

Trabajo Fin de Grado

PROCESOS DE GENTRIFICACIÓN URBANA.
Barrio de la Magdalena. Zaragoza

URBAN GENTRIFICATION PROCESSES
La Magdalena neighbourhood (Zaragoza)

Autor/es

Laura Cabeza Millán

Director/es

Pablo de la Cal Nicolás

Escuela de Ingeniería y Arquitectura
2017



DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y ORIGINALIDAD

(Este documento debe acompañar al Trabajo Fin de Grado (TFG)/Trabajo Fin de Máster (TFM) cuando sea depositado para su evaluación).

D./D^a. Laura Cabeza Millán

con nº de DNI 73023126-N en aplicación de lo dispuesto en el art.

14 (Derechos de autor) del Acuerdo de 11 de septiembre de 2014, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Reglamento de los TFG y TFM de la Universidad de Zaragoza,

Declaro que el presente Trabajo de Fin de (Grado/Máster) Grado _____, (Título del Trabajo)

PROCESOS DE GENTRIFICACIÓN URBANA. Barrio de la Magdalena. Zaragoza

es de mi autoría y es original, no habiéndose utilizado fuente sin ser citada debidamente.

Zaragoza, 23 de junio de 2017

Fdo: Laura Cabeza Millán

PROCESOS DE GENTRIFICACIÓN URBANA
Barrio de la Magdalena. Zaragoza



Laura Cabeza Millán
Trabajo Fin de Grado
Escuela de Ingeniería y Arquitectura
2017

Imagen de portada
Vista del barrio de la Magdalena desde el edificio Trovador.
Fuente imagen: Elaboración propia

RESUMEN

En el barrio de la Magdalena (Zaragoza) se ha creado en los últimos años un ecosistema de creciente vitalidad urbana, en el que el pasado y el presente se confrontan. Nuevas iniciativas, actividades y modos de vida se superponen a un barrio de marcado carácter tradicional. Desde distintos ámbitos sociales ha surgido una preocupación por un incipiente proceso de gentrificación urbana en el que, a primera vista, el barrio podría estar inmerso. En este trabajo se intenta analizar esta transformación urbana, recurriendo a la identificación de indicadores de gentrificación urbana, con el objeto de cualificar y cuantificar el proceso experimentado en el barrio de la Magdalena.

Palabras clave:

Gentrificación urbana, regeneración urbana, barrio de La Magdalena

ABSTRACT

In Magdalena neighborhood (Zaragoza) an ecosystem of growth in urban vitality has been created in recent years where the past and the present are confronted. New initiatives, activities and ways of life are overlapped in a neighborhood characterized by its tradition.

From distinct social areas has been much concern about an incipient process of urban gentrification in which, in a first sight, this neighborhood could be immersed. This document is intended to analyze this urban transformation using the identification of urban gentrification indicators, with the purpose of quantifying and qualifying the process experimented by the Magdalena neighborhood.

Key words:

Urban gentrification, urban regeneration, Magdalena neighborhood

ÍNDICE

1.PRESENTACIÓN DEL TRABAJO Y PLANTEAMIENTOS METODOLÓGICOS DE PARTIDA	9
1.1 PRESENTACIÓN	9
1.2 PLANTEAMIENTOS METODOLÓGICOS	11
1.2.1 EL ÁMBITO FÍSICO	11
1.2.2 EL MARCO TEMPORAL	14
1.2.3 FUENTES DE INFORMACIÓN	14
2.¿QUÉ ES GENTRIFICACIÓN?	16
2.1 ANÁLISIS DE LA EXPULSIÓN DE LA POBLACIÓN RESIDENTE	16
2.2 ANÁLISIS DE LOS FENÓMENOS ORIGEN-DESTINO	19
2.3 ANÁLISIS DE LA COMPOSICIÓN SOCIAL RESULTANTE	21
2.4 ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS	23
3.TRANSFORMACIÓN URBANA RECIENTE EN LA MAGDALENA (ZARAGOZA)	25
3.1 EL BARRIO: ENTRE EL RECINTO ROMANO Y EL ARRABAL EXTRAMUROS	25
3.2 TRES PASOS EN LA RENOVACIÓN DE LA MAGDALENA	28
3.2.1 RENOVACIÓN DE INFRAESTRUCTURAS EN UN BARRIO DEGRADADO	28
3.2.2 MEJORA DE LA ESCENA URBANA. INTEGRACIÓN EN LOS RECORRIDOS. ELIMINACIÓN DEL EFECTO "ENCLAVE".	32
3.2.3 RENOVACIÓN SOCIAL Y COMERCIAL	38
3.3 ANÁLISIS DE LOS INDICADORES DE REGENERACIÓN/GENTRIFICACIÓN	46
3.4 MOSAICO URBANO	57
4.CONCLUSIONES	68
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y FUENTES DOCUMENTALES	73
BIBLIOGRAFÍA GENERAL SOBRE GENTRIFICACIÓN URBANA	73
DOCUMENTOS DE PLANIFICACIÓN URBANA DE ZARAGOZA	74
DATOS ESTADÍSTICOS DE LA MAGDALENA	75
ANEXO 1. RADIOGRAFÍA SOCIAL. CONVERSACIONES	77
ANEXO 2. DATOS DEL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA	105
ANEXO 3. ACTIVIDAD COMERCIAL. TRABAJO DE CAMPO.	117



Figura 1 - Calle San Agustín. Fuente: Elaboración propia



Figura 2 - Contraste. Fuente: Elaboración propia

1. PRESENTACIÓN DEL TRABAJO Y PLANTEAMIENTOS METODOLÓGICOS DE PARTIDA

1.1 Presentación

El término "gentrificación urbana" es recurrente en la descripción de los procesos de regeneración de áreas urbanas degradadas, tanto en trabajos académicos, trabajos profesionales o en el ámbito de los medios de comunicación. No es un término nuevo, ya que se formula expresamente en los años 60, pero de los análisis y situaciones ha alcanzado un grado de complejidad en sus acepciones muy notable. (Rojo Mendoza, 2016)

Con un carácter general, "Gentrificación urbana" define el proceso en el que las clases medias regresan a los centros urbanos degradados, provocando un cambio en la estructura demográfica, comercial e inmobiliaria de dichos barrios. El fenómeno ha sido identificado como negativo, ya que conlleva el desplazamiento de la población autóctona, que va acompañado de una modificación en el mercado del suelo y la vivienda. Sin embargo, en los trabajos más recientes se ponen de manifiesto aspectos positivos de la gentrificación, como apoyo a los mecanismos de regeneración y renovación urbana.

"La gentrificación es una amenaza para la supervivencia de la ciudad como lugar plural, diverso e inclusivo. Parece claro que la gentrificación es un fenómeno propio de un sistema capitalista [...] con efectos tan odiosos como la expulsión de población y la banalización del espacio urbano"
(Pierobon, 2015)

El presente Trabajo Final de Grado pretende analizar la complejidad inherente al concepto "Gentrificación urbana" y aplicarlo al caso del barrio de la Magdalena de Zaragoza.

El innegable cambio que ha sufrido este barrio en los últimos veinte años ha puesto de manifiesto en diferentes estados y publicaciones que se está produciendo un proceso de gentrificación. Sin embargo, el hecho de que al mismo tiempo no se hayan detectado indicadores negativos me ha hecho reflexionar sobre la necesidad de una mirada más atenta, detenida, al concepto "Gentrificación".

Factores como la proliferación de negocios "bohemios" o "alternativos", su ubicación en el centro de la ciudad que podría dar pie a una especulación sobre su terreno, y su atractivo cultural serán puntos clave para el comienzo de la investigación.

Situado en el casco histórico de la ciudad de Zaragoza, al Sur del río Ebro y al Este de la Plaza del Pilar, encontramos el barrio de la Magdalena, delimitado por la calle San Vicente de Paul y la calle Asalto, y atravesado por la calle Coso, una de las principales arterias del centro de la ciudad.



Figura 3 – Situación del barrio de la Magdalena en el centro de la ciudad.
Fuente: Elaboración propia.

Por tanto, este trabajo nace con el propósito de conocer los cambios que se han llevado a cabo en el barrio de la Magdalena, con el fin de determinar los tipos y grados de gentrificación que se están experimentando, y tratar de diagnosticar si finalmente podemos hablar de un barrio gentrificado o estamos ante un caso de regeneración con la llegada de nueva población y nuevas actividades.

Además, en el caso de que haya gentrificación, conocer en qué medida la hay y ante que tipo de gentrificación nos encontramos.

1.2 Planteamientos metodológicos

1.2.1 El ámbito físico

El barrio de la Magdalena es hoy un barrio con fuerte identidad. Sus límites físicos sin embargo no corresponden con los límites históricos (cuando la ciudad estaba dividida en parroquias) y con la apertura de la calle San Vicente de Paul, que modificó su límite oeste.

Consultando distintas fuentes, no hay una clara delimitación del barrio de la Magdalena, por lo que el ámbito de estudio ha sido escogido y acotado intentando abarcar y concentrar a su vez todos los focos de actividad importantes que se dan en el barrio, y teniendo en cuenta qué consideran perteneciente al barrio sus vecinos.



Figura 4 - Ámbito de estudio. Fuente: Elaboración propia

En consecuencia, a la hora de trabajar con fuentes de datos demográficos de población y vivienda, nuestro ámbito no corresponde directamente con la definición de las secciones censales con la que trabaja el Instituto Nacional de Estadística, de tal manera que se llevó a cabo una extrapolación de todos los datos según el número de viviendas¹ correspondientes a nuestro ámbito.

En la siguiente tabla se observa la extrapolación de las secciones censales a nuestro ámbito de estudio, numeradas según provincia (50), municipio (297) , distrito (01) y número de sección censal, indicada en el plano.

¹ Fuente de datos, según Dirección General del Catastro (año 2015)

SECCIONES CENSALES	Viviendas totales	Viviendas ámbito	% en ámbito
5029701 002	956	274	29%
5029701 003	589	589	100%
5029701 009	903	757	84%
5029701 039	585	135	23%
5029701 008	1026	1026	100%
5029701 006	490	110	22%
5029701 043	877	877	100%
5029701 041	871	871	100%
5029701 040	473	473	100%
TOTAL	6770	5112	

Figura 5 - Extrapolación de secciones censales a nuestro ámbito. Fuente: elaboración propia

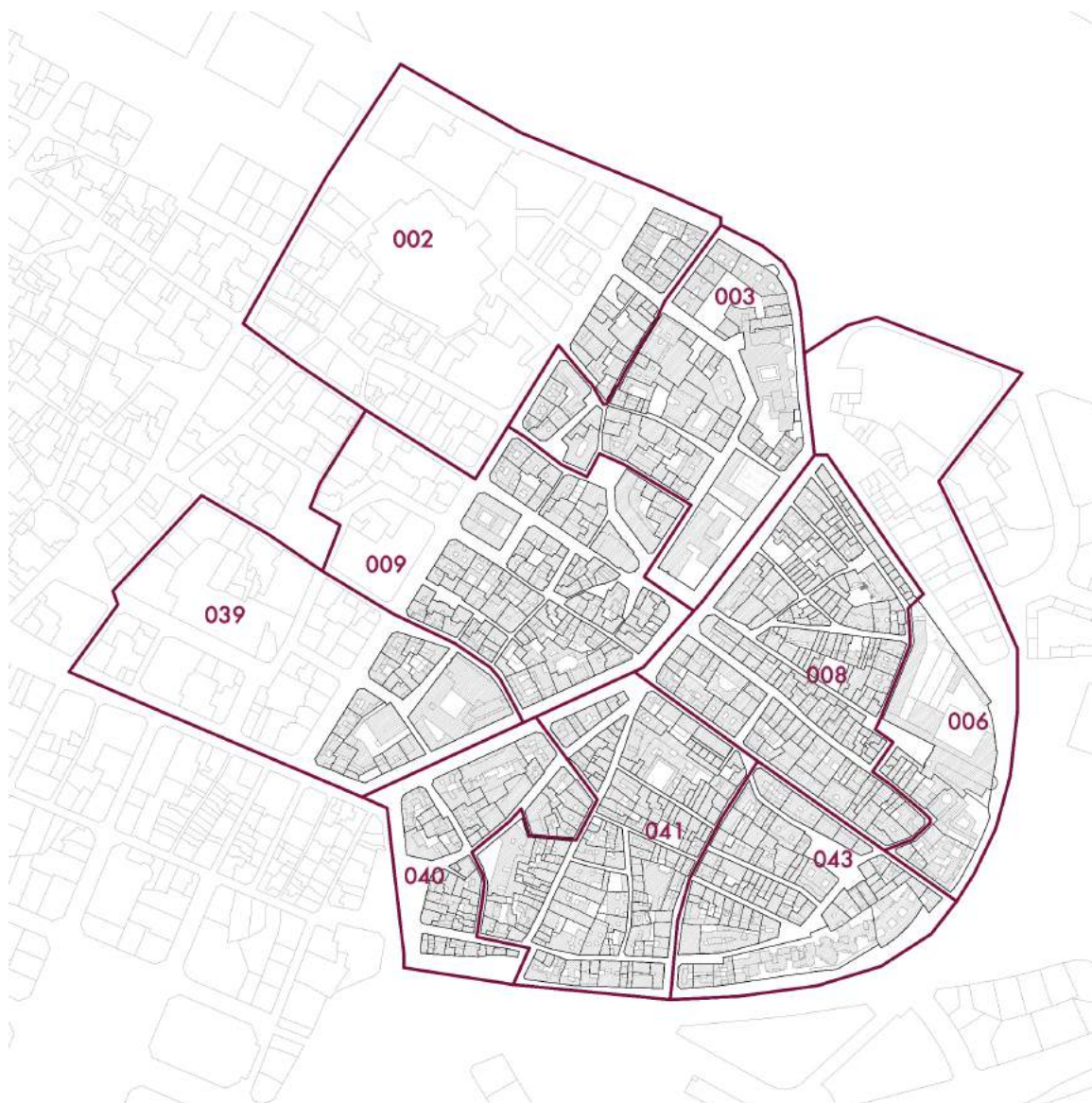


Figura 6 - Secciones censales según los Censos de Población. Fuente: Elaboración propia

1.2.2 El marco temporal

De la transformación experimentada en las últimas décadas, se toma como principal fuente de datos el Instituto Nacional de Estadística, según los censos disponibles: 1991, 2001 y 2011, pudiendo así observar con margen la evolución en términos de población y vivienda.

Algunos datos son actuales, a través del trabajo de campo, por lo que el periodo estudiado es 1991 – 2017.

1.2.3 Fuentes de información

El análisis se ha dividido en tres puntos clave: población, vivienda y actividad comercial.

Para el estudio de población y vivienda, y como se ha apuntado anteriormente, la principal fuente ha sido el Instituto Nacional de Estadística².

En cuanto a la actividad comercial, se ha realizado un trabajo de campo de reconocimiento y clasificación de todos los negocios existentes en el barrio, poniendo el interés en su año de apertura, su actividad y su carácter³.

El estudio se ha apoyado a su vez sobre documentos de planificación urbana de Zaragoza, como El Plan Integral del Casco Histórico (PICH) 1996, y la revisión del PICH en 2005.

