

- Koefoed L., Simonsen, K. (2012). Rescaling identities: embodied others and alternative spaces of identification. *Ethnicities*, 5. doi: 10.1177/1468796811434487
- Koskela H. (2010). Fear and its others. In Smith S., Pain R., Marston S., Jones, J.P. (eds) *The Sage Handbook of Social Geographies*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Lees L. (2012). The geography of gentrification: thinking through comparative urbanism. *Progress in Human Geography*, 2. doi: 10.1177/0309132511412998
- Λεοντίδου, Α (1989). *Οι πόλεις της ασιότητας: εργατικός εποικισμός της Αθήνας και του Πειραιά, 1909-1940*, Αθήνα: Πολιτιστικό Τεχνολογικό Ίδρυμα ETBA.
- Ley D. (1996). *The new middle class and the remaking of the central city*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Maloutas T. (2012). Contextual diversity in gentrification research. *Critical Sociology*, 10. doi: 10.1177/0896920510380950
- Maloutas T., Karadimitriou N. (2001). Vertical social differentiation in Athens: alternative or complement to community segregation? *International Journal of Urban and Regional Research*, 4. doi: 10.1111/1468-2427.00340
- Peck, J., Tickell, A. (2002). Neoliberalizing space. *Antipode*, 3. doi: 10.1111/1467-8330.00247
- Robinson J. (2011). Cities in a world of cities: The Comparative Gesture. *International Journal of Urban and Regional Research*, 1. doi: 10.1111/j.1468-2427.2010.00982.x
- Ρουσανόγλου, Ν. (2011), «Κάθετη πτώση στις τιμές των ακινήτων», *Καθημερινή*, 18/3/2012, Οικονομικά, σελ. 5
- Shaw K. (2005). Local limits to gentrification: implications for a new urban policy. In Atkinson, R., Bridge G.(eds) *Gentrification in the global context: the new urban colonialism*. Oxon, New York: Routledge.
- Slater T. (2006). Eviction of critical perspectives from gentrification research. *International Journal of Urban and Regional Research*, 4. doi: 10.1111/j.1468-2427.2006.00689.x
- Smith N., Williams P. (1986). *Gentrification of the City*. London: Allen and Unwin
- Smith N. (1996). *The New urban frontier: gentrification and the revanchist city*. Oxon, New York: Routledge.
- Souliotis N., Sayas J., Maloutas, T. (forthcoming). Mega-projects, neoliberalization and state capacities: assessing the medium-term impact of the 2004 Olympic Games on Athenian urban policies. *Environment and Planning C*. doi: 10.1016/j.cities.2012.06.003
- Souliotis N. (2013). Cultural economy, the sovereign debt crisis and the importance of local contexts: the case of Athens. *Cities*, 1. doi: 10.1016/j.cities.2012.06.003
- Tsilimidou M. (8/12/2012), Keramikos-Metaxourgio; Una visione per un nuovo quartiere nella città, *Passpartout, Ependytis*, (8/12/2012), consultato il 3/3/2013.
- Τζιτζιλιάκη, Ε. (2008). *Εκπολιτισμένοι, αστικοί νομάδες στις μητροπόλεις*, Αθήνα: Νήσος.
- Zizek S. (2008). *Violence: six sideways reflections*. New York: Picador.
- Zukin S. (1989). *Lofi living: culture and capital in urban change*. New Brunswick and New Jersey: Rutgers University Press.

POLITICHE DI GENTRIFICATION NEL CENTRO STORICO DI MADRID: CREATIVITÀ, PRODUZIONE CULTURALE E COMMERCIO AL DETTAGLIO¹

di Jorge Sequera, Michael Janoschka²

Introduzione

Sotto la spinta di significative trasformazioni sociali, politiche ed economiche avvenute nei primi anni Novanta, il centro storico di Madrid, che ospita approssimativamente 145mila abitanti, ha subito una serie di ri-articolazioni fondamentali alla promozione del suo ruolo funzionale e del suo immaginario simbolico. Strategicamente l'implementazione di diversi programmi di rinnovamento urbano³ ha puntato, tra l'altro, alla sua rivalorizzazione economica. Inoltre, specifici progetti-pilota⁴ per la zona hanno strutturato le politiche di investimento intorno ad azioni comuni e coordinate tra amministrazioni pubbliche e iniziative private, principalmente mirate a indirizzare i flussi di capitali in attività commerciali, culturali e immobiliari. Oltre a questo, è già avvenuta un'estesa "turistizzazione" della zona. Come conseguenza, molte parti del centro storico di Madrid (tra cui i quartieri di Malasaña, Chueca e il quadrante di LasLetras) possono ora essere considerati gentrificati, o quantomeno spazi che stanno sperimentando intensi processi di gentrification. Durante la lunga decade del boom 1995-2007, l'aumento dei prezzi nel settore delle transazioni immobiliari nel centro storico ha superato quello di tutti gli altri quartieri della città; da quel

¹ Questa ricerca è stata sostenuta dal progetto CIUDAD Y CRISIS (Plan Nacional I+D+i: CSO-2012-34729), finanziato dal Ministero spagnolo per l'economia e la competizione.

² Università Autonoma di Madrid, jorge.sequera@uam.es, michael.janoschka@uam.es

³ I modelli di rigenerazione a Madrid sono stati avviati prima dal piano "Aree di Riabilitazione Prioritaria" (*Áreas de Rehabilitación Preferente* - ARP, dal 1994) e, in un secondo momento, da "Aree di Riabilitazione Integrale" (*Áreas de Rehabilitación Integral* - ARI, dal 1997).

⁴ Il Piano Generale per la Municipalità di Madrid (*Plan General de Ordenación Urbana*, 1997) ha designato il centro storico come Zona Urbanistica Speciale (*Área de Plasmamiento Espacial*), per la quale il governo locale ha sviluppato un modello strategico di rinnovamento (*Plan Estratégico para la Revitalización del Centro Urbano*, 1997), recentemente sostituito dal Proyecto Madrid Centro (Municipalità di Madrid, 2011).

momento in poi il costo delle case si è attestato al di sopra della media, sia per la compravendita sia per locazione.

