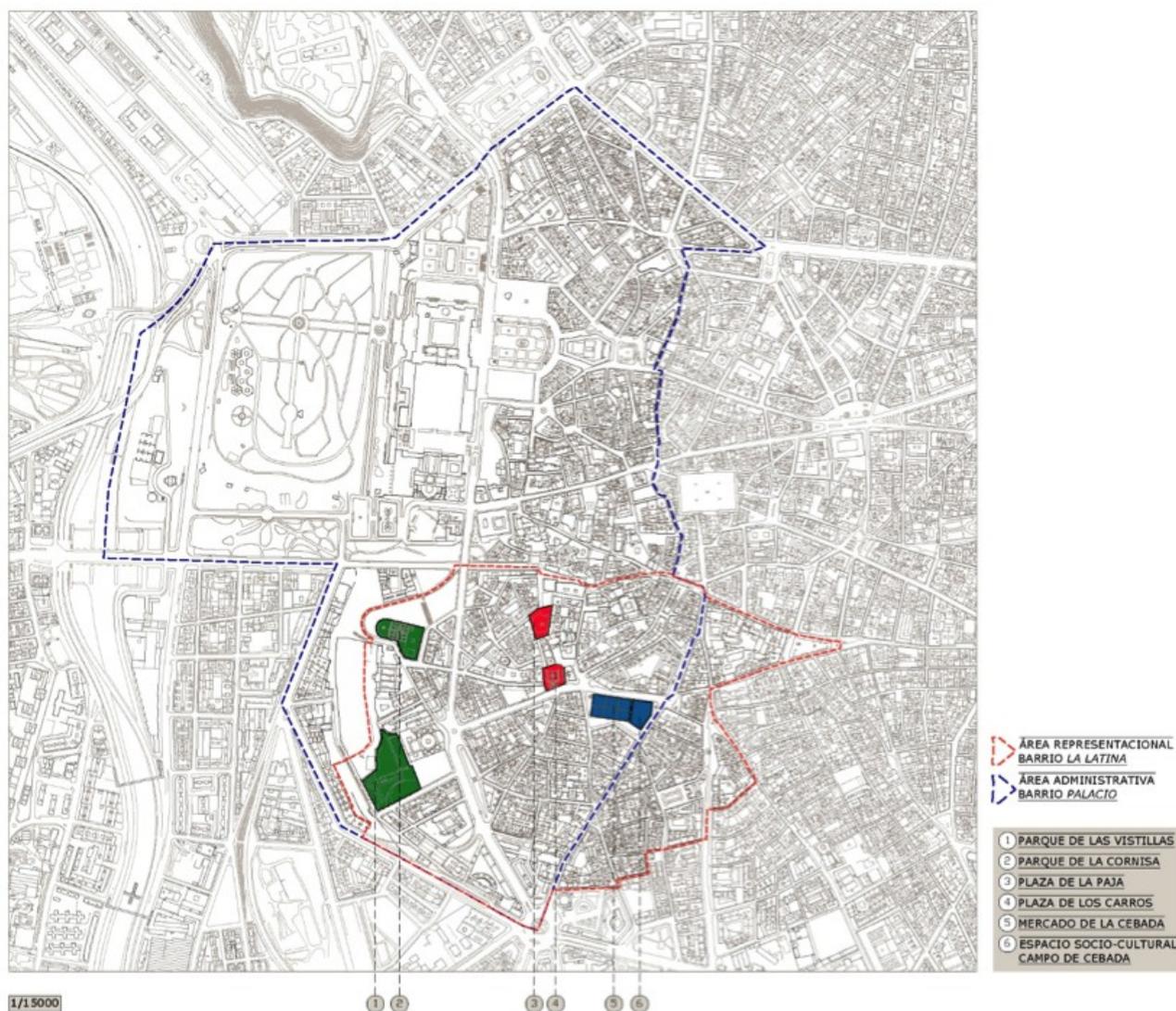
Algunos informantes valoran positivamente el "bullicio", la ocupación del espacio público: a) dado que produce una sensación de acompañamiento, de "no estar tan sola", y de seguridad y b) cuando éste se produce en dosis percibidas como mesuradas o aceptables:

N.: [hablando de por qué le gusta el barrio donde vive, en comparación a Coslada donde viven unas compañeras suyas] Yo decía ay sí, pero aquí en Coslada, es que salgo...y no veo nada. Por lo menos, si salgo a comprar el pan, al colegio, pues ves gente, ves otra cosa que no te da la sensación de que estás metida en un barrio, como más apartada del bullicio, de la gente.

M. Z. (77 años): A mí lo que no me gusta es cuando eso, pero a mí un ambiente en las terrazas, que haya gente joven, que vengas a las 12 de la noche o la una y que tenga gente por la calle, a mí, yo prefiero unas veces un poquito más de ruido y no estar tan sola. (...) Aquí lo peor es el problema del ruido, a deshoras. **Responde L. (80 años):** Aquí siempre hay gente. Yo salgo del concierto a la una de la madrugada y me vengo a la Latina en metro y no me da miedo.

1.3. Percepción del Espacio Público.

En el **Mapa 4** aparecen señalados cada uno de los emplazamientos para los cuales los y las informantes expresan algún tipo de descripción u opinión, producto de las entrevistas semi-estructuradas y del mapeo geográfico realizado con los informantes.



Mapa 4. Mapa de la zona. En líneas discontinuas azules, la delimitación administrativa del barrio *Palacio*. En líneas discontinuas rojas, la delimitación que realizan los informantes acerca de “su barrio” (que todos nombran como “La Latina”). Las áreas coloreadas son los emplazamientos que han sido incluidos en el análisis espacial (Mapa elaborado por la arquitecta Julia Medina Gil para el presente estudio)

A través del Mapa 1, se puede observar una descompensación entre el área delimitada para el barrio *Palacio* y el área que representacionalmente proyectan sus pobladores. Esta última se caracteriza por ser mucho más reducida, pero además comprende las zonas aledañas del Este, relativas a los barrios de Embajadores y Rastro, hasta llegar a la Plaza del Cascorro y Tirso de Molina. No obstante, ningún informante hizo alusión a la zona Norte correspondiente al *Palacio Real*, la Plaza Mayor y en general las calles antes de llegar a la Gran Vía (que sí forma parte de la delimitación administrativa de *Palacio*), salvo como zona de tránsito o paseo, pero no como parte de “su” barrio.

Además, los emplazamientos (2) -Parque de la Cornisa- y (3) -Plaza de la Paja- emergieron de manera espontánea por parte de los informantes (no hubo alusión por parte de la entrevistadora a esos espacios, a diferencia del resto, durante la entrevista). Se ha decidido categorizar cada uno de los emplazamientos en 3 categorías, en función del tipo de

simbolismo representacional que proyectan los pobladores en base a su historia y la intensidad percibida en los cambios en esos lugares, como se comentará más adelante.

Cambios en emplazamientos concretos, identidad y satisfacción asociada.

Además de los cambios -antes y ahora- en el estado -características y usos- del Espacio Público en general (plazas, parques y calles en sentido genérico), cuyos resultados han sido presentados anteriormente en relación a la actividad comercial y la satisfacción percibida con los mismos, la muestra de informantes describe cambios relativos a emplazamientos concretos.

a) Parque de las Vistillas -(1)- y Plaza de la Cornisa -(2)-. El parque de la Cornisa sigue siendo percibido por la mayoría de los informantes como un lugar destinado para el uso de juego de la infancia durante la mayoría del año. La mayoría de informantes perciben cambios sustanciales en las características de las fiestas que tradicionalmente han tenido lugar en estas dos plazas -*fiestas de San Juan* en el parque de la Cornisa y *fiestas de La Paloma* en la plaza de las Vistillas-, pasando de ser celebraciones destinadas a los habitantes del barrio a ser días de masificación de personas no residentes y una pérdida de familiaridad en el sentido de la celebración (**Imágenes 21-23**):

S. (56 años): Aquí el parque más cercano que tenemos, para que te hagas una idea, está detrás de San Francisco el Grande, el parque de la Cornisa. Ese es el parque infantil, donde pueden ir los chavales y demás.

M. (82 años): [hablando de las fiestas de San Juan] Pues cogían... ¿cómo se llama esto? paneles, la madera de los... le prendían fuego y hacían una hoguera, y eso la... la saltaban las que podían saltar.

L. (80 años): en las verbenas de la paloma que se celebraban en la calle se ponía el picú, en el bar Revilla, que existía, que entonces era un autoridad en los vinos, y tal. **M. Z. (77 años):** además, que se ponían las mesas y se bajaba la gente la comida, a cenar, pero todo era ambiente del barrio, sin problemas. **L.:** Sí, era un ambiente muy familiar).(…) O sea que tú podías estar un crío a las 12 de la noche, con los cacharritos, y con eso. (...) Sigue las cosas aquí, pero ya no es lo que era, claro, porque ahora es una cosa masiva, y además es una cosa de... pues de fritangos... de tal... antes había organillo y había baile, pero era otra cosa, no cabe duda.

A. (56 años): Las fiestas de la Paloma eran absolutamente tradicionales y del barrio, entonces la gente salía a la calle a disfrutar como bien decían Loli y M.. Y era una fiesta local y muy íntima. Con esto no queremos decir que nosotros no queremos gente en nuestro barrio, lo que queremos denunciar es que hace aproximadamente unos 12 años se cambió el estilo de la fiesta. Y se cambio porque una serie de hosteleros decidieron sacar a la calle barras, cosa que eso, como bien decía M., podía haber un bar en donde se pusiera un pick-up, o una plaza donde ponían una concertina, pero el barrio lo vivía eso en la calle de una manera espontanea y natural.



Imagen 21. Iconografía de las fiestas de La Paloma. Personas vestidas de chulapos/as (izq. y dcha.) y escudo de la Virgen de La Paloma (centro)



Imagen 22. Decoración típica de las fiestas de La Paloma.



Imagen 23. Puestos de la verbena de La Paloma, en Plaza de las Vistillas (izq. y dcha.) y vendedor de barquillos (centro)

Una informante -la más anciana- describe las Vistillas como el lugar de juego y reunión entre las madres hasta que "llegaron los yonkies":

M. (82 años): Nosotras íbamos a las Vistillas. Y luego, las Vistillas, es que la cogieron los yonkies, y, claro, entonces nosotras desaparecíamos, porque lo único que te hacía era complicarte, entonces... si ellos iban por ahí, nosotras íbamos por otro lado. (...) Sí, los que se pinchaban y los que... y ya no podíamos... ya no nos gustaba a nosotras ir, ir por allí.

Otro informante percibe la plaza de las Vistillas en la actualidad como un lugar poco útil, a diferencia de otros emplazamientos como el espacio socio-cultural Campo de Cebada (**Imagen 24**):

P. (22 años): No lo sé. Sobre el barrio... pues, hombre, a mí me gusta que haya un espacio, así tipo 15M, aunque hayan quitado la piscina... es curioso tener estos sitios donde... porque es algo interesante (...) me he dado cuenta de que el espacio público es como un sitio más importante de lo que yo creía, de cómo las ideas fluyen más. Por ejemplo, estamos ahora en este parque de aquí, que no sé cómo se llama ¿cómo se llama este parque? Esto es Vistillas. ¿Cuántas personas hay aquí? Somos cinco y cuatro policías y algún abuelo sentado. Este espacio público no está siendo aprovechado



Imagen 24. A la izquierda, espacio socio-cultural Campo de Cebada durante la realización de las charlas TEDx. A la derecha, un día corriente en la Plaza de las Vistillas.

b) La Plaza de la Paja -(3)- y la Plaza de los Carros (San Andrés) -(4)-. La mayoría de informantes describe tanto la Plaza de los Carros como la Plaza de la Paja como espacios tradicionalmente usados como lugares de juego para la infancia. La mayoría de informantes describe un cambio sustancial en el uso de dichas plazas -algunos informantes lo describen como la práctica del "latinear"-, especialmente durante el fin de semana dada la presencia de: a) "botellón" por población no residente -especialmente cuando las intervenciones policiales no fueron o no son eficaces- b) pérdida del espacio de juego por ocupación de terrazas de los comercios (**Imagen 25; Imagen 26**):

M. (82 años): Con ellos siempre, con los niños iba a San Andrés, iba a San Andrés. Y... iban las otras mamás (...) siempre ha habido muchos niños. De los colegios, siempre ha habido... (...) Las madres nos sentábamos, teníamos una sillita, una banquetita, unas de acero, otras de madera y sí, nos sentábamos por allí. (...) Nos íbamos a San Andrés.

C. (57 años): Aquí se ponen en la plaza de la Paja, la de los Carros, todos los domingos, en verano, se sientan en la plaza, y tú no puedes pasar por la plaza y te vas a quejar a los municipales y te hacen así con los hombros, que no pueden hacer otra cosa. Digo, pero si es que está prohibido el botellón, ¿cómo puedes dejar que esta gente esté bebiendo en la calle, sentados en la calle? Si es que está prohibido, si es que lo ha prohibido la alcaldesa, y les dejan que lo hagan. Entonces, hay una permisividad que no entendemos.

S. (56 años): En la plaza de la Paja se podía jugar, actualmente no se puede. Quiero decir, está todo lleno de terrazas, prácticamente todo lleno de terrazas, muy masificado porque hay muchísimas mesas. Entonces, por ejemplo, ahí, que era un sitio donde los chavales iban a jugar, no van. A la plaza de los Carros siguen yendo, pero sólo entre semana.

A. (56 años): Los fines de semana, tú vas paseando por la plaza de los Carros a las 12 de la mañana y ves padres con sus hijos. El problema surge por la tarde noche. El problema de este barrio es la tarde noche, cuando se empieza a latinear.



Imagen 25. Plaza de los Carros. A la izquierda, plaza de noche, vacía, con presencia policial (junio 2014) . A la derecha, plaza un día entre semana (marzo 2015).



Imagen 26. Plaza de la Paja (abril 2015). A la izquierda y derecha, terrazas y usuarios de la plaza. En el centro, tomada en el mismo momento que las otras dos imágenes, otros usuarios haciendo uso del lugar sin consumir (niños jugando en un banco y mujer rumana sentada).

c1) Mercado de la Cebada. El Mercado de la Cebada es descrito por la mayoría de informantes como a) un lugar contenedor de relaciones sociales a nivel barrial -especialmente antes- b) actualmente, servidor de productos percibidos como necesarios para el barrio y a un precio asequible (**Imagen 27, 28 y 29**), a diferencia de otros Mercados turistizados en Madrid c) un espacio de alto valor patrimonial.

C.: [Antes...] un mercado, un mercado que te encontrabas con todo el mundo. Tú ibas a comprar... antes la gente compraba en el mercado de la Cebada.

N.: Es un barrio que permite tener una vida de barrio a la gente de aquí, porque el mercado no es especialmente un mercado turístico, como han hecho ahora el mercado de San Miguel, o como en otros locales, aunque venga mucha gente a esta zona. Yo creo que en eso se mantiene... hombre, hay algunos puestos... que dices pues muy bien, pero la compra diaria, en ese sentido, está bien.

M. (82 años): El mercado de la Cebada, para mí ha sido... claro que no he estado en otro, pero para mí ha sido estupendo. Para mí era muy precioso. (...) Bueno! [Yo conocía] A todos, a todos. ¿No ves que han sido muchos años... lo que yo he vivido allí? Entonces el paso de los años te va forjando gente.

P. (22 años): Es casi como un patrimonio creo que del barrio

M. Z. (77 años): La gente venía de todo Madrid a comprar al Mercado de la Cebada, porque había de todo y mucho más barato.



Imagen 27. Comercio especializado y artesanal. Relojero situado en la planta baja del Mercado de la Cebada.



Imagen 28. Frutería de la planta baja del Mercado de la Cebada.



Imagen 29. Carnicerías (izq. y dcha.) situadas en la planta baja del Mercado de la Cebada. Tipo de producto que espenden (centro)

La totalidad de la muestra percibe actualmente un intenso proceso de degradación y abandono, unido a un alto nivel de insatisfacción percibida con el Ayuntamiento como responsable del proceso de deterioro. La observación participante muestra una alta presencia de locales cerrados (**Imagen 30**):

C. (57 años): El Mercado de la Cebada lo han dejado que se muriera, totalmente. Antes, cuando estaba el polideportivo y el mercado de la Cebada... Cuando yo llegué el mercado de la Cebada era un centro de abastos, referente en toda España. (...) si no es el mercado más antiguo de Madrid es de los más antiguos y ha habido un abandono absoluto. Ha ido perdiendo poco a poco auge como mercado y ahora mismo es una pena. Es que es penoso.



Imagen 30. Locales cerrados del Mercado de la Cebada (izq. y dcha.) y evidencias de deterioro (centro).

Varios informantes identifican algunas variables asociadas al estado del Mercado, además del abandono por parte de la administración pública, como la aparición de supermercados y la imposibilidad de competir con los precios y la flexibilidad de horarios que ofrecen, especialmente adaptados para la población joven, a diferencia de la gente anciana que era quien utilizaba el Mercado de manera más habitual (semanalmente) y que se identifica como un perfil de usuario habitual del Mercado en la actualidad (**Imagen 31**):

C. (57 años): Ahora ya... Pero, bueno, yo creo que eso es un... eso es algo social ¿eh? Yo pienso que es muy complicado, porque ahora la gente... ya, antiguamente hacías más la compra en el barrio, pero ahora la gente, con el trabajo que tiene, con los horarios tan terribles que tienen la mayor parte de la gente. Entonces, son horarios... tú haces la compra un día en la semana y te vas a un sitio tipo Mercadona o al Carrefour. Entonces, la tradición del Mercado era comprar en el Mercado a diario la carne, la fruta, tal, pues, de alguna manera, se ha perdido. Se ha perdido porque primero porque hay una competencia de precios enorme.

C.: Mi madre compra todavía en el mercado de la Cebada. Lo que es más carne, pescado, a veces verduras... Han puesto una frutería verdulería enfrente de mi casa y es más cómodo y los precios no están mal.

M. (82 años): (...) Luego abrieron los súper y ya la gente se dividía. Se iba a los supermercados... y así. (...) No, gente joven, no [compraba en el Mercado]. La gente joven nunca se ha dedicado ni a guisar ni a... a menos que no fuera una pandillita que estuviera... pero entonces se iban al súper, porque allí siempre era más... más arreglado, más arreglado de precio.

L. (20 años) [Hablando del posible nuevo proyecto en sustitución del Mercado actual]: Montar un centro comercial de tres dimensiones en el barrio, no sé si se hace tan fácil. La gente que vive en el barrio ya... Hay gente que lleva viviendo aquí toda su vida. O sea que es una población envejecida y que no va a cambiar su rutina. Si están acostumbrados a ir a una huevería, no se van a ir a un megacentro comercial. **Responde P. (22 años):** Pero yo creo que nosotros tres sí que cambiaríamos. Si hubiera un supermercado en el que está todo, pues es un poco la cosa.



Imagen 31. Usuarios habituales del Mercado de la Cebada (izq. y dcha.) y vista general interna desde dentro (centro).

Muchos informantes describen también su temor a que el Mercado de la Cebada termine pareciéndose a otros Mercados de Madrid -como los Mercados de San Miguel o San Antón- tras los procesos de rehabilitación de los edificios que tuvieron lugar en los mismos (**Imágenes 32-35**). Los cambios temidos se asocian a la posible orientación del mercado hacia un perfil consumidor turista o de mayor holgura económica, orientado al consumo gastronómico en detrimento de la venta de productos básicos. Una informante expresa, sin embargo, su agrado hacia el Mercado de San Miguel:

C. (57 años): En otros mercados, tipo mercado de San Miguel, el mercado de San Antón, todos éstos que los han recuperado, los han recuperado... creo que los han recuperado para seguir manteniendo el nivel de mercado, o sea, lo que es el mercado, pero no lo han recuperado a nivel de mercado de abastos, lo que era toda la vida. Los puestos que hay son carísimos. La gente no puede comprar en esos puestos. La gente de la calle no puede comprar, porque es que han recuperado lo que es el edificio, lo han puesto muy bonito, pero han hecho lo mismo de siempre.

L. (80 años): Yo suelo ir por las mañanas a San Miguel, al mercado, voy por la calle de los Mesones, es una maravilla, porque hay turistas, hay tal, pero es que hay un ambiente de aperitivo, un ambiente agradable, donde puedes estar de un lado para otro y es variopinto, es de todo el mundo.



Imagen 32. Comparativa de las entradas: Mercado de San Miguel, al lado de la Plaza Mayor (izq.), Mercado de San Antón, en el barrio de Chueca (centro) y Mercado de la Cebada (dcha.)



Imagen 33. Comparativa de los bares: Mercado de San Miguel (izq. y centro) y Mercado de San Antón (dcha.).



Imagen 34. Comparativa del aspecto interno de los Mercados: Mercado de San Miguel (izq.), Mercado de San Antón (centro) y Mercado de la Cebada (dcha.)



Imagen 35. Comparativa de los productos: A la izquierda, frutas del Mercado de San Miguel; en el centro, embutidos y carnes del Mercado de San Antón; a la derecha, carne del Mercado de la Cebada.

Se identifica la presencia de algunos comercios de reciente apertura en el Mercado de la Cebada que cumplen con las siguientes características: a) se dirigen a un público joven b) ofrecen un producto gastronómico, en el que el acompañamiento de bebidas alcohólicas es protagonista (**Imágenes 36-38**).



Imagen 36. Imágenes del acto inaugural del espacio JB en el Mercado de la Cebada en Octubre del 2013 (extraídas de su canal público en youtube). En la descripción del vídeo puede leerse: "El nuevo centro del optimismo de J&B del Mercado de la Cebada se presentó rodeado de amigos, invitados, prensa y conocidos personajes de la vida social, cultural y artística de la capital".



Imagen 37. Imágenes del acto inaugural del espacio JB en el Mercado de la Cebada (extraídas de su canal público en youtube, en el que aparece: "J&B y Boamistura transforman el Mercado de la Cebada. J&B y el colectivo artístico Boamistura te invitan a ver la vida desde el prisma del color y a sentir que el optimismo puede transformar la vida y lo que nos rodea. Esta intervención en el céntrico barrio de La Latina, en Madrid, se convierte en el mural de arte urbano más grande de España y uno de los mayores del mundo".



Imagen 38. Imágenes del vídeo promocional del espacio JB (extraídas de su canal público en youtube). A la izquierda, imagen de uno de los integrantes del grupo Boamistura generando los carteles promocionales de la marca. En el centro, el cartel promocional, con lema "Vive en color". A la derecha, imagen del espacio durante el acto de inauguración.

c2) Campo de la Cebada y antiguo polideportivo. La mayoría de informantes manifiesta un alto grado de insatisfacción asociado al derribo del polideportivo, percibido como ilegítimo:

C. (57 años): El polideportivo lo tiraron porque les salió del culo. Así te lo digo, directamente, les salió del culo. Dijeron que eso estaba muy mal, que se iba a caer. Fíjate, llevamos toda la vida... Todos hemos ido al polideportivo, sino es a la piscina, a clases de aeróbic y, si no, a la sala de musculación. Coño, no estaba tan mal. Yo he ido muchísimas veces. Lo tiraron sin pensar en que dejaban a todo un barrio sin un polideportivo municipal.

El espacio socio-cultural Campo de la Cebada es percibido positivamente como un lugar atractivo por la mayoría de informantes, aunque con distintos grados afinidad y uso. La mayoría coincide en señalar el papel de promoción de actividades culturales que tiene el espacio. Un informante (la persona más vinculada con el espacio y la gestión del mismo) asocia este lugar con la propia identidad actual deseada para el barrio -frente a la identidad del barrio como *lugar de copas*- y su vocación multicultural e internacionalizante. Los informantes más jóvenes mencionan la pluralidad de usuarios -en relación a la edad- que hacen uso del espacio. No obstante, la observación participante muestra una posible sobre-representación de un perfil de usuario joven (**Imagen 39**), a diferencia del carácter envejecido de la población que compone el barrio:

E. (23 años): esto [El Campo de Cebada] pasó de ser una plaza a centro cultural. Es que está denominado por el Ayuntamiento como centro cultural, al aire libre, además. Es que no hay... yo no he visto un sitio así en el mundo, de verdad. (...) Que tienes tantas posibilidades en este barrio ¿no? Tienes tantas actividades por las que... currártelo, que, a veces, la vía fácil es coger ese libertinaje y utilizarlo como te dicen que tienes que utilizarlo, consumiendo, gastándote tu dinero, que ya no es el tema económico, sino es gastando esfuerzo en algo que en sí no creo que una noche como ésas te dé una recompensa tanta, tanta recompensa como estar un día en un sitio como éste, el Campo de la Cebada (...) Son... son la esencia de este barrio, lo que creo yo que debería hacer de este barrio un centro cultural, europeo.

C. (57 años): Bueno, eso del polideportivo, por lo menos lo están utilizando para hacer algunas cosas, aunque me da la sensación de que eso es un agujero negro, porque... lo del polideportivo es otra cuestión, es otra cuestión distinta. Ese es el tencontén que tenemos las asociaciones con ellos, porque tiraron el éste, supuestamente, para hacer algo mejor, y lo que han hecho ha sido abandonarlo y dejarlo, hasta que ha llegado esta gente que lo ha cogido y lo está utilizando para hacer actos culturales o semiculturales los fines de semana ¿no?

P. (22 años): antes la Cebada era una piscina, la piscina de la Latina, a la que íbamos, C. también iba a judo, aparte de ir a nadar (...) y ahora es un cráter, es un cráter en el que hay un montón de gente relacionada con el el 15M y a mí me gustaba mucho esa piscina. Pero bueno, está bien. Ahora hay grafitis y gente jugando al fútbol. Algunas veces hablan

sobre el futuro político. A mí me gustaba la piscina.

L. (20 años): El Campo de la Cebada es una pasada. El cráter. Pero, sí, es un sitio especial. Sobre todo está bien que haya un sitio así.



Imagen 39. Usuarios del Campo de la Cebada.

1.4. Percepción del espacio habitacional / vivienda.

A pesar de que, en un primer momento, la dimensión del espacio habitacional o de vivienda no era uno de los objetivos de análisis para este estudio de caso, se ha incluido esta categoría en base a la emergencia de estos contenidos en las verbalizaciones de los informantes.

La mayoría de los informantes verbalizan como motivo de llegada a residir en el barrio un sentimiento de familiaridad con la zona: a) Bien por residencia en la vivienda actual de los padres (los más jóvenes) b) Bien por la existencia de familiares como propietarios de la vivienda donde residen actualmente c) bien por un sentimiento de familiaridad con la zona, aunque ningún familiar habite ni tenga propiedades en el propio barrio, en base a experiencias previas en el lugar o a la identidad percibida como "barrio-pueblo":

M. (82 años): En el barrio, en el barrio, pues casi que nací allí, en el barrio mucho tiempo. He vivido en la calle Toledo, nº 77, que fue el teatro Novedades. ¿Sabes que se incendió? Luego, en donde edificaron, en el 1º F, allí mi familia tenía un piso, vivía allí, vivía, y bien.