Asimismo, se han realizado entrevistas⁴ que recogen opiniones de los grupos sociales identificados en el barrio. Las entrevistas han resultado determinantes en el desarrollo del trabajo, al considerar de gran importancia los testimonios y opiniones de los usuarios, que son los verdaderos perjudicados o beneficiados por el cambio, y aportan una explicación matizada que los datos estadísticos no contienen.

² Ver Anexo 2: Datos extraídos del Instituto Nacional de Estadística

³ Ver Anexo 3: Actividad comercial. Trabajo de campo

⁴ Ver Anexo 1: Radiografía social. Conversaciones



Figura 7 - Radiografía social. Conversaciones. Fuente: elaboración propia

2. ¿QUÉ ES GENTRIFICACIÓN?

2.1 Análisis de la expulsión de la población residente



Figura 8 - Ruth Glass.
Fuente: nexcity.com

Ruth Glass, socióloga británica nacida en Alemania en 1912. Fue clave en la sociología urbana, y en su aceptación en los años 50 como disciplina académica.

Los primeros procesos de expulsión de población residente se manifiestan a mediados del siglo XIX en actuaciones de renovación completa de tejidos urbanos, bajo el nombre de "aburguesamiento", cuando Haussmann y su reconstrucción de París en 1850 promueven el nacimiento de la modernidad burguesa.

En las décadas de 1930 y 1940, la gentrificación aparece como un hecho poco frecuente, aunque comienzan a aparecer ejemplos en ciudades como Londres, Madrid o Berlín.

No es una casualidad que el auge de la gentrificación se sitúe en las décadas de 1950 y 1960, después de un periodo de reconstrucción y rehabilitación de las zonas urbanas degradadas tras el final de la guerra.

Así, en 1964, aparece en Londres por primera vez el término "gentrificación", cuando la socióloga Ruth Glass lo definió como:

“Uno a uno, gran parte de los barrios de la clase trabajadora de Londres se han visto invadidos por las clases medias – altas y bajas. Las degradadas y modestas calles [...] fueron sustituidas [...] por elegantes y costosas residencias. [...] Cuando este proceso de “gentrificación” comienza en un barrio, avanza rápidamente hasta que todos o la mayoría de los ocupantes iniciales, miembros de la clase trabajadora, son desplazados, así se modifica el carácter social del barrio” (Glass, 1964)

El término expresa directamente su significado, el desplazamiento de la clase obrera por la ‘gentry’, una clase con mayor poder adquisitivo que invierte y revaloriza el barrio, no permitiendo a la clases residentes de menor poder adquisitivo permanecer en el barrio debido al aumento de los precios de alquiler o compra.

Tras la revalorización sistemática de los centros de las ciudades norteamericanas e inglesas, en las décadas de 1970 y 1980 se extiende progresivamente a otros países y ciudades, hasta su generalización al comienzo del siglo XX.

“Hoy en día la gentrificación esta omnipresente en las zonas urbanas deprimidas de las grandes ciudades del mundo capitalista avanzado” (Smith, 2012)

A lo largo de la historia, el término “gentrificación” ha mostrado muchos matices en su definición, su aplicación y sus consecuencias, pudiendo ser entendido de diferentes maneras dependiendo el autor que lo aborda.

Neil Smith (Smith, 1996) asegura que la gentrificación va de la mano de una reinversión de capitales públicos e inmobiliarios.

*“La gentrificación es el proceso [...] por el que barrios pobres y proletarios, ubicados en el centro de la ciudad, son reformados a partir de la entrada de capital privado y de compradores de viviendas e inquilinos de clase media”
“En términos sencillos la gentrificación genera una mejora en los negocios inmobiliarios y minoristas de un barrio, y por lo general aumenta la entrada de inversión privada” (Smith, 1996)*

Sin embargo, David Ley (Ley, 1996) enfoca el proceso hacia un cambio en la elección de la clase media, que dejan atrás su predilección por viviendas de mayor superficie en la periferia para valorar la cercanía a los centros de trabajo y de ocio, suponiendo esto un ahorro en transporte y en tiempo.

Entra además en juego la atracción por un estilo de vida urbanita, y el buen gusto que demuestra vivir en un edificio con cierto valor histórico.

Esto cambia la concepción de la estructura urbana tal y como se entendía en torno a los años 60, cuando autores como Burgess, Hoyt o Alonso defendían la preferencia por el espacio frente a la accesibilidad al centro de las clases medias.

“La aparición y desarrollo del proceso pone en tela de juicio los modelos sobre el cambio urbano residencial” (Sargatal, 2000)

A pesar de que el término “gentrificación” lleva implícito desde sus orígenes un significado negativo, en torno a los años 80 se llevó a cabo un debate sobre las también consecuencias positivas que este fenómeno aportaba a la ciudad.

Fue asumido por autores como Altshuler (1969), Lowry (1960) y Smith (1971) que los beneficios de la gentrificación podían perjudicar a las clases bajas. Sin embargo, en torno a 1985, autores como Holcomb y Beauregard criticaron esta idea. Esto llevó a un debate entre distintos autores: ¿Lleva la gentrificación a desplazamientos, segregación y polarización social?

Frente a este debate, los círculos políticos promovieron la idea de que la gentrificación conllevaba una menor segregación social y promovía comunidades más sustentables. En base a esto nacieron nuevas políticas de mezcla social, con el principal objetivo de producir una regeneración urbana positiva, donde la gentrificación ayudara a las comunidades más vulnerables y promoviera la diversidad de la ciudad como llave a la creación de una ciudad más variada y tolerante.

2.2 Análisis de los fenómenos origen-destino

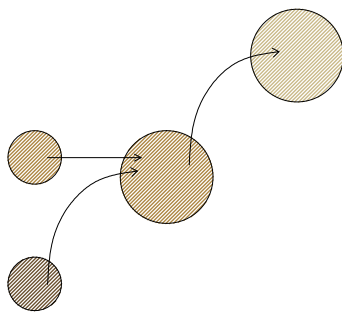
Aparece entonces un nuevo enfoque de la gentrificación, donde la mezcla social es la parte central de la regeneración y el renacimiento urbano.

“Ante todo, la ciudad es el lugar del intercambio, de la mezcla continua, de la yuxtaposición de clases, razas, culturas... ¿Hasta que punto tiene sentido lo autóctono y lo inamovible?” (Pierobon, 2015)

En este “juego” de intercambio, de mezcla y de migración de población, Cecilia Wong (Wong & Schulze Bäing, 2010) analiza la naturaleza del cambio y cómo este varía dependiendo del grado de degradación de las áreas afectadas y del nivel de renta y condición social de los vecinos.

En su estudio *“Brownfield residential redevelopment in England. What happens to the most deprived neighbourhoods?”*, Wong y Schulze observan cuatro tipos de situaciones, según las características migratorias de la población. *“¿De donde viene la gente y a donde va?”* (Wong & Schulze Bäing, 2010), y distinguen *Escalator, Gentrifier, Isolate* y *Transit*.

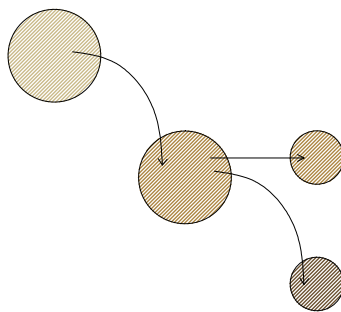
Esta clasificación tipológica de los diferentes procesos de gentrificación según el carácter migratorio será muy útil a la hora de identificar el grado de gentrificación que se da en un determinado lugar. La generalización del desplazamiento de la población como uno de los aspectos negativos de estos procesos no resulta del todo acertada, ya que como se verá en el caso de los tipos “Escalator” existen procesos en los que tanto la población que recibe el barrio, como la población que es expulsada del barrio mejoran ambas su condición de partida, con un marco de renovación y mejora global de amplios espacios de la ciudad.



"Escalator"

FLUJOS ASCENDENTES ("ESCALATOR")

Se trata de un proceso de progresión ascendente y positivo, donde la gente desplazada encuentra mejores lugares para vivir, mientras que los nuevos vecinos provienen de áreas más degradadas. [Figura 7]

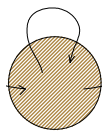


"Gentrier"

FLUJOS DE GENTRIFICACIÓN ("GENTRIER")

Los vecinos procedentes de barrios mejores, por tanto con mayor poder adquisitivo, provocan el desplazamiento de la población a áreas igual o más degradadas que las de origen. Este término recoge el carácter negativo, peyorativo del concepto gentrificación.

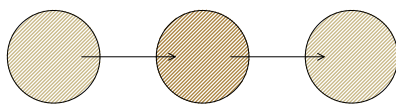
[Figura 8]



"Isolate"

FLUJOS INTERNOS ("ISOLATE")

Los flujos de residentes se producen con carácter interno, en un barrio socialmente aislado, con una escasa dinámica de flujos de población interna y externa. [Figura 9]



"Transit"

FLUJOS DE TRÁNSITO ("TRANSIT")

Se da en áreas utilizadas por gente joven proveniente de un barrio similar, lo que favorece a la rehabilitación del barrio. El periodo de estancia de esta gente es corto, por lo que no se corre el peligro de un desplazamiento de población. [Figura 10]

■ AREA MAS DEGRADADA ■ AREA DEGRADADA ■ AREA MENOS DEGRADADA

Figura 9 - Flujos de residentes. Fuente: Elaboración propia

2.3 Análisis de la composición social resultante

Richard Florida en su libro *Las ciudades creativas* define dos tipos ideales de barrios céntricos según el tipo de gente que atraen: *mosaico urbano* y *paraíso de los modernos* (Florida, 2008).

“Una opción cada vez más popular es lo que yo llamo mosaico urbano. Se trata de un barrio multicultural en el centro, que ofrece viviendas asequibles, restaurantes étnicos más baratos y calles densas, pero también puede presentar índices de criminalidad más elevados. Antes atraían a inmigrantes, familias trabajadoras y pobres de edad avanzada, pero ahora atraen a jóvenes de 20 o 30 años, sobre todo por la proximidad al centro y por el precio de la vivienda” (Florida, 2008)

“Otra opción es lo que llamo el paraíso de los modernos. Es una combinación precisa de suciedad urbana y de lujo cosmopolita que tiende a atraer a personas relativamente ricas, pero que no quieren parecer demasiado ricas. Los residentes de siempre o bien se hacen ricos o bien acaban viéndose expulsados.” (Florida, 2008)

El prototipo de barrio correspondiente con ‘mosaico urbano’ atrae gente joven, con bajo poder adquisitivo, pero interesados en la cultura o el arte y atraídos por vivir en un casco histórico. Al no pertenecer a una clase social alta, los precios se mantienen, y esto permite la convivencia y la mezcla social de nuevos y antiguos vecinos.

Sin embargo, el mayor poder adquisitivo con el que cuentan los atraídos al ‘paraíso de los modernos’ provoca el aumento de los precios y la expulsión de población, así como la desaparición de la autenticidad del barrio.

Por tanto, se consideran necesarios dos factores fundamentales para que se pueda dar un proceso de gentrificación.

Primero e indispensable, un barrio donde el “rent gap”⁵ pueda producir beneficios a inversores inmobiliarios tanto públicos como privados. Necesaria es también la existencia de colonizadores, con un perfil de consumidor medio con suficiente poder adquisitivo. Son los gentrificadores.

⁵ Rent gap: diferencia entre el valor real del suelo y la diferencia potencial de renta

Varios estudios distinguen precisamente el carácter del agente gentrificador (Vergara, 2013).

Definimos gentrificador como *“Consumidor de la vivienda rehabilitada o de nueva planta que empieza a producirse en un área degradada en proceso de valorización [...] y que con su presencia y su nueva vivienda es el encargado de cambiar la composición social del barrio”* (Díaz Parra)

“Pionero urbano que se arriesga a si mismo y a sus ahorros para convertir un barrio indeseable y deteriorado en un buen sitio para vivir” (Smith, 2012)

En cuanto al espacio gentrificable, se observa un claro modelo de barrio céntrico mal conservado y deteriorado, con una gran degradación social. Este bajo nivel de conservación se debe al bajo poder adquisitivo de sus habitantes, que no se pueden permitir invertir en el mantenimiento y rehabilitación de las viviendas.

La importancia de la ubicación define qué barrios son susceptibles de gentrificarse.

“La ubicación determina no solo el precio inicial, sino también cuánto se revalorizará la inversión con el tiempo” (Florida, 2008)

A estos factores se le suman otros atractivos que promueven la atracción de población a esos barrios, como el arte.

Este arte es llevado al barrio por colectivos de artistas que se sienten seducidos por la arquitectura y estructura urbana de un centro histórico, y convierten al barrio en un lugar más deseable.

En definitiva, promueven la revalorización del barrio de una manera indirecta, dotándolo de *“un extra de estética y ocio”* y de *“un extra de tolerancia y de cultura abierta”* (Florida, 2008).

“Los artistas, diseñadores, músicos y escritores son pioneros urbanos que curan todos los males económicos, estimulan las economías locales y elevan el valor de la propiedad inmobiliaria con su mera presencia” (Florida, 2008)

El arte dota al barrio de una personalidad, convirtiéndolo en una mercancía inmobiliaria que aumenta la demanda de nuevos inquilinos. Convierte al barrio degradado en una *“meca cultural”*, atrayendo turistas, consumidores, espectadores de galerías de arte... *“Todos impulsan la gentrificación”* (Smith, 2012)

“No es casualidad, la gentrificación ha sido construida con la ayuda del establishment del arte” (Smith, 1996)

2.4 Aspectos positivos y negativos

A la vista de varios estudios, y estudiando tres grupos: población, vivienda y actividad comercial, podríamos establecer los siguientes "indicadores de gentrificación", que pueden verse en los procesos urbanos.

Su valoración en función de los ámbitos estudiados puede ser diferente, pero en casi todos los casos pueden servir para valorar y cualificar la gentrificación.

INDICADORES POBLACIÓN	Carácter
Se experimenta la entrada de nuevos residentes que incrementa la diversidad social	+
Se incrementa el nivel de educación de la población	+
Se reduce de la delincuencia, drogas y prostitución	+
Expulsión de sectores de la población más vulnerables	-
Se producen tensiones entre nuevos y viejos vecinos	-

INDICADORES VIVIENDA	Carácter
Más viviendas en propiedad que conlleva una mayor estabilidad poblacional	+
Reducción del número de viviendas vacías	+
Notable incremento de los precios de alquiler y compra	-
Notable inversión privada en promociones inmobiliarias	-

INDICADORES ACTIVIDAD COMERCIAL	Carácter
Apertura de nuevos negocios y creación de nuevos empleos en la zona	+
Incremento del atractivo turístico y/o del atractivo para actividades de escala ciudad	+
Cierre de algunos comercios por ausencia de demanda	-
Se generan conflictos entre las meras actividades y el carácter residencial del barrio	-

Así, se entiende que “dar vida” y “sacar de la pobreza” a un barrio degradado formaría parte de una regeneración urbana. Sin embargo, cuando esta regeneración impone una subida de los precios y una revalorización económica de la zona debido a la activación del flujo comercial, comenzamos a hablar de gentrificación. ¿Qué posición toman los residentes originales del barrio? ¿Participan en la revitalización del barrio o quedan al margen? ¿Sacamos de la pobreza a las personas de un barrio, o las expulsamos y sustituimos por gente con mayor nivel económico?