Le amministrazioni pubbliche hanno giocato un ruolo cruciale in questo processo di ristrutturazione del centro storico (Blanco, Bonet, Walliser, 2011), contribuendo a configurare le geografie contemporanee della gentrificazione e a creare uno spazio simbolicamente e strategicamente unico all'interno dell'area metropolitana (Díaz Orueta, 2007). Basandoci su un'indagine relativa alle potenti logiche degli interventi pubblici e privati, in questo articolo offriremo una lettura specifica delle politiche urbane neoliberali adattate a livello locale in una città della Spagna fino adesso poco trattata dalla letteratura sulla gentrificazione. Partiamo dal presupposto che il dibattito in Spagna debba superare i due emblematici esempi di Barcellona e di Bilbao, finora dominanti nella letteratura sulla gentrificazione (Vicario e Martínez Monje, 2005; Ribera-Fumaz, 2008). Al fine di andare oltre questi "soliti sospetti spagnoli", prenderemo in esame due frontiere dell'attuale scenario di gentrificazione: i quartieri di Lavapiés e Triball. Di recente ambedue le aree sono state oggetto di rilevanti reinvestimenti pubblici e privati, sostenuti da politiche molto diverse tra loro ma rispondenti ugualmente all'obiettivo strategico di estendere la gentrificazione a Madrid. Lavapiés è un esempio di come la produzione culturale possa essere considerata tra i principali motori di tale scopo. Al contrario, Triball rappresenta invece una frontiera creata soprattutto da investitori privati con l'obiettivo di rivalorizzare la zona per farne un marchio commerciale (Justo, 2011). Vale la pena sottolineare che i due quartieri differiscono tra loro per dimensioni e per una diversa composizione sociale ed etnica della popolazione⁵.

In termini analitici, le argomentazioni qui presentate si basano su un lavoro empirico condotto attraverso l'osservazione partecipante, l'analisi di piani urbanistici ufficiali e di servizi giornalistici, ventisei interviste semi-strutturate con attori chiave in ambedue i quartieri e dodici discussioni di gruppo con gli abitanti. Ci concentreremo su due specifici meccanismi della gentrificazione a Madrid, riscontrati complessivamente dagli esempi empirici, e relativi a (i) la creatività e la produzione culturale, (ii) il commercio al dettaglio e il design, entrambi volti all'applicazione e alla promozione della gentrificazione. Prima di spostarci su questo terreno, ci soffermeremo sullo stato dell'attuale dibattito sulla gentrificazione in Spagna, al fine di sottoli-

⁵ Lavapiés conta circa 50mila abitanti, la popolazione immigrata proviene prevalentemente da Bangladesh, Ecuador, Marocco, Cina, l'Africa subsahariana e il Pakistan. Diversamente, l'area di Triball ospita meno di 5mila persone, con una presenza predominante d'immigrati dalla Cina, dalle Filippine e dai paesi sudamericani.

neare le principali differenze rispetto all'approccio proposto dal mondo anglofono.

1. I discorsi sulla gentrification in Spagna e a Madrid

Nonostante una certa evidenza suggerisca che i processi di gentrification abbiano modellato le città di Madrid e Barcellona sin dall'inizio degli anni Novanta (Vázquez, 1992; Sargatal, 2001), solo nella metà dei Duemila un discorso sulla gentrification si è imposto all'interno della comunità scientifica ispanofona. Inizialmente molti studiosi non sono stati in grado di riconoscere e di adattare tale concetto ai propri contesti sociali, politici e urbani, a causa della profonda differenza mostrata dalle espressioni simboliche e materiali della gentrification in Spagna rispetto ai casi emblematici di Londra e New York, dominanti per decenni a livello di percezione. Tuttavia, tale ritardo è attribuibile in parte anche alle tendenze scientifiche più generali. Per esempio, nel 1992 i Giochi Olimpici hanno contribuito a dare un impulso significativo al riconoscimento e alla "vendita" della "storia di successo" dei processi di rigenerazione applicati a Barcellona (Monclús, 2003; Marshall, 2004). Analogamente, le argomentazioni su Bilbao si sono concentrate sull'"effetto Guggenheim" (Gómez, 1998; Plaza, 1999; Gómez e González, 2011), così che solo dalla metà degli anni Duemila è stata prestata maggiore attenzione alle conseguenze dei processi della migrazione transnazionale (Arbaci, 2007; Pareja-Eastaway, 2009) e della bolla immobiliare (López e Rodríguez, 2010). La natura di tali dibattiti ha relegato la ricerca sulla gentrification in Spagna a un posto secondario.

Da allora la situazione è cambiata e il concetto di gentrification adesso è usato regolarmente nell'ambito degli studi sulle trasformazioni urbane in tutte le grandi città spagnole. Non solo, dal discorso sulla gentrification ha preso forma una critica più ampia sulle conseguenze sociali e spaziali date dalle politiche urbane quali la segregazione, il classismo, le ineguaglianze e la dislocazione - tanto più che il termine gentrification non è stato né depoliticizzato né naturalizzato finora come un concetto non critico. Di conseguenza, ci impegniamo a trattare la gentrification contemporanea come un'espressione cruciale e una conseguenza chiave della neoliberalizzazione urbana, processo largamente riconosciuto in Spagna quale forma specifica di accumulazione capitalista urbana (López e Rodríguez, 2011; Naredo e Montiel, 2011). Ciò richiede di riconsiderare la gentrification secondo la lente territoriale e socio-linguistica dei ricercatori spagnoli, aprendo così un confronto critico con il discorso anglofono dominante e favorendo di con-

seguenza un approccio emancipante al di fuori di esso che permetta di sottolineare il carattere distintivo della gentrification (Maloutas, 2012; Lees, 2012) attraverso «resoconti sfumati, complessi e contestuali» sulle realtà e sui processi urbani specifici (Robinson, 2011: 18). Le nuove e allo stesso tempo innovative prospettive aperte dai ricercatori spagnoli hanno permesso di decentrare gli approcci teorici per una migliore comprensione della gentrification contemporanea attraverso un'ottica "spagnola" (Janoschka, Sequera e Salinas, 2013). In linea con questa nuova prospettiva, svilupperemo qui quattro chiavi argomentative al fine di delimitare meglio il nostro caso di studio a Madrid.