N.: Yo, bueno, a San Isidro fue un poco casualidad que... yo, yo, con mis padres no vivía muy lejos de esta zona, porque vivía en la avenida Manzanares, enfrente del estadio Vicente Calderón (...) Luego el COU lo estudié en el Lope de Vega, pero mis padres vivían aquí. Como mi madre trabajaba en la plaza Benavente, veníamos al Mercado de la Cebada desde que están en Madrid, porque era como el centro que ellos conocían, en el que se manejaban, Sol, Carretas, la calle ¿? toda esta zona, pues, bueno, era una zona que me resultaba muy familiar desde pequeña, y cuando empecé a vivir sola, o con una amiga, la casualidad de que encontramos una casita por este barrio, que está cerca de casa de mis padres, y yo creo que fue un poco la casualidad, que había una casita que nos gustó, que fue la casa de la calle San Isidro, y ahí estuve viviendo...

S. (56 años): (...) que era un barrio muy tranquilo. Tenía sus cosas, pero era muy muy tranquilo, muy céntrico y bien comunicado.

En relación a las características de la vivienda, los informantes que se encuentran en régimen de alquiler resaltan una relación positiva con los dueños, por diversos motivos a) por tratarse de familiares cercanos b) por la antigüedad del vínculo, aún no siendo familiares:

C. (57 años): (...) se vino a vivir mi marido y luego... que entonces era mi novio y luego ya me vine a vivir aquí con él, claro. Porque aquí, esta casa es de su familia, es de la tía de su tía y se la alquiló a ella. Cuando se separó de la anterior mujer y ya se vino a vivir aquí. (...) [La casa] es de la familia. Sí, sí, si nosotros estamos de alquiler, toda la vida de alquiler aquí, pero, bueno ya... El precio lo arreglamos con ella todos los años va subiendo con el IPC, pues lo normal.

N.: es un edificio todo de alquiler. Todos los pisos son de una familia y todos son de alquiler, con lo cual, pues, bueno, son casas para alquilar, llevamos muchos años... Bien, no hemos tenido ningún problema, no tenemos mucho contacto, pero yo creo que también valoran que nosotros no les hemos dado ningún tipo de problema y que somos estables y que llevamos muchos años. Entonces, no hay ningún problema en la relación.

Algunos de los informantes, además, expresan que estos vínculos han facilitado la negociación de los precios de los alquileres, y un informante percibe una subida drástica de los precios de la vivienda -tanto de alquiler como de compra- en base a un crecimiento de la demanda en los últimos años. Los datos procedentes del banco de datos del Ayuntamiento, en relación a los precios de las viviendas (disponibles sólo de compra, y desde el 2001), señalan una subida del crecimiento en el precio del suelo de forma generalizada en el distrito centro, pero con diferencias importantes entre cada uno de los barrios que compone el distrito, incluido el barrio de Palacio (**Gráfico 6**):

M. (82 años): La casa del 77 no era mía, era de mi abuela, y yo estuve viviendo allí mucho tiempo, con mi abuela muerta y todo, y luego ya, ya, la dueña dijo que yo no tenía el

contrato y que... y entonces me fui al 65 y allí compramos el piso que era... (...) El alquiler del 77 era muy bajo, era muy bajo, que yo no me acuerdo cuánto... muy poco...

N.: (...) éste es un alquiler muy asequible. Lo era cuando empezamos a vivir y ahora es que no tiene color con lo que hay (...) por ejemplo sé de gente que a lo mejor la compraron, una casa parecida a ésta, por 10, por 12 millones, y luego pedían casi el doble. Serían los 90. Nosotros realmente no hemos buscado para comprar, pero, por alquileres, éste es la mitad de lo que piden, en general. (...) Estamos ahí... viendo, viendo, nos gusta la zona. Aquí la zona es muy cara, es cara, y, claro, pues.... (...) es cara y que además ha tenido mucha demanda, porque aquí se ponía un cartel de "Se Vende", hombre, ahora, en estos años es un poco diferente. Hace muchos años tú veías un cartel de Se Vende y no te daba tiempo a ir a mirarlo, porque es que se lo quitaban de las manos, pidieran lo que pidieran, y ... caras., hombre, no es uno de los barrios residenciales caros de otras zonas de Madrid, pero, comparado con la calle Toledo hacia abajo, pues sí que es caro.

N.: [hablando de su relación con el dueño de la casa que alquila] Tenemos un acuerdo tácito. No hablamos. No hablamos desde hace más de diez años. Yo sé que estoy en esta casa por alguien que tiene cierta amistad con los dueños, pero, bueno, que podían haber especulado. Que los otros pisos, quitando un par de ellos que hay de renta un poco más antigua, de gente mayor que ha vivido aquí toda la vida, pues los demás es gente que han venido entrando, saliendo, y los alquileres los han actualizado. O sea, que no nos movemos por..

Algunos informantes describen también la existencia de procesos que podrían ser interpretados como especulativos, en la que a) los propietarios individuales decidieron no renovar el contrato de alquiler, y así poder expulsar a los residentes y permitir la entrada de personas que pudieran pagar un valor más alto por la vivienda b) procesos de expulsión de las personas con rentas antiguas por parte de propietarios individuales o por la Administración Pública. Prácticamente ningún informante expresa, no obstante, su malestar respecto de este tipo de actividades, que justifican bajo el derecho de los propietarios a hacer uso de su inmueble como deseen:

C. (57 años): Esos es que son pisos de los... esa casa es una casa de protección oficial. Es una casa de éstas del Ayuntamiento, de protección oficial, creo, me parece. No estoy muy enterada del tema, pero sí que sé que salió de un momento determinado, no sé si fue la Comunidad de Madrid o el Ayuntamiento, comentando que esos pisos los querían recuperar para lo que fuera. No sé. Y claro, la gente que vive allí, son de alquiler, pero son de alquiler como me pasa a mí, de renta que llevamos muchísimos años y, claro, no se considera una renta antigua, pero, claro, cuando llevas tantos años, evidentemente la renta... el valor que tú pagas de alquiler solamente se actualiza con el IPC de cada año, con lo cual es muy poco ¿no?

C. (57 años): la gente que vive ahí, pues ellos entraron en esas casas por protección oficial, es gente con un nivel adquisitivo relativamente bajo ¿no? Y ha habido un momento en el que hubo una presión por parte del ayuntamiento o de la Comunidad de Madrid, no lo sé muy bien, que los querían echar. Querían arrebatarles el tema, es decir, que ya habían pasado no sé cuántos años y que tal, y ellos han estado en esa lucha.

L. (80 años): Y luego estuvimos aquí en la Plaza de los Carros, hasta que, pues como era alquilado, sólo eran pisos alquilados, nos echaron. Nos indemnizaron entonces con 100.000 pesetas. No estuvo mal, y cogimos un piso en Aluche. Entonce ahí he estado 10 años. Y luego me he venido aquí a [la calle] Tabernillas, cuando edificaron (...) La finca es plaza de los carros 4, y pertenecía a un señor, no recuerdo el nombre y luego se la ha vendido a varias personas, entre ellas a un escultor.

L. (80 años): No, echaron no, perdona. Nos indemnizaron, porque el dueño tenía autoridad y era una casa alquilada. Alquilaba pisos, éramos alquilados. (...) Ah! Pues no le interesaría, quizá, porque luego lo alquiló, lo arregló, y la alquilaría a precios superiores. (...) La vendieron a gente. Tenían su derecho. Podían hacerlo.

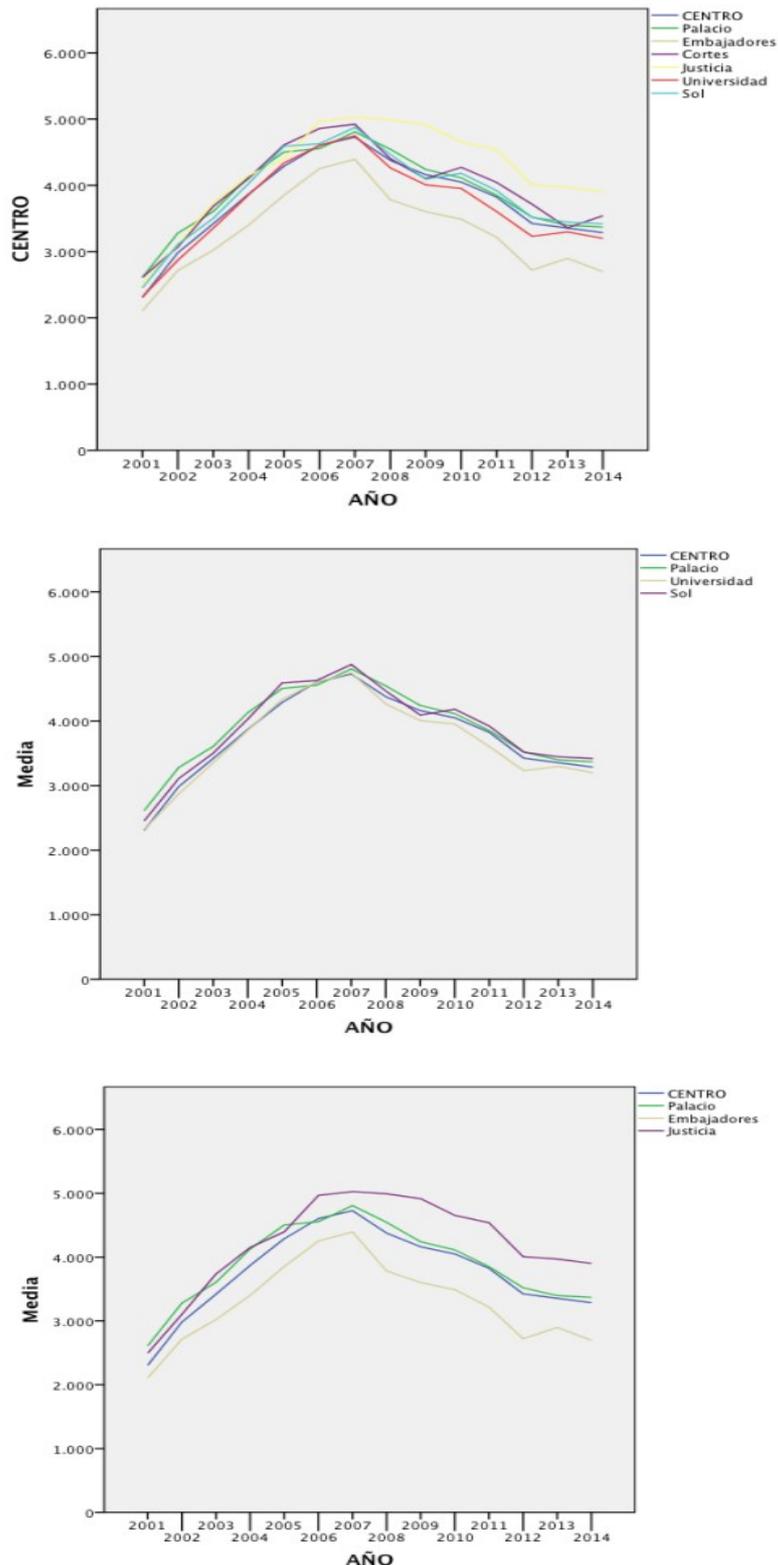


Gráfico 6. Evolución de los precios de compra de vivienda en cada uno de los barrios del distrito centro (2001-2014). Se observa un crecimiento progresivo desde el 2001 hasta aproximadamente el 2006 o 2007, y un descenso desde esta última fecha. Los precios del barrio de Palacio, y su evolución, siguen un patrón muy parecido a la media del distrito Centro, y a los barrios de Sol, Universidad y Cortes (aunque éste último con cambios más drásticos), a diferencia de otros barrios que, si bien siguen una progresión parecida de crecimiento y decrecimiento, el valor del metro cuadrado es superior (como Justicia) o menor (como Embajadores). (Gráficos de elaboración propia)

También algunos informantes describen procesos de movilidad residencial en base al contexto más reciente de aumentos de las molestias percibido en el barrio:

S. (56 años): Hay vecinos que se están largando, que se van, sobre todo si tienen familia joven, o muy joven. O sea, niños pequeños. (...) Pero, bueno, los que tienen niños pequeños muchos se están yendo, o muchos... algunos se están yendo porque no aguantan la presión, porque los niños tienen que descansar para ir al colegio... Siguen unos horarios que no son los mismos que seguimos las personas más mayores o chavales jóvenes que sí que pueden dormirse más tarde, la facultad empieza más tarde, pueden faltar a alguna clase.

C. (57 años): (...) una compañera en la asociación que es superactiva, porque encima vive en la Cava Baja y se lo chupa todo. Tiene su casa, se entra por la Cava Baja, pero sus balcones dan a la calle Almendro. (...) Pues, le rompieron el portero automático el otro día la gente que estaba, sí, es que la gente viene y viene a hacer salvajadas. Le rompieron el portero automático y encima alguien no se le ocurre otra cosa más que untarlo con el vómito de alguien y estaba el portero que no se podía ni tocar. Claro, la chica bajó y fue a quejarse a los municipales. ¿Sabes lo que le dijo el municipal? Que vendiera y se fuera.

Una minoría de informantes describe la presencia de una composición residencial en el barrio distinta a la que encontraron cuando llegaron. En ambos casos coincide con procesos de movilidad residencial más rápidos en el tiempo, y con la presencia de un perfil residente más joven:

S. (56 años): Sí que hay por ejemplo el tema de Erasmus o gente joven que se juntan tres o cuatro chavales para tener una casa, eso se está teniendo, y en principio, excepto cosas excepcionales, no nos están llegando muchas quejas. Quiero decir, no nos quejamos nosotros, quiero decir, que todo el mundo tiene derecho a vivir en un sitio y a divertirse también.

C. (57 años): [El barrio antes] Era gente obrera, era gente normal y corriente. Todos los que han vivido en este barrio siempre han sido gente obrera. Lo que pasa es que, claro, con el paso de los años, como es lógico, ha ido cambiando mucho en cuestión de... pues que la gente joven en esta zona centro en aquella época se movía, pero no vivía. Entonces, hubo una época de muchos años en la que la mayor parte de gente que veías era gente muy mayor, que vivía... los abuelos.... los que ya no viven, la mayor parte ya han fallecido, claro (...) La cosa fue cambiando. Y ahora ya hemos al punto de que en muchas ocasiones ya no sé ni quienes son mis vecinos, porque cambian tanto, que ya es imposible. En aquella época éramos los mismos 9 vecinos, los mismos 9 vecinos durante años y todos nos conocíamos perfectamente, todos nos conocíamos. Y nos ayudábamos en cualquier momento.

En este sentido, al menos desde el año 2004 (fecha en la que el Ayuntamiento comienza a registrar estos datos a través del Padrón Municipal) y hasta el 2013, parece indicar una tendencia creciente de movilidad residencial en relación al barrio *Palacio* durante dicho periodo, así como una tendencia de movilidad dentro del propio distrito muy superior al resto de distritos colindantes (**Gráfico 7**). En concreto, dentro del distrito centro, la movilidad se produce muy especialmente al interior del propio barrio *Palacio* y con el barrio vecino de *Embajadores*. De la misma forma, la afluencia de nuevos residentes procede mayoritariamente de estos dos mismos orígenes (movilidad interna en el mismo barrio, y procedente del barrio de *Embajadores*), a diferencia de otros barrios del distrito centro (**Gráfico 8**).

Por otra parte, obviando la movilidad al interior del distrito centro, existe un número mayor de personas en el barrio *Palacio* que desplaza su residencia a otros distritos, en comparación al número de personas que se instalan en el mismo (**Gráfico 9**). Este dato podría ser congruente con los presentados en la introducción (**Gráfico 1**; en *B. Descripción del Caso de Estudio*) respecto del descenso de población residente encontrada en el mismo barrio.

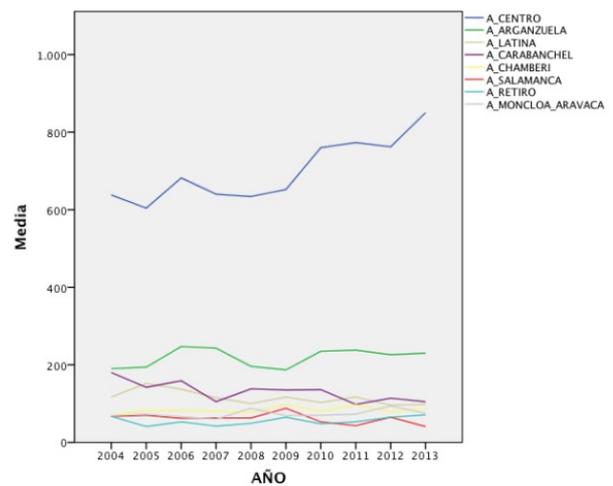
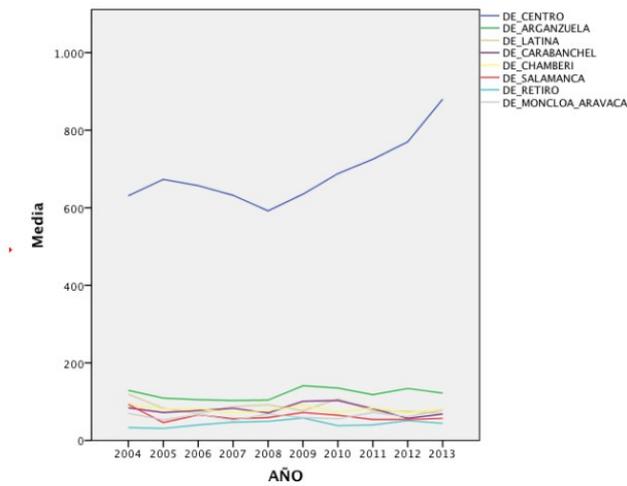


Gráfico 7. Evolución de la movilidad residencial (2004-2013) de Palacio a otros distritos (izq.) y de otros distritos a Palacio (dcha.). (Datos procedentes del Banco de Datos del Ayuntamiento. Gráficos de elaboración propia)

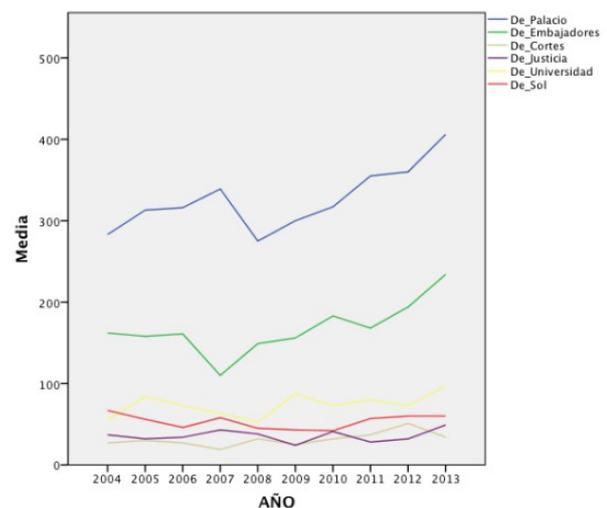
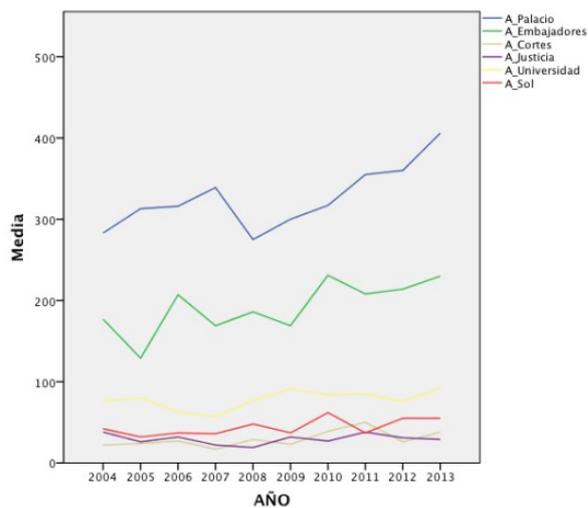


Gráfico 8. Evolución movilidad residencial (2004-2013) de Palacio a otros barrios del distrito Centro (izq.) y de otros barrios del distrito Centro a Palacio (dcha.). (Datos procedentes del Banco de Datos del Ayuntamiento. Gráficos de elaboración propia)

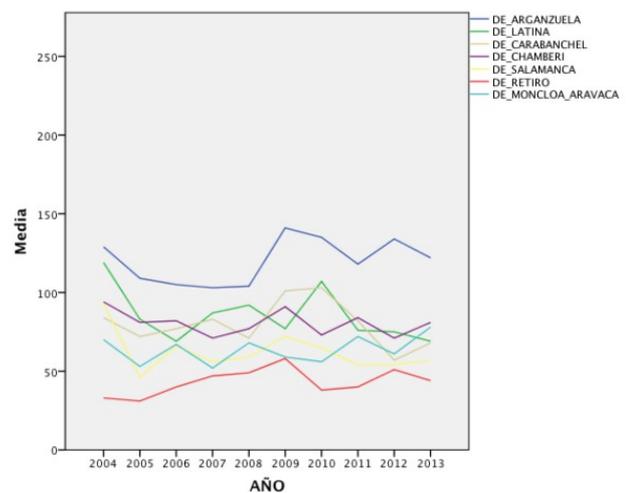
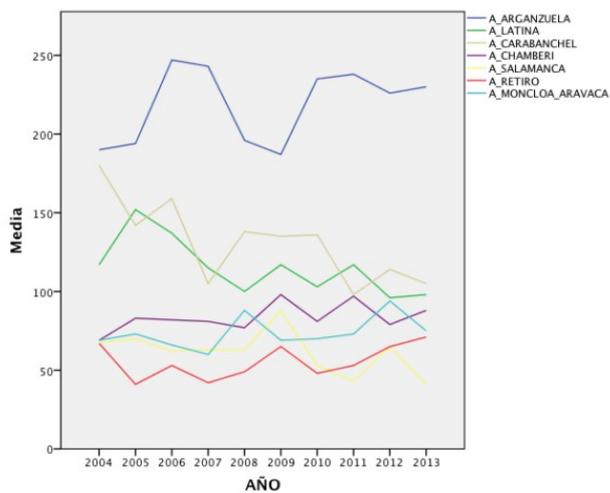


Gráfico 9. Evolución de la movilidad residencial (2004-2013) de población que desplaza su residencia de barrio Palacio a otros distritos colindantes (izq.) y de población procedente de distritos colindantes.

En concreto, los lugares preferentes de procedencia (llegan a residir a *Palacio*) y de destino (distritos a los que llega la población de *Palacio*) son, en ambos casos, los distritos colindantes (distritos de *Arganzuela* y *Latina*) o cuasi-colindantes (distrito de *Carabanchel*) del Sur, a diferencia de los distritos colindantes del Norte (*Salamanca*, *Chamberí*, *Retiro* y *Moncloa-Aravaca*).

No obstante, mientras que el número de personas que se desplaza a los barrios del Norte es muy parecido al número de personas que se instalan en el barrio *Palacio* procedentes de dichos barrios, no ocurre lo mismo en el caso de los barrios del Sur: el número de personas procedentes de dichos barrios es mucho menor al número de personas que desplazan su residencia a los mismos (**Gráfico 10**).

En este sentido, los datos del Padrón Municipal de la Vivienda parecen arrojar datos sobre una posible descompensación del perfil económico de los residentes del barrio de *Palacio* que se desplaza hacia otros distritos en el período analizado (2004-2013).

Se identifica la presencia de antiguos locales comerciales convertidos en lofts para vivienda ocupados por personas jóvenes, tanto por la observación participante (**Imagen 40**), como por algunos informantes, a los que parece que este cambio no les desagrade:

M. Z. (77 años): Mira, eso era una carnicería, y ahora es un loft. Luego allí había una mercería, una tienda de variantes de una vecina de arriba. Lo otro una huevería, la que tiene el toldo un poquito echado.

L. (80 años): Aquí hay dos [lofts]. En la calle Lucientes hay dos. En la calle Mediodía... En Calatrava hay otro que era el tinte. Sí. No, si hay por aquí bastantes. Sí, lofts. Ahora están muy de moda. **A. (56 años):** Bueno, precisamente porque muchos locales comerciales se han quedado vacíos y entonces se han reconvertido en lofts. (...) A mí me parece perfecto. Si se le puede dar la cédula ésa de habitabilidad a un local, pues me parece perfecto. No hay ningún problema por que en vez de un local sea un loft. **M. Z. (77 años):** Aquí normalmente hay gente joven que viene y que da alegría al barrio, vamos. **A.:** Nosotros, todo lo que sea vivir. Tenemos un barrio para vivir. Todo lo que sea vivir lo apoyamos.



Imagen 40. Distintos locales reconvertidos en viviendas en Calle Mediodía Chica (izq.), Calle Calatrava (centro) y Calle Tabernillas (dcha.)