3. TRANSFORMACIÓN URBANA RECIENTE EN LA MAGDALENA (ZARAGOZA)

3.1 El barrio: entre el recinto romano y el arrabal extramuros

El barrio nace en la época romana, dentro de los límites de su muralla. En él se situó una de las entradas a la ciudad, la Puerta de Valencia, que daba comienzo por el Este al decumano, hoy la actual Plaza de la Magdalena.

Posteriormente, formó parte de la medina y albergó en su zona próxima a la plaza de San Miguel la judería.

En el actual trazado del barrio se observa el paso de las diferentes épocas por este. La actual calle Mayor corresponde con el antiguo decumano romano.

Con el crecimiento de la ciudad en la época medieval, y la aparición de burgos de carácter gremial fuera de la antigua muralla romana, se construye un segundo amurallamiento como nueva línea defensiva de la ciudad, en ladrillo, que recogía lo que actualmente llamamos el barrio de la Magdalena.



Figura 10 - Puerta de Valencia. Fuente: 20minutos.es

Así, el barrio de la Magdalena es el resultado de una evolución histórica de la ciudad romana y sus arrabales medievales al Este de la muralla. La calle Coso, antiguo perímetro de la muralla romana, ha sido históricamente y sigue siendo hoy la espina central del barrio.

Un barrio con la zona del recinto romano, mas renovada, que fue objeto de planes especiales de reforma interior en los años 70, y la parte del arrabal, los extramuros, que tradicionalmente ha tenido un carácter mas humilde, menos estructurado y finalmente más degradado.

El carácter histórico del barrio y la influencia que las distintas etapas de la ciudad de Zaragoza han dejado en él, hace que esté dotado de numerosas expresiones de arte y arquitectura. De estilo mudéjar encontramos la Iglesia de la Magdalena y el Monasterio del Santo Sepulcro, datadas en el siglo XIV. La casa de los Morlanes⁶, de estilo renacentista, y la Iglesia de San Carlos Borromeo⁷, de estilo barroco, forman parte también del patrimonio histórico con el que cuenta el barrio.



Figura 11 - Patrimonio histórico. Fuente: elaboración propia

⁶ Siglo XVI

⁷ Siglo XVIII

Toda la extensión del barrio de la Magdalena se recoge dentro del BIC (Bien de Interés Cultural) en la categoría de conjunto histórico. El parcelario actual todavía evidencia su origen como zona gremial, con viviendas unifamiliares de agricultores y artesanos de 2 o 3 plantas, que se han transformado hasta hoy en 4 o 5.



Figura 12 - Zaragoza en 1808. Fuente: Cartografía histórica del Ayuntamiento de Zaragoza

3.2 Tres pasos en la renovación de la Magdalena

3.2.1 Renovación de infraestructuras en un barrio degradado

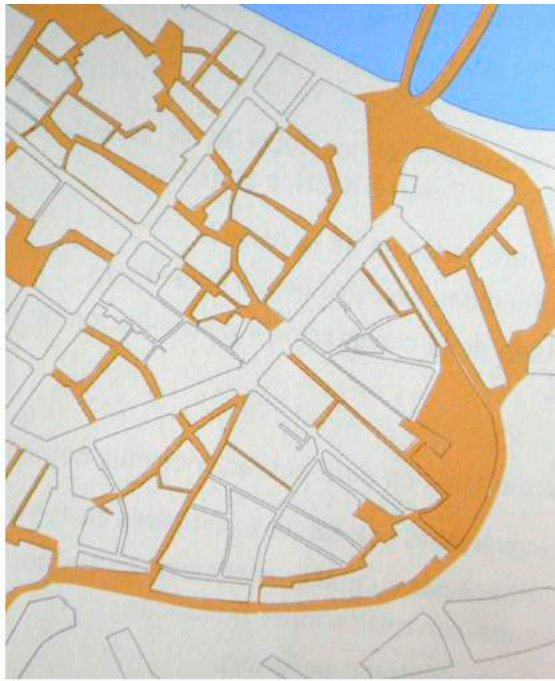
En los años 70 y 80 el barrio había acrecentado su condición de barrio aislado, degradado, con graves problemas de prostitución y drogas, lo que lo convertían en un lugar inaccesible y peligroso a ojos de la ciudad.

“Aquí cuando llegaron al barrio había prostitución y yonkis”
(J.Dieste, comunicación personal, Mayo de 2017)

“Yo era uno de los que no venía a la Magdalena por miedo, de pequeño siempre me han metido miedo con este barrio”
(N.Martínez, comunicación personal, Mayo de 2017)

La Magdalena, especialmente en su sector Este, ha sido un arrabal degradado históricamente. En los años 80 y 90 se comienza a apreciar un cierto cambio en el barrio.

El Ayuntamiento de Zaragoza impulsa entonces con el Plan Integral del Casco Histórico (PICH) de 1996, una renovación en materia de infraestructuras, el primer paso hacia una regeneración urbana. Se centra en la renovación de las redes de servicios (alumbrado, alcantarillado...), intentando también poner solución a los problemas de salubridad latentes.



Infraestructuras



Redes de Agua en estado deficiente



Red de vertido en mal estado



Alumbrado público. Calles que precisan de mejorar el nivel luminoso

Figura 13 - Renovación de infraestructuras y redes de servicio. Fuente: PICH 1996

Los estudios informativos vinculados al PICH ponen de manifiesto la degradación del barrio, contemplando aspectos como la degeneración de la actividad comercial o el gran número de solares, y señalan la alta capacidad para acoger nuevos habitantes que se habían perdido en las últimas décadas.

“El gran número de viviendas desocupadas en el casco histórico permitiría albergar entre 14.000 y 15.000 nuevos habitantes. Dato muy significativo que habrá que considerar, junto con la capacidad residencial latente en el gran número de solares existentes” (Ayuntamiento de Zaragoza. Area de Urbanismo, Medio Ambiente e Infraestructuras., 1998)



Figura 14 - Solares existentes en 1996. Fuente: Elaboración propia

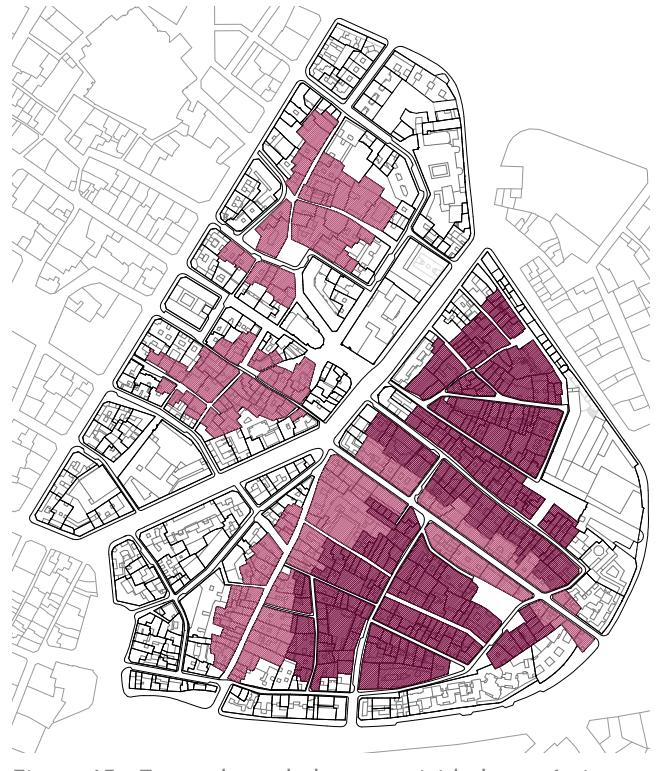


Figura 15 - Zonas degradadas en actividad económica en 1996. Fuente: Elaboración propia



Figura 17 - Solares en la Calle Olleta en 1996. Fuente: PICH 1996



Figura 16 - Solar de la Iglesia de San Agustín en 1996. Fuente: PICH 1996

Un indicador de un barrio gentrificable, según Neil Smith (Smith, 1996), es la *desinversión* por parte de las instituciones públicas en infraestructuras, con el objetivo de generar posteriormente una renovación que lleve a la especulación y la inversión privada.

En nuestro caso, podríamos hablar de una degradación progresiva en los años 70 y 80, pero afecta a más barrios de la ciudad, y se sale del ámbito temporal del trabajo. Por tanto, no se considera que en el barrio de la Magdalena se haya dado este factor. Además, la inversión económica y la gestión del cambio posterior ha sido impulsada desde el Ayuntamiento, y no desde el ámbito privado.

3.2.2 Mejora de la escena urbana. Integración en los recorridos. Eliminación del efecto "enclave".

Tras la reforma de las infraestructuras, el siguiente Plan Integral del Casco Histórico (PICH), en 2004, se centra en una mejora de la escena urbana, con el objetivo de crear un barrio más atractivo para la ciudad y sus habitantes.

Detectamos varios factores que impulsan este proceso:

Centro de historias

La proyección por parte del Ayuntamiento en el año 2003 del actual Centro de Historias, denota su interés por colocar el barrio de la Magdalena en el punto de mira de la ciudad.

El Centro de Historias, aunque fue concebido como un equipamiento de ciudad, donde se programan constantemente exposiciones, conferencias, actividades y talleres para un público general, ha sido acogido también por los vecinos como un equipamiento de barrio, provocando esta dualidad una apertura del barrio fuera de sus límites.

Importante ha sido también su ubicación, colocado al final del antiguo decumano romano, hoy Calle Mayor y Calle San Agustín, que funciona como eje de conexión entre este equipamiento y el centro histórico de la ciudad, y que se prolonga hacia el exterior de la ronda, alcanzando el Parque Bruil, el edificio Trovador, y el grupo de viviendas Aloy Sala.

Este eje, por tanto, ha facilitado la inmersión en el barrio de gente ajena a él, que movidos por las actividades realizadas en el Centro de Historias, lo han descubierto.

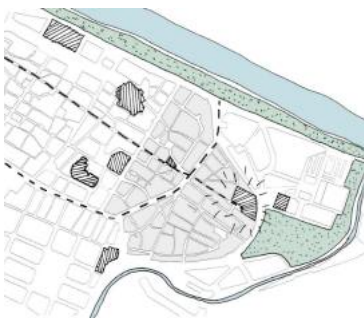


Figura 18 - Conexiones con ciudad. Fuente: Elaboración propia



Figura 19 - Eje de conexión Centro de Historias. Fuente: Elaboración propia

Asociación de Vecinos Madalena "Calle y Libertad"

Cabe señalar en el año 2005 la aparición de la Asociación de Vecinos de la Magdalena, que continuando la labor de la Asociación Barrio verde, fundada a principios de los años 90, ha sido un motor fundamental para el impulso del barrio y su proyección en la ciudad. De manera auto gestionada, esta asociación es la encargada de organizar las fiestas del barrio, mercadillos, conciertos, actividades.., eventos que han aportado atractivo al barrio, y a los que actualmente no solo acuden vecinos, sino que despiertan el interés en los habitantes de la ciudad.

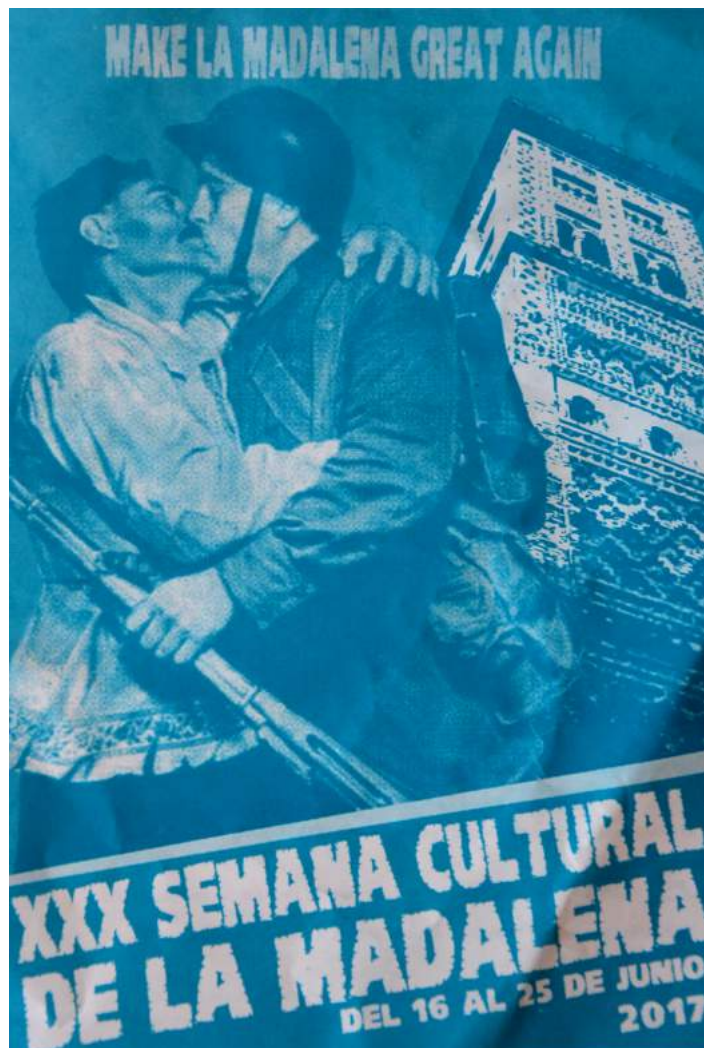


Figura 20 - Portada programa de la Semana Cultural de la Magdalena 2017, autofinanciado y organizado por la Asociación de Vecinos. Fuente: Elaboración propia

Expo 2008

Otro factor que influyó indirectamente en la renovación del barrio fueron las políticas urbanísticas llevadas a cabo para la Expo en 2008, que fueron aplicadas en todo el entorno del centro histórico así como en la ribera del río Ebro.

Podemos destacar tres actuaciones de las que se benefició el barrio. En primer lugar, la creación del carril bici, trazado a lo largo del Coso, que conecta el barrio con otros puntos de la ciudad, y favorece que nuevos usuarios lleguen a él.

En segundo lugar, la mejora de la ribera del Ebro, directamente en contacto con la zona. Hoy son muchos los habitantes de Zaragoza que acuden a la ribera del Ebro a practicar deporte, pasear y disfrutar de su buen estado. La reforma del parque Bruil (2009) y del Parque de la desembocadura del Gallego, llevado a cabo por el Ayuntamiento antes de la Expo, han consolidado este espacio como un sistema verde completo.



Figura 22 - Carril bici en Calle Coso.
Fuente: Elaboración propia



Figura 21 - Carril bici en el centro de la ciudad. Fuente: Elaboración propia

Por último, y en mi opinión más importante, las rutas turísticas creadas con motivo de la Expo, que se mantienen hoy en día, y que acercan el barrio a turistas y ciudadanos, permitiendo que este se de a conocer.