Primo, dovrebbe essere riconosciuto che la gentrification in Spagna sta avvenendo in un contesto segnato da un massiccio afflusso di più di cinque milioni di migranti nel paese, la maggior parte dei quali insediatisi in quelle aree del centro simultaneamente investite dai modelli di rigenerazione sopra accennati. In tale prospettiva, Lavapiés e Triball illustrano perfettamente questa tendenza, dal momento che in questi quartieri gli stranieri (prevalentemente non europei) costituiscono quasi il quaranta per cento della popolazione totale. Il fatto che a Lavapiés immigrati e gentrification sono giunti in contemporanea, induce a interrogarsi su come entrambi i meccanismi riescano a coesistere nei centri delle città spagnole. Il lavoro empirico di Arbaci (2008: 595f), ad esempio, ci informa sulla discontinuità della gentrification come di un processo che in apparenza non ha violato completamente i quartieri interessati. Ciò significa che almeno due mercati immobiliari distinti e separati coesistono e agiscono nello stesso luogo (Sargatal, 2001), perpetuando la segregazione e l'esclusione spaziale. In altri termini, Triball e Lavapiés si presentano quali casi rappresentativi anche di altre città spagnole in cui esistono aree di rivalorizzazione disomogenee e territori frammentati nella continua lotta per la ri-appropriazione dello spazio (Janoschka, Sequera e Salinas, 2013).

Secondo, il processo di gentrification nelle città spagnole non può essere compreso appieno se non si considera il ruolo-chiave svolto a differenti livelli dalla pubblica amministrazione in materia di promozione di politiche per lo sviluppo del turismo e di altri processi di gentrification simbolica, specialmente legati a una produzione culturale istituzionalizzata. A questo proposito, vale la pena ricordare come il turismo urbano abbia apprezzato e valorizzato sempre di più i beni culturali, aprendo differenti logiche di appropriazione spaziale in accordo con la gentrification indotta dal turismo (Janoschka, Sequera e Salinas, 2013). A nostro avviso, questa «gentrification turistica guidata dallo stato» può essere osservata nella realtà quotidiana del quartiere di Lavapiés, per via del suo multiculturalismo, dei musei e

dei servizi culturali, della sua vita notturna e della gastronomia multietnica. Inoltre, la retorica sulla città creativa quale leitmotiv per il rinnovamento urbano si presta a tema-chiave nell'attuale dibattito sulla gentrification. Non solo a Bilbao e a Barcellona, ma anche a Madrid e precisamente a Lavapiés, le politiche pubbliche hanno adottato il paradigma creativo di Richard Florida, nel tentativo di creare un ambiente discorsivo appetibile per gli imprenditori culturali. In un'eloquente critica a questo tipo di logica, Rodríguez e Vicario (2005) affermano che il marketing urbano copre solitamente strategie di gentrification evidenti, dislocando altrove i problemi urbani anziché risolverli. A Madrid le conseguenze nel lungo periodo della riqualificazione urbana sono state tramutate come nell'introduzione di nuovi stili di vita basati su pratiche proprie del consumismo e dei modelli di cittadinanza (Sequera, 2010). Delgado (2008) ha denominato questo effetto "artisticizzazione" (*artisticización* in spagnolo), un processo messo in atto dalle politiche urbane volte alla ri-appropriazione imprenditoriale e consumistica di una città trasformata in un insieme di parchi a tema e in luoghi di rappresentazioni culturali. Tali strategie costituiscono un fattore chiave dei modelli di rinnovamento applicati a Lavapiés, quartiere operaio riconvertito in un luogo per nuove economie della conoscenza. A questa relazione Dot, Casella e Pallares-Barbera (2010) hanno dato il nome di «gentrification produttiva», in cui creatività e conoscenza compaiono quali nuove risorse esplicative dello spostamento di paradigma in direzione post-fordista.

Terzo, è nostra intenzione porre maggiore enfasi sulle politiche connesse alla riconversione di quartieri operai attraverso la loro ristrutturazione commerciale. In una certa misura, questo aspetto richiama il precedente, ma risponde maggiormente alle esigenze di considerare il commercio come questione chiave per la comprensione degli oderni processi di gentrification (vedi Zukin *et al.*, 2009; González e Waley, 2012). A Madrid, la gentrification commerciale sta riguardando diversi quartieri, mostrando similitudine con quanto già avvenuto a Barcellona (Ribera-Fumaz, 2008). In alcuni casi, come nel quartiere LasLetras, queste trasformazioni si sono legate soprattutto al turismo urbano e/o alla vita notturna, mentre Triball può essere letto come il più significativo, e nello stesso tempo il più aggressivo, tentativo di riconvertire un quartiere in uno specifico marchio culturale (*barriomarca* in spagnolo). Tali politiche mirano alla generale gentrification dell'area, dapprima in maniera simbolica, ossia creando un ambiente favorevole per le classi medie e medio-alte, secondo attraverso il rinnovo di edifici e la costruzione di nuove unità abitative capaci di attrarre nuovi residenti dai redditi più alti - entrambi gli aspetti inducono necessariamente alla dislocazione dei residenti con redditi inferiori. Mentre Triball sembra aderire

re perfettamente a questa dinamica, diversamente a Lavapiés, dove nuovi negozi sono sorti come funghi, il processo si è associato maggiormente all'afflusso di classi medie cosmopolite e di elevato livello culturale piuttosto che a una specifica strategia imprenditoriale.