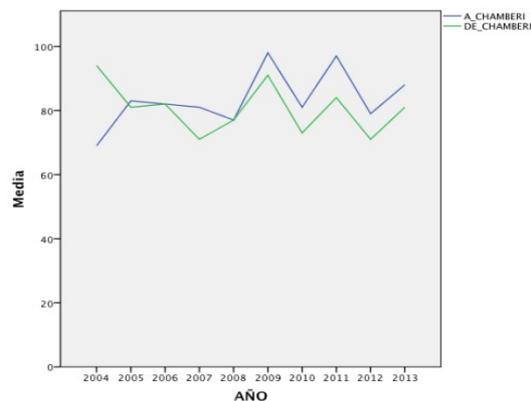
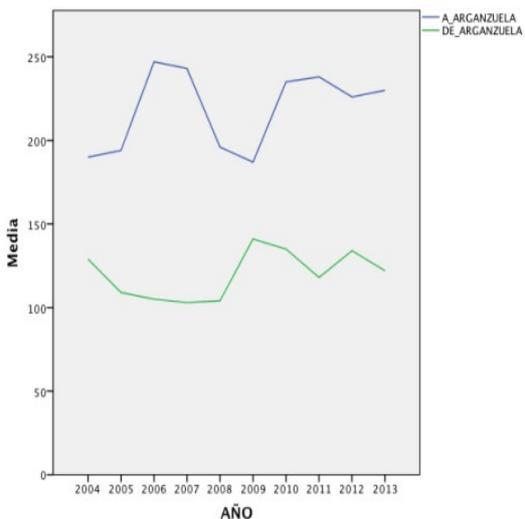
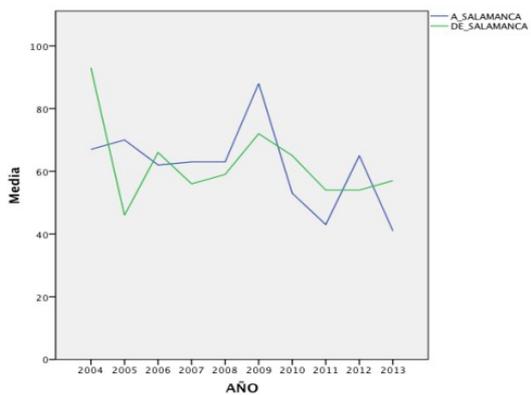
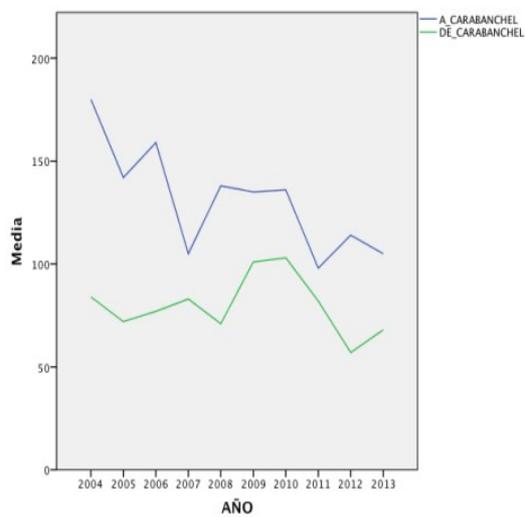
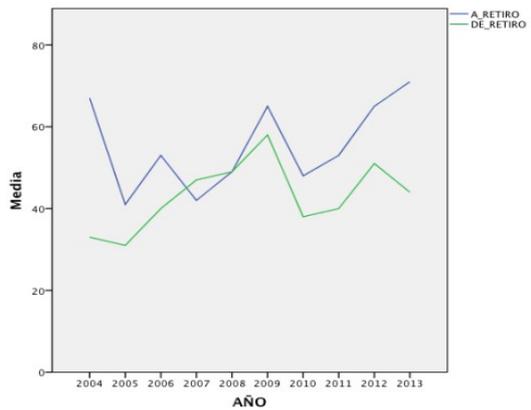
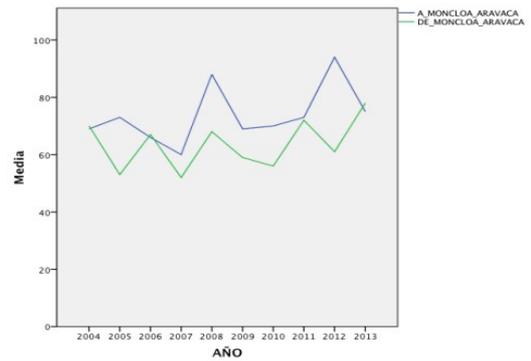
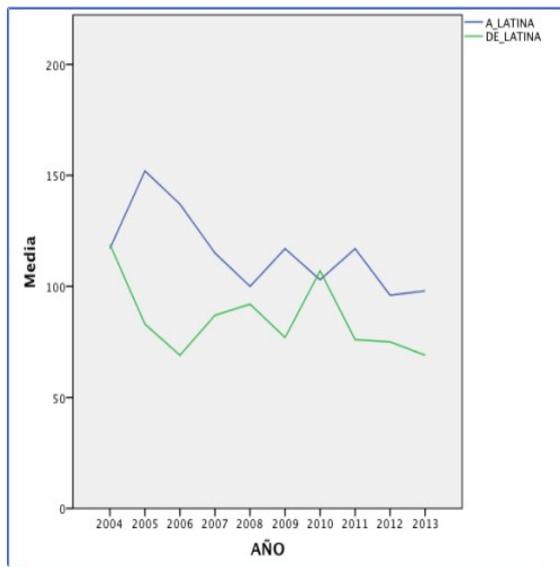


Gráfico 10. Evolución (2004-2013) de población que viene DE otros distritos al barrio de Palacio, y población que se va de Palacio A dichos distritos. A la izquierda, y el columna, datos relativos a movilidad A y DE distritos del Sur. A la derecha, y en columna también, datos relativos a distritos del Norte (Datos del Ayuntamiento. Gráficos de elaboración propia)

Se identifica también la presencia de edificios de vivienda típicamente asociados a la presencia de clases populares, como viviendas de protección oficial (**Imagen 41**) y corralas (**Imagen 42**):

L. (80 años): Esa era mi casa. La cocina estaba un poquito abuhardillada. Eso era un pasillo hasta el núcleo de la cocina, que estaba abuhardillado, y luego había una corrala, dentro, a donde daban los vecinos. Sigue la corrala. Ahí vivimos (...) unos cuarenta y tantos años. Luego ya nos echaron. Nos fuimos a Aluche. Compramos allí una casa. (...) Eramos una gran familia, todos. Era una maravilla. No había dentro de todas las casas lavabo. No había lavabo ni había cuarto de baño. En mi casa mi papá fue el de los primeros que puso cuarto de baño, pero los vecinos tenían que salir al pasillo, al váter, y al agua. O sea, era gente muy obrera, pero, en fin...



Imagen 41. Viviendas de protección oficial: Edificio en calle Calatrava (izq.), cartel de vivienda social de 1952 en Calle Mediodía Chica (centro) y edificio en Calle Tabernillas (dcha.).



Imagen 42. Viviendas tipo corrala en el barrio Palacio. A la izquierda, fachada de la corrala convertida en hotel-restaurante de 3 estrellas "Posada del León" (en la antigua posada del mismo nombre), en la calle Cava Baja, 12 e imagen de la sala central y vinoteca, del mismo hotel (centro), ambas tomadas de su página web. A la derecha, fachada de la corrala rehabilitada en Plaza de los Carros, 4 (identificada por una de las informantes por ser su lugar de residencia durante la infancia), tomada desde *googlemaps view*.

2. Propuestas y estrategias de cambio o acción.

Existe una demanda de cambio compartida por la mayoría de los informantes, independientemente de la edad y la forma de participación, que expresa su deseo de "recuperar el barrio" para las personas que viven en él, frente a: a) la masificación del uso del EP b) la percepción de sustracción de la identidad del barrio deseada c) sensación de inutilidad o derroche con algunas de las medidas urbanísticas llevadas a cabo por el Ayuntamiento:

C. (57 años): Hay que recuperar el barrio, como sea. Hay que recuperarlo, porque creo que es que es nuestro y tenemos necesidad de volver a sentir que nuestro barrio es un barrio, que es nuestro, que no es de los demás, que la gente viene y se cree que es suyo, pero no es suyo, es nuestro. Vivimos en él y la gente que viene tiene que respetar.

L. (20 años): (...) es un buen barrio, en el tema de barrios es un buen barrio, vamos a hacer que sea un barrio mejor, en el tema de ciudad, país, incluso planeta. Si hay que hacer un cambio, pues,... se está empezando a hacer y mucha gente lo está empezando a hacer, pero sí que nos juntásemos todos.

C. (23 años): Este es un buen barrio para vivir y me gustaría que no lo jodiesen más... Me gustaría que fuese un poquito más como cuando yo era pequeño.

P. (22 años) – (...) Es un poco lo que dice L. de que se están metiendo en bicicletas, cuando a lo mejor podrían invertir en limpiar (...) el problema de todo eso es sobre todo el ayuntamiento y la gente que xx pero que es el problema que hay en Madrid.

La totalidad de los informantes expresa la sensación de no ser atendidos o escuchados por parte del Ayuntamiento. Sin embargo, existe una diversidad de estrategias ejercidas o propuestas a la hora de accionar sobre el entorno.

Muchos de los informantes -especialmente los que se vinculan con la Asociación de vecinos Cavas y Costanillas- mantienen una demanda de cambio por las molestias percibidas ocurridas en el EP -ruidos, suciedad y masificación- en relación a las consecuencias que perciben de la creciente presencia de bares y ocio nocturno y pérdida de espacio público para usos mercantilizados, en la que: a) responsabilizan al Ayuntamiento, a la laxitud de la intervención policial y la "incivilización" o falta de educación de las personas visitantes del barrio como parte del problema (**Imagen 43**) b) exigen un mayor control policial, el cumplimiento de las ordenanzas municipales, la aplicación de sanciones económicas y que la zona adquiera la configuración de Área de Prioridad Residencial (APR) c) denuncian irregularidades por parte del cuerpo policial e intereses fraudulentos por parte del Ayuntamiento d) dada la ineficacia percibida por parte de las unidades policiales y el Ayuntamiento, se organizan para canalizar sus quejas a través de las vías institucionales o asumen ellos y ellas la actitud de vigilancia, provocándoles en ambos casos malestar:



Imagen 43. Estrategias de cambio de la AAVV Cavas Costanillas. Cartel de denuncia "Stop barrio de alcohol Ayuntamiento culpable" (izq.) y artículo en prensa (dcha.)

C. (57 años): (...) el problema es un poco todo. El egoísmo de la gente, lo poco civilizada que está, el poco respeto que tiene por los demás y luego el poco control que ejerce la policía municipal sobre ese tipo de casos.

C. (57 años): Claro. Entiendo que no debería de ser así. Como no tener que ejercer, como ejercemos, de policías municipales en muchas ocasiones. Es una labor que tiene que hacer el Ayuntamiento, pero es permanente, porque no te queda otra. Cuando ves que las cosas están mal, pues tienes que hacerlo, pero no es plato de recibo tener que estar pegándote con la gente cuando ves que están gritando bajo tu balcón o ves a unos que están meando en la esquina ir a decirles: haz el favor, esto tal, llamo a la policía, que esto..., es que es alucinante.

S. (56 años): Nosotros presentamos alegaciones, nos leemos todas las ordenanzas que salen para ver por donde nos quieren meter la puñalá (...) Nos movemos a nivel de lo que es en redes sociales. Salimos de una media de una vez a la semana en prensa, en prensa, ya sea en radio, televisión o periódicos (...)

S. (56 años): Son unos tejemanejes, que es de mafiosos totales. Te digo más. A mí me han venido locales a contarme cosas ya que son bastante graves. Que está involucrada la policía, que el Ayuntamiento está tapando determinadas cosas, que saben cuando van a venir a hacer inspecciones, que ellos lo saben y que se lo pueden decir... evidentemente si les pagas antes. Hay una serie de cosas que son bastante graves.

S. (56 años): La solución es cumplir, cumplir con las normas. Hay suficientes ordenanzas para hacerlas cumplir. (...) Fíjate que no te he dicho la de cerrar locales, que sería la medida más lógica, es decir, pues muy fácil, si hay sesenta, unos sí y otros no. El problema está en que por qué lo vas a cerrar si le han dado una licencia, y el que la tiene dice yo tengo mi licencia, que ustedes me la han dado. Nosotros no pedimos eso. Lo que estamos pidiendo es que quien incumpla lo pague. Y si realmente sigue incumpliendo, pues que cierre el chiringuito. (...) Y luego, por otra parte, se puede hacer campaña. Lo que pasa es que las campañas en España, si no va con una sanción económica, no tiene mucho efecto. Pero se podría hacer alguna campaña que... para sensibilizar más sobre el tema de los ruidos.

Una de las informantes, no obstante, expresa sus dudas respecto de la estrategia de intervención policial como medida de solución de los conflictos:

N.: [hablando del tema de botellón]: Hubo una temporada que se pusieron un poco extremos, la Policía, y estaban aquí todos los domingos y disolvían y no dejaban... que por una parte te da un poco de impresión que estén ahí, pero por otra parte, bueno, pues si se ha relajado también se agradece que el domingo sea un día que haya bullicio, pero que no te coman el terreno, y ya está.

Un informante -joven relacionado con el Campo de la Cebada- también expresa su voluntad de tomar un papel activo en la construcción del entorno, pero a través de una estrategia de apropiación diferente, consistente en: a) una intervención más directa sobre el espacio urbano (**Imagen 44**) b) aparentemente más alejada de los canales o vías institucionales:

E. (23 años): si dejamos que el Ayuntamiento sea el que decida por nosotros, no... no llegamos a... a hacer el cambio, ni siquiera verlo, porque es que no... no estás empapado de lo que digo, no estás comprometido con ese proyecto de cambio, con...

E. (23 años): (...) nosotros estamos tomando ese testigo para poder cambiar la forma de ver como es el barrio, porque si tú cambias la forma de ver tu barrio o tu zona de... de... tu hábitat ¿no? Si tú cambias la forma de verlo, vas a cambiar tú con ello, porque te hace... te hace recapacitar sobre las cosas ¿no? que todas las cosas que se pueden hacer ¿no?

E. (23 años): (...) aunque no te dejen votar por hacer esto, referendums, o lo que sea, tienes tú el poder de acción, júntate con la gente y decide, decide qué es lo que quieres para tu barrio, para tu zona, para tu distrito, para tu ciudad, para la imagen que quieres dar para tu ciudad, no dejes que el gobierno le ponga una fachada que no es, que los dirigentes te

digán que este sitio es la zona de copas, no, no. Crea tu propia zona dentro de tu barrio.

E. (23 años): Esas personas, yo creo que han estado reprimidas por esa acción del gobierno de imponerles la fachada que tienen de este barrio ¿no? ¿no? ¿Es que no? Hazlo tú. Haz tu barrio. Haz tu zona. Haz tu vecindad. Es que no hay más.

E. (23 años): Dad un golpe sobre la mesa y haced el progreso, porque no hay nadie que te lo pueda impedir. Por muchas leyes o reformas que se hagan, no hay persona que te pueda privar de hacer de tu lugar, de tu estancia en este barrio tu vida, tu día a día, tu saber estar, tu pueblo en la ciudad.



Imagen 44. Personas trabajando manualmente en el espacio socio-cultural Campo de Cebada.

Existen demandas concretas respecto de lugares y emplazamientos concretos. Algunos demandantes describen a) la necesidad de recuperar la actividad de locales cerrados, especialmente en relación al Mercado de la Cebada b) el deseo de que algunos de esos locales sin actividad se destinen a actividades de ocio cultural o comercio pequeño para las personas residentes c) el deseo de que aparezcan nuevos comercios en el barrio con los que sienten un alto grado de afinidad (descritos anteriormente) con ayuda del Ayuntamiento, en detrimento de los bares y servicios de ocio nocturno:

C. (23 años)– Muchos negocios de esos que están cerrados y llevan muchísimos años cerrados, o sea, yo que sé, en la Calatrava, la pollería, la huevería, llevan cerrados 15 años ¿no? **L. (20 años)**– Pues se podía montar pequeños centros culturales. **C.** – En la calle Santa Ana han hecho un par de bibliotecas para inmigrantes... **L.**– ... Clases de baile para quien quiera. Pequeñas cosas, *jam session* de no sé qué...

C. (23 años): Nos gustaría que hubiese locales de ensayo, sitios para poder tocar tranquilamente con algo básico para poder ensayar tranquilamente (...) Nos gustaría que aquí en el barrio hubiese, porque nosotros tenemos que ir un poquito a tomar por el saco. Vamos andando...

L. (20 años): el Mercado de la Cebada, por ejemplo, está estropeado. Cierto que se está intentando mantener, pero, joder, también lo ves que es un sitio muy bonito, un sitio histórico que podría intentar reformar un poco, habilitarlo, a lo mejor ni siquiera ya tanto como mercado. Y si no, otra como el de San Fernando, el que está en Lavapiés. O sea, algo más así, que montasen pequeños bares, sitios de actividad cultural, eso estaría mejor. **P. (22 años)**– Mira lo que han hecho en Antón Martín, que han convertido el Mercado de Antón Martín, en el piso de arriba hay una escuela de flamenco, por ejemplo. **L.** – Sí, estaría bien, que le dieran otro uso, en vez de acabarlo derruyendo.

L. (80 años): Yo por lo mismo, creo que todos estos locales que están en venta, que xx deberían poner comercios tradicionales, pequeños comercios. Deberían favorecer a la gente que quiera ponerlos, el Ayuntamiento, ayudarles a establecerse. Creo que se haría algo positivo.

Las intervenciones sobre el espacio público de manera anónima son, por otra parte, frecuentes de observar (**Imagen 45**):



Imagen 45. Distintas intervenciones anónimas en el espacio público.

DISCUSIÓN

A continuación se procede a comparar los resultados encontrados en el presente estudio con otros estudios -teóricos y empíricos- del marco de las disciplinas urbanas y, concretamente, del ámbito psicosocial, ambiental y comunitario.

La integración de la información recogida nos permite llegar a una serie de hipótesis que, como en todo análisis de carácter cualitativo (Giraldo, 2011), no dejan de ser provisionales. Sin embargo, se consideran útiles en la medida en que las variables, relaciones y procesos identificados pueden ayudar a: (1) la generación del modelo teórico emergente que ayude a la comprensión del fenómeno estudiado en el barrio de La Latina y, en este sentido, (2) nutrir, revisar o ampliar los marcos de referencia en relación a los fenómenos de desplazamiento, y los fenómenos de gentrificación y turistificación en particular.

Al final del apartado se realiza un análisis acerca del cumplimiento de los objetivos de investigación propuestos y se comentan las limitaciones en el análisis de los resultados presentados, así como los retos de investigación en el futuro.

1. La identidad barrial desplazada: confrontación a través de la *lucha* por el espacio urbano.

Según los principio de categorización y comparación social (Tajfel, 1981, 1983; Turner, 1987), y tomando el *barrio* como unidad de análisis a escala comunitaria (Montero, 2004, 2010; Valera, 1996; Vidal et al., 2004), parece que los habitantes más antiguos perciben su barrio -*La Latina*- como un lugar "intermedio", de clase social media, respecto de otros barrios más "degradados" como Lavapiés -percibido como "territorio comanche", o de clase social "más elevada" -pero ridiculizados-, como Argüelles.

No obstante, la identidad barrial o comunitaria es un concepto de fronteras difusas (Montero, 2004). En el caso de La Latina, y como resultado del mapeo realizado (ver Mapa 1; *Resultados*), el área que representacionalmente proyectan los pobladores sobre "su" barrio es diversa entre distintos agentes, distinta a la delimitación administrativa (barrio Palacio).

En ese sentido, la emergencia de referentes prototípicos de la identidad social urbana del barrio (Valera y Pol, 1994) se relaciona más con la parte Este (*El Rastro*, en el distrito de Embajadores), más popular, pero que no ha sufrido el proceso de estigmatización que han sufrido barrios como Lavapiés (Sequera, 2013). Este resultado obliga, necesariamente, a incluir la zona de *El Rastro* en futuros análisis.

Por otra parte, otros referentes simbólicos -*emblemáticos*- del barrio tienen que ver con formas de *habitar* (Hiernaux y González, 2014) el espacio social (Valera, 1993; 1996), tanto del Espacio Público, como del tejido comercial o el espacio habitacional.

Según Francis et al. (2012), es escasa la literatura que explora la relación entre las características y el usos de los Espacios Públicos (plazas, parques y calles) y el bienestar social de las poblaciones. Los resultados preliminares encontrados en este estudio muestran una potencial y estrecha relación entre el bienestar percibido -operativizado en el estudio como *Satisfacción Residencial, Apego al Lugar y Sentido de Comunidad*-, no sólo en relación a los referentes simbólicos en relación a los Espacios Públicos del barrio, sino a los espacios sociales relativos al tejido comercial -características y uso de los mismos-.

Los espacios habitacionales y las características residenciales han emergido, también, como un elemento fundamental para entender la vinculación de los pobladores más antiguos con el entorno, de la misma forma que en otros estudios (Hidalgo y Hernández, 2001). No obstante, de la muestra analizada, no parece que el espacio habitacional sea especialmente problematizado en base a un sentimiento de pérdida, salvo por el malestar en relación a la subida de precios de la vivienda.

Se describen cambios en las características y usos de los espacios sociales del barrio -públicos, comerciales y habitacionales- por parte de los pobladores más antiguos, surgidos de un nuevo perfil, no tanto residencial sino consumidor, de usuario del EP y del espacio comercial.

Es posible que la desaparición de determinados referentes simbólicos (como es determinado tipo de comercio o prácticas espaciales que tienen lugar en el mismo y sobre el EP), que sostienen la identidad social urbana y comunitaria de un grueso de los pobladores del barrio, pueda suponer un conflicto a nivel identitario.

En ese sentido, pareciera que, desde un punto de vista psicosocial y ambiental, los cambios ocurridos en La Latina pudieran estar suponiendo un proceso de desapropiación (Pol, 1996; Vidal y Pol, 2004, 2005) de los pobladores sobre el lugar, frente al perfil turista o residente reciente -ambos muchos más volátiles desde la percepción de los pobladores antiguos-.

Es decir, pudiera estar ocurriendo que, en el marco de una sociedad contemporánea mucho más móvil y líquida (Bauman, 1998), en la que los individuos construyen sus identidades no sólo en base a sus vínculos familiares y profesionales, sino sobre todo en base a un estilo de vida y una sensibilidad estética y artística particular (Joas, 2004; Florida, 2002; Silver et al. 2010) están sustituyendo a los modelos tradicionales. Estos últimos, además de lo que a continuación se describe, se sostienen sobre la base de un núcleo familiar -biológico- con un fuerte peso en la configuración residencial y social, y unas formas de Apego con los lugares mucho más sólidas.

En ese sentido, el *turista*, habitante pasajero o temporal del espacio (Hiernaux y González, 2014) es la demostración fehaciente de la identidad de la era posmoderna, en la que los lazos de arraigo son cada vez más líquidos (Bauman, 1998) y en la que desaparecen las formas tradicionales, sólidas y menos móviles, de apegarse a los lugares (Di Masso et al., 2008).

2. Características y usos legitimados del (y a través de):

2.1. El Espacio Público (EP)

La deriva mercantilizadora del espacio, destina para fines comerciales o de consumo el Espacio Público, que terminan segregando socialmente en base a fronteras económicas, pero también simbólicas (Janoschka et al., 2014b; García y Sequera, 2012; Sequera, 2014).

En *La Latina*, la ocupación del EP (calles, plazas y parques) por terrazas y otros usos comerciales es un indicador de una creciente segregación socio-espacial, en la que los habitantes más antiguos podrían estar siendo expulsados a través de formas de *desplazamiento por presión* (Slater, 2008), especialmente durante la conversión de dichos espacios en lugares de masificación durante los fines de semana.

La identidad barrial percibida por los pobladores más antiguos en relación a los usos, percibidos como legítimos, de los Espacios Públicos y sentida por muchos de sus pobladores como una pérdida en base a los últimos cambios, se asocia a:

- El uso de las plazas, parques y calles para un fin lúdico pero de carácter más familiar, con mayor presencia de población infantil -especialmente la Plaza de los Carros y el parque de la Cornisa-, a diferencia del uso orientado al ocio y consumo gastronómico y nocturno que se percibe especialmente en los últimos seis o siete años -especialmente en relación a la ocupación del Espacio Público por terrazas u otros dispositivos con intereses mercantilizados-.
- El uso de las plazas, parques y calles para la realización de fiestas tradicionales -como las fiestas de La Paloma y las hogueras de San Juan-, a diferencia del uso masificado de

los últimos años -especialmente en relación a la plaza de las Vistillas y el parque de la Cornisa- o el desuso/abandono de algunas plazas -como las Vistillas-.

- El desaparecido polideportivo aledaño al Mercado de la Cebada, cuyo derribo es percibido como ilegítimo, y que dio lugar a la reocupación del espacio por parte de grupos vecinales organizados para fines culturales y lúdicos -actualmente espacio socio-cultural Campo de Cebada-.

2.2. Del espacio habitacional/ Vivienda

En base a la tipología que realiza Slater (2009), se han identificado varios ejemplos de desplazamiento indirecto del espacio habitacional, en diferentes momentos y etapas evolutivas de la historia del barrio.

Por una parte, se han identificado posibles procesos de *desplazamiento directo del último residente por motivos económicos*, en base a las aportaciones que realizan varios informantes de la necesidad de desplazarse a otros entornos barriales (muchos de ellos al barrio de *Aluche*, al sur del barrio de La Latina, en la misma línea 5 de metro, pero más asequible en términos económicos) por la imposibilidad de acceder a los precios de la vivienda tras el aumento de los mismos. En esta misma línea, especialmente relevante resulta la aportación una informante sobre la imposibilidad que tuvo hace aproximadamente setenta años de seguir residiendo -ella y su familia- en su vivienda habitual, motivada por el deseo del propietario del inmueble de adecentar y vender el inmueble, y que motivó el desplazamiento residencial de esta familia al mismo barrio de *Aluche*.

Otra de las informantes relata también procesos de desplazamiento directo situados en la calle de San Francisco, de familias residentes en régimen de vivienda social. A diferencia del anterior ejemplo, no está clara la fiabilidad de este comentario dado que la propia informante no estaba segura y no vivió el proceso en primera persona.

Se sospecha también, la posibilidad de que se generen futuros procesos de *desplazamiento indirecto por exclusión*, en la medida en que varias de las informantes describen las dificultades de compra o alquiler de viviendas en la zona debido a la crecida de precios. Muchas de las personas entrevistadas describen facilidades en la negociación de los precios de los alquileres de sus viviendas, debido a buenas relaciones con los dueños (que son, en algunos casos, familiares).

Además, la imposibilidad de acceso a la vivienda por parte de las siguientes generaciones debido a los posibles procesos especulatorios en el área es un factor asociado procesos de elitización barrial (García y Díaz, 2008), y supone, desde luego, una forma de desplazamiento indirecto.

No obstante, es necesario integrar esta información relativa a la percepción de los pobladores más antiguos con otro tipo de indicadores objetivos (eg. evolución de los precios de la vivienda, en relación al poder adquisitivo de la población).

2.3. Del espacio comercial.

El aumento del ocio orientado al consumo (González-Kirschner, 2014), especialmente nocturno, así como la consecuente pérdida del comercio de proximidad (Fernández-Rodríguez, 2008; Parra et al., 1998) o tradicional (Sainz de Vicuña, 1996) presente en procesos de gentrificación (Jeong et al., 2015) y/o turistificación (Hiernaux y González, 2014).

Sin embargo, es necesario realizar una tipología con criterios claros respecto de los rasgos y dimensiones que caracterizan tanto al comercio "de proximidad" como al "tradicional", así como el comercio *low cost* emergido inductivamente de los informantes o el comercio *gourmet*

que se ha identificado potencialmente en el área.

No obstante, la imposibilidad de acceso al uso del comercio por fronteras económicas o culturales (Bourdieu, 1988) es, sin duda, una característica propia de procesos de *elitización* o *gourmetización* (González y Waley, 2013; Janoschka et al., 2014a), y ha sido encontrada en los testimonios de los pobladores de este estudio.

Sin embargo, es probable que el tipo de desplazamiento producido por o a través del comercio se vincule, en el caso de La Latina, con fronteras de tipo más cultural (identitarias o simbólicas) que económicas. No obstante, algunos pobladores -los más jóvenes- expresan también sus dificultades de acceso por motivos económicos en los nuevos establecimientos que aparecen en el área, así como un perfil consumidor de "mayor poder adquisitivo".

Dicha afirmación entra en contradicción, no obstante, con los testimonios encontrados por parte de otros pobladores -ubicados dentro del sector de adultos y ancianos- que manifiestan su deseo por la recuperación de un comercio "de calidad", que atraiga a usuarios o consumidores "de calidad" (frente al tipo de comercio y consumidor *low cost*). Se plantean dos hipótesis, necesarias de confirmación a través de futuros análisis, respecto de la contradicción que emerge de esta última reflexión:

- O bien estos enunciados tienen que ver con el tipo de molestias -ruido, suciedad, peleas- que perciben como consecuencia de un perfil de comercio (y de consumidor) de ocio nocturno y desproporcionado -masificado y masificante- en el área.
- O bien representa un deseo -nunca explícito ni reconocido- de un perfil de comercio (y de consumidor) de capital económico y cultural *elevado*, frente a los comercios -y personas- *lowcost* que representa el comercio al que hacen alusión. Este deseo entraría en contradicción con la realidad de clase que emerge de los residentes del área -y de los informantes de este estudio- en base a su composición como clase media, trabajadora u obrera²⁵, lo cual abriría el debate sobre la construcción social del gusto y de clase (Bourdieu, 1988).