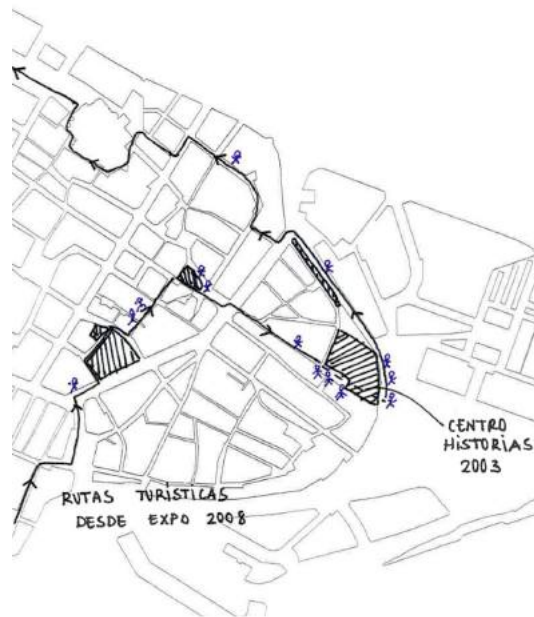


Figura 23 - Ruta turística a su paso por la Magdalena. Fuente: Elaboración propia



Figura 24 - Visitas turísticas Barrio de La Magdalena. Fuente: Elaboración propia

Los 7 espacios creativos

En el año 2011, y de nuevo impulsado desde el Ayuntamiento, comienza un proyecto de "Los 7 espacios creativos" que pretende potenciar el eje de conexión mencionado anteriormente correspondiente con el antiguo decumano romano.

El lugar elegido es la calle San Agustín, calle principal de una de las zonas mas degradadas del barrio, pendiente todavía hoy de su renovación total.

Estos locales están enfocados a un tipo de comercio artesano, emprendedor y creativo. Según uno de sus artesanos, N.Martinez, el precio de alquiler de estos locales es inferior a la media del barrio.

El contraste que crea el enfoque de estos comercios, la población, en su mayoría de etnia gitana, que reside en esa zona todavía degradada, y los bajos precios de alquiler a los artesanos, nos llevan a pensar en una posible intención de gentrificación pretendiendo que la impulsión de comercios destinados a gente con un mayor poder adquisitivo haga subir los precios y desplazar a la población.

Sin embargo, esta hipótesis queda descartada al tratarse de una zona donde se concentra la mayoría de vivienda social del barrio, gestionada desde Zaragoza Vivienda con precios públicos que no varían respecto al mercado.



Figura 25 - Fotomontaje 7 espacios creativos. Fuente: Elaboración propia

3.2.3 Renovación social y comercial

Consideramos la última etapa del cambio a partir del año 2011, momento donde se comienza a proyectar y publicitar por medio de diferentes iniciativas culturales y de ocio el barrio de la Magdalena, y el cambio se empieza a reflejar en la renovación de su tejido comercial.

Son tres los factores que en los últimos años han hecho del barrio de la Magdalena un reclamo para jóvenes de toda la ciudad:

Festival Asalto

En 2015 se celebra con sede en el Centro de Historias la décima edición del Festival Asalto, un Festival Internacional de Arte Urbano que durante 10 años ha llenado la ciudad de Zaragoza de arte con propuestas vanguardistas e impactantes.

“Diez años asaltando artísticamente y con creatividad el espacio público, transformando Zaragoza en una de las ciudades europeas con mayor presencia de obras de arte contemporáneas en su espacio público pero que también fomenta la cultural visual, la regeneración y reactivación de espacios urbanos en desuso al mismo tiempo que fomenta que los propios ciudadanos sean agentes fundamentales en este cambio hacia una ciudad más abierta, participativa y creativa” (Red Aragón, 2015)

Aunque este factor no tiene demasiada relevancia actualmente, en su momento provocó un cambio de imagen en el barrio de la Magdalena que ayudó a su promoción. Un equipamiento de ciudad que fomentó la proyección del barrio y su nueva cara a aquellos que durante muchos años no se habían fijado en él.



Figura 26 - Grafiti Festival Asalto en Solar perteneciente a la iniciativa "Esto no es un solar". Fuente: Elaboración propia

Juepincho

Pero se podría decir que el auge del barrio ha venido impulsado por la iniciativa del 'Juepincho', que muchos consideran que ha provocado que actualmente la Magdalena sea un lugar 'de moda'. Se trata de un proyecto inspirado en el 'Juevincho' de Pamplona, que ofrece todos los jueves tapa y caña o vino por 2 euros por una serie de bares de la calle Heroísmo y las calles contiguas a la Iglesia de la Magdalena, donde participan tanto bares de nueva apertura como tradicionales.

Esta iniciativa genera el único conflicto que hemos detectado en el barrio entre los vecinos y los nuevos usuarios de este. Sin embargo, al tratarse de una actividad acotada a un día y horas concretas, los vecinos coinciden en que el impulso económico que supone para los negocios de hostelería del barrio compensa las molestias que ocasiona.

"Es lo que menos nos gusta en el barrio, porque sufrimos una invasión de 8 horas a la semana de gente que no es del barrio. Pero bueno, también hay que entenderlo de otra manera. Para los negocios de hostelería supone una inyección económica brutal" (J.Dieste, comunicación personal, Mayo de 2017)



Figura 27 -
Bares y
restaurantes
de la ruta del
"Juepincho".
Fuente:
Elaboración
propia



Figura 29 - Juepincho. Fuente: Elaboración propia



Figura 28 - Juepincho. Fuente: Elaboración propia

Renovación del tejido comercial

La trama comercial del barrio se ha visto renovada por la aparición de negocios destinados a un público determinado, y enfocados a nuevos comercios creativos, artesanos, de ropa de segunda mano o comida vegetariana o ecológica. Por tanto este nuevo público con el que cuenta el barrio es en su mayoría gente joven, estudiantes, bohemios o artistas, denominados por algunos como 'modernos'.

La inserción de este nuevo tipo de negocios, por lo tanto, a creado una diversa red comercial, entre los que seguimos encontrando comercios tradicionales, otros que se han visto obligados a renovarse, y la aparición de estos nuevos establecimientos.

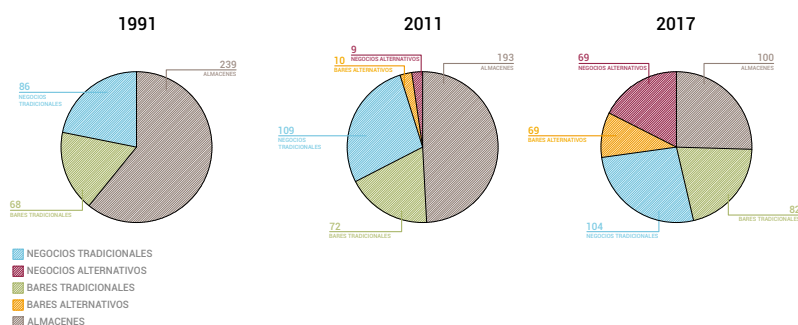


Figura 30 - Actividad comercial en planta baja. Fuente: Elaboración propia

La apertura de nuevos negocios, además, no ha supuesto el cierre de otros, puesto que el barrio, al encontrarse degradado anteriormente, contaba con un gran número de almacenes y locales vacíos.

Sin embargo, no tanto por la apertura de otros comercios sino por el cambio en los gustos y necesidades de la población joven, se están dando dos situaciones que influyen en los negocios que se encontraban anteriormente en el barrio.

Por un lado, ciertos comercios han decidido renovarse y adaptarse frente a un nuevo público que demanda servicios y productos más específicos. Encontramos el ejemplo de la "Carnicería Artesana Gabriel y Lourdes", situada en la calle C.Ramirez, donde aseguran que la clientela ha cambiado y por tanto su manera de trabajar también. Se han adaptado al nuevo cliente y ahora su mayor venta son los productos elaborados, consumidos por los nuevos y jóvenes vecinos.

Por otro, encontramos algunos comercios que poco a poco se están quedando a un lado y finalmente acabarán cerrando. Aun así, no podemos atribuir esto a un proceso de gentrificación ya que estos comercios se han quedado atrás debido a la evolución de las tecnologías y las nuevas formas de vida, como es el ejemplo de la Papelería Albiol.

“Es en general pero mucho mas en este barrio por el cambio, porque claro ha venido la gente joven, los modernos, que de mi negocio no consumen, por tanto yo he ido a peor. Antes yo he llegado a vender 250 periódicos al día y ahora me mandan 10 y me sobran” (MJ.Ibañez, Papelería Albiol, Mayo de 2017)

Estas iniciativas han supuesto que este barrio despierte interés entre los habitantes de la ciudad, que al contrario que hace unos años, actualmente es elegido por muchos para disfrutar de su tiempo de ocio.



Figura 31 - Comercios tradicionales. Fuente: Elaboración propia



Figura 32 - Comercios alternativos. Fuente: Elaboración propia

3.3 Análisis de los indicadores de regeneración/gentrificación

Analizaremos a continuación la situación actual en el ámbito de población, vivienda y actividad comercial, y si los cambios observados ponen de manifiesto un proceso de gentrificación o de regeneración urbana.

Población

El principal cambio es la llegada de población perteneciente a otros barrios o distritos de Zaragoza, una nueva población que pertenece a una clase media-baja, sin un alto poder adquisitivo, al ser en su mayoría jóvenes.

La aparición de este nuevo perfil entre los vecinos ha provocado cambios en la pirámide poblacional, aumentando el porcentaje de gente joven, e incrementando claramente el nivel de estudios de la población.

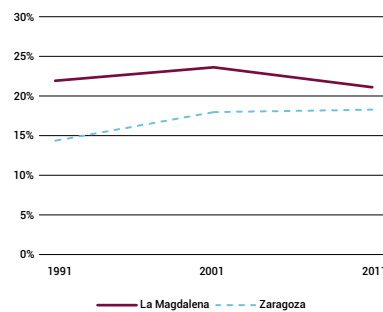


Figura 34 - Proporción de población mayor de 65 años. Fuente: Elaboración propia

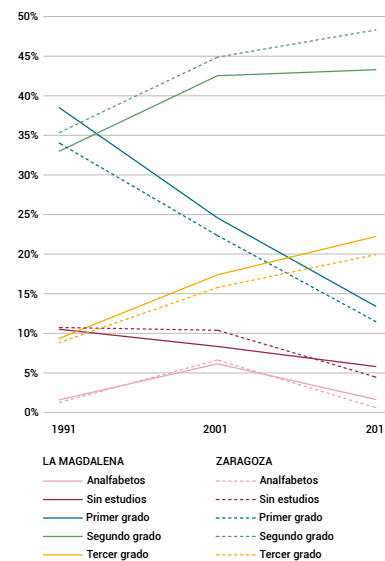


Figura 33 - Proporción de población según nivel de estudios. Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la población tradicional, se observa una pérdida debido al fuerte envejecimiento que arrastraba la zona. Sin embargo, la afluencia de población extranjera ha supuesto un gran aporte demográfico.



Figura 35 - Niños jugando. Fuente: Elaboración propia



Figura 36 - Anciano paseando. Al fondo, grupo de adolescentes. Fuente: Elaboración propia



Figura 37 - Familia musulmana. Fuente: Elaboración propia

La llegada de nuevos vecinos no ha supuesto un movimiento de desplazamiento, permaneciendo los antiguos en el barrio.

La ausencia de desplazamiento de la población perteneciente al barrio crea en este una mezcla social positiva, donde conviven en armonía diferentes 'tipos' de gente: nuevos vecinos, residentes, inmigrantes y gitanos.

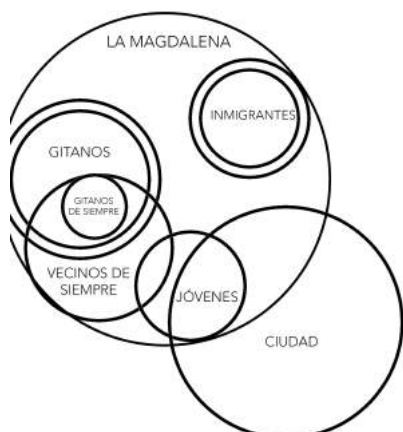


Figura 38 - Diagrama de relación entre grupos sociales. Fuente: Elaboración propia

“Hay 4 perfiles en el barrio. Los gitanos de toda la vida, los inmigrantes, los residentes de toda la vida que han envejecido, que son gente encantadora, y la gente nueva, la que esta de moda, los vanguardistas, los modernos. Entre ellos se convive estupendamente” (N.Martínez, comunicación personal, Mayo de 2017)

“La mezcla es buena pero yo creo que en el fondo no interactúan unos con otros, y al no interactuar funciona” (N.Martínez, comunicación personal, Mayo de 2017)

Vivienda

Partiendo de la existencia de una gran bolsa de viviendas vacías ya desde los años 90, se encuentra en el barrio una amplia oferta de pisos, que ha permitido que nuevos vecinos compren o alquilen una vivienda en el barrio de la Magdalena sin esto suponer un aumento en el precio del suelo.

Aunque la demanda de vivienda ha aumentado, la gran oferta de pisos ha mantenido los precios, resultando un bajo precio de alquiler y compra de la vivienda en relación con su ubicación en el centro de la ciudad.

Se aprecia también una gran cantidad de vivienda social existente en el barrio.