Infine, il dibattito spagnolo sulla gentrification dovrebbe anche prendere in considerazione il modo in cui la resistenza a tali processi sia teoricamente inserita in una stretta collaborazione tra accademici e movimenti sociali. Seguendo l'eredità di Manuel Castells (1983), la letteratura sui movimenti sociali urbani riveste un importante ruolo nell'ambito degli studi urbani spagnoli, fatto che ha spinto molti dei ricercatori che si occupano di gentrification a focalizzare le loro indagini sulle lotte e le rivendicazioni di quartiere (Díaz Orueta, 2007; Gómez, 2006). Il caso di Lavapiés non fa eccezione: dall'inizio dell'attuazione dei programmi di rigenerazione, le rivendicazioni dei residenti hanno attirato l'attenzione degli accademici. In accordo con le nostre osservazioni, diversi studi hanno riconosciuto all'attivismo di Lavapiés una connotazione simbolica di sinistra, riconducibile alla lotta contro la speculazione, gli sfratti e la detenzione indiscriminata degli immigrati, nonché alla denuncia dello stato di polizia che assedia il quartiere. La situazione non è diversa a Triball dove, non appena è stata costituita l'associazione dei commercianti, sono emerse importanti lotte contro la gentrification e le crescenti strategie poliziesche. Da quel momento in poi, l'area è stata teatro di diverse occupazioni di case. Inoltre, diversi ricercatori militanti hanno condotto studi sulle trasformazioni in atto visualizzando e contestualizzando l'applicazione delle strategie di gentrification, in un contesto urbano segnato da una profonda crisi economica e sociale. Com'è stato ampiamente discusso da Janoschka, Sequera e Salinas (2013), la stretta relazione tra attivisti e accademici costituisce un elemento chiave nell'ambito del dibattito sulla gentrification a Madrid e, in termini più generali, anche in altre città spagnole.

2. Gentrification a Lavapiés e Triball: creatività - produzione culturale - commercio al dettaglio

Negli ultimi anni l'economia della conoscenza si è prestata a importante campo di battaglia per la competizione urbana tra le città, specialmente per quelle configurazioni sociali, economiche e spaziali rilevanti dal punto di vista simbolico (Peck, 2010). In questo scenario rientra anche Madrid dove, tra gli elementi chiave, la "creatività" ha assunto un'importanza strategica in quanto indicatore di tutta una serie di trasformazioni simboliche in atto.

Questo meccanismo si conforma a tendenze di più vasta portata globale, in cui i discorsi sulla creatività, la cultura e altre attività connesse alla conoscenza si rinforzano strategicamente (Pratt, 2008). Nel caso di Madrid, ad esempio, si è visto come alcune politiche richiedano esplicitamente capitale umano qualificato da impiegare nella città in generale e in particolare nel centro storico cittadino (Méndez *et al.*, 2012: 6). Rispetto ad altre città, Madrid si è distinta con particolare successo nel compito prioritario di consolidare il ruolo delle industrie creative: quasi un terzo delle imprese creative del paese sono concentrate nella capitale spagnola, mentre l'intera regione metropolitana contribuisce alla formazione del PIL nazionale nella misura del 17% (Méndez e Sánchez, 2010). La promozione dell'industria creativa e del suo capitale umano ha rinvigorito sempre più i processi di gentrification.

Nella transizione della città da industriale a post-industriale, le amministrazioni cittadine hanno decisamente sostenuto un tipo di occupazione non facilmente ricollocabile e che guarda perciò alla città e al suo ambiente fisico e culturale, al suo patrimonio e alle sue attività tradizionali (musei, biblioteche, festival, artigianato, etc.), alle sue arti e ai suoi mezzi di comunicazione, alle scienze e al design (software, contenuti digitali, pubblicità, architettura, etc.), come supporto a tale strategia. Da quando la cultura e la creatività sono state annoverate tra le principali risorse della crescita economica, questi settori dovrebbero essere intesi come un modo di produrre la città capitalista contemporanea: innovazione, divertimento, spettacoli e turismo concorrono similmente ad attirare capitali e investimenti per accrescere la competizione internazionale tra le città. Inoltre, piuttosto che competere per la fabbrica più grande o più economica, la metropoli si pone essa stessa al pari di un prodotto e di una fabbrica dei bisogni "creativi" multipli e di prodotti culturali simbolicamente densi. In tal senso, le pratiche culturali innovative sono diventate la nuova "linea di produzione" potenziata dalle pubbliche amministrazioni al fine di «trasformare il centro di Madrid in un punto di riferimento internazionale, proiettando il suo potenziale oltre i nostri confini» (Comune di Madrid, 2011: 69). Tale affermazione sottolinea la grande attenzione riposta dalle politiche pubbliche all'incoraggiamento della gentrification nelle due aree prese in esame in questo articolo, Lavapiés e Triball.

Attraverso una serie d'interventi le amministrazioni pubbliche hanno simbolicamente ristrutturato Lavapiés, infondendo a esso un'identità – benché artificiale e in qualche modo pretenziosa – di quartiere eccentrico dove far convergere le nuove tendenze culturali e artistiche (Pérez-Agote *et al.*, 2010). Tra i quartieri con il più alto tasso d'immigrati, per via della sua ric-