2.4. El Mercado de abastos de la Cebada: un caso paradigmático.

Los Mercados de Abasto han sido tradicionalmente lugares en los que convivía el intercambio comercial con la generación de espacios contenedores de relaciones sociales a nivel local (Maiello, 2014).

En este sentido, el espacio social del Mercado de la Cebada es un ejemplo paradigmático de las hipótesis que se plantean en el presente estudio en relación a los vínculos entre los espacios comerciales como lugares generadores de cambios en la identidad simbólica barrial y los procesos de turistización y elitización que pueden estar teniendo lugar en el área.

La degradación y el abandono de los espacios es un indicador identificado en la literatura como antesala a procesos de gentrificación de corte más clásico (Janoschka et al., 2014). En el caso de los espacios comerciales, como son los Mercados de Abasto, el abandono es una antesala a los procesos de *elitización* o *gourmetización* comercial (González y Waley, 2013; Maiello, 2014), como ha ocurrido en otros mercados populares del centro de Madrid (Rodríguez, 2014) y en otras ciudades de España (Hernández-Cordero, 2014).

El actual proyecto de renovación y rehabilitación del mercado, diseñado sin contar con la

²⁵ Curiosamente, la mayoría de informantes -adultos y ancianos- entrevistados para este estudio pertenecen a familias con un origen de clase muy obrero, residiendo en viviendas poco ostentosas -muy pequeñas, llegando incluso a la infravivienda- y que han sufrido duramente el golpe de la crisis. No obstante, alaban y formulan su deseo de un tipo de comercio fácilmente clasificable como comercio *gourmet*.

participación del conjunto de la comunidad que habita la zona, ha sido ampliamente criticado por diferentes voces de la sociedad civil organizada, y son objeto de numerosas críticas por parte de la población de la muestra de este estudio²⁶.

En ese sentido, podría sospecharse que el proceso de degradación y abandono que ha sufrido el Mercado de la Cebada, acompañado de los conflictos internos entre la red de comerciantes, lo sitúa en un momento idóneo para la especulación con el mismo, y un motivo que ahonde en los posibles procesos de *gourmetización*, *elitización* o *turistificación* de la zona.

3. La desapropiación de los espacios sociales del barrio: ¿una estrategia para el desplazamiento de la población no deseada?

Desde las aproximaciones críticas, los procesos de producción de ciudad desde el urbanismo neoliberal están necesariamente atravesados por relaciones de poder (Harvey, 2005). En ese sentido, no es extraño observar la convivencia de procesos en conflicto que atraviesan el espacio social, no sólo público (plazas, calles y parques), sino el espacio asociado a la vida comercial o a la vivienda.

Varios de los pobladores del barrio de La Latina describen su falta de vinculación e identificación simbólica con el barrio y de sus espacios sociales – que viven como un “despojo” de identidad-, y un detrimento en el uso y participación social en dichos espacios. Aunque existen diferentes opiniones sobre el grado de severidad de estos procesos, estos testimonios invitan a sospechar que pueden estar produciéndose procesos de des-identificación con los espacios sociales del barrio -especialmente en relación al EP y al comercio, no tanto a la vivienda, en el caso de *La Latina*- y una mayor dificultad para accionar o transformar dichos espacios.

Así como la apropiación de los espacios sociales se realiza mediante dos procesos dialécticamente combinados de identificación y acción con dichos espacios (Pol, 1996; Vidal y Pol, 2004, 2005), se podría pensar que la desapropiación respecto de los espacios simbólicos de la identidad barrial más antigua -*tradicional*- del barrio de La Latina puede llevar a diversas formas de desplazamiento, especialmente al *desplazamiento por presión* (Slater, 2009).

Existe una *civilidad deseada*, producto de procesos de elitización y de control social a través del control del Espacio Público (Sequera, 2014). En ese sentido, podría plantearse que, en contextos de creciente mercantilización del espacio (Janocshka et al., 2014b), algunos de los pobladores más antiguos del barrio de La Latina -aquéllos que no consigan adaptarse a las nuevas lógicas diseñadas para el lugar- *sobran*: no son útiles o necesarios como potenciales consumidores de los nuevos establecimientos, orientados de forma paulatina hacia un perfil más joven; no son nuevos compradores o usuarios del mercado de vivienda, cuyos precios no podrían pagar; y no son una imagen bonita o deseable para el nuevo escenario monumentalizado (Valera 1993, 1996) teatralizado (Silver et al., 2010) en la nueva *La Latina* disneyficada (Harvey, 2005).

Existen, no obstante, diferentes estrategias ejercidas por los pobladores más antiguos respecto de la forma de intervenir o transformar el espacio. La Asociación de Vecinos Cavas y Costanillas y el Espacio Socio-Cultural Campo de la Cebada son dos ejemplos paradigmáticos de diferentes estrategias ejercidas: una, a través de la canalización del malestar vecinal y la demanda al Ayuntamiento típica de los movimientos vecinales de los años 70´ (Castells,

²⁶ Sin embargo, una de las informantes -la misma que describe un proceso de expulsión residencial cuando era niña, y que legitima la decisión del dueño del inmueble bajo el argumento del respeto al derecho de la libre disposición de la propiedad- expresó su admiración por mercados como el de San Miguel -mercado que ha demostrado ser elitizado ampliamente en la literatura-. El posible deseo de esta informante de origen humilde -situación que podría repetirse en otros pobladores- de que el Mercado se pareciera a otros mercados turistizados o elitizados, abre el debate a cómo se construyen los discursos que justifican este tipo de intervenciones sobre el espacio público, así como la construcción social de clase (más detalles en el punto 4 de este mismo apartado).

2010), y otra desde las formas de reapropiación del espacio, diseño y construcción de los mismos, propia de los paradigmas de intervención de las *smart cities* y del *open-hardware* de la época actual (Corsín Jiménez, 2013). No es extraño observar, por tanto, diferentes perfiles de participación -en base a edad y afiliación política- en cada una de estas dos iniciativas.

Nadie niega la riqueza de nuevos aportes culturales, así como de los procesos de renovación y mejoramiento del entorno urbano y de la riqueza cultural que aporta la diversidad (Janoschka et al., 2014b). Sin embargo, cuando esos cambios van acompañados de una serie de fronteras económicas y culturales (Bordieu, 1988), la territorialización del turista sobre el EP desplaza al residente (Dutra et al., 2009; Hiernaux, 2012; Hiernaux y González, 2014), y por tanto a sus prácticas espaciales y culturales (Sequera, 2014), como parece pasar en el caso del barrio de *La Latina*.

En relación al concepto de Apego al Lugar (Low y Altman, 1992; Hidalgo y Hernández, 2001), las formas de desapego encontradas en buena parte de la población antigua abordada en este estudio son una manifestación indirecta de posibles formas de desplazamiento.

En ese sentido, el desplazamiento en contextos de gentrificación o turistificación puede darse de manera física -directa-, pero también simbólica -indirecta-, en la medida en que una serie de pobladores son excluidos y desapropiados a través de una serie de cambios que irrumpen en el escenario barrial de manera abrupta y segregadora. El entorno urbano se convierte en lugar "invivable" para los antiguos pobladores, "favoreciendo el desplazamiento voluntario" (Blanco et al., 2014, p. 4; Slater, 2009, p. 303).

Una hipótesis razonable pero todavía no falsada tiene que ver con la posibilidad de que determinadas formas de desplazamiento indirecto provoquen, en algunos casos, expulsiones residenciales "voluntarias", a través de pérdida de tejido social -sentido de comunidad (McMillan y Chavis, 1986; Vidal et al., 2014) o pertenencia (Montero, 2010)- y formas crecientes de desapego con el entorno (Low y Altman, 1992; Hidalgo y Hernández, 2001; Di Masso et al., 2008).

4. Gentrificación, turistización y "barrio marca": la venta de la imagen de *La Latina*

La promoción de las "ciudades marca" es un fenómeno común en diversas capitales del contexto español (Ribera-Fumaz, 2008). La generación de una imagen externa de un entorno urbano para fines de ocio orientado al consumo, en el marco de entornos competidores por la atracción del capital privado, es un elemento común a dichos contextos (Fernández, 2005; Sutton, 2013).

La percepción de la población residente más antigua en relación a las estrategias promocionadoras del barrio de *La Latina* como un lugar orientado al ocio en base al consumo gastronómico y al ocio nocturno (González-Kirschner, 2014; Hiernaux y González, 2014) permite sospechar que pueden estar dándose procesos parecidos en este entorno urbano.

Los pobladores identifican la *venta* de una imagen del lugar desvinculada y contradictoria con la imagen e identidad que los pobladores más antiguos proyectan sobre el entorno, y que asocian con los procesos de masificación e hiperpoblación de usuarios no residentes consumidores del entorno. La "ruta turística prefijada" que mencionan varios informantes es vinculada a su vez con una experiencia urbana pobre sobre el entorno, promocionada desde diversos ámbitos, tanto privados (comerciantes) como públicos (el Ayuntamiento), de la misma forma que en otros contextos de turistización (Hiernaux y González, 2014; Santamarina y Moncusí, 2013).

Las hipótesis sobre el conflicto entre dos identidades -la que emerge de los discursos de los pobladores más antiguos y aquella que emerge de los intereses mercantiles sobre el área- conectan con la dicotomía planteada por Lefebvre (1978) sobre las distintas formas de producir

ciudad -en base a las necesidades de la población general o en base a los intereses especulativos de grupos particulares-.

No obstante, no se ha podido contrastar la percepción por parte de los pobladores con información fidedigna que permita confirmar la existencia de procesos promotores de la "venta" de esta imagen²⁷. Aún así, el sentimiento de "venta" percibido debe ser atendido, y es una clave en la aproximación del fenómeno desde la óptica del desplazamiento.

No obstante, los indicadores objetivos de la composición socio-económica actual del barrio *Palacio* (*B. Descripción del caso de estudio*) sitúa al mismo como un lugar de clase media, y aleja el fenómeno ocurrido en el mismo de los marcos de referencia clásicos sobre gentrificación, en la medida en que no cumple con las características de barrio pauperizado -de clase popular-, ni degradado o abandonado en su calidad ambiental urbana, típicas de los escenarios susceptibles de sufrir procesos gentrificatorios (Clay, 1979; Lees, 2008, 2012; Janoschka et al., 2014a, 2014b; Sequera, 2013).

No obstante, se han encontrado datos que necesariamente problematizan el enunciado anterior:

En primer lugar, los datos del empadronamiento muestran un descenso progresivo de población residente en el barrio. Sin embargo, las tasas diferenciales de origen y destino de sus habitantes muestran una descompensación del perfil adquisitivo de la población residente a lo largo de los últimos 10 años, tomando cada vez más presencia los residentes procedentes de lugares de clase acomodada (barrios del norte) frente a aquéllos de origen más humilde (barrios del sur) (Ver Gráficos 2-5).

En segundo lugar, la descripción del barrio que realizan sus habitantes en base a su identidad "rambla" o al carácter popular del pasado -no de clase media-, así como la presencia de características habitacionales como viviendas de protección oficial o *corralas* -estructura habitacional típica de clases populares (Besas y Besas, 2011)- pueden ser indicadores de tres realidades, posiblemente complementarias: (1) la resistencia de una memoria colectiva que, por aculturación histórica, evidencia una realidad barrial de clases populares en el pasado (2) la existencia, todavía presente, de grupos y perfiles poblacionales de residentes que sí podrían ser adscritos a dichas clases (3) la tendencia social de las personas a auto-adscribirse a categorías representacionales con las que sienten un alto grado de afinidad.

En caso de (1), podría interpretarse que estos son testimonios y evidencias de una memoria todavía presente *de lo que fue* el barrio de *La Latina* tiempo atrás, que da cuenta de procesos de elitización que requieren de una búsqueda longitudinal mucho más dilatada en el tiempo, y que se plantean como futuras líneas de análisis.

En tercer lugar, uno de los indicadores clásicos de los procesos de gentrificación es la creciente presencia de un perfil -residencial o consumidor- de mayor poder adquisitivo que la población de origen (Lees, 2008, 2012). Se han identificado percepciones por parte de los pobladores más antiguos respecto de estos dos procesos -tanto del perfil residencial como consumidor- en el barrio de *La Latina*, en relación a:

- la percepción de sus residentes de la nueva y reciente presencia de **pobladores/residentes** más jóvenes y más volátiles -en términos de movilidad residencial-, como estudiantes universitarios españoles y extranjeros, parecido a otros contextos de *studentification* (Smith, 2008). No queda clara, no obstante, la posible vinculación de este perfil residencial con un perfil de capital económico o cultural mayor al de la población de origen en el caso de estudio.
- la presencia de un perfil **consumidor** de alto poder adquisitivo, que podría acercar el

27 Además de la búsqueda de los discursos de las personas usuarias -pero no residentes- del área -por ejemplo, consumidores ocasionales-, el uso de herramientas de análisis basadas en materiales visuales puede ser de ayuda en la búsqueda de la imagen que pretende promocionarse del barrio de *La Latina* hacia el exterior, y se plantea como una futura línea de investigación.

fenómeno a procesos de *gourmetización* o *elitización* comercial (González y Waley, 2013; Rodríguez-Sebastián, 2014; Monroe, 2014).

5. FORTALEZAS, LIMITACIONES Y RETOS DE INVESTIGACIÓN PARA EL FUTURO

Se han identificado una serie de variables y procesos que han permitido identificar los primeros pasos hacia un modelo explicativo del fenómeno urbano ocurrido en el barrio de La Latina, así como de los procesos psicosociales, ambientales y comunitarios que los acompañan. Sin embargo, todavía es pronto para asegurar -ni siquiera provisionalmente- el tipo de relaciones en que dichas variables interactúan.

No obstante, parece que algunos de las dimensiones y procesos identificados para este caso de estudio coinciden con otros indicadores que aparecen en la literatura sobre los fenómenos urbanos de gentrificación o elitización comercial, turistificación y desplazamiento. Por ello, este estudio se enmarca como un primer acercamiento al fenómeno ocurrido en La Latina, al marco de referencia de los estudios urbanos de manera inter-disciplinaria y al uso de determinadas técnicas y metodologías de carácter cualitativo.

Los resultados del presente estudio y la interpretación de los mismos está sujeta a una serie de limitaciones, que se convierten en retos de investigación de cara a futuro.

En primer lugar, en el plano **teórico**, la triangulación teórica (inter-disciplinaria) puede llevar a una serie de errores derivados de la falta de conocimiento exhaustivo y profundo de algunas de las teorías utilizadas. Elaborar un perfil de teorías -de diversas disciplinas- que mejor se ajusten al caso de estudio escogido -barrio de La Latina- ayudará a generar categorías metodológicas más ajustadas en la recogida de información y en base a los objetivos de la investigación.

Por ello, es necesario reforzar la conceptualización de determinados marcos de referencia que se usan en el presente estudio, nutriéndolos de solidez y exhaustividad en base a la literatura clásica y reciente. En concreto:

- En base a los marcos de referencia de las teorías sobre **gentrificación**, profundizar en el conocimiento de su desarrollo histórico leyendo las experiencias clásicas del mundo anglosajón y estudios más recientes, de otras regiones europeas y españolas. También explorar con mayor detalle la literatura en relación a la **gentrificación comercial**, que comienza a ser especialmente emergente.
- Generar un marco de referencia sólido y exhaustivo en base a las teorías socio-políticas de **clase** y su relación con el marco de la Psicología Socio-Comunitaria y Ambiental. Seguir profundizando en la exploración de la emergencia de las **clases creativas** y el papel de las **clases medias**, y su relación con otros conceptos como los de capital económico, social, cultural y simbólico (Bourdieu, 1988).
- En base a las teorías psicosociales, ambientales y comunitarias, es necesario explorar con más detalle el desarrollo y las implicaciones históricas y epistemológicas de las teorías sobre identidad social clásicas (Tajfel, 1981, 1983; Turner, 1987), así como de las que añaden las variables psicoambientales. En concreto, además de los conceptos ya propuestos de apropiación del espacio (Korosek, 1986; Korosek-Serfaty, 1976), Apego al Lugar (Low y Altman, 1992) y Sentido de Comunidad (McMillan y Chavis, 1986), es necesario ahondar en el análisis de los conceptos sobre **identidad social urbana**, así como en relación a la **calidad ambiental** de los espacios sociales objeto de estudio (las 4 plazas y el Mercado de la Cebada).

Por otra parte, en el **plano metodológico**, las características de la muestra, los

procedimientos de recogida de información y el análisis realizado limitan la interpretación de los resultados que aquí se presentan.

Los criterios de "relevancia teórica", en base a a su "potencial informativo y no de aleatoriedad" (López y Scandroglio, 2007; p. 34) son factores importantes a tener en cuenta durante la selección de la **muestra** de informantes. En ese sentido, la muestra sobre la que sustenta la recogida de información del presente estudio fue escogida en base a la pertinencia de estudiar a la población más antigua residente en el barrio de La Latina, de manera recursiva y utilizando la técnica de bola de nieve. Por ello, en el presente estudio se plantean las siguientes limitaciones y retos de investigación para su mejora:

- No se ha encontrado un criterio sustentado – teórica ni empíricamente – para realizar una categorización de residentes del barrio de La Latina en base a la antigüedad de residencia. Es necesario mejorar los criterios relacionados con la delimitación de residentes "antiguos" o "recientes", para lo cual es necesario realizar en paralelo un análisis exhaustivo y longitudinal de las distintas etapas de cambio en la composición barrial y su relación con hitos históricos de cambio a nivel estructural ocurridos en el barrio (eg. aparición de nuevas ordenaciones urbanas, reinversiones de capital público, privado o público-privado).
- La muestra no alcanza la máxima heterogeneidad posible (no se ha saturado) en relación a las distintas formas de participación social que tienen lugar en el barrio por parte de la población residente más antigua. Es necesario perfilar mejor los criterios de selección de los informantes en base a las distintas formas de participación social, realizando un mapeo exhaustivo de iniciativas de participación organizadas y no organizadas.
- La muestra no alcanza la heterogeneidad (no se ha saturado) en relación a los distintos perfiles de participación en cada una de las organizaciones escogidas en base a la edad. Es necesario perfilar mejor los distintos perfiles en base a la edad que participan en cada iniciativa o forma de participación, buscar la saturación de la muestra y la existencia de "casos extraños".

En segundo lugar, en relación a las **técnicas y procedimientos de recogida de información**, se presentan las siguientes limitaciones:

- La construcción del instrumento de entrevista -guión- se realizó en base a una primera aproximación a los conceptos teóricos que podían ser de interés para la siguiente investigación. Es necesario reformular la estructura, conceptos y redacción de las preguntas en base a los nuevos resultados.
- El mapeo geográfico realizado con informantes fue una aproximación al uso de la técnica, cuyo interés residía en conocer mejor la representación espacial que realizan la población objeto de estudio en relación al barrio, sus límites geográficos y los espacios simbólicos que lo componen. En el futuro, es necesario mejorar las técnicas y el procedimiento de recogida a través de mapeos geográficos y la selección de la muestra -en términos de heterogeneidad y saturación- y, así, generar unidades de análisis espaciales más precisas para la definición y comprensión espacial del "barrio" (probablemente, a través de secciones censales). Además del interés por comprender de manera más profunda la representación espacial que realizan sus habitantes en el presente, esto puede servir como base para la búsqueda de información contextualizada históricamente de forma más precisa (especialmente para el análisis de la composición social, de los cambios residenciales, de la evolución de los precios de la vivienda y de la presencia de determinados tipos de estructuras habitacionales-).
- El uso de los materiales visuales en el presente estudio ha sido, también, una primera aproximación al uso de la técnica. Es necesario delimitar con más claridad los criterios

de producción y selección de las imágenes que sirven para sustentar algunos de los resultados encontrados, así como profundizar en el potencial que ofrece esta técnica desde un procedimiento de recogida y análisis más sistematizado.

- Se desconoce en qué medida el formato de registro audiovisual -sabiendo que posteriormente dicho material iba a ser usado para la elaboración de un documental- canaliza o sesga las tendencias de respuesta. No obstante, se ha realizado un pormenorizado análisis del contenido de dichas entrevistas con el fin de detectar posibles sesgos o respuestas orientadas a la deseabilidad social producidas por el uso de esta técnica de recogida específica. Este control de calidad no resta para que el efecto del uso de técnicas de recogida en formato audiovisual pueda ser analizado en el futuro con más exhaustividad.
- Se identifican errores procedimentales en la aplicación de diversas técnicas, especialmente limitantes para los contenidos verbales que emergen de las entrevistas semi-estructuradas. La existencia de preguntas dirigidas o excesivamente confirmatorias, la informalidad de algunas de las aproximaciones y el deseo por parte de los informantes de cumplir con la voluntad o el deseo de cumplir con las expectativas del equipo de investigación deben ser tenidos en cuenta en futuras aproximaciones.
- Debido a la naturaleza de la aproximación desde el enfoque y metodología cualitativa, no es posible analizar los resultados en términos de representatividad del universo al que pertenecen en un sentido numérico. Sería interesante, por ello, evaluar la pertinencia del uso o construcción de herramientas en formato cuantitativo o mixto²⁸. Entre otras cosas, el interés del uso de herramientas en formato cuantitativo pasa por:
 - conocer la representatividad numérica de algunas de las opiniones vertidas por la muestra de informantes, para mejorar el diseño de las propuestas estratégicas de intervención social.
 - conocer la representatividad numérica de algunos de los elementos detectados a través del análisis visual y la búsqueda documental. Por ejemplo, identificar mejor la presencia numérica de diferentes estructuras habitacionales identificadas en la zona (eg. corralas, viviendas de protección oficial de 1952), además de profundizar en la relación de este tipo de viviendas con la existencia (pasada o presente) de un perfil de población más popular.
 - la oportunidad que ofrecen de realizar estudios comparados (objetivo que destaca especialmente en este trabajo en relación a los procesos de desplazamiento).

En tercer lugar, posibles errores producidos en el **análisis** mediante la técnicas de análisis de comparación constante y el uso de la triangulación metodológica y teórica, que limitan las conclusiones en la medida en que:

- El uso de diferentes técnicas de recogida de información y la triangulación intra e inter-métodos durante el análisis puede producir una serie de tendencias o sesgos:
 - El uso de un segundo método para demostrar la idoneidad del primero como prueba de veracidad.
 - El principio de mutua confirmación, o argumentación circular.
 - Presuponer idénticos significados en los resultados obtenidos.
- La naturaleza y el carácter del fenómeno objeto de estudio, así como la elección de la

28 Indagar en el uso de las herramientas de mapeo y geolocalización que ofrecen las nuevas tecnologías (eg. software online y colectivo ushahidi (www.ushahidi.com)).

perspectiva teórica -epistemológica y ontológica- adoptada, fuerzan a preguntarse sobre la pertinencia o coherencia de los procedimientos metodológicos de análisis utilizados. De esta forma, cabe preguntarse sobre la necesidad de adoptar estrategias de análisis que protagonicen la comprensión de los "elementos lingüísticos, paralingüísticos y no verbales que inician, mantienen, regulan o ponen fin a la interacción verbal" (López y Scadroglio, 2007; p. 37), así como todas aquellas "interacciones verbales que se dan en contextos cotidianos u ordinarios" (p. 38) , pudiendo en ese sentido ser de gran utilidad el abordaje del análisis desde estrategias cercanas al *Análisis del Discurso* o *Conversacional* para la comprensión de las prácticas sociales de la población residente. Esto, frente a la perspectiva, de carácter más *postpositivista*, que parcialmente impregna la *Grounded Theory* y el método de comparación constante. Las incoherencias en el discurso de algunos informantes en distintos momentos, así como las hipótesis intuitivas que se derivan en relación a los motivos -contextuales y funcionales- que suscitan dichas inconsistencias, han sido plasmados de manera muy fugaz y limitada en el presente informe, pero se consideran piedras angulares para la comprensión del fenómeno ocurrido en el barrio de La Latina desde un punto de vista psicosocial. De la misma forma, el análisis del posible contraste entre los discursos encontrados entre la población residente y aquéllos procedentes de otras fuentes, no residenciales (visitantes ocasionales, responsables de urbanismo en las administraciones públicas, contenido promocional y publicitario del barrio de La Latina a través de medios como internet, flyers promocionales y otros) se considera de utilidad para comparar *esas dos imágenes o proyectos* de La Latina y las contradicciones que suscita dicho contraste, para lo cual puede ser útil un abordaje a través del *Análisis Retórico* o *Análisis de la Argumentación*.

BIBLIOGRAFÍA

- Abellán, J. (2014). Ciudad, crisis y desobediencia una aproximación a las luchas por la vivienda en Madrid. En M. Janoschka y R. Hidalgo (Edits.), *La Ciudad Neoliberal* (pp. 257-274), Madrid: GeoLibros.
- Altman, I. (1975): *Environment and social behavior: Privacy, personal space, territory, and crowding*. Monterey (CA): Brooks/Cole.
- Amérigo y Aragonés, 1988; Satisfacción residencial en un barrio remodelado. Predictores físicos y sociales. *Revista de Psicología Social*, 3, 61-70.
- Antaki, C., Billig, M., Edwards, D., Potter, J. (2003). El análisis del discurso implica analizar: crítica de seis atajos analíticos. *Athenea Digital*, 3, 14-35.
- Aragonés, J.I, Corraliza, J.A., Cortés, y Amérigo, M. (1992): 'Perception of territory and social identity'. En *Socio-Environmental Metamorphoses: Builtscapes, Landscapes, Ethnoscape, Eoroscapes*. *Proceedings IAPS 12 International Conference*, Vol. II, 252-259. Marmaras, Greece.
- Bauman, Z. (1998). *Globalization: The human consequences*. Oxford: Blackwell.
- Barthes, R. (2003). *Mitologías*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Barthes, R. (1994). *La aventura semiológica*. Barcelona: Planeta Agostini.
- Barthes, R. (1989). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós.
- Berroeta, H. R., Vidal, T. (2012). Una propuesta multimétodo para un abordaje transaccional del Espacio Público en la escala de barrio. *Athenea Digital*, 12(1), 209-237.
- Besas, T. y Besas, M. (2011). *El Madrid oculto*. Madrid: La Librería.
- Blanco, J., Apaloaza, R., Bosoer, L. y González, A. (2014). Movilidades, desplazamientos y territorios: algunos aportes para el debate de la gentrificación. Working paper series. *Contested Cities*.
- Bonaiuto, M. Fornada, F. y Bonnes, M. (2003) Indexes of perceived residential environment quality and neighbourhood attachment in urban environments: a confirmation study on the city of Rome. *Landscape and Urban Planning*, 65, 41-52
- Borja, J. (2013). Barcelona y su relación con otras ciudades. Bilbao, Monterey, Río de Janeiro y Buenos Aires. En J. Cucó (Ed.), *Metamorfosis urbanas. Ciudades españolas en la dinámicas global* (pp. 51-80). Barcelona: Icaria.
- Bourdieu, P. (1988): *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Borras, V., López, P. y Lozares, C. (1999). La articulación entre lo cuantitativo y lo cualitativo: de las grandes encuestas a la recogida de datos intensiva. *Qüestió*, 23 (3), 525-541.
- Butler, T. y Robson, G. (2001). Social capital, gentrification and Neighbourhood Change in London: A comparison of Three South London Neighbourhoods. *Urban Studies*, 38 (12), 2145-2162.
- Butler, T. (2002). Thinking Global but Acting Local: the Middle Classes in the City. *Sociological Research Online*, 7 (3), 13-32.