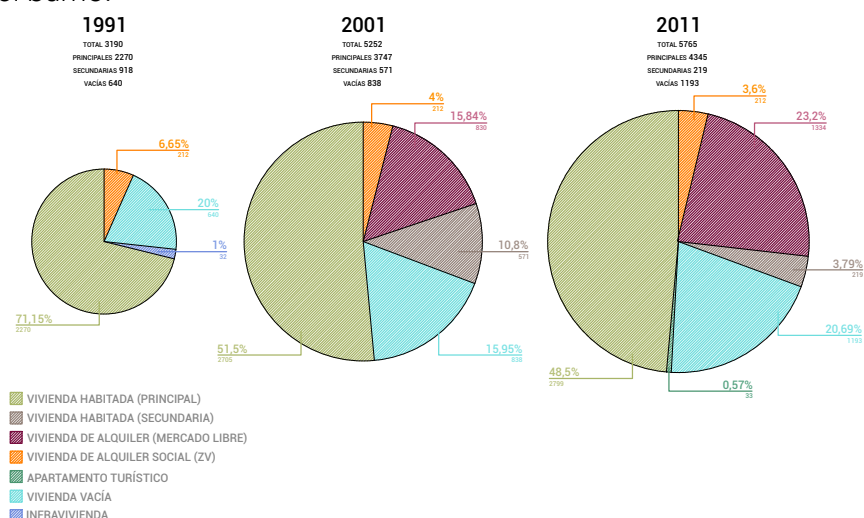


Figura 39 - Proporción tipología de vivienda. Fuente: Elaboración propia



Figura 40 - Trasera de vivienda antigua. Fuente: Elaboración propia

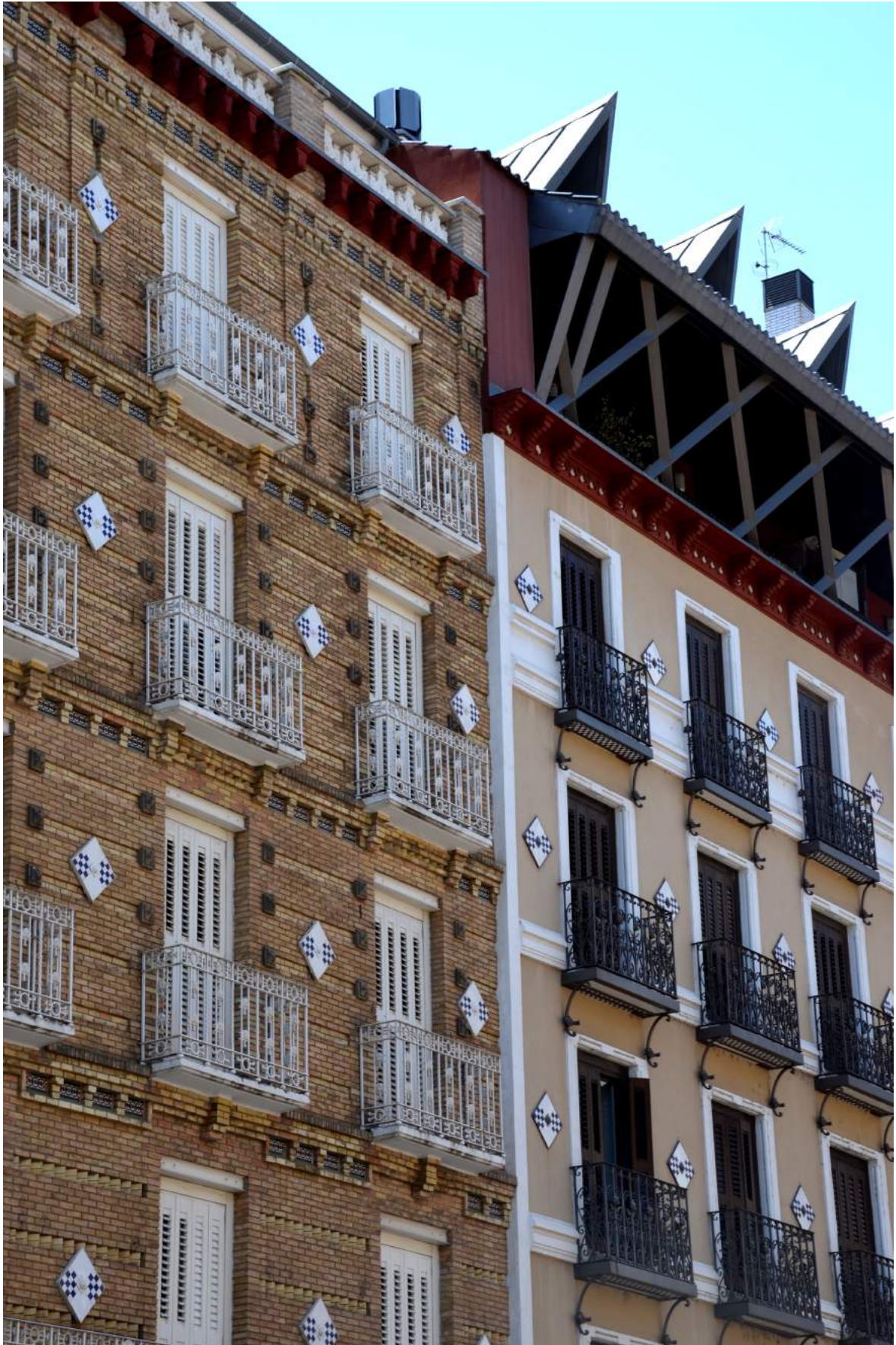


Figura 41 - Viviendas rehabilitadas en la Calle Coso. Fuente: Elaboración propia.



Figura 42 - Viviendas en la Calle Heroísmo. Fuente: Elaboración propia

Actividad comercial

Tras el trabajo de campo de reconocimiento y clasificación de los negocios del barrio, se observa, además de un mantenimiento de antiguos comercios, la aparición de un tipo de comercio no destinado para la gente del barrio, y del que la gente del barrio no consume.

Por lo general son tiendas caras, con un producto concreto y determinado, algunas artesanas o vintage.

La apertura de nuevos comercios favorece la regeneración urbana del barrio. Sin embargo, habrá que tener cuidado con la población que atraen continuamente estos comercios, con un nivel económico superior, y que por ahora en su mayoría son visitantes y usuarios del barrio, pero que en un futuro podrían convertirse en nuevos vecinos, haciendo que los precios subieran y desencadenando un proceso de gentrificación.

En resumen, la consecuencia directa, tanto de las nuevas iniciativas culturales y de ocio como de la aparición de nuevos comercios alternativos, es la llegada de población perteneciente a otros barrios o distritos de Zaragoza que decide comprar o alquilar una vivienda en el barrio de la Magdalena debido a su creciente atractivo.

Esta situación podría desembocar en una gentrificación, que incluso podría acarrear un desplazamiento de la población autóctona. Sin embargo, hay dos factores que han frenado este proceso.

En primer lugar, el bajo poder adquisitivo de la nueva población joven, que no pertenece a una clase alta. De hecho una de las cosas que atrae a esta gente al barrio es el bajo precio de alquiler de la vivienda en relación con su ubicación, que se pueden permitir. Por tanto, los precios de alquiler y compra de vivienda no han aumentado en exceso. Se ha apreciado una ligera subida debido al aumento de la demanda, pero con carácter general el precio se ha mantenido.

El cambio sin embargo se da en el perfil del comprador, y no en el precio. El nuevo comprador es gente joven de fuera del barrio que aunque puede tener cierto poder adquisitivo no pertenece a la clase alta.

En segundo lugar, la gran cantidad de vivienda social ha creado un colectivo arraigado en él desde hace décadas, que no es susceptible de ser desplazado y disminuye el atractivo del barrio para ciertos sectores.

La progresiva desaparición de los solares en el barrio indica también una mejora del barrio y una regeneración urbana. Cabe destacar la iniciativa del proyecto 'Esto no es un solar', que ha intervenido en 4 solares del barrio haciendo de estos un espacio público y urbano y mejorando así el aspecto del barrio y sus calles.

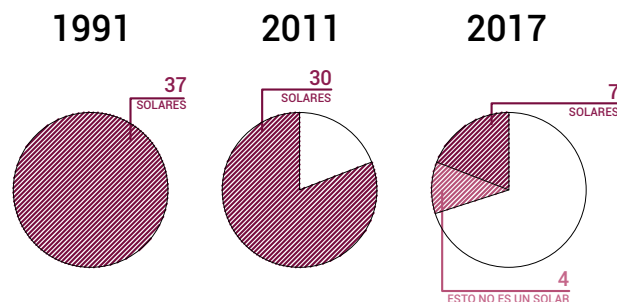


Figura 43 - Evolución de solares. Fuente: Elaboración propia

En todas las entrevistas realizadas a vecinos del barrio apuntan como positivo la llegada de gente joven y nueva, y ven a estos como parte fundamental del cambio.

Esta diversidad y mezcla social están creando un barrio con identidad propia, un ecosistema que lo hace atractivo.



Figura 44 - Solar perteneciente a la iniciativa "Esto no es un solar, situado en la Calle Coso. Fuente: Elaboración propia

3.4 Mosaico urbano

Los factores anteriormente explicados, aplicados a un barrio que ya contaba con una trama consolidada, donde tejidos sociales, culturales, comerciales y urbanos se entrelazaban creando una gran diversidad, da como resultado un ecosistema variado que da cabida a los diferentes grupos sociales.

A pesar de tratarse de un barrio con dimensiones reducidas, encontramos en él diferentes zonas con rasgos diferenciados, que permiten la acogida de todo tipo de actividades.

A continuación se explican las diferentes zonas detectadas con dinámicas claramente diferenciadas.



Figura 45 - Zonas detectadas en el barrio. Fuente: Elaboración propia

Zona 1

Situada al Norte del barrio, y delimitada por el Paseo Echegaray, la calle San Vicente de Paul y la calle Coso, podríamos clasificarla como zona cultural y alternativa, destinada no a la ciudad en general sino a un público con un perfil determinado.

Se detecta un gran número de locales vacíos y almacenes, resaltando que la mayoría de negocios abiertos corresponden a negocios alternativos.

Tiene como elemento principal la calle Universidad, en la que encontramos bares veganos, tiendas de tatuajes o tiendas de ropa. Además, su componente cultural es debido a la existencia de una sala de conciertos, la casa de las Culturas, utilizada por población inmigrante, y una Asociación de Vecinos.

Zona 2

Conforma el centro del barrio de la Magdalena, con la Plaza de la Iglesia de la Magdalena como punto central. Es la zona del barrio con mayor afluencia turística.

En esta zona encontramos una mezcla de nuevos y viejos comercios. Por un lado, comercios y bares tradicionales fuertemente asentados en el barrio que siguen funcionando, con una clientela fija, y que mantienen el espíritu y esencia de pueblo del barrio.

Por otro, comercios tradicionales renovados, que aunque mantienen su carácter tradicional, se han adaptado a la nueva población residente y visitante.

En contraste aparecen nuevos comercios de ropa 'vintage', bohemios y alternativos, que enriquecen y consolidan el tejido de la zona.

Además, es uno de los puntos claves de la ruta del Juepincho, en el que participan bares 'de toda la vida' que se han unido a esta iniciativa, como el bar Entalto o el bar Estudios.

Esto crea una zona destinada a la ciudad, a diferentes públicos que pueden encontrar en pocas calles una gran oferta de comercios.

Zona 3

Por su ubicación, conectada con la calle Coso y cercana a la Plaza San Miguel, encontramos una zona con una fuerte carga comercial, destinada a la ciudad, donde se mezclan comercios tradicionales y alternativos.

Zona 4

Se podría calificar esta zona como la más degradada del barrio. En ella se acumulan gran parte de las viviendas sociales, habitadas por población de etnia gitana o por familias en riesgo de exclusión social. Cabe destacar también la ubicación en la zona del Albergue municipal.

Al pasear por esta zona encontramos calles estrechas, sucias, y menos cuidadas que las del resto del barrio. Además, llama la atención la poca actividad comercial, con un gran número de locales vacíos, así como la falta de parques o espacios públicos.

Los pocos comercios que se encuentran, están estratégicamente colocados en el eje de la Calle San Agustín y en la Plaza de San Agustín, y responden a un tipo de comercio artesanal y alternativo (7 espacios creativos), con poca relación con su población, pero que pretenden revitalizar la zona apoyados en el Centro de Historias.

Zona 5

La calle Heroísmo tiene una tradición hostelera que atrae desde hace mucho tiempo a habitantes de toda la ciudad. No se trata de una clientela determinada, por lo que en esta calle se mezclan negocios tradicionales y alternativos que eligen la calle Heroísmo por su buena conexión con la Plaza San Miguel y la calle Coso, y su éxito seguro. Un éxito impulsado también por el Juepincho, del que esta calle es punto clave, y que congrega a muchos jóvenes y no tan jóvenes todos los jueves del año.

Hoy, la Magdalena, se entiende como la zona más alternativa e intercultural de la ciudad. Muchos han sido los aspectos, anteriormente explicados, que han llevado a este barrio a pasar de ser una de las zonas más degradadas de Zaragoza, a ser una de las más frecuentadas por los habitantes de esta ciudad.

¿Dónde acaba la regeneración y comienza la gentrificación? ¿Cuál ha sido el éxito de este barrio para no traspasar el límite?

Esta claro que la palabra 'cambio' lleva implícito la eliminación de ciertos aspectos y la inclusión de otros nuevos, con el fin de conseguir un resultado diferente. Tras lo estudiado, podría concluir que hablamos de regeneración urbana mientras los aspectos eliminados sean negativos o perjudiquen a la población y al desarrollo cultural, económico y social del barrio. Sin embargo, en el momento que se eliminan aspectos positivos, como su identidad, sus vecinos, su actividad tradicional, en definitiva su esencia, con el único fin de una ganancia económica, estamos hablando de gentrificación.

El gran sentimiento de pertenencia al barrio, junto con el nivel de asociacionismo en este, unido a un cambio pausado, una regeneración lenta, que ha permitido controlar en todo momento aspectos que podrían haber llevado a un proceso de gentrificación, ha supuesto el éxito del barrio.

Actualmente encontramos una trama consolidada casi en su mayoría, reforzada por una amplia red comercial destinada a todos los grupos sociales y edades. La trama urbana y la escala del barrio, de calles estrechas y sin tráfico, en su mayoría peatonales, favorecen la actividad comercial y las relaciones sociales, además de contar con una carga estética que aumenta su atractivo.

Volviendo al análisis de la composición social de un barrio, y por todo lo anteriormente dicho, el barrio de la Magdalena respondería a la tipología de mosaico urbano, definida por Richard Florida (Florida, 2008) en su libro *Las ciudades creativas*:

“Una opción cada vez más popular es lo que yo llamo mosaico urbano. Se trata de un barrio multicultural en el centro, que ofrece viviendas asequibles, restaurantes étnicos más baratos y calles densas, pero también puede presentar índices de criminalidad más elevados, menos tiendas, menos ocio nocturno y menos espacios verdes. Antes atraían a inmigrantes, familias trabajadoras y pobres de edad avanzada, pero ahora atraen a jóvenes de 20 o 30 años, sobre todo por la proximidad al centro y por el precio de la vivienda. Por desgracia, los mosaicos urbanos, casi por definición, son barrios precarios. Fluctúan entre la pobreza y el abandono, por un lado, y el aburguesamiento total, que acaba con la diversidad, por el otro” (Florida, 2008)

En todo el barrio se observa una tipología clara de vivienda, con local abierto a la calle en planta baja, y una media de 3-4 plantas residenciales, debido a su origen como burgo gremial. No destaca la aparición de ningún edificio alto, ni la intención de aumentar el número de viviendas en la zona. Las actuaciones de rehabilitación y nueva construcción respetan en todo momento el carácter del barrio.

Preservar el carácter y la esencia de un lugar debería ser la principal preocupación de todos aquellos que influyen en el urbanismo, la arquitectura, y por tanto, en la sociedad.

Si algo ha conseguido el barrio de la Magdalena es mantener su carácter, su diversidad, la actividad en sus calles, su sentimiento de pertenencia al barrio, su identidad, que se ha visto reforzada por la llegada de gente joven, con nuevas inquietudes, que han enriquecido el mapa social del barrio, han incrementado su atractivo y son parte activa del cambio.



Figura 46 - Balcón vivienda social. Fuente: elaboración propia



Figura 47 - Interior tienda G-Gardens Vintage. Fuente: Elaboración propia



Figura 48 - Población de etnia gitana. Fuente: Elaboración propia



Figura 49 - Ancianos. Fuente: Elaboración propia



Figura 50 - Productos comercio alternativo Fuente: Elaboración propia



Figura 51 - Joven con skate. Fuente: Elaboración propia

4.CONCLUSIONES

A continuación se ordenan e intentan sintetizar los diferentes indicadores que nos alertarían de que se está produciendo un proceso de gentrificación.

Se dividen en las tres unidades estudiadas a lo largo de la investigación: población, vivienda y actividad comercial, indicando su carácter positivo o negativo y señalando su existencia o no en el barrio de la Magdalena.

INDICADORES POBLACIÓN	Carácter	Situación en la Magdalena
Se experimenta la entrada de nuevos residentes que incrementa la diversidad social	+ SI	En el barrio conviven diferentes 'grupos sociales'
Se incrementa el nivel de educación de la población	+ SI	Según los datos del INE, el nivel de educación ha subido y se encuentra por encima de la media de Zaragoza
Se reducen la delincuencia, drogas y prostitución	+ SI	En todas las entrevistas se recalca este hecho, como consecuencia de la regeneración del barrio.
Expulsión de sectores de la población mas vulnerable	- NO	No se ha producido una expulsión de la población vulnerable, debido a que no han subido los precios, y a la existencia de una bolsa estable de vivienda social en alquiler (SZV)
Se producen tensiones entre nuevos y viejos vecinos	- NO	Todos los vecinos entrevistados niegan una mala convivencia vecinal.