ca miscela sociale e culturale, Lavapiés si configura come un ambiente "esotico" dove gli scenari alternativi e artistici possono realizzarsi fino ad assumere una dimensione globale e attirare le "classi creative". Díaz Orueta (2007) ritiene che Lavapiés sia un laboratorio di nuovi stili di vita in grado di attrarre simultaneamente rappresentazioni d'identità bohemien e di sinistra. Di conseguenza, nei discorsi di molti giovani professionisti neoarrivati è contemplata una relazione strumentale con il quartiere, per via della sua posizione centrale, della sua produzione culturale e dell'offerta di attività per il tempo libero; senza dimenticare la forte identificazione con le lotte anti-egemoniche, le ideologie anticapitaliste e l'attivismo politico nelle loro forme reificate, come parte di una produzione culturale attiva e allo stesso tempo attivista (Barañano *et al.*, 2006). Infatti, le politiche pubbliche hanno apertamente approfittato dell'insieme di presunte e importanti caratteristiche subculturali e contro-culturali emerse da due decenni nel quartiere. Tali identità sono entrate in conflitto con le pratiche più tradizionali, nonché con quelle di molti immigrati residenti nella zona. Nella lotta per la riappropriazione dello spazio - dietro cui si nasconde la mercificazione della cultura e della creatività -, questi conflitti possono essere interpretati anche come uno strumento per il raggiungimento di un consenso superficiale tra i gruppi sociali mostratisi inizialmente antagonisti alle costruzioni identitarie nel quartiere. Eppure, molti dei miti ascrivibili a Lavapiés sono ora utilizzati dal capitale pubblico e privato per operare una riconfigurazione del quartiere. A tal riguardo, va ricordato come le amministrazioni locali, regionali e nazionali abbiano progressivamente disegnato un profilo univoco della zona, favorendo la creazione di un ambiente adatto agli investimenti privati volti alla formazione di nuove soggettività. Per rafforzare la rigenerazione di questa storica enclave del centro cittadino, diversi piani d'investimento hanno anche ideato, amplificato e migliorato una serie di infrastrutture per la valorizzazione del carattere culturale, degli immaginari e degli stili di vita. Riguardo a questo, Lavapiés è un esempio perfetto dello sviluppo di processi culturali innovativi, convertiti in un secondo momento in arti mercificate e in elementi di prestigio.

Come conseguenza di questo investimento, Lavapiés si presenta oggi come il quartiere con la più alta densità d'istituzioni culturali in Spagna - negli ultimi due decenni più di una dozzina di musei pubblici, università, centri cinematografici e artistici, teatri, etc., si sono stabiliti nella zona, generando un impatto significativo sulla configurazione delle identità, sulle dimensioni simboliche della segregazione culturale e, naturalmente, sul potenziale di gentrification del quartiere. Nel frattempo, una pressoché interminabile gamma di spazi contro-culturali - come anche di teatri privati, gal-

lerie d'arte, spazi per vari tipi di spettacoli etc. - hanno trovato sede nell'area. L'eccezionalità di tale concentrazione è alla base di esperienze e di laboratori urbani specifici. Il tipo di estetica utilizzata ha preso a mischiarsi con l'etica, formando un concetto di civiltà sempre di più allineato a un presunto "buon gusto", conforme a sua volta a quello della classe media creativa. La costruzione di tali luoghi di cultura può essere valutata come paradigmatica e sintomatica del post-fordismo. In qualità di beni chiave del capitalismo contemporaneo (Yúdice, 2002), le industrie culturali e la cultura promuovono simultaneamente lo sviluppo urbano, il turismo e altre dinamiche indirizzate alla crescita economica. In quanto tale, gli investimenti pubblici si sono concentrati su interventi volti a favorire un ambiente che attirasse nuove attività sociali ed economiche, in accordo con la globalizzazione generale sperimentata dalla città.

Sebbene molti aspetti rilevati a Lavapiés siano stati riproposti a Triball, la preparazione di questo quartiere alla gentrification ha seguito un processo diverso che qui esamineremo per meglio comprendere le politiche di gentrification applicate a tutta la città di Madrid, rivolgendo particolare attenzione a quelle legate al commercio al dettaglio. In questo caso specifico, la gentrification si è imposta come una strategia imprenditoriale intrapresa da una società specializzata nell'acquisto di storici complessi residenziali trasformati poi in appartamenti di lusso. La società ha acquistato alcune dozzine di palazzi e di negozi tra cui, va sottolineato, alcuni bordelli e sexy-shop successivamente ristrutturati in apart-hotels e in ristoranti. Allo stesso tempo, gli investimenti privati sono stati affiancati da piani di rinnovamento pubblico implementati nel 2008 dall'Amministrazione e comprensivi, tra l'altro, di una serie di sovvenzioni per la ristrutturazione delle case e la riprogettazione della piazza centrale del quartiere. Inoltre - come parte integrante di un piano destinato ai disegnatori di vestiti, di scarpe e di diversi prodotti di moda, insieme ad altre attività di commercio al dettaglio per clienti della classi alta e medio-alta -, l'investitore privato ha elargito considerevoli finanziamenti ai nuovi imprenditori stabilitisi nell'area. Il quartiere è stato così rinominato e pubblicizzato Triball (*Triangolo Ballesta*, dal nome di una via sita nel cuore del quartiere precedentemente nota per lo spazio di droga e la prostituzione di strada), evocando una relazione semantica con il quartiere gentrificato di TriBeCa a Manhattan. Al fine di consolidare la loro influenza sui modelli di rigenerazione, gli investitori privati hanno inoltre fondato un'associazione di commercianti - che conta ora più di 170 membri - divenuta un attore chiave per tradurre le richieste del quartiere in via di trasformazione in proposte politiche concrete. Similmente a Lavapiés, l'immaginario di Triball si è consolidato intorno a "un

concetto unico" (Triball, 2011), slegato dai suoi presunti beni storici e culturali e abbinato invece all'idea di un posto creato ad hoc per uno specifico tipo di divertimento urbano legato alla moda, al design e alla gastronomia. Secondo quanto dichiarato dall'associazione dei commercianti, questo modello intende assumere «una personalità propria destinata a diventare un punto di riferimento e uno stile imitabile nel resto del paese», senza per questo dover necessariamente «competere con le altre aree commerciali di Madrid» (Triball, 2011). Fatto effettivamente vero, dal momento che sia la specifica posizione e sia le caratteristiche dei nuovi negozi di tendenza e degli stilisti di moda ambiscono semmai ad attirare un pubblico completamente diverso da quello tradizionale.