- Castells, M. (2010). Globalization and identity. *Quaderns de la Mediterrània*, 14, 89-98
- Checa, M. (2011). Gentrificación y cultura: Algunas reflexiones. *Revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales*, Universidad de Barcelona. Vol. 16, nº 914, Barcelona.
- Clay (1979). *Neighbourhood Renewal: Middle-Class Resettlement and Incumbent Upgrading in American Neighbourhoods*. Lexington, MA: DC Health.
- Coley, R. L., Sullivan, W. C., y Kuo, F. E. (1997). Where does community grow? The social context created by nature in urban public housing. *Environment and Behavior*, 29, 468-494.
- Corraliza, J.A. (2000). Vida urbana y exclusión social. *Intervención Psicosocial*, 9 (2), 169-183.
- Correa de Jesús, N. (2008). Capítulo 11. El «ritmo» de la ciudad y los movimientos espaciales, un ejercicio de análisis visual. En Ángel J. Gordo y Araceli Serrano (coord.), *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social* (pp. 287-304). Madrid: Pearson.
- Corsín Jiménez, A. (2013). The prototype: more than many and less than one. *Journal of Cultural Economy*, 7 (4): 381-398.
- Cucó, (2013). Introducción. En J. Cucó (Ed.), *Metamorfosis urbanas. Ciudades españolas en la dinámicas global* (pp. 7-22). Barcelona: Icaria.
- De la Fuente, Rosa (s/f) "Apuntes sobre el concepto de espacio social", Material Didáctico del Módulo 1. Una aproximación al estudio de la Geografía política (2013- 14 Campus Virtual-UCM)
- Di Masso, A., Vidal, T. y Pol, E. (2008). La construcción desplazada de los vínculos persona-lugar: revisión teórica. *Anuario de Psicología*, 38 (3): 371-385.
- Díaz, I. (2013) La gentrificación en la cambiante estructura socioespacial de la ciudad. *Revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales*, Vol. 18, nº 1030, Barcelona.
- Doucet, B. (2009). Living through gentrification: subjective experiences of local, non-gentrifying residents in Leith, Edinburgh. *Journal of Housing and the Built Environment*, 24, 299-315.
- Duque, R. (2010). Difusión del concepto de gentrification en España: Reflexión teórica y debate terminológico. *Biblio 3w*, 15, 875.
- Duque Calvache, R. (2014). "La sombra de la gentrificación". En Working paper series Contested_Cities.
- Durand, R. (1998). *El tiempo de la imagen. Ensayo sobre las condiciones de una historia de las formas fotográficas*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Dutra, I. B., Domingos, L. C., Goncalves, J. Y Machado B. (2009). Nueva territorialidad. Caso São Bartolomeu (Mina Gerais) – Brasil. *Estudios en perspectivas del turismo*, 18 (4), 24-40.
- Fernández, G. (2005). Más allá del marketing de ciudades: hacia una política pública de diseño y gestión de los signos de identificación de ciudad. *Scripta Nova. Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 9, 194 (95), 45-61.
- Fernández Rodríguez, R (1999). La importancia estratégica del comercio tradicional en la distribución. Documento de trabajo de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, 15, 1-10.
- Firey, W. (1974). Sentimiento y simbolismo como variables ecológicas. En G.A. Theodorson. *Estudios de Ecología Humana*, Vol. 1 (pp. 419-432). Barcelona: Labor. (Traducción del original en inglés Sentiment and Symbolism as Ecological Variables, *American Sociological Review*, 10,

140-148, 1947.)

Fischler, C. (1998). A 'McDonaldização' dos costumes. En: Flandrin, J.L & Montanari, M. (coord.) *História da Alimentação* (pp. 841-862). São Paulo: Estação Liberdade.

Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class. And How is Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books.

Francis, J., Giles-Corti, B., Wood, L., Knuiiman, M. (2012). Creating sense of community: The role of public space. *Journal of Environmental Psychology*, 32, 401-409

Franco, M.C. y Torres, R.C. (2003). Identidad y ciudadanía. Nuevos territorios para la didáctica de la geografía. *Redalyc*. 200-211.

Franco, A. (2004). O alimento no séc. XX. Internacionalização - Mcdonaldização. En De caçador a Gourmet: uma história da gastronomia. SENAC, São Paulo.

Gale (1979). Middle-class resettlement in older urban neighbourhoods: The evidence and the implications. *Journal of the American Planning Association*, 45, 204-293.

García, L.M. y Díaz, C. (2008). El proceso de elitización: investigaciones y temas de análisis en la geografía española (1999-2008). X Coloquio internacional de Geocrítica. Barcelona.

García, E. y Sequera, J. (2013). Dinámicas de gentrificación en metrópolis de la cultura: aproximación comparada a las estrategias de Madrid y Buenos Aires. Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo. "V Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo, Barcelona-Buenos Aires, junio 2013". Barcelona: DUOT, p. 561-569.

Giraldo, M. (2011). Abordaje de la Investigación Cualitativa a través de la Teoría Fundamentada, *Ingeniería Industrial*, 2 (6), 79-86.

Glass, R. (1964): *London: aspects of change*. London: MacGibbon & Kee.

González Kirchner, B. (2014). XXI Comercio de alimentación de proximidad: el amplio abanico de la necesidad. Pauta de localización en el entorno de la calle Fuencarral (Madrid). Working paper series. Contested Cities.

González, S. y Waley, P. (2013). Traditional Retail Markets: The New Gentrification Frontier?. *Antipode*, 45 (4), 965-983.

Graumann, C.F. (1983). On multiple identities. *International Social Sciences Journal*, 35, 309-321.

Grupo de Trabajo Análisis- Asamblea Austrias. Análisis barrio Palacio. Última consulta en 16 Mayo 2015: <https://docs.google.com/file/d/0B-J4cnXGqB1wUmdCSnV6aDd2ekE/edit>

Guardia, I. y Surdé, D. (2014). Relatos visuales. Fragmentos de realidad: la mirada fotográfica y la transformación urbana en el siglo XXI. Working paper series. Contested Cities.

Harvey, D. (2005). *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford: Oxford University Press.

Hay, R. (1998). Sense of place in developmental context. *Journal of Environmental Psychology*, 18, 5-29.

Hernández Cordero, A. (2014) Gentrificación comercial y mercados públicos: El Mercado de Santa Caterina, Barcelona. Working paper series, Contested Cities.

Hidalgo, M. y Hernández, B. (2001). Place attachment: Conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 273-281.

- Hiernaux, D. (2012) Habitar un mundo globalizado. *Veredas, Revista de Ciencias Sociales*, 13 (25), 7-25.
- Hiernaux, D. y González, C. I. (2014). Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía Norte Grande*, 58, 55-70.
- Hill, J. L. (1996). Psychological sense of community: Suggestions for future research. *Journal of Community Psychology*, 24, 431-438.
- House, J. S., Landis, K. R. y Umberson, D. (1988). Social relationships and health. *Science*, 241, 540-545.
- Hunter, A. (1987) The symbolic ecology of suburbia. En Altman & Wandersman (Ed) *Neighborhood and community environments, Human behavior and environment*, (pp. 191-219). Nueva York: Plenum Press.
- Informe *Análisis de Necesidades La Latina, 2012*. Trabajo de Fin de Máster de alumnas del Master de Intervención Psicosocial y Comunitaria, Facultad de Psicología, UAM.
- Informe *Análisis de Necesidades Rastro, 2013*. Llevado a cabo por la Asociación Transiro Comunitario en colaboración con el Centro La Corrala, UAM.
- Iñiguez, L. (1995). Métodos cualitativos en Psicología Social: Presentación. *Revista de Psicología Aplicada*, 5 (1/2), 3-26.
- Janoschka, M. e Hidalgo, R. (2014). La ciudad neoliberal: estímulos de reflexión crítica. En M. Janoschka y R. Hidalgo (Edits.), *La Ciudad Neoliberal* (pp. 7-32), Madrid: GeoLibros.
- Janoschka, M., Sequera, J. y García, E. (2014a). Gentrificación, resistencias y desplazamientos en España. Propuestas analíticas. Presentación de la Serie Working Papers Contested Cities.
- Janoschka, M., Sequera, J., Salinas, L. (2014b). Gentrificación en España y América Latina. Un diálogo crítico. *Revista de Geografía Norte Grande*, 58, 7-40.)
- Jeong, Y., Heo, J. y Jung, C. (2015). Behind the Bustling Street: Commercial gentrification of Gyeongridan, Seoul. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 170, 146 – 154.
- Joas, H. (2004). Morality in an Age of Contingency. *Acta Sociológica*, 47(4), 392-99.
- Korosec, P. (Ed.) (1976). *Appropriation of space. Proceedings of the Strasbourg Conference*. Louvain-la-Neuve: CIACO.
- Kuhn, T. S. (1970). *The structure of scientific revolutions*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lalli, M. (1988). Urban Identity. In D. Canter (Ed.). *Environmental Social Psychology, NATO ASI Series, Behavioral and Social Sciences*, Vol. 45 (pp. 303-311). Dordrech, The Netherlands: Kluwer Academic Publishers.
- Lalli, M. (1992). Urban-related identity: Theory, measurement, and empirical findings. *Journal of Environmental Psychology*, 12, 285-303.
- Lees, L., Slater, T. y Willy, T. (2008). *Gentrification*. New York: Routledge.
- Lefebvre, H. (1978). *El derecho a la ciudad*. Barcelona: Península.
- López y Scandroglio (2007). De la investigación a la intervención psicosocial: la metodología cualitativa y su integración con la metodología cuantitativa. En A. Blanco y J. Rodríguez Marín

- (Eds.), *Intervención psicosocial* (pp. 557-606). Madrid: Prentice Hall
- Low, S. M., & Altman, I. (1992). Place attachment: A conceptual inquiry. En: I. Altman, & S. M. Low (Eds.), *Place attachment*. New York: Plenum Press.
- Lund, H. (2002). Pedestrian environments and sense of community. *Journal of Planning Education and Research*, 21, 301-312.
- Lund, H. (2003). Testing the claims of newurbanism:Local access, pedestrian travel and neighboring behaviors. *Journal of the American Planning Association*, 69, 414-429.
- Maiello, V. (2014). El mercado de los mercados. Análisis de los procesos de transformación de los mercados municipales de abastos de Madrid. Working paper series. Contested Cities.
- Marcuse, P. (1985a). Gentrification, abandonment and displacement: connections, causes and policy responses in New York City. *Journal of Urban and Contemporary Law*, 28, 195-240.
- Marcuse, P. (1985b) To control gentrification: antidisplacement zoning and planning for stable residential districts. *Review of Law and Social Change*, 13, 931-945.
- Marcuse, P. (1986) Abandonment, gentrification and displacement: the linkages in New York City. En N. Smith and P. Williams (Eds.), *Gentrification of the City* (pp. 153-177). London: Unwin Hyman.
- Marrero, J.L. (1996). Apuntes para una política de comercio interior. *Distribución y Consumo*, 6 (29),123-129.
- Massey, J. (2005). The gentrification of Consumption: a View from Manchester. *Sociological Research Online*, 10 (2), 80-91.
- McMillan, D. W. y Chavis, D. M. (1986). Sense of community: A definition and theory. *Journal of Community Psychology*, 14 (1), 6-23.
- Mejía-Navarrete, J. (2000). El muestreo en la investigación cualitativa. *Investigaciones Sociales*, 4 (5), 165-180.
- Mirfoeff, N. (2003). *Introducción a la cultura visual*. Barcelona, Paidós.
- Montero, M. (2004). Comunidad y Sentido de Comunnidad. En M. Montero (Ed.), *Introducción a la Psicología Comunitaria* (pp. 95- 107). Buenos Aires: Paidós.
- Montero, M. (2010). From complexity and social justice to counciousness: Ideas that have constructed Community Psychology. III Conferencia Psico Comunitaria, Puebla.
- Montero, D. y Moreno, J.M. (2014). *El cambio social a través de las imágenes*. Madrid: Catarata.
- Monroe, D. (2014). From Food Desert to Food Mirage: Race, Social Class, and Food Shopping in a Gentrifying Neighborhood. *Advances in Applied Sociology*, 4, (1), 30-35
- Moxey, K. (2009). Los estudios visuales y el giro icónico.
- Moles, A. (1972). *Psicología del espacio*. Madrid: Aguilera.
- Navarro, C. J., Guerrero, G., Muñoz, L. y Mateos, C. (2013). Escenas culturales, desigualdades y gentrificación en grandes ciudades españolas. Los casos de Barcelona, Bilbao, Madrid y Sevilla. En J. Cucó (Ed.), *Metamorfosis urbanas. Ciudades españolas en la dinámicas global* (pp. 109-132). Barcelona: Icaria.

- Nemeth, J., & Schmidt, S. (2007). Toward a methodology for measuring the security of publicly accessible spaces. *Journal of the American Planning Association*, 73, 283-297.
- Núñez, A. (2002) Apropiación y división social del espacio. *Scripta Nova*, 6 (116) 37-50.
- Observatorio Metropolitano de Madrid, 2005. Artículo de Óscar Muñoz Carrera. Gentrificación y reestructuración del espacio social en Madrid.
- Oldenburg, R. (1989). The great good place: Cafes, coffee shops, community centers, beauty parlors, general stores, bars, hangouts and how they get you through the day. New York: Paragon House.
- Pádua-Carrieri, A., Benevides, I., Texeira, J. C., Machado, B. y Tijoux, M. E. (2012). Metamorfoseando los mercados. El turismo gastronómico como estrategias en el Mercado Central de Santiago (Chile) y el Mercado Municipal de São Paulo (Brasil). *Estudios y perspectivas en turismo*, 21 (1), 30-52.
- Patterson, M.E. y Williams, D.R. (2005). Research traditions on place. *Journal of Environmental Psychology*, 25, 361-380.
- Parra, F., González, E., Molinillo, S. y Villarejo, A. (1998). Análisis del comercio tradicional, Actas del XII Congreso Nacional de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM), Universidad de Málaga, Junio, pp. 1213-1220.
- Pérez, F. y García, E. (1998). La Psicología Ambiental ante la falta de paradigma. Hacia una tecnociencia ambiental. *Revista de Psicología General y Aplicada*. 51, (3-4), 331-341.
- Plas, J. M., & Lewis, S. E. (1996). Environmental factors and sense of community in a planned town. *American Journal of Community Psychology*, 24, 109-143.
- Pol, E. (1996). La apropiación del espacio. En L. Iñiguez y E. Pol (Coord) Cognición, representación y apropiación del espacio. Barcelona, Publicacions Universitat de Barcelona, Monografies Psico/Socio/Ambientals, nº 9.
- Pol, E. (2002). The theoretical background of the City-Identity-Sustainability Network. *Environment and behaviour*, 34 (1), 8-25.
- Pol, E. & Valera, S. (1994). El concepto de Identidad Social urbana: Una aproximación entre la Psicología Social y la Psicología Ambiental. *Anuario de Psicología*, 62(3), 5-24.
- Proshansky, H.M. (1976). The Appropriation and Misappropriation of Space. In P. Korosec (Ed.). Appropriation of Space. *Proceedings of the Strasbourg Conference* (pp. 31-45). Louvain-la-Neuve: CIACO.
- Proshansky, H.M. (1978). The city and self-identity. *Environment and Behavior*, 10 (2), 147-169.
- Proshansky, H.M., Fabian, & Kaminoff (1983). Place-identity: physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3, 57- 83.
- Rodríguez Sebastián, A. (2014). Los nuevos mercados municipales de Madrid. Working paper series. Contested Cities.
- Rose, D. (1984). Rethinking gentrification: Beyond the uneven development of Marxist urban theory. *Environment and Planning*, 1, 47-74.
- Rubiales, M. (2014). ¿Medir la gentrificación? Epistemologías, metodologías y herramientas de investigación de carácter cuantitativo y mixto. Working paper series. Contested Cities.

- Sáinz de Vicuña, J.M. (1996): Distribución Comercial. Opciones Estratégicas, ESIC, Madrid.
- Sarason, S.B. (1974). *The psychological sense of community: Prospects for a community psychology*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Sargatal, 2001. Gentrificación e inmigración en los centros históricos: el caso del barrio del Raval en Barcelona. *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 94 (66).
- Scandroglio, B., López, J. & San José, C. (2008). La Teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias, *Psicothema*, 20, 1, 80-89.
- Sense of Community Patterns. (2004). *Exploring sense of community: An annotated bibliography*. Calgary: Sense of Community Partners.
- Sequera, J. (2013). Gentrificación en el centro histórico de Madrid: el caso de Lavapiés. En M. Janoschka y R. Hidalgo (Edits.), *La Ciudad Neoliberal* (pp. 233-255). Madrid: Icaria.
- Sequera, J. (2014, en prensa). City, Space and neoliberal governmentality. *Urban*.
- Sequera, J., Janoschka, M. (2012). Ciudadanía y espacio público en la era de la globalización neoliberal. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, Vol. 188 – 755, 515-527.
- Serrano, A. (2008). Capítulo 10. El análisis de materiales visuales en la investigación social: el caso de la publicidad. En Ángel J. Gordo y Araceli Serrano (coord.), *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social* (pp. 245-285). Madrid: Pearson.
- Sherif, M. y Sherif, C. W. (1953). *Groups in harmony and tension. An integration of studies on intergroup relations*. New York: Harper.
- Silver, D. (2010). Scenes: Social Context in an Age of Contingency. *Social Forces*, 88 (5), 2293-2324.
- Sequera, J. y Janoschka, M. (2012). Ciudadanía y espacio público en la era de la globalización neoliberal. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 188, 515-527.
- Slater, T. (2009) Missing Marcuse On gentrification and displacement, *City*, 13 (2), 292-311.
- Smith, D. (2008): The Politics of Studentification and '(Un)balanced' Urban Populations: Lessons for Gentrification and Sustainable Communities?. *Urban Studies*, 45 (12), 2541-2564.
- Sutton, O. (2013). Barcelona y el city branding: la ciudad como una corporación. *Biblio 3W. Revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales*, 18(17), páginas.
- Tajfel, H. (1983). Psicología social y proceso social. En J.R. Torregrosa y B. Sarabia (Dirs.).En *Perspectivas y contextos de la psicología social* (pp. 177-216). Barcelona: Hispano Europea.
- Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder. (Edición original en inglés 1981.)
- Tajfel, H. & Turner, J.C. (1989). La teoría de la identidad social de la conducta intergrupala. En J.E Morales y C. Huici (Eds.). *Lecturas en Psicología Social* (pp. 225-259). Madrid: UNED. (Trabajo original en inglés 1987)
- Turner, J.C. (1990). *Redescubrir el grupo social*. Madrid: Morata. (Edición original en inglés 1987.)
- Santamarina, B y Moncusí, A. (2013). Manifiestos y latencias en la Valencia de las guías turísticas. En J. Cucó (Ed.), *Metamorfosis urbanas. Ciudades españolas en la dinámicas global* (pp. 259-

286). Barcelona: Icaria.

Uzzel, D., Pol, E. y Bádenas, D. (2002). Place identification, Social cohesion and environmental sustainability. *Environment and behaviour*, 34 (1), 8-25.

Valera, S. (1993). El simbolisme en la ciutat. Funcions de l'espai simbòlic urbà. Tesis doctoral no publicada.

Valera, S. y Pol, E. (1994). El concepto de Identidad Social urbana: Una aproximación entre la Psicología Social y la Psicología Ambiental. *Anuario de Psicología*, 62(3), 5-24.

Valera, S. (1996). Análisis de los aspectos simbólicos del espacio urbano. Perspectivas desde la Psicología Ambiental. *Revista de Psicología Univesitas Tarraconensis*, 18(1), 63-84.

Vidal, T., Berroeta, H., de Masso, A., Valera, S. & Peró, M. (2014). Apego al lugar, identidad de lugar, sentido de comunidad y participación en un contexto de renovación urbana. *Estudios de Psicología*, 34 (23), 275-286.

Vidal, T. y Pol, E. (2005). La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. *Anuario de Psicología*, 36 (3), 281-297.

Vidal, T., Pol, E., Guàrdia, J. y Peró, M. (2004). Un modelo de apropiación mediante ecuaciones estructurales. *Medio Ambiente y Comportamiento Humano*, 5 (1y2), 27-52.

Wyly, 2009.

Wyly, E. (2011): Strategic Positivism. En Derek G. and Noel C. (eds.), *Human Geography, Thousand Oaks* (pp. 40-62) CA: Sage Publications.

ANEXOS

ANEXO 1. Guión de entrevista semi-estructurada

ANEXO 2. Guión de preguntas que dirigen el mapeo.

ANEXO 3. Ejemplo de uno de los mapeos realizados por una informante, y contenido verbal asociado.

ANEXO 4. Transcripción del contenido verbal durante la deriva con informantes.

ANEXO 5. Tablas 8, 9 y 10.

ANEXO 6. Tablas 11 y 12. Referentes para delimitar la muestra y conectores lógicos para el análisis.

ANEXO 1. Guión de entrevista semi-estructurada.

Orden	Ámbitos	Contenidos
0	<ul style="list-style-type: none"> - Introducción y contextualización - Garantía de anonimato - Solicitud de grabación 	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación de los entrevistadores y de la institución. - Por qué estamos aquí. - Por qué le hemos elegido como informante/entidad clave. - Presentación de la metodología. - Acuerdo.
1	Información general	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre - Edad - Dónde vive. - Tiempo residiendo/visitando/trabajando en La Latina
2	Motivo de residencia/llegada al barrio	<ul style="list-style-type: none"> - Qué te llevó a vivir/visitar en La Latina - Qué es lo que más te gustaba/lo que menos.
3	Visión del barrio	<ul style="list-style-type: none"> - En el presente, qué es lo que más te gusta/disgusta del barrio - Hacia dónde cree que va? - Hacia dónde le gustaría que fuese?
4	Cambios	<ul style="list-style-type: none"> - Cómo era antes el barrio, comparado con la actualidad? Qué cambios observa?
5	Tejido comercial	<p>Cómo es y cómo era:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Actividad comercial, red de servicios - Precios
6	Espacios público	<p>Cómo es y cómo era:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plazas y parques del barrio (general) - Plaza de los Carros - Plaza de las Vistillas - Mercado de la Cebada - Campo de la Cebada/Polideportivo - Calles/terrazas.
7	Tejido social, sentido de comunidad	<p>Cómo es y cómo era:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sus relaciones en el barrio? - Sentimiento de comunidad? - Qué cree que puede estar afectando al sentido de comunidad (en positivo y negativo)?
8	Identidad y apego al lugar	<ul style="list-style-type: none"> - Existe una identidad barrial? - Se siente identificado con este barrio? - Cambiaría de lugar de residencia?
9	Identificación de población vulnerable	<ul style="list-style-type: none"> - Cree que existen personas que lo están pasando mal en el barrio (pobreza, exclusión, soledad)? - Qué perfiles cree usted que tiene esta población?
10	Acceso a otros/as informantes/entidades clave	<p>Cree usted que tendría que hablar con alguna otra persona/entidad para entender qué está pasando en el barrio?</p>
11	Comentarios adicionales	<p>Hay algo que le gustaría añadir que no hayamos comentado ya? Le gustaría preguntar algo?</p>
12	Participación en el documental	<p>Le gustaría participar con su voz en el documental que estamos generando sobre el barrio?</p>
13	Cierre, despedida. Agradecimientos	

ANEXO 2. Guión de preguntas para el mapeo geográfico con informantes.

GUIÓN DE PREGUNTAS (A realizar mientras se señala sobre el mapa)
<i>INSTRUCCIONES:</i> A continuación te voy a enseñar un mapa de la zona, mediante la aplicación googlemaps. Me gustaría que pudieras contestar a las siguientes preguntas, al tiempo que vamos señalando sobre el mapa. Si necesitas que la visión del mapa sea ampliado o reducido, lo podemos hacer.
- ¿Dónde vives tú?
- ¿Cómo llamas a tu barrio? ¿Con qué nombre lo identificas?
- ¿Cómo lo delimitarías?
- Lugares o monumentos emblemáticos, representativos de tu barrio.
- Cuáles te gustan más y menos, y por qué.

N – No. A ver, luego hay zonas que dices pues prefiero que sea una zona más ancha para aparcar, claro, o zonas que están más iluminadas. También porque pienso que acabas conociendo y sabes de quien son los coches... No sabes de quién son, pero sabes cuales son los coches de la gente de aquí. Porque los vas viendo todos los días. Este coche, no se de quién es, pero es un coche de aquí de todos los días. Entonces, las otras zonas,... pues las conozco menos. Te da como más...

B – Y lugares de esos lugares que has descrito, que podrías decir son símbolos de aquí del barrio ¿hay algunos que te gusten más o menos? ¿Cuáles son los que más te gustan o los que menos te gustan?

N – Es que esos que te he dicho son de pasear o de estar. Bien, todos. No es que digas... Bueno... yo la plaza... es que la tengo mucho cariño, porque he pasado... era como ¿? la infancia, los niños se han criado en esta zona. El campito no te digo nada, cuando yo vine a vivir aquí, el campito no pertenecía al colegio. Creo que no. Y la zona, la época de San Isidro, San Isidro de los años 80, de finales de los 80, del 85 para aquí, que era... San Isidro era muy... se hacían muchas cosas. Lo abrían para todo el mundo. Se hacían verbenas por allí. Entonces yo conocí un barrio, que dices mira luego lo he conocido como madre, pero antes lo conocía como joven, que sale. Entonces son pues las zonas en las que yo he pasado muchas horas, pero, vamos, no hay así más... más... Quizá la plaza de los Carros, el mercado de la Cebada también. O sea, que todos.

B - Muy bien. Bueno, pues muchas gracias.

ANEXO 4. Transcripción del contenido verbal durante la deriva con informantes.

Datos de los informantes:

M.Z: 77 años, viviendo toda la vida en el barrio
L.: 80 años, 70 años residiendo en el barrio.
A.: 20 años residiendo en barrio. Edad 56 años.

[Esquina Calle Calatrava con Calle del Águila]:

M: "...que vendían de todas las cosas, y de todo, si esta calle tenía... porque claro estas casas son del año 70', eh?

L: Seguro (risas)

M: Hombre, nos vinimos nosotros en el 71', y entonces se veía, pues como cuando el Rastro...

L: Tú desde qué año estás en Madrid?

A: Yo llevo en Madrid desde hace 36, 37 años, aquí llevamos 20 años.

M: Pues esto ya te digo era una calle lindísima.... la gente vendiendo por las calles..