INDICADORES VIVIENDA	Carácter	Situación en la Magdalena
Más viviendas en propiedad que conlleva una mayor estabilidad poblacional	+ NO	El número de viviendas en propiedad se mantiene, mientras aumentan el número de viviendas en alquiler
Reducción del número de viviendas vacías	+ NO	Las viviendas vacías aumentan, debido al envejecimiento de la población.
Notable incremento de los precios de alquiler y compra	- NO	El precio se mantiene respecto a los años anteriores, estando igual que la media de Zaragoza.
Notable inversión privada en promociones inmobiliarias	- NO	No se detecta una inversión privada sobresaliente. Tanto las instituciones públicas como agentes privados han invertido en el barrio.

INDICADORES COMERCIAL	ACTIVIDAD	Carácter	Situación en la Magdalena
Apertura de nuevos negocios y creación de nuevos empleos en la zona	+ SI	SI	Según el trabajo de campo realizado, se observa gran proliferación de negocios alternativos, que conviven con los negocios tradicionales.
Incremento del atractivo turístico y/o del atractivo para actividades de escala ciudad	+ SI	SI	Juepincho, rutas turísticas..
Cierre de algunos negocios por ausencia de demanda	- NO	NO	Salvo casos generales, en los que no influye estar en el barrio de la Magdalena, no se detecta el cierre de negocios.
Se generan conflictos entre las meras actividades y el carácter residencial del barrio	- NO	NO	El juepincho, pero son horas muy concretas y no se experimenta un gran conflicto.

Los resultados obtenidos a partir de los indicadores de población, vivienda y actividad comercial, tras el estudio de estos tres ámbitos, dejan claro que en el barrio de la Magdalena no se está dando un proceso de gentrificación.

Analizamos por separado los aspectos positivos, que llevarían a una regeneración urbana, y los aspectos negativos, que tienen implícito un proceso de gentrificación.

En cuanto a los aspectos positivos, vemos que se están dando en el barrio la mayoría de ellos, como una mezcla social, un aumento del nivel de educación, reducción de la delincuencia, drogas y prostitución, la apertura de nuevos comercios o el incremento del atractivo del barrio para actividades de ciudad, procesos que indican una clara regeneración urbana tanto en el ámbito físico, social y económico.

Los dos factores positivos que no se cumplen en el barrio en el ámbito de vivienda vienen dados por el envejecimiento que arrastraba el barrio desde hace años, que deja cada vez más viviendas vacías en este. Además, que la nueva población se trate en su mayoría de jóvenes o estudiantes, justifica un aumento en los alquileres y no en las viviendas en propiedad, que llevaría a una mayor estabilidad poblacional.

Aunque quizá el hecho de que no aumenten las viviendas en propiedad y si en alquiler, junto con el no muy alto poder adquisitivo de los nuevos vecinos jóvenes, esta garantizando el freno a un desplazamiento de población.

Según Cecilia Wong y Schulze (Wong & Schulze Bäing, 2010) en su estudio *"Brownfield residential redevelopment in England. What happens to the most deprived neighbourhoods?"*, el barrio de la Magdalena encajaría en la tipología de "Transit", proceso que se da en barrios a los que acude gente joven, que favorece la rehabilitación y regeneración del barrio, pero que no provoca un desplazamiento de la población debido a su medio poder adquisitivo y a sus estancias cortas.

En cuanto a los aspectos negativos, hemos comprobado, siendo el principal objetivo de la investigación, que no se cumplen casi en su totalidad. No encontramos expulsión ni desplazamiento de la población más vulnerable, ni tensiones entre los vecinos, aumento de los precios o cierre de negocios.

Cuando un barrio experimenta principalmente los indicadores positivos de la gentrificación podemos hablar de renovación, recualificación positiva.

Cuando un barrio manifiesta los indicadores negativos, entonces podemos hablar de un barrio gentrificado que evidencia los aspectos negativos de los procesos de gentrificación.

En la Magdalena no se ponen de manifiesto ninguno de los indicadores negativos.

Por tanto, concluimos que en el barrio de la Magdalena no se está dando un proceso de gentrificación, pero sí se ha llevado a cabo una regeneración urbana que ha permitido la apertura del barrio a la ciudad como un barrio renovado, diverso, multicultural y unido.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y FUENTES DOCUMENTALES

Bibliografía general sobre gentrificación urbana

Ley, D. (1996). *The New middle class and the remaking of the central city*. Oxford: Oxford University Press.

Leal, J., Martínez, M., Echaves, A., & García, E. (2012). *Densidades urbanas y sociales en dos barrios centrales de Madrid: virtudes, excesos y desigualdades de fondo*. Escuela Técnica Superior de Arquitectura, Departamento de Urbanística y Ordenación del Territorio, Madrid.

Lees, L. (2008). *Gentrification and Social Mixing: Towards an Inclusive Urban Renaissance?* Urban Studies.

Cierval, A. (2004). *Gentrificación*. Obtenido de www.hypergeo.eu

Sargatal, A. (2000). El estudio de la gentrificación. *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales. Universidad de Barcelona* .

Setuain, E. (19 de Enero de 2015). ¿Reactivación o gentrificación? *El Periódico de Aragón* .

Smith, N. (1996). *La nueva frontera urbana. Ciudad revanchista y gentrificación*. (V. Hendel, Trad.) Traficantes de Sueños.

Wong, C., & Schulze Bäing, A. (2010). *Brownfield residential redevelopment in England*.

Vergara, C. (2013). Gentrificación y renovación urbana. Abordajes conceptuales y expresiones en América Latina.

Díaz Parra, I. (2004). *Gentrificación y clase social. La producción del gentrificador*. Universidad de Sevilla, Departamento de Geografía Humana.

Florida, R. (2008). *Las ciudades creativas. Por qué donde vives puede ser la decisión mas importante de tu vida*. Nueva York: Basic Books.

García Pérez, E., & Sequera Fernandez, J. (2013). Gentrificación en centros urbanos: Aproximación comparada a las dinámicas de Madrid y Buenos Aires. *Quid 16*.

Pierobon, E. (19 de Diciembre de 2015). Qué hacer con la ciudad ante la gentrificación. *Periódico Diagonal*.

Red Aragón. (2015). Obtenido de Agenda de Aragón: <http://redaragon.elperiodicodearagon.com/agenda/fichaevento.asp?id=74508>

Rojo Mendoza, F. (2016). La gentrificación en los estudios urbanos: una exploración sobre la producción académica de las ciudades.

Documentos de planificación urbana de Zaragoza

Ayuntamiento de Zaragoza. (2007). Plan Gerenal de Ordenación Urbana de Zaragoza. Zaragoza.

Ayuntamiento de Zaragoza. (2005). *Renovación del Plan Integral del Casco Histórico de Zaragoza 2005-2012*.

Ayuntamiento de Zaragoza. Area de Urbanismo, Medio Ambiente e Infraestructuras. (1998). *El Plan Integral del Casco Histórico de Zaragoza*. Zaragoza.

Datos estadísticos de la Magdalena

Sede Electrónica del Catastro. (s.f.). Obtenido de www.sedecatastro.gob.es

Atlas de la Edificación Residencial en España. (s.f.). Obtenido de Ministerio de Fomento: www.fomento.gob.es

Atlas de Vulnerabilidad Urbana. (s.f.). Obtenido de Ministerio de Fomento: www.fomento.gob.es

Instituto Nacional de Estadística. (s.f.). Obtenido de www.ine.es

Instituto Nacional de Estadística. (2005). Censos de Población y Viviendas 1991. Resultados por secciones censales. Población, viviendas y hogares. Zaragoza, Zaragoza, España.

ANEXO 1

RADIOGRAFÍA SOCIAL. CONVERSACIONES



CONVERSACIÓN 1

JORGE ESPA
'LA PRENDERIA'
Calle Coso, 196

Hablamos con Jorge, dueño de 'La Prendería', una tienda de muebles donde puedes encontrar todo tipo de productos vintage, madera restaurada y objetos antiguos.



Para Jorge, el problema que el barrio sigue teniendo es cierto tipo de vecindario, que viven en viviendas de alquiler social cerca de su negocio, y no cuidan la higiene de las calles.

Lleva abierto 6 años en este local, al que se cambió tras estar muchos años en la calle Manifestación, una buena zona de clase media. Su principal motivo fue el tamaño del local, que actualmente es muy grande, y su precio.

El negocio le va bien, y según él hay diversos factores que lo impulsan. El carril bici, la ribera del Ebro, la entrada al centro en coche y la gente joven que abunda en el barrio.

Su clientela es variada, y a su negocio acude tanto gente del barrio, como gente de la ciudad, debido a su estratégica ubicación.

CONVERSACIÓN 2

MARIA JESÚS IBAÑEZ
'PAPELERÍA ALBIOL'
Calle Coso, 180

Al pasar por la puerta de su pequeña tienda, donde vende periódicos, revistas, chuches, material de papelería, lotería..., se escucha una conversación entre gente mayor sobre la gente joven que está viniendo al barrio, en la que la dueña del negocio participa. Decidimos hablar con ella.



L-¿Desde cuando lleva abierto este negocio?

MJ- Este negocio lleva 15 años en este local pero estaba antes en el solar (donde ahora han hecho Esto no es un solar), estaba mi madre pero era un local muy viejo, había que hacer muchas reformas y me vine aquí.

L - ¿Ha notado un cambio en su negocio en los últimos años?

MJ- Para mi negocio el cambio ha sido a peor. La gente joven no viene, y eso de que lo leen por internet, tururú. Si tu no te suscribes a un periódico, tu ves los titulares, pero no lees la noticia. Esto no me esta pasando a mi, esta pasando en todo el mundo. Antes yo he llegado a vender 250 periódicos al día y ahora me mandan 10 y me sobran.

L- ¿Y cree que esta relacionado con el cambio del barrio o es algo que están notando todas las papelerías en general?

MJ- Es en general pero mucho mas en este barrio por el cambio, porque claro ha venido la gente joven, los modernos, que los respeto, pero claro toda esta gente de lo de mi negocio, no consumen, por tanto yo he ido a peor.

L- ¿Ha disminuido la población mayor?

MJ- Por supuesto, la población mayor se ha ido muriendo. Que posiblemente esto haya pasado en toda España, no digo que no, pero yo tengo que hablar de mi situación. Esto es así, mi situación y mi negocio ha ido a menos.

L- ¿Y el barrio lo ve mejor?

MJ- En cuanto a salubridad pues bueno, si. Hubo una temporada, que me imagino que fue como en todos los sitios, cuando el boom de la droga y de todo eso, pero vamos tampoco he visto a nadie pincharse en la puerta de mi tienda.

L- Pero hay gente que hace 15 años no venía aquí por miedo

MJ- Bueno, hace mas. A mi me decían "¿Pero te atreves a ir ahí a las 6 de la mañana?

También es cierto que yo jamás me he metido aquí con nadie. Aquí han venido gitanos, han venido moros, y yo admito a todo el mundo, mientras a mi me respeten. A mi a lo que se dedicaban los demás me da exactamente lo mismo, mientras a mi me respetaran, y claro, no hicieran nada en la puerta de mi negocio, que no me lo han hecho nunca, y llevo muchos años.

L- ¿Están descontentos la gente mayor del barrio con el cambio?

MJ- No dicen nada. El barrio ha cambiado por lo que ha cambiado, porque ahora esta de moda. Solo son modas.

L- ¿Y esta moda repercute positiva o negativamente en la gente que ha vivido aquí toda la vida?

MJ- No lo se, depende de la situación de cada uno. Yo pienso que ninguno de los que han vivido aquí siempre va a ir a comprar una gaita, a la Gaitería, que me parece bien que este eh, pero las cosas nuevas que ha traído el cambio no son para los de aquí.

L- ¿Entonces cree que los nuevos comercios son para gente nueva y no para los que han vivido aquí siempre?

MJ- Digo yo que si. El mercado de San Vicente de Paul esta casi cerrado. No va nadie a comprar ahí. Y se supone que lo reformaron para que hubiera resurgido. Y no. No ha ocurrido. La intención era reactivar el mercado pero no ha dado fruto. Mira el de los jamones, Antonio, se fue del mercado y se puso una tienda, y llevaba ahí una vida. El hace muchísimos años que esta en el barrio y ahora trabaja mucho mas que en el mercado. Y como se la ha puesto muy chula, va mucha gente que es del barrio pero viene gente que no es del barrio.

Nada mas, yo estoy muy contenta, el barrio pues cuanta mas gente mas joven mejor, pero claro, económicamente a mi no me sale bien. Porque la gente moderna no tiene estas necesidades. Y es verdad que todo esto de la prensa ha pegado un bajón, pero es que tampoco juegan.

CONVERSACIÓN 3

ANA BALDELLOU
'G GARDENS VINTAGE'
Calle Órgano, 3

"We are a women and men vintage store. We search for special pieces away from the trends worldwide. After a thorough selection of garments, these are transform into a unique clothing"

Así se define esta tienda en su página web, una tienda de ropa vintage personalizada, que la hace única.



L- ¿Cuántos años lleváis abiertos?

AB – Llevamos 3 años y pico

L - ¿Y porque decidiste abrir aquí el negocio?

AB- Pues lo teníamos muy claro por el tipo de negocio, un negocio vintage que va enfocado a un público un poco mas especial, y pensamos que la gente que viene a la Magdalena, tanto turistas como gente local, es mas nuestro público, es gente que busca algo distinto, que se sale un poco de lo típico.

L - ¿Pero y esta gente ha empezado a venir a la Magdalena hace no mucho?

AB – Claro es que a nosotros ya nos gustaba porque buscábamos también que ya hubiera negocios similares a nosotros y era el sitio. Y la verdad que ha sido un acierto. Muchísimo mas de lo que nos esperábamos. Y luego vienen a ver la Iglesia un montón.

L - ¿Se ve mucho turismo?

AB – Mucho mucho, incluso visitas organizadas.

L - ¿Y los clientes son del barrio o vienen de fuera?

AB - Hay de todo, hay mucha gente que vive en el barrio pero lo que nos ha sorprendido para bien es que viene mucha gente con otro perfil, que normalmente esta acostumbrada a comprar en el centro, en Sagasta y eso, que vienen aquí casi con el mapa, porque seguramente no la habrán pisado nunca. Y gracias a nuestros negocios creo que también hay mucha gente que descubre el barrio.

L – ¿Entonces podrías decir que el cambio es positivo?

AB – También es que nosotras nos lo hemos encontrado muy bien y muy fácil y muy bonito todo porque hablas con gente que tiene negocios desde hace muchos mas años y te dicen “claro es que ahora, ahora esta muy guay” pero nosotros la verdad es que no hemos tenido ningún problema.

CONVERSACIÓN 4

JORGE DIESTE
MIEMBRO DE LA ASOCIACIÓN
DE VECINOS CALLE Y LIBERTAD
- MADALENA

Con el objetivo de contactar con alguien perteneciente a una Asociación de Vecinos, acudimos a la Federación de Asociaciones de Barrio de Zaragoza, con sede en la calle San Vicente de Paúl, 26, donde nos ponen en contacto con Jorge, perteneciente a la Asociación Calle y Libertad del barrio de la Magdalena.