Nonostante l'enfasi posta sul carattere autentico del quartiere da parte delle politiche finora intraprese, in confronto a Lavapiés Triball corrisponde maggiormente a un progetto e a una proiezione commerciale, andando anche a colmare quel vuoto spaziale tra i già gentrificati quartieri di Malasaña (sul lato est, ospita una popolazione internazionale prevalentemente europea), di Chueca (verso sud, tradizionalmente il quartiere dei gay e delle lesbiche e insieme la prima area gentrificata di Madrid), con le principali arterie commerciali del centro cittadino (verso ovest). Triball è stato in qualche modo deliberatamente abbandonato tra la fine degli anni Novanta e l'inizio dei Duemila, mentre le aree circostanti subivano processi di gentrification. Da quel momento in poi la sua composizione sociale è mutata drammaticamente, includendo prima immigrati dal Marocco e in seguito dalle Filippine, dalla Cina e dall'America Latina, che ancora oggi rappresentano una parte consistente della sua popolazione. Solo dopo la chiusura di uno storico cinema sito in una delle piazze centrali della zona, i mezzi di comunicazione hanno avviato una campagna mediatica per denunciare lo stato di decadenza e di abbandono, lo spaccio di droga e la prostituzione nel quartiere, offrendo così a diversi attori il copione per richiedere la pulizia sociale dell'area. Eppure questo discorso si discosta molto dalla percezione degli abitanti che in precedenza, per decenni, avevano imparato a familiarizzare con i diversi bordelli e la prostituzione di strada presenti nella zona. Proprio in quel momento, però, il divario della rendita era diventato un motivo talmente appetibile da far rientrare la zona nel mirino di quegli stessi investitori che in seguito avrebbero fondato l'associazione dei commercianti. La strategia ricalcava la logica perpetrata nelle limitrofe aree gentificate, adattatesi funzionalmente ai residenti appartenenti alla classe media globalizzata.

Mentre la gentrification del commercio al dettaglio avanzava rapidamente, la redditività del capitale investito diminuiva, spinta al ribasso dalla

crisi economica che cominciava ad affliggere la Spagna a partire dal 2007/8. Ciò ha significato che «il quartiere è solo cambiato nelle attività commerciali, mentre ora si trova a fronteggiare un pubblico esterno. Prima di Triball, ad esempio, i tossici venivano a comprare la roba qui, adesso arrivano le ragazze chic a fare shopping» (intervista con il Presidente dell'iniziativa pro-gentrification "Foro Civico"). Questa dichiarazione solleva una questione che accomuna i due casi studio. Dal nostro lavoro empirico emerge chiaramente una disaffezione da parte della popolazione locale nei confronti delle trasformazioni occorse a Lavapiés e a Triball. In ambedue i quartieri, il target delle attività commerciali non ha riguardato i residenti locali ma clienti provenienti da tutta la città, perlopiù abbienti insieme a visitatori occasionali e turisti. Da una parte lo spazio è stato appositamente preparato per questi gruppi, dall'altra la maggioranza delle richieste dei residenti riguardo ai bisogni del quartiere è stata ignorata. In altre parole, la politica intrapresa per la gentrification ha strategicamente portato avanti la *messa in scena* di aspetti simbolici, storici e culturali. Questa politica ha comportato una crescente segregazione riguardo l'utilizzo potenziale degli spazi pubblici e privati, nell'insieme riformulati e assegnati a nuovi usi. I musei, i teatri e le gallerie d'arte a Lavapiés servono alla popolazione locale tanto quanto i negozi dei designer di moda che vendono scarpe e vestiti da oltre 300 euro servono agli abitanti di Triball. Persino i nuovi residenti dai redditi medio-alti si sono lamentati dell'espulsione in corso di attività commerciali necessarie alla vita quotidiana di qualsiasi quartiere vivo dell'Europa del sud (per esempio fornai tradizionali, macellai, negozi di alimentari, ristoranti a prezzi accessibili). Benché sia Lavapiés sia Triball mantengano ancora un buon mix sociale, il cambiamento interno della popolazione e il crescente controllo dello spazio pubblico stanno spingendo ancora più avanti il processo di gentrification.

Conclusioni

La maggior parte degli argomenti presentati in questo articolo riguarda le diverse dimensioni assunte dalla gentrification simbolica. A tal riguardo, abbiamo evidenziato come la creatività, la cultura e il commercio al dettaglio operino quali dispositivi di gentrification per la classificazione dei quartieri in diversi "prodotti", obiettivi a loro volta di altrettante strategie di governo. Oltre a queste politiche spazialmente selettive, nel suo insieme il centro storico di Madrid sperimenta inedite espressioni culturali volte all'esclusione delle popolazioni sgradite. Mentre a Lavapiés questo proces-

so si è realizzato in gran parte grazie alla cultura, alla creatività e al controllo della sfera pubblica, a Triball è andato ancorandosi ai processi di gentrification legati alla moda e al commercio al dettaglio, di pari passo con la commercializzazione, la “festivalizzazione” e la banalizzazione dello spazio pubblico. Tuttavia anche Triball non è stato esente dall’espulsione dei soggetti sgraditi: tossicodipendenti, prostitute e immigrati irregolari, tra i primi bersagli dell’intensificazione delle strategie poliziesche. Simile rigetto è stato applicato però anche ai bambini, ai genitori e agli anziani, strategicamente e progressivamente allontanati dagli spazi pubblici ora prestati a palcoscenico per la promozione delle attività dell’associazione dei commercianti. Per di più, questioni quali la migrazione, le controculture e la atmosfera “autentica” dei quartieri sono stati utilizzati per la messa in scena di potenziali risorse di “prosperità” – un termine chiave in tempi di crisi economica. Tutte queste caratteristiche sottendono una logica che articola il crescente valore del capitale e degli investimenti attraverso la creazione di nuovi valori di uso – un consumismo di simboli multiculturali, alternativi, creativi o bohemien. Accanendosi sui soggetti più vulnerabili, in una società segnata da una crescente ineguaglianza, queste politiche privilegiano la diffusione di pratiche sociali egemoniche.