B: Nos pueden decir cómo se llaman, cuánto tiempo llevan viviendo aquí...?

M: Yo vine de Córdoba con 3 meses o sea que llevo viviendo toda la vida. He vivido hasta el año 70 en la calle del Almendro, del 70 al 81 aquí, y del 81 hasta ahora aquí en Tabernillas. O sea que yo del barrio no me he movido. Vamos, ni me quiero mover.

A mi el barrio me encanta, y... para todo. Es una cosa que nos están quitando pero que siempre hemos tenido por todo duplicado: mercerías, tiendas de todo, lo que tú quisieras! La gente venía de todo Madrid a comprar al Mercado de la Cebada, porque había de todo y mucho más barato. Y me llamo María Zurita.

Lola: Yo soy Dolores Díaz Lopez, aunque mi nombre no me... me parece negativo y por eso quiero llamarme Lola, que además es más castizo, es más madrileño. Mi madre también se llamaba Lola y mi tía que además era mi madrina también se llamaba Lola. Yo he nacido en la ronda de Segovia. Yo nací en el 35 y luego entonces empezó la guerra y no sé, creo que estuvimos en otras casas más, entre otras en la plaza de la paja, en casa de los abuelos, donde vivimos ahora. Y luego estuvimos aquí en la plaza de los carros, hasta que pues como era alquilado, solo eran pisos alquilados, nos echaron. Nos indemnizaron entonces con 100.000 pesetas. No estuvo mal, y cogimos un piso en Aluche. Entonce ahí he estado 10 años. Y luego me he venido aquí a Tabernillas, cuando edificaron.

B. les echo el casero o quien?

L: Bueno el dueño, el dueño de la finca., La finca es Plaza de los Carros 4, y pertenecía a un señor, no recuerdo el nombre y luego se la ha vendido a diferentes personas, entre ellas a un escultor. Y ahora se la han donado a la Cruz Roja, esa casa pertenece a la Cruz Roja. Ya veréis, es muy bonita, vamos tiene un portalón. La puerta es nueva. La verdad es que no... la puerta que había antes de madera no existe. Y allí hemos estado. Mi padre también era de Madrid, mi abuelo también, mi madre de Avila, pero se vino muy jovencita.

A: Yo soy Arcadio Martín, soy natural de Granada, me vine aquí cuando tenía 24 años, ahora tengo 56, por lo tanto ya llevo más años en Madrid de los que estuve en mi ciudad natal. Yo recalé en este barrio porque mi mujer vivía en él, vivía en la calle Santa Casilda, un poquito mas abajo de la puerta de Toledo, y luego decidimos cambiarnos de casa, a una con una habitación más. Y encontramos ésta en la calle Tabernillas y llevamos viviendo en ella pues ya de 21 años.

B: O sea que llevan viviendo ya mucho tiempo viviendo en el barrio.

L: Sí, yo la inauguré.

A: Ellas bastante más tiempo que yo (risas)

L: Yo la inauguré, la casa la estaban terminando, cogí elegí el piso que me convino. Y ella yo la llamé, "hay un piso arriba del mío", y vino y lo compró.

B: ¿Son amigas desde hace mucho tiempo?

M: Pues desde que... yo no recuerdo de cuando podíamos tener 5 o 6 años.

L: si, ella vivía en al calle almendros, y yo en la plza de los carros, luego entonces hemos sido vecinas. Hemos jugado en la calle juntas, en las verbenas de la paloma que se celebraban en la calle se ponía el picú, en el bar Revilla, que existía, que entonces era un autoridad en los vinos, y tal.

M: además, que se ponían las mesas y se bajaba la gente la comida, a cenar, pero todo era ambiente del barrio, sin problemas. (L: Sí, era un ambiente muy familiar). O sea que tú podías estar un crío a las 12 de la noche, con los cachar ritos, y con eso. No había...

L: Era cuando nosotros teníamos la libertad de estar ahí... hasta que se subían los papás. Teníamos la verbena, la misma plaza, el tío vivo... todo eso.

M: Lo que eran las verbenas, no lo que han hecho.

L: en las Vistillas estaba la quermés, cuando eramos jovencitos pues íbamos allí a bailar. Y todo eso muy típico. Sigue las cosas aquí, pero ya no es lo que era, claro, porque ahora es una cosa masiva, y además es una cosa de... pues de fritangos... de tal... antes había organillo y había baile, pero era otra cosa, no cabe duda.

A: Yo en ese sentido también quiero comentar. Nosotros como AAVV; bueno yo pertenezco a la AAVV Cavas costanillas, y como AAVV le venimos pidiendo al ayuntamiento que por favor vuelvan a retomar las fiestas como eran en su día. Las fiestas de la Paloma eran absolutamente tradicionales y del barrio, entonces la gente salía a la calle a disfrutar como bien decían Loli y María. Y era una fiesta local y muy íntima. Con esto no queremos decir que nosotros no queremos gente en nuestro barrio, lo que queremos denunciar es que hace aproximadamente unos 12 años se cambió el estilo de la fiesta. Y se cambio porque una serie de hosteleros decidieron sacar a la calle barras, cosa que eso, como bien decía María, podía haber un bar en donde se pusiera un pick-up, o una plaza donde ponían una concertina, pero el barrio lo vivía eso en la calle de una manera espontanea y natural.

L: Porque eramos gente del barrio...

A: Sí, pero lo que ha pasado en los últimos 12 años, es que el barrio lo han tomado las barras de los bares, y esto se ha convertido como tú bien las dicho, en una romería de fritanga y de bares, y aquí en calles que tienen 4 o 5 metros un sitio que es absolutamente invivible y donde no se puede transitar.

M: Oye en la calle La Paloma, ahí tenía... acuérdate de las limonadas... La calle de las limonadas, llegabas, te daban tu limonada, tenía, o sea, era lo que era

A: Tiene una foto Loli... (L: sí, luego os las enseño cuando vayamos al sitio) de cómo se decoraban las fachadas de las casas en la fiesta de la paloma, que era precioso, porque era un fiesta típica del barrio, y lo que hacía el barrio era remozarse, y decorarse pues con lo que tenía la gente del barrio.

M: Y tener su música... pues su música de organillo. Lo que era la música de eso... no, no, no, no estos jaleos...

A: La fiesta se vivía, lógicamente, en los sitios que eran más amplios, en las plazas, era allí es donde se ponía el tío vivo... Pero a mi me gustaría que entendierais, que exista una fiesta sin un recinto ferial. Yo creo que las fiestas de la paloma son las únicas fiestas del mundo donde no existe un recinto ferial, donde todo el barrio se convierte en un recinto ferial, y eso se convierte en una locura. Cuando yo vine aquí, la fiesta no era de esa manera, os ea no se ponía una barra en la puerta de mi casa, ni otra allí, ni otra allí. La barra se ponía en un recinto ferial, que era este paseo, y en las calles más anchas, y en las plazas más anchas, como ha sido toda la vida!

L: Sí, y en las vistillas, también había algunas zonas...

M: Y en la carrera de san francisco, la plaza de julio romero de torres, y aquí abajo, es donde te ponían

más, pero en las calles no...

A: Claro, pero en las calles pequeñas, no... no estaban.

L: Claro, vosotras habréis visto como se pone esto en las fiestas... y esto es una cosa invivable, porque no se puede estar, no hay respeto, luego al final terminan a las 2, de acuerdo hay un horario de terminar, pero la gente sigue, la gente se emborracha, la gente orina en todas partes, es una vergüenza, totalmente...

A: a mi me gustaría decir una cosa respecto a esta filosofía, luego seguimos hablando del comercio y todo eso, que es realmente lo que tiene que darle esa vida, esa sangre que necesita un barrio para vivir. Pero, en este barrio los vecinos no nos quejamos de la afluencia de público. La afluencia de público en este barrio ha sido constante todos los domingos del año porque vivimos justo al lado del rastro. Y el rastro tiene una afluencia de hace más de 100 años, de 100 150 o 300 mil, da igual, pero la gente que viene al rastro viene a una cosa muy concreta, que es pasar el día, ver el rastro y se van. En este barrio existían cuando yo me vine a vivir aquí existía la tradición del domingo salir a tomar el vermú. Y eran tabernas donde se tomaba el vermú. Y esa era la tradición de este barrio.

M: Y te encontrabas con el vecino, y te encontrabas con el otro, y ya esta.

A: Pero eso ha cambiado radicalmente.

B: Ahora ya no se encuentran con los vecinos?

A: No, eso ha cambiado radicalmente porque...

M: Es que ahora el público es distinto...

A: De día, sigue habiendo una tradición más o menos como la que había hace 20 años, y de noche y de tarde noche cambia radicalmente. Entonces, eso es lo que nosotros denunciábamos. Aquí hay una mezcla, ya no solo de tapeo, de tal, sino de alcohol y ocio nocturno que es la que este barrio no tenía. Y eso es lo que ha cambiado el barrio, el alcohol y el ocio nocturno. Nosotros vivimos en un barrio, que es como yo le digo a la gente, que de jueves a domingo es una fiesta, y eso es invivable... nosotros no podemos tener fiesta todos los fines semana del año. La gente tiene que respetar unos horarios, y tiene que respetar el descanso de los vecinos. Porque esta es una zona residencial. Este es el barrio más antiguo de Madrid. Yo me he estado documentando, y las primeras asentamientos urbanos, las primeras poblaciones de Madrid, fueron en la colina de san andrés. Allí fue donde nació Madrid verdaderamente. En la colina de san Andrés fueron los primeros asentamientos urbanos de esta ciudad en la que vivimos. Por tanto este ha sido toda la vida un barrio de vivir gente, residencial. Y esto es lo que ahora, este Ayuntamiento, este equipo de gobierno, desde hace aproximadamente unos 12 14 años, ha cambiado radicalmente, y esto se ha convertido en una fiesta constante de jueves a domingos, en la que los vecinos nos sentimos totalmente agredidos, y en la que no estamos contentos con lo que está pasando...

A: Podéis grabarnos. Tengo amigos que nos vienen los fines de semana a casa, que nos gusta mucho. Nos gusta mucho traer gente a casa, porque estamos muy orgullosos de donde vivimos y, claro, cuando ven la gente, la afluencia de público que viene el fin de semana, yo les digo: esto, señores, es como cuando vienen las fiestas, por ejemplo, de Valladolid, y me dicen: qué va, ni siquiera en las fiestas de Valladolid viene tanta gente como aquí en fin de semana. Claro, eso hay que entender que para los que vivimos aquí todo el año, sobre todo es un barrio residencial. Vivimos en un barrio residencial. Aquí viven, en el distrito de la Latina, en el distrito Centro, viven más de 150.000 vecinos, y somos los que vivimos aquí. No puede ser que ahora este barrio cambie y que nosotros nos sintamos absolutamente agredidos, y sintamos que no podemos vivir en nuestras casas. Eso no tiene sentido. Como bien dice María, esto era un barrio donde todos los locales eran mercaderías, hueverías, artesanos... y ahora no. Ahora son todo bares.

M: Mira, eso era una carnicería, eso era un ?. Y ahora es un loft. Porque vive la hija de X . Luego allí había una mercadería, una tienda de variantes de una vecina de arriba. Lo otro una huevería, la que tiene el toldo un poquito echado. Más para allá, donde están una señoras, era una lechería de toda la vida. O sea, si es que teníamos toda clase de comercio. Había incluso una pescadería, más para allá, que era e la de los familiares de Maldonadas, el hermano de...

L: del de la marisquería de ahora? Allí también había otra pescadería.

M: Había otra pescadería...

A: Bueno, pero todo eso cambia cuando se montó el mercado de la Cebada, también ...

M: Hay que ver cuando en la calle de Toledo, como lo ponían de mantones de Manila... la gente se paraba. Esto no existía.

L: Graba también los balcones que sean bonitos.

A: ¿Qué criterios hay para los balcones?

... palabras sobre la grabación.

B: Ustedes ¿por qué creen que ha cambiado....? Estaban diciendo: han desaparecido comercios de proximidad, de abastos... ¿Por qué creen que han desaparecido?

M: Para mí, por las grandes superficies.

L: Por la grandes superficies, evidentemente.

A: Yo creo que ha cambiado la cultura.

M: El ritmo de vida.

L: Ahí, ahí

A: La cultura.

L: La gente va a comprar a las grandes superficies una vez a la semana y aquí es el día a día. Los comercios... yo desde luego compro muchas veces en los pequeños comercios. El otro día tenía que comprar una minipimer, buenísima, una Braun, y me fui a Humilladero.

M: Yo, si puedo, compro en el pequeño comercio.

L: Y ahí, no me fui al Corte Inglés porque no me daba la gana.

A: Pero eso es una cultura, es inevitable que cambie.

M: Con la gente joven ya no se puede.

A: Y la concentración del mercado también haría que todos los comercios chiquititos de por aquí se concentraran en el mercado.

M: Pero el otro día han estado diciendo que había que volver al mercado tradicional y al mercado pequeño. Alguien por televisión. No sé quien era. Que se debería volver a potenciar el mercado... Primeramente da mucha más vida. Da mucha vida. Que todo esto abierto, anda que no da vida.

B: ¿Por qué tiene que dar vida el comercio X?

M: Porque todos compramos.

L: Hombre, da vida de una forma vecinal. Yo, por ejemplo, cuando fui a comprar la minipimer, dije: aconsejame, tengo confianza, era hablar con él, me aconseja, me ayuda si quiero una cosa, porque me conoce, porque voy allí, y además lo hago con mucha alegría, porque creo que debo... que me apetece, vamos. Es opcional, de acuerdo.

A: De hecho, donde estamos, si os fijais, en la mayoría de las calles, la mayoría de las calles son gremios. ¿Por qué se juntaban los gremios antes? Se juntaban porque, efectivamente, cuanta más gente se juntaba para hacer... latoneros, más variedad de producto podía ofrecer a la gente. Por tanto, había una calle que se llamaba latoneros.

L: La mía es Tabernillas, la nuestra.

M: Y Botoneras...

A: Claro, casi todo eran calles de gremios, donde los gremios se juntaban para ofrecer más variedad a la gente...

M: Eso lo han puesto en un museo.

L: De acuerdo que ha pasado mucho tiempo, que la sociedad está cambiando... Estamos en el siglo XXI, de acuerdo.

M: Pero que era más entrañable lo otro. Eso sí.

A: De hecho en una ciudad como París han tenido que poner autobuses para que la gente pueda ir a comprar a las grandes superficies porque no hay comercios en los barrios. Como decimos, el vaciar un barrio de comercio tradicional también es un antagonismo, porque no toda la gente del barrio tiene costumbre de comprar en gran superficie o no tiene medios.

M: O personas mayores que tampoco podemos ir.

L: Yo por lo mismo, creo que todos estos locales que están en venta, deberían poner comercios tradicionales, pequeños comercios. Deberían favorecer a la gente que quiera ponerlos, el Ayuntamiento, ayudarles a establecerse. Creo que se haría algo positivo.

A: Mira, Elena. Ha abierto la zapatería al lado de la Copita Asturiana y está intentando defenderlo. O sea, que...

L: Bueno y está muy bien. Es un comercio bastante asequible para hoy en día, moderno.

M: Y el otro día oí también que muchos de los establecimientos de las grandes superficies se están viniendo para el centro.

L: Bueno, yo lo que creo es que se pueden recuperar las cosas también. No va a ser como antes, porque, claro, hemos avanzado. Y hay que avanzar en todo. A mí me parece estupendamente el avance.

M: Si no retrocedes...

A: Lo que no puede ser es que en una calle como la Cava Baja el 90% de las licencias sean bares. El Ayuntamiento tiene que tener un poco de sentido común, que es el menos común de los sentidos y, entonces, decir, si yo hago esto, los vecinos de esta calle los estoy abrasando. Y eso es lo que ha pasado con la Cava Baja.

L: Yo no he asistido más a ninguna junta de San Isidro, pero se dice...

A: Sí, sí. La asociación seguimos reuniéndonos... Y sobre todo, lo que ha pasado también es que la Cava Baja, que era una calle de hostelería cara, de pronto ha pasado a ser una calle de hostelería barata, low-cost, con el burger botellín ése y con la Sureña y todas esas... Y eso es una barbaridad. La Cava Baja la cerró un día Bill Clinton para comer en Lucio.

B: ¿Les gustaba más la Cava Baja cuando tenía este tipo de lugares, más... distintos?

L: Había menos, pero eran mucho mejores.

A: Era otro tipo de público.

B: ¿Qué tipo de público era?

M: Hombre, público más selecto. Por ejemplo, yo

L: Aquí han venido ministros. Hasta el Rey ha venido antes.

A: Sí, pero yo no creo que sea un problema de calidad de las personas que vienen, no, no. Es un problema de carácter de esas personas. El turismo de la mañana de este barrio, el turismo hasta media tarde es un turismo habitual en el centro histórico de la ciudad, y estamos viendo todos los días...

L: Grupos culturales...

A: ... y muchos guiris, y mucha gente con sus hijos. Los fines de semana, tú vas paseando por la plaza de los Carros a las 12 de la mañana y ves padres con sus hijos. El problema surge por la tarde noche. El problema de este barrio es la tarde noche, cuando se empieza a latinear. O sea, el problema es latinear. Y, por lo tanto, yo sigo defendiendo que el problema es el alcohol. No es otro. Porque mientras se está tapeando, mientras se está comiendo, mientras están por la mañana tomando el vermú, el barrio está como era antes. Más o menos. Más afluencia de público, vale, pero como era antes.

L: Yo, el sábado que suelo ir a San Miguel, al mercado, voy por toda la calle de los Mesones, es una maravilla, porque hay turistas, hay tal, pero es que hay un ambiente de aperitivo, un ambiente agradable, donde puedes estar de un lado para otro y es variopinto, es de todo el mundo.

A: No es un problema de calidad de las personas o de que tengan más o menos dinero, no, no. Es un problema de concepto, de lo que sería el centro histórico de una ciudad, que tendría que estar perfectamente regulado para un turismo de calidad se ha convertido en un turismo de alcohol y no más.

... estamos buscando un restaurante brasileño, por esta zona de la Latina. ...

M: Esta cristalería ha existido también toda la vida. La tuvo el padre y ahora la tiene el hijo.

A: Sabina vivió aquí. Parece ser que cuando se vino a Madrid vivió en esta calle, en esta casa de la esquina. Hay un recorrido sobre Sabina que es pagado y empieza el recorrido aquí, porque fue en este edificio cuando él vivía de alquiler, cuando se vino por primera vez aquí.

M: Y aquí hay una capillita, nunca he entrado.

L: Yo sí. Yo he oído misa al principio de venirme, es muy pequeñita.

A: Yo un día la vi abierta, que la estaban remozando, pero siempre he tenido un interés loco de saber porqué esta capilla está cerrada.

L: Debe de ser particular, de alguien, fíjate.

M: Yo he oído misa, pero aquí deben de caber 12 o 14 personas.

A: Fijaros que esa ventana es el campanillo de la iglesia. Se supone que ahí estaba la campana de la capilla, que llamaba a misa...

M: Da una misa a las 11 o a las 12. Yo al principio me venía porque era muy curioso. Lo que pasa es que esto, aquí yo no sé si hay algo del cementerio de San Isidro... oficinas había y yo pienso que debe de pertenecer a ellos.

A: Reconozco que no la he visto nunca abierta en los 22 años o 21 que llevo aquí.

M: Yo la debo de haber visto dos veces. No la he visto más tampoco.

B: Este bar también es muy típico.

A: Uy, éste lleva ya unos años. Es de los bares más típicos que hay por aquí. Ese es el dueño. Podemos hablar con él.

M: La pena es que no estuviera Tomás, porque Tomás tenía...

A: A ver, vamos a entrevistar a uno de los taberneros más típicos de Madrid. Este señor es uno de los taberneros más típicos de este barrio.

T: Ahi, ahi. Todo lo que dices es cierto. ¡Buen día!

A: Estas señoritas están haciendo un documental para su trabajo.

T: Ya, ya. Muy bien, muy bien.

A: Y nos han pedido que demos una vuelta por el barrio y que hablemos de ...

T: Claro, parece que estamos en un pueblo.

A: ... las calles antiguas.

T: No pasan ni autocares, ni nada. Está bien.

M: Que no pasen.

T: Que no pasen, eso.

M: Ya tenemos bastante con los camiones grandes. Que esa es otra cabezonería, que se meten por aquí... Se meten unos unos camiones y luego se llevan todo por delante.

T: Todo por delante. Menos mal que autobuses y eso no pasan.

B/Ma: ¿Desde hace cuánto tiene la taberna?

T: 30 años.

B: Y ¿qué tal le va?

T: Bueno, vamos luchando. Ya los clientes... uno se ha ido a una isla, al Caribe, otro... bueno... aquí vamos luchando, que lleva..

A: Que ya es bastante.

B: Y ¿vive aquí en el barrio, también?

T: Sí, enfrente de la Fuentecilla.

B: Que han cambiando de lugar la Fuentecilla, o sea, la librería, donde vendían los cuadernos de texto... ¿No se ha ido...?

T: Ahhh, pues no sé. Hay una librería bajando la Arganzuela, a la izquierda, ahí sigue.

Ma: Y ¿qué tal? ¿Les cuesta mantenerlo aquí o...?

T: Hombre, nosotros ya la clientela la tenemos de siempre. La cocinera es muy buena. Hace un cocido que se caen las lágrimas.

A: Es su mujer. ¿Para qué vamos a hablar mal de...?

rien

T: ¿XX? de rabo, pochas con almejas...

A: Ellos tienen una clientela ya muy afianzada.

T: familiar, todo.

A: Es uno de los bares más tradicionales de por aquí, de los que tienen además la clientela ¿verdad? del barrio. Luego los fines de semana...

T: Luego los fines de semana ya...

A: Con el menú del día...

T: Luego, de lunes a viernes ya hacemos dos primeros y dos segundos, del día. Entonces... y luego la carta tiene pues lo que os he dicho. Los callos... de muerte y todas esas cosas.

Ma: Y los fines de semana ¿qué pasa?

T: Los fines de semana viene gente hasta del extranjero. No, no, porque la publicidad mejor es de boca a

boca. Entonces la gente habla y el que lo prueba vuelve. Y así es.

A: Esta es una de nuestras tabernas, de las que a mí me gusta decir que eran las tabernas del barrio. Ellos cierran después de dar la cena. Es una taberna que se integra perfectamente en el barrio y que no molesta a los vecinos. No están hasta las tres de la mañana, cosas de esas.

T: Los fines de semana igual hasta las 12 y en la semana 11 y media.

A: Cierran cuando terminan en el almacén, se recogen.

T: La hora del aperitivo y tal.

A: Que era lo que que era este barrio antiguamente. Este barrio era así. Las tabernas que había eran tabernas de aperitivo por la mañana y hasta la cena. Ya está.

T: ¿Te acuerdas de Tomás?

A: Tomás, sí, sólo abría los sábados. Y de domingo.

Ma: ¿Sigue ahí?

T: No, ya lleva jubilado 7 u 8 años. Y han puesto este Toma Jamón, pero ya es diferente. Ya no es taberna.

A: Pero ellos sólo abrían los sábados y los domingos ¿verdad?

T: No, no. Abrían por semana también, pero abrían de 1 y media, dos menos cuarto a tres. Y daba el aperitivo, vermú, cerveza y vino. Canapés.

A: No tenía otra cosa.

B: ¿Por qué ya no es igual el Toma Jamón?

T: Porque ya es diferente. No es... Trabajan de otra forma. Ya no es igual. Es otro estilo.

A: Es otro tipo de negocio. Y es un negocio más enfocado al turista y Tomás era un negocio para el barrio. De hecho él vendía sus aperitivos y cerraba.

T: Vamos a tomar el aperitivo, aquí, donde Tomás.

Ma: ¿Sigue ofreciendo cañas, vinos?

A: Sí, sí. El que se dedica a la hostelería.. vinos, cañas, claro.

Ma: Y ¿qué diferencia al negocio que sí se dedica más barrio?

A: Yo te diría: la reconversión de la mayoría de los comercios que son nuevos en el barrio, lo peor que tienen es que después de dar el aperitivo se reconvierten en dar mojitos y estar hasta las tres de la mañana. Porque, por ejemplo, el Almería es otro bar que ha entrado aquí estupendamente. El Almería tiene un horario normal, de café. Puede cerrar como tú, a las doce, a la una, cuando termine las tapas, cierra y a correr, pero luego ya no hay copas, ni mojitos, ni historias, que son los que te aguantan hasta las tres de la mañana y que en realidad es lo que este barrio no era. Este barrio no era eso. No era de las tres de la mañana. Este barrio era hasta cerrar y por las mañanas de aperitivo.

...

M: A ver si hablo con Pilar, porque el marido tiene muchas cosas, es anticuario, y tenía mucha amistad con ellos. A ver si tiene Antonio algunos datos de algunas cosas.

L: .. los calamarcitos que ponían en...

M: Y las gambas, dentro. Anda, que no he comido yo gambas.

L: Siempre iba con el mismo pantalón..

M: Son dos hermanos, que son solteros, son abogados los dos. Estos hacían canapés. Unos canapés por los que venía todo el mundo. A ver, venían también porque la cerveza, según decía mi sobrino, estaba muy bien tirada. Pero hacían dos o tres docenas. Cuando se terminaban...

A: Al final hacían bastante más.

M: Lo hacen, pero cuando se terminaban... Oy, y te ponían unas anchoas... buenísimas.

L: Aquí venía un político.

M: Corcuera, Corcuera.

A: Y sigue viniendo de vez en cuando. Lo he visto yo.

M: Lo que pasa es que Corcuera ya no vive aquí.

A: Vive aquí Leguina.

M: Sí. Anda, bueno, si Leguina va a la misma peluquería que yo. Una vez está delante y otra detrás y comprando el pan en esa panadería, ésa que han cerrado, y él iba con su carrito. El va a comprar. Si se le ve por... Aquí, entre políticos y artistas... todos los que quieras. Aquí de las tradiciones hay en ese al lado de donde están los ladrillos, ahí fue, que no sé si vosotras eso lo recordáis, donde apareció una mujer emparedada. Bueno, pues cuando se vino ahí a un loft que hicieron, apareció el cuerpo y ahí había lo del lobo feroz.

A: Era un prostíbulo. Encontraron un cuerpo tapiado.

M: No veas qué revuelo.

A. Había una mujer emparedada. Y ahora hay una chica que tiene un loft ahí. Yo nunca viviría en esa casa.

M: A mi me han dicho que es arquitecto y que cuando se enteró ya estaba viviendo ahí.

A: Esta peluquería ha cambiado de muchas menos pero lleva muchos años. Como peluquería, de lo que yo recuerdo, veinte años lleva como peluquería. Lo que pasa que luego se jubiló el señor...

M: que ahora está en la Ronda de Segovia.

A: desde que se jubiló el señor que lo tenía, ha cambiado dos veces de dueño, pero ha sido toda la vida peluquería desde que yo la conozco.

M: Aquí había tres hermanas, que estuvieron para comprar un piso en la casa nuestra. (a Loli) ¿no te acuerdas que eran tres hermanas las peluqueras de aquí, que una era cojita?