Concertamos una cita con Jorge en el bar 'El Gallo', en la Calle de Pedro C. Ramirez, 2, antiguo bar de barrio convertido en un bar "alternativo", con sofás, libros y comida vegetariana.



L- ¿Cuándo y cómo comienza el cambio en el barrio de la Magdalena?

JD – Bueno aquí realmente todo lo que es “cambio”, por decirlo de alguna manera, del barrio, empieza con el PICH, El Plan Integral del Casco Histórico del 96, con todo lo que son renovación de infraestructuras.

L - ¿Entonces el Ayuntamiento ha tenido mucho que ver?

JD – El ayuntamiento es el que tiene que ver, el que ha gestionado el cambio básicamente, porque de el y de Europa es de donde parte todo lo que es la iniciativa económica.

El primer PICH lo que hace es entrar a hacer una renovación de infraestructuras: alcantarillado, alumbrado..., aunque no hace tanta inversión en materia social. Pero luego empiezan los siguientes PICH con las renovaciones, que hacen un poco mas de lo que es mejora de la escena urbana, y luego ya te pillan la Expo por el medio que tiene sus propios planes, porque también hicieron un plan especial para mejorar el casco histórico. Y luego el ultimo PICH si te fijas no tiene ninguna cosa relacionada ya con el urbanismo, la vivienda o la renovación de infraestructuras, va mas a la parte social del entramado del barrio.

L - ¿Tu vives aquí, en la Magdalena?

JD – Si, desde hace muchos años. Yo soy de las Delicias, de los emigrados aquí al barrio a finales de los 90. Pero ya llevaba viniendo desde principios de los 90.

L - ¿Qué diferencia ves con el Gancho?

JD – Tampoco hay tanta diferencia con el Gancho a nivel de inversiones y subvenciones y demás, pero claro, hay tienen sus conflictos urbanos y aquí tenemos los nuestros propios.

Aquí la diferencia con el Gancho es que hay mas asentamiento de movimientos sociales, hay un tejido social de colectivos sociales y políticos mas fuerte, pues el componente social del barrio es diferente.

L- ¿Hay gentrificación en la Magdalena?

JD- Una cosa es la renovación del tejido comercial, y otra cosa es que haya una gentrificación, porque eso conlleva una notable especulación sobre el formato vivienda y que se desplace la población, o que tengas una gran población turista que sea mayor que la propia población residencial.

L- ¿Hay mucho turismo?

JD- No, actualmente no. Lo único es que se mantienen las rutas turísticas que se hicieron para la Expo y pasan por aquí.

L - ¿Crees que hay intereses económicos de agentes privados en la reactivación comercial del barrio?

JD- No, no hay ningún Starbucks ni cosas de esas. Son pequeños comercios porque están en una zona céntrica. Los centros históricos tienen una función social y comercial.

L - Pero aquí se están abriendo comercios para un público determinado, que no los ves en Calle Alfonso, y también es centro histórico.

JD- Si, son comercios dirigidos a un público específico. ¿Qué vienen más modernos a un barrio porque tienen determinados atractivos que en otros barrios no tienen? Pues sí. ¿Pero eso está produciendo un desplazamiento de la población o subida de las rentas económicas tanto de alquileres como de precios? Yo no lo creo.

L - Lo que está claro es que está viniendo mucha gente joven a vivir aquí

JD - El barrio es más atractivo para vivir ahora que antes. Pero eso no ha implicado que se vaya la gente.

Lo que sí que hay es una renovación. Ten en cuenta que el nivel de sobre envejecimiento que hay en todo el centro histórico es elevado entonces normal que haya una renovación. Pero tampoco es tan exagerada.

L - ¿Y han subido los alquileres?

JD- No, yo creo que los alquileres se han mantenido más o menos igual. Yo tengo un alquiler súper barato.

Igual donde sí que ha habido más movimiento de despoblación es en determinados espacios pero más debido a otro tipo de conflictos urbanos como el ruido generado por el juepincho, que eso es mucho más comprensible.

Si tu coges los datos fríamente y objetivamente, ves que ha habido una renovación de la trama urbana, pero sigue habiendo partes del barrio que están mal.

L- Hay para gente que el fallo del barrio sigue siendo determinado vecindario

JD- Bueno, son gente que llevan otro tipo de vida. La gente que va al albergue por ejemplo. Pero en el barrio tampoco los queremos echar. De hecho lo que estamos planteando ahora es aumentar el albergue. El barrio siempre se ha preocupado por que el albergue se mantuviese abierto.

Aquí ha habido también mucha integración de equipamientos con la gente del barrio, cosa que por ejemplo no ha pasado en el Gancho. Porque aquí el Centro de Historias lleva un montón de años, la gente ya tiene asumido que forma parte del barrio y hacen actividades y talleres para gente del barrio.

Aquí los equipamientos de ciudad que se han creado, están funcionando también como equipamientos de barrio, y allí son equipamientos de ciudad que funcionan para la ciudad no para el barrio. Entonces la diferencia de lo que te crea es mucha. Otra diferencia es que mientras que el Centro de Historias es un equipamiento municipal que tiene una gestión pública, las Armas es un equipamiento municipal pero gestionado privadamente mediante convenio, entonces siempre va a haber detrás intereses económicos.

Aquí cuando llegaron al barrio había prostitución, yonkis, pero se han ido cerrando locales, se han ido cerrando espacios, entonces si vas cerrando y a la vez se mete otro tejido social más potente que tiene otro tipo de arraigo con el barrio, pues te crea otro ambiente social totalmente diferente.

L- ¿Se ha edificado mucha vivienda por agentes privados en el barrio en los últimos años?

JD- Hay de todo. Hay edificios que se han construido en un par de años y se han puesto a la venta, otros están en alquiler, se va gente, viene gente, dependiendo de los precios. Hay gente que se ha comprado el piso porque estaba muy a gusto... También hay otros que llevan 10 años construyendo el edificio, como el palacio de los Asso. Este es uno de los mayores especuladores del barrio, que tiene diferentes propiedades dentro del barrio, y lleva toda la vida intentando todo tipo de técnicas para echar a la gente de sus casas y ese tipo de cosas. Y llevan como 10 años reconstruyendo el palacio. ¿Por qué no lo reconstruye? ¿Por qué no lo pone ya a la venta? Pues está claro que para el todavía no es el momento, que el barrio todavía no ha llegado al punto que el quiere.

Pero es difícil que el barrio llegue a ese punto porque aquí hay mucha gente que tiene vivienda en propiedad y viviendas sociales, y no los va a echar nadie.

¿Qué viene más gente nueva al barrio por eso que hablábamos del sobre envejecimiento? Sí. ¿Gentrificación? No. Lo que hay es una renovación y regeneración. ¿Qué es un propio ecosistema lo que se ha creado en la Magdalena? Bueno, pero se ha creado con muchos años y de una manera muy acompañada. A todos nos gusta vivir en barrios donde nos sintamos a gusto.

L- Entonces en el barrio podrías decir que te sientes seguro en todas las zonas y calles

JD- Yo si. Pero si lo ves desde una perspectiva femenina pues seguramente no, seguramente haya calles que no. A nivel social, por supuesto que si, a nivel de por ejemplo limpieza o educación social, seguro que no porque hay calles que dan asco. Pero para eso también hay diferentes planes del ayuntamiento. Es una cuestión muy lenta, por educación, y hay familias que están muy desestructuradas socialmente entonces trabajar con ellas es complicado, no es un trabajo de media hora. Ahí es donde entra el urbanismo con lo social.

L-¿Qué opina la gente del barrio del Juepincho?

JD- Es lo que menos gusta en el barrio, porque sufrimos una invasión de 8 horas a la semana de gente que no es del barrio. Pero bueno, también hay que entenderlo de otra manera. Para los negocios de hostelería supone una inyección económica brutal. A nosotros, pues esas 8 horas igual no sales por el barrio. ¿Qué causa unas molestias? Si, pero bueno, es lo que tiene vivir en los centros de las ciudades. Todos los centros urbanos tienen actividades de ocio además de las residenciales.

L- Volviendo a la gentrificación, yo si que he leído noticias de gentrificación en la Magdalena o colectivos contra la gentrificación

JD- Eso es gente que se intenta promocionar diciendo cosas que están muy de moda, pero luego cuando lees los informes que hacen o la información que dan no encuentras ningún dato objetivo, todo son datos cogidos con pinzas.

Luego ten en cuenta que la cantidad de vivienda social que hay proporcionada por Zaragoza Vivienda a colectivos desfavorecidos es muy alta, entonces ese tejido no te lo vas a pulir, y esto ya no es atractivo para según que tipo de comercio, o según que tipo de residentes o turistas.

L- ¿Dirías que la Magdalena esta de moda?

JD- Si, esta de moda, pero las modas pasan. Otra cosa es lo que se queda y los resultados que se quedan en el barrio. Aunque en el barrio nos da un poco igual lo de la moda o por lo menos seguimos viviendo aquí igual que antes. ¿Qué esta de moda? Si, pero la gente se cansará. Lo que pasa que la gente lo ha conocido ahora y no ha visto la evolución de estos últimos 15 años. También tiene que ver la imagen que se ha proyectado del barrio en los últimos años, con iniciativas como el Festival Asalto.

L-¿Qué opinas del Festival Asalto?

JD- Pues en determinado momento para promocionar ciertas cosas o para fomentar una clase de turismo te puede venir bien, luego igual dejan su mínima economía al generar determinado turismo que de otra forma no vendría, si. Pero igual para otras partes de la ciudad ayudan mas, a nosotros, nos ha dado un poco igual. La verdad es que aquí aunque no lo hicieran tampoco lo echaríamos de menos.

L-¿Y de la iniciativa Esto No Es Un Solar?

JD- Pues parecido, tiene su parte positiva y tiene su parte negativa. Esto parte de una problemática de los solares llenos de basura, de la que éramos conscientes. El problema era que estos solares eran la mayoría eran privados, y por ordenanza municipal, si tu tienes un solar, lo tienes que tener vallado y limpio. Controlar todo eso es complicado. El ayuntamiento entonces puso en marcha este programa, que se trata de que ellos alquilan el solar al dueño y lo mantienen en buenas condiciones. ¿Qué pasa con eso? ¿Quién lo mantiene? ¿Quién lo usa? Prácticamente la gente no los usa. Hay algunos que están hasta vallados. Y la gente ya tiene sus espacios que usan. No nos preguntaron a los vecinos qué queríamos que pusieran. Esta claro que están mejor así que antes, pero igual el proceso no fue el ideal. En un momento dado si que han generado una cierta regeneración, pero igual luego las consecuencias que acarrear no son las ideales, porque aquí funcionar, ha funcionado un solar, porque es grande y se utiliza para determinadas actividades. Pero bueno, mejor que estén limpios que como antes.

L- ¿De que se encarga la Asociación de Vecinos en el barrio?

JD- La asociación lleva muchos años. La asociación parte de Barrio verde, que lleva en el barrio desde principios de los 90. Luego en el 2005 se funda la Asociación de Vecinos. Organizamos las fiestas del barrio de manera auto gestionada, tenemos el espacio de la Vía Láctea que abre todos los días para asambleas y para hablar de lo que toque.

L-¿Se ha hablado en estas Asambleas de Gentrificación?

JD- Las veces que hemos tocado el tema nos hemos dado cuenta de que estas hablando de otras cosas que son otro tipo de cosas y otro tipo de problemáticas, porque lo que implica la gentrificación que es desplazamiento de la población o una subida de precios, no esta pasando. Pero parece que como esta cambiando, se esta gentrificando.

CONVERSACIÓN 5

NACHO MARTÍNEZ
'LA GAITERÍA TREMOL'
Calle San Agustín, 6

Hablamos con Nacho, artesano y dueño de La Gaitería, perteneciente a 'Los 7 Espacios creativos' impulsados desde el Ayuntamiento en la calle San Agustín.



L- ¿Cuántos años lleva tu comercio abierto en el barrio?

NM- Yo llevo aquí en este negocio 6 años.

L- ¿Y estos locales a quien pertenecen?

NM- Son locales que pertenecen a un particular y el Ayuntamiento de Zaragoza lo tiene arrendado al particular y nos lo subarrienda a nosotros. Somos 7 locales diferentes con diferentes actividades profesionales. Al principio éramos todos artesanos, ahora se ha abierto a un sector un poco más amplio. Ahora hay desde un diseñador web, un escultor...

L-¿Pero es todo orientado a espacios creativos no?

NM- Si, podríamos decirlo así. Una cosa de emprendedores y creativos. Muy bonito y muy de moda pero bueno con una grandísima ayuda, porque el precio que tiene evidentemente es bastante bajo con respecto al precio real de la zona. Sigue siendo un buen precio que nosotros podemos pagar y nos permite desarrollar nuestra actividad.

L-¿Qué fue lo que te decidió a abrir aquí tu negocio?

NM- Yo llevo en esta actividad 17 años, he estado otros 11 en otro sitio y estaba además muy a gusto. Y vinieron casi a buscarme, por medio de otras personas, pues mira vamos a hacer esto aquí en el centro de Zaragoza, vas a tener más visibilidad..., y nunca mejor dicho porque yo trabajaba en un taller con una persiana y no me veía nadie, y ahora tengo un escaparate que me ven como trabajo y puedo enseñar también mi producto. He pasado de la época de la oscuridad a la época de la luz. Que tiene sus pros y sus contras. ¿El entorno? Lo bueno es que estamos en el centro de Zaragoza, estamos a 20 pasos del Coso, pero a la vez te estás metiendo un poco en la Magdalena profunda. El problema es cuando necesitas que la gente pase por tu negocio y necesitas el público para vivir. Todos los que vinieron en un principio y necesitaban el público para vivir, han fracasado todos. ¿Cuáles hemos perdurado? Un poco los que damos servicio o los que tenemos ya nuestra clientela fija y nuestra reputación.

L- ¿Entonces no os beneficiáis de que el barrio esté más de moda?

NM- Para nada, a mi me da igual estar en la Magdalena o estar en la Jota, mis clientes vendrían igual, vendería por internet, me llamarían...

L-¿Y crees que es un caso concreto tuyo o en general?

NM- No, en general yo me he dado cuenta de que la gente que depende de que la gente pase por aquí, es imposible. La alfarera, que es la única que más tiempo lleva conmigo, le pasa lo mismo. De

hecho ahora están un poco quemados porque al final tenemos una puerta abierta entonces viene muchísima gente y no se vende nada. Sin embargo creemos que damos mucho al barrio, damos casi más de lo que recibimos. Porque luego más ayudas que el propio local no hay, porque si dijeras que una vez al mes se hace alguna actividad o algún mercadillo o algo.. pero no se hace nada más. Entonces, ¿Qué es lo que tenemos? Una puerta abierta, que aquí es una locura.

L-¿Y crees que influye estar precisamente en la calle San Agustín?

NM- No te creas, porque a pesar de que la población aquí es diferente, no es malo. Dentro de la Magdalena es una calle bastante potente porque va de paso desde el centro hacia el Centro de Historias, y el Centro de Historias mueve mogollón. Yo creo que hoy en día en Zaragoza es el motor cultural, hay un montón de exposiciones y actividades, y pasa mucha gente. Y es una calle bastante saneada, todas estas calles de por aquí alrededor son mucho peores.

L-¿Estas contento con la gente que vive en el barrio?