Tuttavia, la complessità sociale di Lavapiés e di Triball mostra quanto, nonostante la tristemente nota trasformazione del loro spazio pubblico, della loro sfera pubblica e degli usi commerciali, il processo di gentrification sia paradossalmente ostacolato dalla presenza di: a) una popolazione non-europea svantaggiata e non sufficientemente ridotta che ha dato luogo a reti inter-etniche di solidarietà; b) una controcultura progressivamente radicata nei quartieri; c) lotte sempre più estese per il diritto alla casa quale risposta alla drammatica crisi economica e sociale che sta riguardando la città e d) nuovi residenti che non corrispondono né al profilo delineato per il quartiere né alle aspettative dei progetti d’intervento. La crisi abitativa in Spagna non ha aiutato a generalizzare il processo di aumenti dei prezzi delle case ristrutturate recentemente. In altre parole, il processo di gentrification a Lavapiés e a Triball è rimasto incompleto e da un certo punto di vista può ritenersi un fallimento. Eppure, questi due esempi ci forniscono elementi per una piena comprensione delle numerose differenze tra i processi di gentrification nel “mondo anglosassone” e i variegati processi di accumulazione capitalistica urbana in Spagna.

Riferimenti bibliografici

- Arbaci S. (2007). Ethnic segregation, housing systems and welfare regimes in Europe. *International Journal of Housing Policy*, 4. doi: 10.1080/14616710701650443
- Arbaci S. (2008). (Re)viewing ethnic residential segregation in Southern European cities: housing and urban regimes as mechanisms of marginalization. *HousingStudies*, 4. doi: 10.1080/02673030802117050
- Barañano M., Riesco A., Romero C., Garcia J. (2006). Globalización, inmigración transnacional y reestructuración de la región metropolitana de Madrid. *Estudio del Barrio de Embajadores*.
- Blanco I., Bonet J., Walliser A. (2011). Urbangovernance and regeneration policies in historicity centres: Madrid and Barcelona. *Urban Research & Practice*, 3. doi: 10.1080/17535069.2011.616749
- Castells M. (1983). *The city and the grassroots: a cross-cultural theory of urban social movements*. Berkeley: University of California Press.
- Comune di Madrid (2011). Proyecto Madrid Centro. Madrid. <http://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Ayuntamiento/Urbanismo-e-Infraestructuras/Proyecto-completo?vgnextfmt=default&vgnextoid=2ed4488f7c742310VgnVCM1000000b205a0aRCRD&vgnnextchannel=8dba171c30036010VgnVCM1000000c0ca8e0RCRD&idioma=es&idiomaPrevio=es&rmColeccion=0b65488f7c742310VgnVCM1000000b205a0aRCRD>
- Delgado M. (2008). La artización de las políticas urbanas: El lugar de la cultura en las dinámicas de reapropiación capitalista de la ciudad. En *Scripta Nova, Special Issue: X Coloquio Internacional de Geocrítica*. <http://www.ub.edu/geocrit/-xcol/393.htm>
- Diaz Orueta F. (2007). Madrid: urban regeneration projects and social mobilization. *Cities*, 3. doi: 10.1016/j.cities.2006.11.004
- Dot E., Casellas A., Pallares-Barbera M. (2010). Gentrificación productiva en Barcelona: efectos del nuevo espacio económico. Acts of the IVth Jornadas de Geografía Económica <http://age.ieg.csic.es/geconomica/IVJornadasGGELeon/Comunicaciones%20Jornadas%20de%20Leon/1%20Ponencia/Dot-Casellas-Pallar.pdf>
- Gómez M. (1998). Reflective images: the case of urban regeneration in Glasgow and Bilbao. *International Journal of Urban and Regional Research*, 1. doi: 10.1111/1468-2427.00126
- Gómez M. (2006). El barrio de Lavapiés, laboratorio de interculturalidad. *Dissidences*, 2. <http://digitalcommons.bowdoin.edu/dissidences/vol1/iss2/12/>
- Gómez M., González S. (2001). A reply to Beatriz Plaza’s ‘The Guggenheim-Bilbao Museum Effect’. *International Journal of Urban and Regional Research*, 4. doi: 10.1111/1468-2427.00351
- González S., Waley P. (2012). Traditional Retail Markets: The New Gentrification Frontier? *Antipode*, 4. doi: 10.1111/j.1467-8330.2012.01040.x
- Janoschka M., Sequera J., Salinas L. (2013). Gentrification in Spain and Latin America – a Critical Dialogue. *International Journal of Urban and Regional Research*, 38. doi: 10.1111/1468-2427.12030.
- Justo A. (2011). Transformaciones en el barrio de Malasaña. Hacia la gentrificación. *Viento Sur*, 116.
- López I., Rodríguez E. (2010). *Fin de ciclo. Financiarización, territorio y sociedad de propietarios en la onda larga del capitalismo hispano (1959–2010)* Madrid: Traficantes de Sueños.
- López, I., Rodríguez E. (2011). The Spanish model. *New Left Review*, 3.