A: A este garaje lo han hecho un loft. Este garaje es un loft ahora mismo. No está como plaza de garaje.

¿Be?: ¿Hay muchos lofts ahora en el barrio?

M: Sí están haciendo, sí.

¿Be?: Y ¿qué es eso del loft?

M: Es una habitación todo. Quitando el dormitorio y el baño, lo demás está todo diáfano.

L: Suelen ser plantas bajas y está todo integrado, todo. Dormitorio, salón, cocina, cuarto de baño no, pero...

B/M: ¿Y suelen estar a pie de calle?

M: Sí, porque son locales que no han tenido salida y han hecho un loft. Ahí en Lucientes hay dos.

L: Hay enfrente de nuestra casa, en la esquina, en la calle de las Aguas hay un...

M: Ese es grandísimo, son dos plantas. Lo que pasa es que quisieron para restaurante, pero los vecinos no les dejaron, porque además no tiene salida de humos y no se lo quisieron... para no meter más restaurantes.

L: ¿En dónde?

M: En el de la esquina. Si eso era de Suso.

L: Ya lo sé.

B: Y ¿dónde más han hecho lofts, que ustedes conozcan?

L/M: Aquí hay dos. En la calle Lucientes hay dos. En la calle Mediodía... En Calatrava hay otro que era el tinte. Sí. No, si hay por aquí bastantes. Sí, lofts. Ahora están muy de moda.

A: Bueno, precisamente porque muchos locales comerciales se han quedado vacíos y entonces se han reconvertido en lofts.

B: Ustedes ¿cómo lo ven eso?

A: A mí me parece perfecto. Si se le puede dar la célula ésa de habitabilidad a un local, pues me parece perfecto. No hay ningún problema por que en vez de un local sea un loft.

M: Aquí, normalmente hay gente joven que viene y que da alegría al barrio, vamos.

A: Nosotros, todo lo que sea vivir. Tenemos un barrio para vivir. Todo lo que sea vivir lo apoyamos.

L: Copita asturiana: aquí dan fabes con almejas.

A: Este es un negocio que lleva toda la vida.

M: Es que han estado de arreglo.

B: ¿Este cuál es?

A/M: La copita asturiana.

L: Vienen ejecutivos de todo Madrid.

A: De toda España. Dicen que posiblemente sea una de las mejores fabes con almejas de Madrid. La segunda o la tercera o por ahí. Dicen, de hecho, varios, Carlos Herrera y algún otro más, lo ha recomendado como de las mejores fabes de Madrid.

L: Vienen prácticamente... y vienen ejecutivos de todas partes de Madrid.

M: Eso lo ves a las 4 o las 5, como te asomes.. de ese tipo.

L: Bueno, aparte de las fabes con almenjas, todo es extraordinario, porque los codillos, las fabadas...

A: Tienen mucho de cocina tradicional, de cuchara.

L: Y ahí yo creo que han continuado los hijos, la hija...

A: Sí, los padres estaban muy viejitos. Pues éste lleva aquí como treinta años o más.

L: aquí está el comercio que abrió esta chica, Elena, que vive aquí.

A: Aquí había una imprenta.

L: Una imprenta donde hacían los carteles de los toros. Que todo el mundo venía.

A: Los carteles esos de "Su nombre aquí" los hacían en esta imprenta. Si. Y luego esto lo ha puesto una amiga nuestra.

M: Yo no he entrado nunca.

L: Trae cosas de Guatemala.

A: ¿Qué querías que explicáramos, Begoña?

B: Sí. Que nos expliquen en qué consiste el negocio.

L: Pues, mira, ya lo veis. Esas cosas tejidas a manos por los indígenas.. Bueno, los indígenas no, los nativos de Guatemala...

A: Tendría que estar por aquí.

L: Es que no la veo.

M: Si tiene abierto tiene que estar por aquí.

L: Va a Italia, a Milán, por los bolsos. Son bolsos italianos. Son...

M: Es lo que pasa en los barrios estos. Que como conoces a la gente, pues todo el mundo se presta para todo. Es que eso... te vas a una barrio de esos por ahí y, vamos, no te encuentras a nadie.

L: Es una vecina que vive aquí.

B/Ma: ¿La conocen desde hace mucho ya?

L: Yo desde que ha puesto la tienda. Ante no la conocía.

E: Hola.

A: Si queréis pasar, podéis pasar.

B/Ma: ¿Sí? Ah, pues pasa.

A: Adelante, adelante. Ella es uno de los últimos comercios que se han abierto en el barrio.

B: ¿Cuánto tiempo llevas aquí?

E: Siete meses.

B: Y ¿qué tal?

E: Bueno.

A: Bueno, empezando ¿verdad? Difícil. Los comienzos son muy difíciles.

E: Pidiéndole dinero a toda la familia.

L/M: Bueno, porque lo tienen.

M: Es que te ha venido la mala sombra de la obra. Que los andamios también que te pusieron...

E: Los andamios al final me vinieron bien. Sólo por una razón: porque me quitaban todo el sol. Que ahora me voy a tener que gastar en poner los toldos.

M: Eso sí.

E: Así que los voy a echar de menos.

M: No hay mal que por bien no venga ¿no?

(....)

M: Tú eres la que tiene que explicar.

E: A mi, si me preguntan, yo contesto.

Ma: Qué ¿cómo llevas lo de emprender en este barrio?

E: Yo vivo aquí.

Ma: ¿Desde siempre?

E: Bueno no, llevo cerca de 20 años. Si me he animado a hacerlo es porque vivo aquí. Si no, a lo mejor no... no lo hubiese hecho. Vivo arriba y fue un poco por casualidad. La verdad es que yo no pensaba hacer nada de esto. Fue un poco por casualidad. Y luego me animé a abrirlo aquí porque vivo arriba. Creo que eso también me ha ayudado a decidirme.

L: No y aparte te iba muy bien porque tú viajas a sitios donde ya tienes mucha costumbre. Y traes cosas muy bonitas

E: A mi lo que me gusta es buscar el producto, porque yo antes lo compraba para mí. Yo viajaba mucho y tenía amigas que me decían: oye, nena, pues traerme un collar como el de aquí o elígeme uno y dije, pues, bueno, voy a ver si puedo ganarme la vida con esto.

Ma: xx el alquiler, por ejemplo?

E: A ver, el alquiler no... no es una zona muy comercial, entonces el alquiler no es muy caro, pero entre comillas. El problema es que el local estaba en muy mal estado y lo he tenido que arreglar yo todo. Entonces me pusieron un alquiler que, digamos, se podía acceder a él, pero toda la obra la he metido yo. Entonces por eso he tenido un alquiler un poco más económico. O sea, que no me han regalado nada. Lo que si es cierto que no voy a tener problemas con los propietarios del local.

L: Pues sí, esto son cosas verdaderamente originales, bonitas, y la verdad es que incitan. Yo soy una cliente.

E: Sí, ella siempre viene aquí a comprar muchos regalos.

Ma: Tienes todos los vecinos ya convencidos.

L: Sí. Yo, porque, aparte de que me gusta todo, lo hago también porque ¿xx? nos gusta y quieres.

A: Es lo que decía. Intentamos echar una mano todos.

M: Que, si se puede comprar en la tienda del vecino, no nos vamos a ir a otra parte, cuando aquí tenemos de todo.

E: Y aparte que un comercio de este tipo en la zona no lo hay. Porque tienes que irte a los chinos que es un producto distinto y luego sí que hay en zapatería algo de zapato bueno, pero es otro estilo, no tiene mucho que ver. Tengo modelos que si los quieres comprar te tienes que ir a Serrano. Es así. Hay otros que no, que son de precio normal. Por ejemplo, estas botas que son 55 euros, y luego tienes éstas que son a 69. Intento abarcar. No abarcar, pero quien quiera comprarse unos... que sea accesible. Luego ya puedes acertar con el modelo o no. Hay quien quiere tacón. Hay quien no lo quiere. Me gusta ése pero con menos tacón. Pero en principio intento abarcar todos los precios. Luego ya veo qué es lo que se vende y lo que no.

B/Ma: Y ¿qué es lo que más se vende?

E: ¿Lo que más se vende? Pues, mira, esos.

B/Ma: ¿Los zapatos?

E: Realmente, lo que mira todo el mundo ahora es el precio. Lo que más se vende son éstos de aquí, porque están muy bien, calidad-precio están muy bien, y... luego estos, este tipo de aquí. En verano es cierto que vendí muchos... como abrí en rebajas tampoco tengo mucha referencia. Habrá que ver cuando tenga que pagar el precio del zapato al real, si realmente vendo tanto como el verano pasado que abrí en rebajas, porque ¿sabes? este tipo de alpargata, la Ezpidorreta, pues vendí muchísimas en verano, pero

con descuento. Así que, teniendo en cuenta que acababa de abrir, que tenía aquí el andamio, pero, bueno, que cuando tenga que pagar el precio real, pues, bueno, no sé.

B/Ma: Pues, mucha suerte.

E: Gracias.

...

L: Había un tapicero, un dorador, el taller de mi abuelo, de mi padre. Había una peluquería, una panadería. Había todo tipo de oficios que han subsistido y han ido heredando. En tercera generación. Hoy en día ya no están. Están bares, bares y bares. Bueno, ponen terrazas y ya.

M: Pero el Almendro lo han puesto muy feo.

L: Bueno, y en verano se pone esto ahí...Y los castizos de Madrid, ponen impuestos y se vende limonada y bocadillos.

A: ... molestia cuando se abre la puerta y tal y Casa Lucas es un restaurante normal y corriente, y, sin embargo, bares que son absolutamente ruidosos, que ya son bares de copas y tal, no les ponen vestíbulo acústico. Yo no entiendo que haya una laxitud de la normativa tan exagerada. Que los bares tengan las puertas abiertas, cuando en la normativa municipal también se dice que no se pueden tener las puertas abiertas.

M: No se puede sacar bebida a la calle.

A: No se puede sacar bebida a la calle. Es decir, que se cumplan las normativas. Nosotros... Que no se orine en la calle. Es una cosa de locos.

L: En la plaza de los Carros, acuérdate de los domingos. Ahi era...

A: Se montaba un botellón...

L: Ya no, ya no. Eso ya ha desaparecido.

A: eso por lo menos lo quitaron. Nosotros lo que queremos es que el barrio siga siendo habitable, porque es un barrio para los vecinos y estamos orgullosos de vivir aquí.

L: No puede ser un barrio castizo de Manolas y Chulapas porque eso ya no puede ser.

A: Porque las cosas van cambiando y van evolucionando, pero este barrio debería ser... que el ayuntamiento lo mimara, porque es el barrio más antiguo, el casco más histórico de Madrid y donde tenemos además todo el barrio de los Austrias.

L: Yo tengo muchos correos maravillosos que explican. Si me dais un correo, yo os mando todos los correos sobre Madrid, sobre la fundación... lo tenéis en internet.

(fundido)

M: xx pasteles. Que son los dueños... ¿Tú no has venido aquí a por pasteles? Aquí. Donde lo de los sellos. El estanco... estaba aquí la pastelería.

L: No me acuerdo de eso.

M: Ah! Pues yo sí me acuerdo. No, estaba aquí, en esta casa. Es que este edificio es nuevo. Es un poco feo, pero bueno.

L: Muy reciente. No, pero yo... había mucho más comercio en esta calle.

M: Había farmacia, había un colegio, había una carbonería, una tienda de sacos.

L: Había muchos oficios, de bastantes generaciones.

M: Y ahora como curiosidad. En la vuelta hay un bar, no sé si lo habéis oído, del exmarido de Lolita, el

compadre, que dice que había abierto uno. Está aquí a la vuelta. Si algún día venís o preguntan.

L: Esta es la iglesia, que la quemaron en la guerra, en el 36. Yo estoy bautizada en la auténtica. Nací en el 35 y estoy bautizada en la iglesia de San Andrés.

M: Los cascotes llegaban a mi casa, llegaban encendidos, cuando quemaron la iglesia.

L: La restauró Bellas Artes y ha quedado reducida a la mitad.

M: claro, porque esto era la... y la otra porque la han cerrado, que es una pena.

L: no, pero la abren todos los días, es monumento nacional. Si os metéis en internet podéis verla.

M: Esto ha sido durante muchos años el palacio de xx y ahora es un colegio mayor, donde hacen masters, igual que el edificio blanco tan feo, también es de masters.

L: Luego está allí la calle de la Morería. Aquí han estado instalados los moros durante muchísimo tiempo y luego también, imagínate.

M: Ahí se compraba café.

L: Y ahí en el de la esquina, de pipas y frutos secos.

M: Y café.

L: Aquí, en esta esquina, que proveía a todos los chavales. Y otras cosa, que mi hermano cogió un empacho. Lo tuvieron que llevar ahí y todo, vamos, no sé qué le dio, de tanto como comió frutos secos.

M: Eso ¿lo habéis fotografiado? Ahí enfrente. El traspantojo.

L: Y eso que lo joroban.

M: Claro, han pintado y lo han tenido que cerrar.

L: tres veces

M: ... como si fuera una casa. Lo de El Viajero ya lo conocéis de sobra.

B/Ma: XX contar?

L/M: eso es lo de xx. Eso ha sido de toda la vida.

L: Y ahí íbamos, bueno, iban las señoras, todas las tardes, abuelas, a tomar café. Se ponían entre los ventanales. Aquí el café Pilar también era familiar. Ahí se celebró mi primera comunión.

M: De Mari y de Julita.

L: Sigue la tienda de la corseta..., mercería.

M: Es la única que nos queda, de todo el barrio.

L: Allí, en aquella zona, había una... la zapatería Orx, que era también de...

M: donde han puesto la pastelería.

L: y había otra pastelería, que se llamaba La Paquita, famosísima. Los domingos salíamos las familias y comprábamos los pastelitos para por la tarde. Era un barrio...

M: Ahí había una tienda ultramarinos que se llamaba ¿USO?. Al lado del El Viajero estaba el hermano que también tenía otra tienda.

L: Había mercerías... todos eran comercios...

M: Ahí al lado había una mercería, La Paloma.

L: Eran comercios. En la Cava Baja había bares, claro.

M: Estaban las posadas.

L: Las posadas. Había una historia muy bonita de la Cava Baja. La Posada de El León, la posada... varias posadas que siguen. Ahora son restaurantes.

M: Y un hotel de lujo.

L: y están haciendo apartamentos.

M: Antes era un restaurante que se llamaba la Loca y donde han puestos los...

L: han puesto ahora una hamburguesería.

M: La Loca era un restaurante...

L: ...muy famoso.

B/Ma: ¿antiguo?

L/M: Sí, pero de gente... artistas, de toreros, de empresarios, era muy buen restaurante.

B: ¿Ustedes notan que cambia el tipo de consumidor? ¿Si cambia el tipo de comercio? ¿Han notado cambios en el barrio?

L: Bueno. Desde luego que los que compran en los comercios del barrio somos los del propio barrio.

M: Somos los mayores los que vamos quedando. Lo que pasa es que luego, pues sí, está el DIA, está el otro, el de más allá, pues luego que alguno cierra la tienda, no sé. Pero, vamos, normalmente somos nosotros los mayores.

L: Y luego están las terrazas éstas, que ahí se sienta toda clase de familias. Son agradables en verano.

Ma: Y ¿estas que han puesto por aquí? ¿Esta zona..?

L: Bueno, pero son realmente cutre la mayoría de las que vienen de fuera. La gente viene de todas partes.

M: Mucho extranjero.

L: Y de otras partes de Madrid.

M: Pero extranjero, mucho.

L: Esta calle también es famosa, Don Pedro. La calle ¿XX?

M: Aquí, si habéis oído hablar de Lina Morgan, pues en esa casa vivió, donde están los miradores. Es la casa donde vivió Lina Morgan.

...

L: Vamos por aquí.

M: ¿Hacia tu casa?

Ma: ¿Estas terracitas son...?

L: qué agradables.

M: Sí.

L: Y realmente este público que se sienta aquí no molesta.

M: Vamos a ver. Si normalmente la gente que viene, que no son niños, no molesta. Es cuando viene luego lo que viene. Pero la gente que está aquí y que está eso no tiene ningún problema.

B: ¿Estaba diciendo antes, usted, María, que hay mucho extranjero?

M: Mucho, mucho.

L: Sí, turistas, normalmente.

B: Y ¿usted se siente incómoda?

M: Yo creo que son los que menos molestan. Son unos señores que vienen a lo suyo, a ver, como cuando vamos nosotros. Es una gente normalmente muy amable, preguntan, dan las gracias, no...

L: A esta parte vienen en plan cultural. Otra cosa es que se tomen algo, porque la gente alborotadora se va a Chueca.

M: El extranjero que viene aquí es un extranjero que sabe a lo que viene.

L: Pues ésta es la plaza de los Carros. Donde yo he vivido toda mi vida hasta que me fui a ¿XX?. Aquí nació mi hermano que tiene 74 años. No es esa puerta original. Aquí, entonces, mira, ponían la verbena de la Paloma. La plaza ésta ha sufrido muchas transformaciones. ¿No, Mari? Esta plaza ha sufrido varias transformaciones.

M: Esto era más liso.

L: Y aquí ponían la verbena. Pues el ?, los caballitos...

M: Luego bajando toda la calle estaba lleno de tómbolas, puestecitos.

L: Y ahí en esa zona de... de la plaza donde está la iglesia ¿veis aquella terraza? Pues ahí es donde se ponía el bar Revilla...

M: las mesas.

L: el ?, las mesas, donde bailábamos, por aquí estábamos todos los jóvenes. Y había mucho... y bajábamos a jugar...

M: ... a la acera ancha, allí enfrente, que...

L: antes se bajaba a la calle a jugar. Los niños de 5 años, 6, 7, 8, hasta de diez o doce años. Y jugábamos los amigos del barrio. Nos conocíamos todos.

M: eran pandillas

L: y nos hacíamos amigos todos.

M: todos, todos.

L: seguía la amistad... De aquí han salido... Ahí vivía el famoso futbolista, Vidal, que ha fallecido.

M: murió joven.

L: murió joven. ¿Era del Madrid?

M: Del Madrid.

L: Del Real Madrid. Bueno, y... pues que era una maravilla. Claro, eso ya hoy en día... es difícil, los niños juegan en las casas con las tablets, con todos estos rollos, poco bajan a la calle, pero era una gozada jugar aquí al escondite, a lo que fuera.

M: Entonces se jugaba y no había peligro. Hoy no se puede. La calle del Almendro es ¿XX? todo un patín.

L: De todas formas hay muchas madres con niños aquí ¿eh? mucha gente. Esta plaza es agradable, excepto los fines de semana, que hubo una temporada... ya ha pasado porque la vigila la...

M: tuvieron que suspender la misa de 7, porque no se podía por el escándalo...

L: esto era una cosa masiva, de griterío, pero eso ya se tomaron medidas. Ya hoy en día no es eso.

B: ¿Que tipo de medidas se tomaron?

L: pues que viene la policía. Que está vigilado por la policía y lo ha erradicado bastante.

M: Ahora si vienes es otro tipo. Es que era un botellón constante.

L: Era el botellón, era equipos de música, inclusive de tipo timbales, de gente de color y tal...

M: Era mucho ruido. No se podía.

L: Había ruido. Había mucho ruido. Pero eso ha pasado un poco, afortunadamente. Sigue habiendo gente masiva por aquí los fines de semana, pero ya no originan... por lo menos en esta plaza, porque en la Cava Baja sigue habiendo una algarabía estruendosa. Pero, bueno, es agradable ver a la gente gozar, también, en los bares. A mí, personalmente, me gusta que la gente goce. Yo, cuando voy a tomar chocolate con churros a Pontejos, a ese sitio, pues veo la gente mayor, que probablemente serán todos diabéticos, tomándose unas raciones de churros con chocolate, que te puedes caer para atrás, y digo: ole y ole. Me encanta. Eso sigue. Bueno y además los españoles, ya sabéis, salimos mucho.

M: A mi lo que no me gusta es cuando eso, pero a mí un ambiente en las terrazas, que haya gente joven, que vengas a las 12 de la noche o la una y que tenga gente por la calle, a mi, yo prefiero unas veces un poquito mas de ruido y no estar tan sola.

L: Aquí siempre hay gente. Yo salgo del concierto a la una de la madrugada y me vengo a la Latina en metro y no me da miedo.

M: O sea que eso es muy importante.

L: Eso es importante. Hombre, se ve a gente que disfruta, que vive. En cuanto hay dos rallitos de sol, se ponen las terrazas y la gente, yo te digo, y muchos jóvenes ¿eh? que piensas: bueno, no sé de dónde, porque, a algunos se les ve muy jóvenes y yo no sé de dónde... y aunque sean trabajadores. Aunque sean jóvenes y trabajadores.

M: No, pero es una gente normal.

L: Gente normal. Yo, lo único que como ya ha dicho Arcadio, muy bien, ¿xx?.

M: Aquí lo peor es el problema del ruido, a deshoras.

B: Usted vivía aquí...

L: Yo os voy a decir dónde daba mi balcón. Os puedo decir dónde daba mi balcón.

M: Anda, que no nos hemos asomado veces.

L: La casa nuestra era alquilada. Fíjate, yo creo que pagábamos como 4.000 pesetas...

M: No pagaríais tanto!. Ah! Bueno, ya, a última hora, es posible.

L: Antiguamente pagaríamos 2.000 o yo qué sé.

M: Ahí está lo de Bermejo. Anda que la tienda ésta de comestibles....

L: Aquí había una tienda de comestibles, ahí enfrente, que se llamaba... Prado

M: No, Bermejo.

L: Bueno, pero antes de Bermejo estaba Prado.

M: Ah! Yo del Manuel Prado no sé.

L: Claro! Era el Prado, hombre... Ahora aquí hay... cosas también agradables, porque, por lo visto, bueno, esa casa han hecho apartamentos, ahí hay teatro. Hacen teatro, de estos cortos. Si. Yo no he venido, pero creo que son obritas cortas...

M: Sí, como lo de la calle de las Aguas...

L: También al lado del Toma Jamón hay teatro también. No sé qué clase de teatro, es de obras cortas, de dos o tres personajes... debe de estar interesante. Yo no he ido a ninguna. Supongo que es un ambiente de jóvenes, pero, bueno, a mi no me importa codearme con los jóvenes. Yo puedo integrarme en cualquier sitio. No hacer lo que hacen ellos, porque no me va, pero, sí, vivirlo.

M: Cada edad tiene ya lo suyo, pero...

L: Pero anteriormente ¿sabes lo que era eso? Un almacén de sillas de...

M: Sí. Las alquilaban para los eventos.

L: Aquel balconcito pequeñito, arriba, en el tejado...

M: En esa primera casa, que hay uno más grande y otro más pequeño...

L: Esa era mi casa. La cocina estaba un poquito abuhardillada. Eso era un pasillo hasta el núcleo de la cocina, que estaba abuhardillado, y luego había una corrala, dentro, a donde daban los vecinos. Sigue la corrala. Lo que pasa ahora que, fijaros, ya no hay barrotes, hay cristales puestos. Socorro. Y, ahí estuvimos. Ahí vivimos setenta y tantos años o... porque Mario nació allí... Bueno, setenta y tantos años no. Miento. Si Mario se... 40 años lleva casado.. pues viviríamos unos cuarenta y tantos años. Luego ya nos echaron. Nos fuimos a Aluche. Compramos allí una casa.

B: ¿Porqué les echaron? Eso no lo acabo de...

L: No, echaron no, perdona. Nos indemnizaron, porque el dueño tenía autoridad y era una casa alquilada. Alquilaba pisos, eramos alquilados. Hoy en día...

B: Pero ¿por qué no le interesaba que ustedes siguieran ahí?

L: Ah! Pues no le interesaría, quizá, porque luego lo alquiló, lo arregló, y la alquilaría a precios superiores.

M: Ahí debió de haber alguien, alguna cosa que luego no se hizo.

L: En este primer piso que daba, tres o cuatro balcones aquí, tres o cuatro balcones allí, vivía un ganadero riquísimo, con fincas en no sé dónde, que tiene una historia triste, porque la hija se mató montando a caballo, y había unos guardeses. La casa ésta, por ejemplo, eramos una gran familia. Alguien se casaba e íbamos todos a la boda. Alguien hacía la primera comunión, íbamos todos a la primera comunión, un bautizo, todos. Eramos una gran familia, todos. Era una maravilla. No había dentro de todas las casas lavabo. No había lavabo ni había cuarto de baño. En mi casa mi papá fue el de los primeros que puso cuarto de baño, pero los vecinos tenían que salir al pasillo, al váter, y al agua. O sea, era gente muy obrera, pero, en fin...

B: Y ahora ¿sigue viviendo gente tan obrera?

L: No, no, digo que la vendieron. La vendieron a gente. Por eso digo que nos indemnizaron. Tenían su derecho. Podían hacerlo. Nosotros no teníamos nada. No teníamos a lo mejor más que un contrato... Pues, bueno, todas las casas tienen hoy en día que son propietarios y están alquilados... Por ejemplo, en la Fuentecilla, Felisa, son alquilados, allí. Pues, tienen derecho a... hasta segunda generación pueden continuar allí, pero, luego, ya, aquello ya...

M: Pero con ellos ya terminan.

B: ¿Qué pasó en la Fuentecilla?

L: No, que son todas las casas alquiladas y ahora los dueños van indemnizando y van haciendo pisos de venta ¿comprendes?

M: Hombre, es que hay algunos que tienen unos alquileres muy bajos.

L: Aquí, si, nos indemnizaron y nos fuimos. Quizás no nos interesaba. Yo todavía era joven...

M: Claro, pagan más.

L: ... Yo entonces todavía era joven y entonces mis padres pensaron que nos interesaba. Entonces, lo vendieron. Lo arreglaron y lo vendieron a la gente con dinero. Aquí ya te digo que han vivido arquitectos... gente con mucho dinero. Luego no sé que habrá pasado. También lo habrán vendido y luego al final ha pasado a manos, me han dicho, de la Cruz Roja. Esto es la Costanilla de San Andrés, con lo que veréis. Esto era una tienda de comestibles. Aquí yo... esto era una imprenta.

M: Lo cual ya no se puede hacer, porque son todo restaurantes.

L: Luego, había el...

M: ¿Dónde estaba el taller de tu padre?

L: Espérate. Primero estaba Wenceslao, que era el tapicero, tercera generación. Abastecía y tapizó el Casino, no sé qué. Aquí tengo yo la historia un poquito, que de eso sí que puedo tendré que echar mano de ello, y luego está el taller de mi papá, de mi abuelo, de mi bisabuelo. Tengo hasta fotos, fijaros.

B: Nos ha traído fotos. Qué bien...

L: Mira, esto es parte del libro que editó la Cámara de Comercio: Establecimientos Tradicionales Madrileños, Cuaderno segundo En torno a la muralla, Cámara de Comercio e Industria de Madrid. Y, entonces, mi sobrina, que es una gran indagadora, pues se carteo con la secretaria de la Cámara de Comercio, recientemente, hace unos años, para sacar un poco la historia del taller de nuestro... de su abuelo, y de mi bisabuelo, o de su bisabuelo, de mi abuelo y de mi padre. Y aquí está todo ese edificio, que es el taller de Wenceslao, que también será del 1900. Yo conozco al actual... ya lo vendieron también. Es un bazar de cosas antiguas, pero vive pues la tercera generación. Yo no he conocido más que al padre de ese chico y al chico. Al abuelo no le he conocido. Entonces, luego, eso que pone ahí: Viva la vida, que es un vegetariano, era el taller de mi abuelo, y...