- Maloutas T. (2012). Contextual diversity in gentrification research. *Critical Sociology*, 1. doi: 10.1177/0896920510380950
- Marshall T. (2004). *Transforming Barcelona*. London: Routledge.
- Méndez R., Sánchez S. (2010). Spanish cities in the knowledge economy: Theoretical debates and empirical evidence. *European Urban and Regional Studies*, 2. doi: 10.1177/0969776410381039
- Méndez R., Michelini J.J., Prada J., Tébar J. (2012). Economía creativa y desarrollo urbano en España: una aproximación a sus lógicas espaciales. *EURE*, 113. doi: 10.4067/S0250-71612012000100001
- Monclús F.J. (2003). The Barcelona model: and an original formula? From 'reconstruction' to strategic urban projects (1979–2004). *Planning Perspectives*, 4. doi: 10.1080/0266543032000117514
- Naredo J.M., Montiel A. (2011). *El modelo inmobiliario español y su culminación en el caso valenciano*. Barcelona: Icaria.
- Parcja-Eastaway M. (2009). The effects of the Spanish housing system on the settlement patterns of immigrants. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 4. doi: 10.1111/j.1467-9663.2009.00556.x
- Peck J. (2010). *Constructions of neoliberal reason*. Oxford: Oxford University Press.
- Pérez-Agote A., Tejerina B., Barañano M. (2010) (eds.). *Barrios multiculturales. Relaciones interétnicas en los barrios de San Francisco (Bilbao) y Embajadores/Lavapiés (Madrid)*. Madrid: Trotta.
- Plaza B. (1999). The Guggenheim–Bilbao museum effect: a reply to Maria V. Gomez' 'Reflective images: the case of urban regeneration in Glasgow and Bilbao'. *International Journal of Urban and Regional Research*, 3. doi: 10.1111/1468-2427.00215
- Pratt A. (2008). Creative Cities: The cultural industries and the creative class. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 2. doi: 10.1111/j.1468-0467.2008.00281.x
- Ribera-Fumaz R. (2008). Gentrification and retail in Ciutat Vella, Barcelona. In L. Porter and K. Shaw (eds.). *Whose urban renaissance? An international comparison of urban regeneration policies*. London: Routledge.
- Robinson J. (2011). Cities in a world of cities: the comparative gesture. *International Journal of Urban and Regional Research*, 1. doi: 10.1111/j.1468-2427.2010.00982.x
- Rodríguez, A., Vicario L. (2005). Innovación, competitividad y regeneración urbana: los espacios retóricos de la 'ciudad creativa' en el nuevo Bilbao. *Economiaz*, 1.
- Sargatal M.A. (2001). Gentrificación e inmigración en los centros históricos: el caso del barrio del Raval en Barcelona. *Scripta Nova*, 66. <http://www.ub.es/geocrit/sn-94-66.htm>
- Sequera J. (2010). Prácticas distintivas y control urbano como mecanismos de gestión de las conductas. El caso de Lavapiés (Madrid). In C. Cornejo J. Sáez and J. Prada (eds.). *Ciudad, territorio y paisaje: reflexiones para un debate multidisciplinario*. Madrid: CSIC.
- Vázquez C. (1992). Urban policies and gentrification trends in Madrid's inner city. *Netherlands Journal of Housing & Built Environment*, 4. doi: 10.1007/BF02505771
- Vicario L., Martínez Monje M. (2005). Another 'Guggenheim effect'? Central city projects and gentrification in Bilbao. In R. Atkinson and G. Bridge (eds.). *Gentrification in a global context: the new urban colonialism*. London: Routledge.
- Yúdice G. (2002). *El recurso de la cultura: usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Gedisa.
- Zukin S., Trujillo V., Frase P., Jackson D., Recuber T., Walker A. (2009). New retail capital and neighborhood change: boutiques and gentrification in New York City. *City & Community*, 1. doi: 10.1111/j.1540-6040.2009.01269.x

L'APPROPRIATION DES ESPACES PUBLICS PAR LES PERSONNES SANS-ABRI, ENTRE CONTRAINTES ET ELABORATION D'UN «CHEZ-SOI»

di Antonin Margier*

«Il n'y a pas d'être sans lieu d'être»
(Berque, 1997: 294).

L'itinérance et le sans-abrisme comptent certainement parmi les symboles les plus visibles de la pauvreté urbaine contemporaine. De plus est présent dans les espaces publics des métropoles, le phénomène interroge les chercheurs autant que les responsables politiques. Beaucoup visent alors à comprendre les phases de désaffiliation et les ressorts de l'exclusion menant à cette réalité (Paugam, 1991) tandis que d'autres analysent la mise à l'écart dont sont souvent victimes ces précaires, devenus «indésirables» dans le paysage mondialisé des villes modernes (Smith, 1996; Mitchell, 2003). Dans ces perspectives, les sans-abri seraient ballottés par des forces structurelles les dépassant et sur lesquelles ils n'auraient pas de prise. À travers cet article, nous souhaitons justement prendre en compte les pratiques mises en œuvre par ces individus dans leur occupation de la ville, et notamment en saisir les significations. En nous appuyant sur l'idée que ces personnes ne sont pas totalement démunies de moyens d'action (Girola, 2011; Parazzelli, 1997; Zeneidi, 2008), nous visons à éclaircir les rapports qu'elles entretiennent à leurs espaces de vie et au quartier. Comment, à travers l'appropriation des espaces publics, ces personnes parviennent à donner un sens à leur propre expérience de vie dans la rue? Dans cette optique, nous portons notre attention sur les quartiers de la Goutte d'Or à Paris et du Village Shaugnessy à Montréal, dans lesquels la présence de personnes marginalisées suscite certains conflits avec les riverains. La persistance de

* Lab'Urba, Université de Paris-Est, antoninm@hotmail.fr

¹ Les situations des personnes sans-abri ou itinérantes étant multiples, nous utilisons le terme de personnes marginalisées afin de décrire ces individus. Cela permet notamment de décrire comment leur condition et leurs comportements les définissent comme des individus «out of place» (Cresswell, 1996) dans les espaces publics sous l'influence des normes inscrites dans l'espace urbain. Plutôt que d'évoquer les marginaux, le terme de «personnes marginalisées» permet en outre de s'abstraire de toute essentialisation de la situation de ces *Sociologia urbana e rurale* n. 104, 2014