...

antiguamente esta casa, tiene más de ciento y pico años, el taller era éste, José Díaz Llorente, del 1910, X aquí, porque anteriormente estaban en otra zona de por aquí, debajo de la escalera, y luego pasó, murió el abuelo, yo no le conocí... O sea que... yo nací en el 35, ya no le conocí, a mi abuelo, al padre de mi padre. Entonces esto lo tenían mi padre y mis tíos. Pero los abuelos vivían ahí arriba. En esos dos balcones que veis allí eran del abuelo y la abuela, donde nació mi padre. Mi padre nació y murió ahí, después de una trayectoria de vida, y murió a los 89 años. Curioso, porque nació el mismo día y el mismo mes. O sea, nació y murió el mismo día y el mismo mes. El 24 de noviembre. Pero, claro, diferentes años, por supuesto. Entonces, éste era el taller.

B: El del Viva la Vida. Ese era el taller.

L: No, pero no se llamaba el Viva la Vida. Era José Díaz Llorente.

B: Antes era José Díaz Llorente.

L: José Díaz Llorente, de Aragón de toda la vida.

B: Y ¿era de decoración?

L: Mira, mi padre, que es este señor, Ricardo Díaz, ya, éste está ya dentro del taller dorando. Mi padre era dorador decorador. El abuelo también. Era dorador decorador. Y ellos se... te puedo decir que aquí también viene un poco la historia de los oficios, de porqué lo hizo la Cámara de Comercio para premiar. A ver. Dónde empieza la historia.

B: Las fotos ¿nos las puede enseñar, para ver cómo era antes el...?

L: No, pero es que no tengo la foto de la...

B: De la fachada, pero ¿dentro? ¿éstas son las fotos de dentro?

L: Esta es una de las fotos... de por ejemplo de mi padre dorando, como se quedaba, la historia del dorado, era dorador decorador, se doraba con oro fino y oro falso, y aquí están todos los artilugios con los que lo hacía. Yo conozco el oficio, pero no lo he practicado. Es una pena. Tengo todas las herramientas de mi padre en casa guardadas y le he visto hacerlo. Pero aquí pone: La Cámara de Comercio e Industria de Madrid, en su deseo de salvaguardar lo que nuestra Villa conserva de sus antiguas tradición y belleza comercial, ha realizado un estudio en la zona que, nacida en torno a la que fue su vieja muralla, constituye el núcleo primitivo de Madrid. Este trabajo sobre los establecimientos comerciales, En Torno a la Muralla, se titula, ha permitido la determinación de aquellos que por antigüedad, conjunto ornamental, ambientación o fidelidad, durante más de tres generaciones a la actividad comercial, dentro de una misma familia, merecen ser destacados. Entre ellos está éste... Wenceslao. Está también... En este sentido, José Díaz, dorador, mi abuelo, ha sido seleccionado por los méritos que en él concurren, como digno de recibir la mención de Establecimiento Tradicional Madrileño, que esta corporación se honra en conceder. También concedió eso mismo al...

B/Ma: Se nos está acabando la batería...

L: Bueno, pues, ya está. Aquí, había una peluquería, tercera generación, había una panadería, la peluquería, el peluquero, bueno, toda la vida, tal. Y, luego, mira, en aquella cortada, de allí que era un bar, en la verbena de la Paloma ponían estas portadas. Esta portada está hecha en el taller de mi papá. En el taller, la portada de La Paloma. Estos eran los otros oficios, también, de otros señores.

M: Y a tipo de curiosidad, aquella casa que da la vuelta es donde se rodó *Las bicicletas son para el verano*. Y aquel es el Palacio de Anglona, que se puede entrar. Ahí está el Colegio de San Ildefonso, de los niños de San Ildefonso, que eso sí lo conoceréis. Ya te digo. El de *Las bicicletas* es un colegio, un colegio hispanofrancés. Es que estuve yo en el colegio.

L: Ya no tenéis para rodar, pero, bueno, os lo digo de pura palabra. No, que, ahora sí se puede entrar.

B: ¿Se pueden juntar, por favor?

M: Ah, sí. Yo me había retirado..

L: Estas son francesas, una orden francesa que se llama las Hermanitas del Cordero. Ahí lo tenéis, Y hay culto. Vienen de la Catedral y hay misa todos los días.

M: Esto era de los duques de Alba. La duquesa de Alba se lo cedió al Ayuntamiento de Madrid hace ya muchos años. Mientras que la iglesia estuvo quemada, pues aquí es donde se decía misa.

L: Esta era nuestra parroquia. O sea, la iglesia estuvo quemada.

B: La iglesia estuvo quemada? Perdón?

L/M: La de San Andrés.

L: la que da a la plaza de los Carros.

M: Pues desde el año 36 hasta los años cincuenta y tantos...

L: O sesenta. Si tardaron. Bellas Artes la restauró.

M: Que cuando entramos... Acuérdate que la primera misa se hizo sobre pilares, de que había piedras y eso.

L: Está muy bonita. La conocéis ¿no? Y ¿conocéis ésta? ¿La capilla del Obispo?

B: Yo nunca he entrado, pero...

L: Pues tenéis que entrar.

M: Es curiosa.

L: Todos los días hay culto y todos los días hay a las siete y media.

M: Tiene un patio bonito.

L: No, pero sobre todo el retablo. El retablo es monumento nacional. Y luego está la historia un poquito, pero si os metéis en internet sabéis la historia.

B: Y ya, por ir terminando, porque no queda ya batería, un minutito.

M: Lo que quieras.

L: Esta ha sufrido varias transformaciones.

M: Montón de veces.

B: ¿Sí? ¿Cuál? ¿Qué tipo de transformaciones?

L: Bueno, pues que antes por ejemplo no era así, no era escalonada, era... Tenía árboles, más árboles por el centro, y lo han cambiado varias veces, hombre, dentro de su misma estructura, porque otra cosa no se puede hacer, y si queréis la historia antigua, pues os metéis en internet, y... en el año 1800 yo tengo un cuadro en mi casa, pintado por mi padre -pidió la lámina al ayuntamiento- y, claro, es diferente. No existía aquella casa.

M: ??

B: Mucho. Pero unas últimas palabras, de qué les gustaría en este barrio? ¿Por qué les gusta tanto este barrio?

L: Bueno!

B: ¿Porqué les gusta tanto este barrio?

L: A ver, Mari ¿porqué te gusta?

M: ¿A mí? ¿el barrio? A mí el barrio me gusta... el ambiente del barrio, la gente del barrio. Me gusta lo céntrico que está. Que no tienes que coger transporte, ni nada para nada. Que a todos los sitios puedes ir andando. Que en cuanto sales ya tienes parques. Y, para mí, eso me encanta. Es muy poco contaminado. Es de los barrios menos contaminados de Madrid y de los que tiene más parques de Madrid. O sea, por todos los sitios tienes parquecitos. Y, luego, bueno, pues la gente, que la conozco de toda la vida. Yo me encuentro muy a gusto aquí.

L: Yo tengo todas mis raíces aquí. Todos mis recuerdos, todas mis raíces. Desde mis primeros juegos, mis primeros amigos. Mi padre aquí, en el taller. Que mi hermano lloraba desde el balcón, de pequeñito y mi padre le oía. Subía: pero, ¿qué le pasa a este chico? Decía mi mamá: cógele, ya verás lo que le pasa. Fijaros, éso era una cosa maravillosa. Estábamos todos unidos. En el taller se celebraban los carnavales, cosas de amigos. Aquí eran todos amigos del barrio. Salíamos de excursión... no había mucho dinero, no había autocares, pues un camión, se ponían tablas...

M: ... y sillas.

L: ... y se llenaba de víveres y nos íbamos al Jarama a bañarnos. Todos los vecinos, los que cabíamos, amigos. Bueno, pues había amistad. A mí...

M: Llegaba la Nochebuena y todas las casas...

L: ... yo tengo aquí mis raíces

M: ... te subías a todos los pisos... entrabas en uno... pues luego bajamos, pues luego subimos, luego tomamos una copita, pues no sé qué. Y tenías las puertas abiertas de las casas y estabas entrando en todos los sitios. Eso se... no sé, será más de pueblo, posiblemente.

L: No, había pues eso pero es que, claro, yo siempre digo: no puede ser nada como antes, porque ahora somos muchos, muchos, muchos xx. Entonces no puede ser todo igual como antes. La masa...

M: Y eso, la casa que tenemos nosotros...

L: Ah, sí, somos amigos.

M: ...y que no ocurra nada, que, desde el primero hasta el último vecino viene a ofrecerte lo que ¿?

L: Y esto, sin que hagas fotos. Te voy a mostrar a mi abuelo...

B: Ay ¿no lo puedo sacar ésto?

M: Somos 35.

L: Bueno, venga, José Díaz Llorente, taller de José Díaz Llorente, hijos. Ricardo, Mario, Alfonso y Moisés.

B: Precioso.

L: Aquí estaba el taller. Y esto, probablemente, está hecho por aquí. Restauraban todo. Hacían altares, carrozas. De estas que salen en las procesiones. Así las hacían, porque había tallistas, doradores, pintores... Mi hermano ha tallado los ángeles... luego se trasladó el taller allí porque lo vendieron. Sé que yo era mayor ya. Tenía quince o 16 años. No, lo vendieron y les cedieron aquí... aquellas ventanas, para que pusieran un taller. Mi hermano allí ha tallado los ángeles de la iglesia de la Paloma. ¿Los conocéis? ¿Esos ángeles alados? Esos los ha tallado mi hermano. Y yo tenía 14 años. Y él tenía 16. Los he visto tallar allí. Y mi padre los ha dorado y ha restaurado toda la iglesia de la Paloma. O sea que... yo tengo una vida aquí muy bonita, aquí está toda mi vida.

M: Todo bien y que...

ANEXO 5. Tablas 8, 9 y 10.

Tabla 8. Categorías TEÓRICAS a priori, (procedentes del guión de entrevista), códigos generados y descripción (*códigos o temas surgidos a posteriori que se han insertado en las categorías teóricas)

CATEGORÍAS TEÓRICAS		
CATEGORÍA	Códigos	Descripción (dimensiones y propiedades)
Motivo residencia	Motivo llegada	Código generado a partir de la pregunta del guión de entrevista. Hace alusión al motivo de llegada a residir en el barrio
	RELACION Motivo llegada- Identidad barrial ANTES	Código de relación emergido de los datos, entre el motivo de llegada a residir en el barrio y la percepción de una identidad barrial concreta en el pasado, sin que sea acompañada de ninguna aportación valorativa.
Visión barrio	Visión barrio ANTES	Código generado a partir de la pregunta del guión de entrevista, en relación a la visión general del barrio en el pasado. El contenido de esta pregunta ha sido insertado en otras categorías y recodificado.
	Visión barrio AHORA	IDEM, en relación a la visión general del barrio en el presente.
	Visión barrio DESEADO	IDEM, en relación a su deseo de cómo le gustaría que fuera el barrio.
	Imagen externa ANTES*	Código “in vivo” generado inductivamente. Incluye toda referencia de los informantes a la percepción sobre la imagen que se tiene o se ha generado del barrio desde fuera del mismo, en el pasado.
	Imagen externa AHORA*	IDEM, en el presente.
Cambios	Cambios OBSERVADOS	Los contenidos relacionados con la pregunta “Cambios” han sido insertados como contenido de otras categorías.
Tejido comercial	Comercio ANTES	Código generado a partir de una pregunta literal del guión de entrevista. Incluye toda referencia a las características y usos del tejido comercial del barrio en el pasado, sin carga valorativa.
	Comercio AHORA	IDEM, en el presente.
	RELACION Comercio ANTES- Identidad Barrio ANTES	Relación emergida de los datos, entre las características y usos del tejido comercial en el pasado y la identidad barrial percibida en el pasado.
	RELACION Comercio AHORA- Identidad Barrio AHORA	IDEM, en el presente.
	RELACION Comercio ANTES- Identidad Barrio ANTES- Sentido de Comunidad ANTES	Relación emergida de los datos. A lo anterior, se añade el sentido de comunidad percibido en el pasado.
	RELACION Comercio AHORA- Identidad Barrio	IDEM, en el presente.

	AHORA- Sentido de Comunidad AHORA	
	RELACION Imagen externa AHORA- Comercio AHORA	Código que incluye toda referencia a la relación percibida por los informantes entre la imagen que se tiene sobre el barrio desde fuera en el presente y la actividad comercial en el presente.
Espacio Público	EP en general ANTES	Código generado a partir de una pregunta literal del guión de entrevista. Incluye toda referencia a las características y usos del Espacio Público en general (calles, plazas y parques) del barrio en el pasado, sin hacer referencia a emplazamientos concretas y sin carga valorativa explícita.
	EP en general AHORA	IDEM, en el presente.
	Plaza de los Carros ANTES	Código generado a partir de una pregunta literal del guión de entrevista. Incluye toda referencia sobre las características y usos de la Plaza de los Carros en el pasado, sin carga valorativa.
	Carros AHORA	IDEM, en el presente.
	Vistillas ANTES	Código generado a partir de una pregunta literal del guión de entrevista. Incluye toda referencia sobre las características y usos de la Plaza de las Vistillas en el pasado, sin carga valorativa.
	Vistillas AHORA	IDEM, en el presente.
	Mercado ANTES	Código generado a partir de una pregunta literal del guión de entrevista. Incluye toda referencia sobre las características y usos del Mercado de Abastos de la Cebada en el pasado, sin carga valorativa.
	Mercado AHORA	IDEM, en el presente.
	Campo de la Cebada	Código generado a partir de una pregunta literal del guión de entrevista. Incluye toda referencia sobre las características y usos del espacio socio-cultural Campo de Cebada, sin carga valorativa. No se han encontrado contenidos que hagan alusión a cambios en relación al emplazamiento.
	Polideportivo	Código de relación emergido de los datos de manera inductiva. Incluye toda referencia al antiguo polideportivo del barrio, sin carga valorativa.
	Paja ANTES*	Código sustantivo, cuyo contenido emerge espontáneamente de los informantes, en relación a la Plaza de la Paja. Se incluye todo comentario que haga alusión de forma descriptiva a las características y usos de dicho emplazamiento, sin que sean acompañados de ninguna aportación valorativa.
	Paja AHORA*	IDEM, pero en el presente.
	Cornisa ANTES*	IDEM, en relación al Parque de la Cornisa en el presente.
	Cornisa AHORA*	IDEM, en el pasado.

	RELACION EP AHORA- Comercio AHORA*	Relación emergida de los datos, sobre la relación entre las características y usos del espacio público del barrio en general y las características y usos del comercio en el presente.
	Rastro ANTES*	Código sustantivo que incluye toda referencia a las características del Rastro, en el pasado y sin acompañamiento valorativo.
	Rastro AHORA*	IDEM, pero del Rastro en el presente.
Tejido social, sentido de comunidad	Sentido de Comunidad ANTES	Código teórico generado a partir de una pregunta literal del guión de entrevista. Se incluye dentro de este código toda alusión, sin carga valorativa, a las relaciones sociales en el barrio, el apoyo social percibido y las redes de solidaridad percibidas, en el pasado.
	Sentido de Comunidad AHORA	IDEM, en el presente.
	RELACION Sentido de Comunidad ANTES- Identidad barrial ANTES	Relación emergida de los datos, entre el Sentido de comunidad percibido en el pasado y la identidad barrial en el pasado.
	RELACION Sentido de Comunidad AHORA- Identidad barrial AHORA	IDEM, en el presente
Identidad y Apego al lugar	Identidad barrial ANTES	Código generado a partir de una pregunta literal del guión de entrevista. Incluye toda referencia de los informantes en que proyectan una composición socio-económica, étnica o cultural que perciben como prototípica del barrio en el pasado, sin carga valorativa.
	Identidad barrial AHORA	IDEM, en el presente.
	Apego ANTES	Código generado a partir de una pregunta literal del guión de entrevista. Incluye toda referencia a algún tipo de vinculación emocional con el lugar o a la intensidad del deseo de residir en el mismo, en el pasado.
	Apego AHORA	IDEM, en el presente.
Población vulnerable	Población vulnerable	Esta categoría -que procede de una pregunta literal del guión de entrevista- y todos los códigos generados a partir de la misma han sido recodificados y reinsertados en otras categorías.

Tabla 9. Categorías EMERGENTES, códigos y descripción de las categorías emergentes que han necesitado generar categorías nuevas.

CATEGORÍAS EMERGENTES		
CATEGORÍA	Códigos	Descripción (dimensiones y propiedades)
VIVIENDA	Vivienda ANTES	Código sustantivo que incluye toda referencia a las características, estado, usos y precios del espacio habitacional o vivienda propia o prototípica en el barrio, en el pasado. Sin carga valorativa.
	Vivienda AHORA	IDEM, en el presente.
	Vivienda DESPLAZAMIENTO	Código eminentemente teórico. Incluye toda referencia de los informantes a cualquier forma de desplazamiento, expulsión o reemplazo del espacio habitacional o vivienda, bien sea o haya sido propia o en relación a otras personas o casos conocidos, y sin carga valorativa.
SATISFACCIÓN RESIDENCIAL	RELACION Motivo llegada- Identidad barrial ANTES- Satisfacción residencial ANTES- Satisfacción residencial AHORA – APEGO	Relación emergida de los datos, entre el motivo de llegada, la identidad barrial percibida en el pasado, y los cambios en la satisfacción residencial asociados.
	Satisfacción con Ayuntamiento	Relación emergida de los datos. Incluye toda referencia a la satisfacción en relación a la actuación del Ayuntamiento.
	RELACION Comercio ANTES- Apego ANTES	Relación emergida entre las características del tejido comercial en el pasado, y su deseo de seguir residiendo en el barrio en el pasado.
	RELACION Comercio AHORA- Apego AHORA	IDEM, en relación al comercio actual y su deseo de seguir residiendo en el barrio en la actualidad.
	RELACION Comercio AHORA- Apego AHORA- Sentido de Comunidad AHORA	Relación emergida entre el tejido comercial actual, el apego sentido con el barrio y el sentido de comunidad -relaciones de apoyo informal, redes de solidaridad- que perciben en la actualidad.
	RELACION Comercio ANTES- Apego ANTES- Sentido de Comunidad ANTES	IDEM, para el pasado.
	RELACION EP AHORA- Satisfacción residencial AHORA	Relación emergida entre las características y usos del espacio público en general en el presente y la satisfacción residencial (componente valorativo y emocional) asociada a la misma, en el presente.
	RELACION EP ANTES- Satisfacción residencial ANTES	IDEM, en el pasado
	RELACION Carros AHORA- Satisfacción residencial AHORA	IDEM, en relación a la Plaza de los Carros en el presente
RELACION Carros ANTES- Satisfacción residencial ANTES	IDEM, en el pasado	
	RELACION Vistillas AHORA-	IDEM, en relación a la Plaza de las Vistillas en el

	Satisfacción residencial AHORA	presente
	RELACION Vistillas ANTES-Satisfacción residencial ANTES	IDEM, en el pasado
	RELACION Cornisa AHORA-Satisfacción residencial AHORA	IDEM, en relación al Parque de la Cornisa
	RELACION Cornisa ANTES-Satisfacción residencial ANTES	IDEM, en el pasado
	RELACION Mercado ANTES-Satisfacción residencial ANTES	IDEM, en relación al Mercado de la Cebada en el pasado
	RELACION Mercado AHORA-Satisfacción residencial AHORA	IDEM, en el presente
	RELACION Mercado AHORA-Satisfacción residencial AHORA- Ayuntamiento	IDEM, añadiendo las alusiones encontradas en relación al papel que ha jugado o juega el Ayuntamiento municipal en relación al Mercado de la Cebada, y con carga valorativa asociada
	RELACION Polideportivo-Satisfacción residencial	IDEM, en relación al antiguo polideportivo derribado
	RELACION Polideportivo-Satisfacción residencial-Ayuntamiento	IDEM, añadiendo los comentarios sobre el papel ejercido por el Ayuntamiento en relación al antiguo poliderpotivo
PROPUESTAS DE CAMBIO	Propuestas BARRIO	Código que incluye toda referencia a posibles estrategias de actuación, cambio o acción, o propuestas concretas de cambio deseadas, respecto de la percepción abstracta del barrio (sin aludir al espacio público, a la actividad comercial o al espacio habitacional).
	Propuestas COMERCIO	Código que incluye toda referencia a posibles estrategias de actuación, cambio o acción, o propuestas concretas de cambio deseadas, respecto de la actividad comercial que tiene lugar en el barrio.
	Propuestas EP GENERAL	IDEM, en relación a las características y usos del Espacio Público en general (sin alusión a emplazamientos concretos).
	Propuestas MERCADO	IDEM, en relación al Mercado de la Cebada.
	Propuestas POLICÍA	Código que incluye toda alusión al papel que los informantes desearían que ejerciera el cuerpo de Policía (municipal o nacional)
	Propuestas Ayuntamiento	IDEM, en relación al Ayuntamiento municipal.

Tabla 10. Estructura final PROVISIONAL de las macrocategorías, categorías y códigos.

MACROCATEGORÍA	CATEGORÍAS	SUBDIMENSIONES
IDENTIFICACIÓN SIMBÓLICA CON LOS ESPACIOS	Percepción de la Identidad Barrial	Identidad barrial ANTES
		Identidad barrial AHORA
		Visión barrio ANTES
		Visión barrio AHORA
		Imagen externa ANTES
		Imagen externa AHORA
		RELACION Sentido de Comunidad ANTES- Identidad barrial ANTES
	RELACION Sentido de Comunidad AHORA- Identidad barrial AHORA	
	RELACION Motivo de llegada- Identidad barrial ANTES	
	Percepción Tejido Comercial	Comercio AHORA
		Comercio ANTES
		RELACION Imagen externa AHORA- Comercio AHORA
		RELACION Comercio ANTES- Identidad Barrio ANTES
		RELACION Comercio AHORA- Identidad Barrio AHORA
RELACION Comercio ANTES- Identidad Barrio ANTES- Sentido de Comunidad ANTES		
RELACION Comercio AHORA- Identidad Barrio AHORA- Sentido de Comunidad AHORA		
Percepción Espacio Público	EP en general ANTES	
	EP en general AHORA	
	Plaza de los Carros ANTES	
	Plaza de los Carros AHORA	
	Plaza de las Vistillas ANTES	
	Plaza de las Vistillas AHORA	
	Mercado de la Cebada ANTES	
	Mercado de la Cebada AHORA	
	Campo de la Cebada	
	Polideportivo	
	Plaza de la Paja ANTES	
	Plaza de la Paja AHORA	
	Parque de la Cornisa ANTES	

		Parque de la Cornisa AHORA
		Rastro ANTES
		Rastro AHORA
		RELACION EP AHORA- Comercio AHORA
	Percepción habitacional/Vivienda	Espacio Vivienda ANTES
		Vivienda AHORA
		Vivienda DESPLAZAMIENTO
ESTRATEGIAS Y PROPUESTAS DE ACCIÓN- TRANSFORMACIÓN	Propuestas de cambio	Visión barrio DESEADO
		Propuestas BARRIO
		Propuestas COMERCIO
		Propuestas EP GENERAL
		Propuestas MERCADO
		Propuestas POLICÍA
		Propuestas Ayuntamiento
SATISFACCIÓN RESIDENCIAL	Satisfacción	RELACION Motivo Llegada- Identidad barrial ANTES- Satisfacción residencial ANTES- Satisfacción residencial AHORA
		Satisfacción con Ayuntamiento
		RELACION Satisfacción con Ayuntamiento- Comercio AHORA
		RELACION Comercio ANTES- Apego ANTES
		RELACION Comercio AHORA- Apego AHORA
		RELACION Comercio AHORA- Apego AHORA- Sentido de Comunidad AHORA
		RELACION Comercio ANTES- Apego ANTES- Sentido de Comunidad ANTES
		RELACION EP AHORA- Satisfacción residencial AHORA
		RELACION EP ANTES- Satisfacción residencial ANTES
		RELACION Carros AHORA- Satisfacción residencial AHORA
		RELACION Carros ANTES- Satisfacción residencial ANTES
		RELACION Vistillas AHORA- Satisfacción residencial AHORA
		RELACION Vistillas ANTES- Satisfacción residencial ANTES
		RELACION Cornisa AHORA- Satisfacción residencial AHORA

		RELACION Cornisa ANTES- Satisfacción residencial ANTES
		RELACION Mercado ANTES- Satisfacción residencial ANTES
		RELACION Mercado AHORA- Satisfacción residencial AHORA
		RELACION Mercado AHORA- Satisfacción residencial AHORA- Ayuntamiento
		RELACION Polideportivo- Satisfacción residencial
		RELACION Polideportivo- Satisfacción residencial- Ayuntamiento
	Apego al lugar	Apego al lugar ANTES
		Apego al lugar AHORA
	Sentido de Comunidad	Sentido de Comunidad ANTES
		Sentido de Comunidad AHORA

ANEXO 6. Tablas 11 y 12.

Tabla 11. Principales términos utilizados en la presentación de resultados para clasificar el contenido de las declaraciones de los informantes.

Término expositivo	Interpretación realizada
"Todos": "totalidad", "consenso" "acuerdo completo" o equivalente	Todos los informadores expresan similares opiniones sobre una variable.
"Mayoría", "la mayor parte" o equivalente	Más de 7 informadores (sobre un total de 11) opinan de forma similar.
"Algunos"/"otros"/"restantes" o "una parte de"/"otra parte"/"la parte restante" o equivalente.	Se clasifican diferentes grupos de opinión, en función de contenidos similares. La opinión de cada informador se incluirá en uno o más grupos de opinión según la diversidad de contenido de sus declaraciones.
"Un solo menor" "un solo informador (o encuestado)" o equivalente.	En el caso de que solo un participante mantenga una opinión, distinguible de las expresadas por el resto de informadores.

Tabla 12. Conectores lógicos utilizados para la redacción de las hipótesis.

Conectores lógicos	Significado	Ejemplo
Negación	Se niega una condición concreta.	Las personas informantes no muestran conflicto ante la expulsión residencial.
Negación conjunta	Se niegan varias condiciones concretas.	Las personas informantes no ejercen o no desean ejercer conductas de protección del espacio.
Conjunción	Cumplen dos condiciones concretas a la vez.	Los residentes más jóvenes se sienten representados por el Campo de Cebada y usan el espacio.
Disyunción	Cumplen una de las condiciones especificadas o las dos a la vez.	Los comercios identificados por los informantes como satisfactorios son de alta antigüedad o comercios no nocturnos.
Disyunción excluyente	Cumple una de las condiciones especificadas pero no las restantes.	Los motivos de llegada al barrio son: bien por relaciones familiares previas, bien por una sensación de familiaridad, sin lazos familiares en el presente.