NM- Hay 4 perfiles en el barrio. Los gitanos de toda la vida, los magrebíes o árabes, los residentes de toda la vida que han envejecido, que son gente encantadora, y la gente nueva, la que está de moda, los vanguardistas, los modernos. Entre ellos se convive estupendamente. Muchas veces no interactuamos unos con otros (yo no sé en cuál estoy pero bueno, en ninguno quizá)

L-¿Vives en la Magdalena?

NM- No yo no vivo en la Magdalena entonces soy un comercio. Mucha gente me encasilla en los modernos. Una vez me hicieron una pintada fuera que ponía "Modernos de mierda" y me hizo mucha gracia porque eso a un tío que hace gaitas, tradicionales, que más tradicional que yo no hay nadie, que trabajo artesano total, ¿y ahora soy moderno?, pues moderno, me da igual.

L- Volviendo a la gente, yo creo que el éxito del barrio está en que la mezcla social es buena. ¿Qué opinas?

NM-La mezcla es buena pero yo creo que en el fondo no interactúan unos con otros, y al no interactuar funciona. Entonces las personas mayores de toda la vida van a su bola, compran, se conocen todos, yo conozco a casi todos también porque son gente maja y están encantados de que estemos en el barrio, creen que hemos contribuido a algo. Luego está el gitano que vive en una burbuja, que va a su bola, va y viene, pasa de ti, yo de él, entonces no se integran para nada, están siempre con ellos mismos, hacen su mundo. El moderno también pues vive aquí pero por el barrio, pues

bueno, esta muy guay pero también va un poco a su bola. Y los árabes también es un mundo aparte.

L-¿Qué dirías que es lo peor del barrio?

NM- La limpieza. Es increíble. Limpian la calle por la mañana con una manguera, y a la hora esta sucia. ¿Por qué? Porque tiran las cosas al suelo, desde la ventana.. no tienen ese amor por su barrio. Pintadas por todos los lados, desperfectos, patadas, rompen todo. No valoran lo que tienen. Posiblemente porque muchas veces lo han tenido todo fácil, sin ningún esfuerzo. Al ser gente en exclusión social que viven en vivienda social, lo han tenido sin ningún esfuerzo y no lo valoran, te rompen las cosas, te escupen o te tiran un papel delante, y si tu les recriminas no te puedes imaginar como se ponen. Yo me llevo bien con todos, aquí entran gitanos, le corto un tablero a uno, le dejo una herramienta a otro, aunque luego no me la devuelven, pero bueno, son males menores. Y quitando eso que te he dicho se esta bastante bien.

L- ¿Ha funcionado el proyecto de los 7 espacios creativos?

NM- Creemos que se ha quedado un poco a mitad. La idea es cojonuda, porque estábamos aquí 7 artesanos, pero el proyecto global es que iban a poner mas artesanos por allá, por aquí unos bares, mas cosas. Al final nos hemos quedado como una isla. Porque si hubieran puesto en el fondo en la plaza de San Agustín algo, hubiera generado mayor flujo. Pero claro, se acabo la pasta y se acabo todo, y ya no hubo mas seguimiento de este proyecto, que yo creo que es imprescindible, no creo que haya otra manera de regenerar un barrio mas que por medio de sus comercios sociales y si encima son interesantes mejor.

Además nosotros tenemos una cierta conciencia porque creemos que nos han adjudicado este local para dinamizar el entorno. Es la razón por la cual yo tengo que luchar por esto.

L-¿Has visto mucho cambio en estos 6 años que llevas en el barrio?

NM- Yo personalmente, nunca me había fijado en la Magdalena antes de abrir el comercio, yo era uno de los que no venia a la Magdalena por miedo, de pequeño siempre me han metido miedo con este barrio. Y cuando me adjudicaron el local aquí no había estado en mi vida, y el primer día cuando llegué hasta el fondo estaba un poco acojonado. Luego te das cuenta que no, que ese miedo no tiene que existir para nada, yo en 6 años solo he visto una persona que quitara una cartera aquí delante de mi puerta, y salí, grite, y la tiro y salió corriendo. Pues bueno, puede robarte un tío alguna vez pero esa inseguridad no es real. Y si, yo veo cambio. Yo veo cambio un poco en el avance en la mentalidad, que se están concienciando un poco, ellos mismo se están organizando para limpieza, ya viene algún

gitano y te da el cubo amarillo para que recicles.. Pero es un proceso muy lento.

Y en cuanto a algo arquitectónico, toda la movida esta del Asalto y del arte urbano yo creo que es muy beneficioso. El arte en la calle es muy interesante, mueve mucha gente, los jóvenes vienen, se da a conocer el barrio, viene la gente a ver los grafitis. Cuando pasan extranjeros se quedan flipando.

L-¿Hay mucho turismo?

NM- Si, pasan muchos turistas pero por aquí de paso. Yo no he vendido jamás nada a un extranjero. No se yo si fuera de otro país, yo fliparía con esto.

Y hoy tengo por ejemplo las visitas teatralizadas de la Madalena con personas mayores. Se apuntan en el Ayuntamiento y vienen 50 personas conociendo la Madalena con actores que van contando la historia, y es muy chulo. Y acaban en este taller. Vienen, les enseño como se hace una gaita y se quedan alucinados. Y son de Zaragoza. Y se quedan enamorados de la Magdalena, si es que históricamente, arquitectónicamente, tiene muchísima enjundia, gusta mucho, es muy bonito.

CONVERSACIÓN 6

FINA Y CARMEN RESIDENTES EN EL BARRIO DESDE HACE 50 AÑOS

Fina y Carmen están sentadas en un banco de la Calle Martín Carrillo, como todas las mañanas. Se conocen de toda la vida. Nos cuentan lo contentas que están con el cambio de su barrio.



L-¿Cuántos años llevan viviendo en el barrio?

F-Yo llevo 50

C-Y yo 75 que tengo, nací aquí.

L-¿Y me podrían contar como han visto el cambio?

FyC- El cambio muchísimo y buenísimo

F- Mira yo nací en la calle Mayor y ahora tengo un piso en San Lorenzo enfrente de la Universidad Laboral. Y esto ha dado un cambio... Mira hace 20 años había muchísimos gitanos por aquí, era la temporada aquella de las drogas. Aunque aun hay, pero no por aquí (Iglesia de la Magdalena), mas por la zona de San Agustín. Pero antes era todo todo, incluido esto.

L-¿Hace cuanto empezó el cambio?

F-Menos de 15 años, unos 10. Pero sobre todo se ha visto últimamente que viene muchísima gente joven, incluso a vivir. Yo intente cambiarme a otro piso que tengo y le pregunte al chico de la agencia, y me dijo que ahora los pisos por aquí los están pagando mucho mejor.

L-¿Han subido los precios?

F- Han subido si. Aunque poco pero si que han subido.

L-¿Les parece bien la nueva gente que viene al barrio?

FyC- Si si si si, muy bien.

C-La juventud es ahora lo mejor que hay

F- Aunque hay gente que protesta, porque por ejemplo los jueves que hacen eso del pincho, el de la calle de los Estudios a las 11 ha tenido que cerrar porque los vecinos protestan del ruido. Yo no he protestado, porque es bueno para el barrio. Si no quiero oírlos cierro la ventana. Hay gente muy maja.

C-Yo tengo unos apartamentos debajo de mi casa. Y ahí vienen los fines de semana muchas chicas como tu, de fuera, y entran y salen. Y el apartamento es de estos de internet. Y claro vienen de fuera y aquí les cobran poco y se pegan desde el viernes por la noche hasta el domingo que se van y por poco dinero. Pero continuamente.

L-¿Y ven que la llegada de gente nueva esta implicando que otra gente se tenga que ir?

F- No no aquí no. Esto lo he visto en la televisión que esta pasando en Barcelona, pero aquí no ha llegado todavía. Y que no nos llegue.

L- ¿Y la gente sigue estando a gusto en su barrio?

F- Si, y nos conocemos todos de toda la vida, con los gitanos y con todos.

L-¿Y que opinan de los nuevos comercios?

F- Muy bien, si es que han puesto muchas tiendecitas con muchas cosas. Mira enfrente de casa han puesto un taller de costura y en el otro algo de manualidades. Muchos artesanos, y cosas de segunda mano.

L-¿Y las tiendas que han abierto nuevas es porque han cerrado otras?

F- No, no estaban, los locales estaban vacíos, eran almacenes o no había nada. Porque claro los locales hay que pagarlos, y como antes no venía clientela pues no se podía. Ahora creo que a las tiendas les va bien. Aunque seguro que empiezan a subir dentro de poco los alquileres. En Barcelona paso eso. Antes al principio no quería venir nadie por este barrio, y sin embargo ahora si.

Cuando compramos el piso hace 28 años esto estaba muy mal.

L-¿Y porque se decidieron a comprar el piso aquí hace 28 años?

F- Pero es que yo he nacido aquí. Y no teníamos ningún miedo porque éramos del barrio. Pero alguien que no era del barrio no venía aquí. Mi marido nació en Barrio verde.

C-Y yo me podría haber ido a otro sitio, pero prefiero estar en mi barrio.

CONVERSACIÓN 7

JORGE
USUARIO HABITUAL DEL BARRIO

En busca de alguien joven y nuevo en el barrio que nos cuente sus intereses y atracción por la zona, encontramos a Jorge, de 19 años, en un banco de la Plaza Asso, esperando a un amigo.



L- ¿Vienes mucho por el barrio?

J- Si si, casi todos los días.

L-¿Desde hace cuanto?

J-Desde hace 2 o 3 años

L-¿Y que es lo que te atrae del barrio?

J- Pues un amigo vive aquí, y por ejemplo yo soy de la Almozara pero no me gusta tanto como esto. Me gusta mas el rollo y el ambiente que hay por aquí. Mas alternativo. Yo siempre digo que semi-vivo aquí, me pego aquí todo el día.

L-¿Crees que influye los nuevos comercios que se han abierto en el barrio?

J- Si bueno yo eso lo miro un poco menos porque tampoco es que sea una persona que compre mucho, pero vamos que si que la verdad me molan los comercios que hay, el rollito que llevan y la filosofía que tienen.

L-¿Y conoces mucha gente como tu que haya empezado a venir al barrio hace poco?

J- Si, casi siempre quedamos con amigos de otros sitios a tomar algo por aquí, o vamos al Juepincho. Y al final siempre que quedamos, quedamos por aquí aunque seamos de diferentes sitios, por el ambiente.

L- ¿Y como ves tu el barrio?

J- A mi me parece muy bonito. Pero bueno igual es un poco subjetivo. Hay a gente que le gusta mas estar por Plaza España o por Independencia.

L-¿Entonces se esta atrayendo a un publico determinado?

J- Si si, eso es verdad.

L-¿Y dentro de la Magdalena, por que zona te mueves mas?

J- Por ejemplo a la zona de Calle Heroísmo y Calle San Agustín voy menos, al estar solo concentrado en una calle todos los bares, es distinto. Y el ambiente es diferente. Siempre estoy por la zona de la Iglesia de la Magdalena.

ANEXO 2

DATOS EXTRAÍDOS DEL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

METODOLOGÍA

Debido al ámbito físico escogido para el presente estudio, explicado en el punto 1.2.1, todos los datos de población y vivienda extraídos del INE han sido extrapolados según el número de viviendas de cada sección censal perteneciente al ámbito.

En la siguiente tabla se observa la extrapolación de las secciones censales a nuestro ámbito de estudio, numeradas según provincia (50), municipio (297) , distrito (01) y número de sección censal, indicada en el plano.

SECCIONES CENSALES	Viviendas totales	Viviendas ámbito	% en ámbito
5029701002	956	274	29%
5029701003	589	589	100%
5029701009	903	757	84%
5029701039	585	135	23%
5029701008	1026	1026	100%
5029701006	490	110	22%
5029701043	877	877	100%
5029701041	871	871	100%
5029701040	473	473	100%

Figura 52 - [Extrapolación de secciones censales a nuestro ámbito]

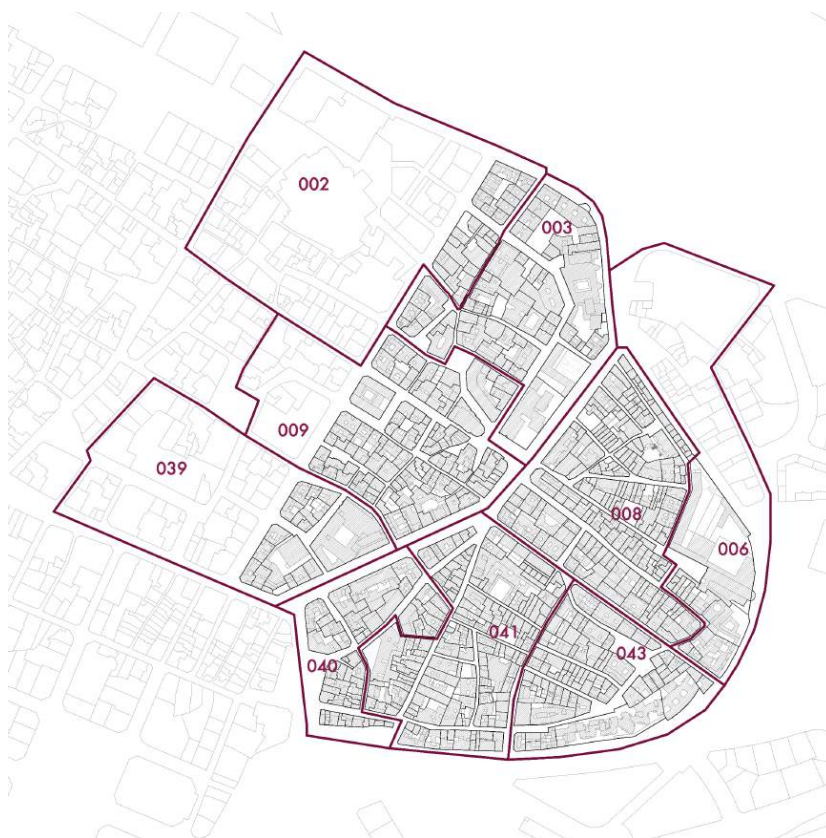


Figura 53 - [Secciones censales]

POBLACIÓN

La investigación se ha apoyado en datos de población referentes a los años 1991, 2001 y 2011, viendo así la evolución de la población en la zona estudiada.

Los datos del año 2001 y 2011 se han extraído de la página web del Instituto Nacional de Estadística, pudiendo encontrarlos en el siguiente enlace:

http://www.ine.es/censos2011_datos/cen11_datos_resultados.htm

Sin embargo, los datos de 1991, al no encontrarse en la página web divididos por sección censal, y solo pudiendo obtener el dato a nivel de municipio, se ha recurrido a una publicación en formato CD-ROM del INE, "Censos de Población y Viviendas 1991. Resultados por secciones censales", donde hemos encontrado los datos necesarios.

Se han extraído los datos a nivel de Zaragoza municipio con el fin de comparar nuestro ámbito con la situación de la ciudad.

SECCIONES CENSALES DEL ÁMBITO

	POBLACION TOTAL		
	1991	2001	2011
5029701002	191	405	801
5029701003	925	820	800
5029701009	542	1332	2234
5029701039	289	268	186
5029701008	903	1459	1250
5029701006	179	191	176
5029701043	1564	1620	1515
5029701041	617	1418	1360
5029701040	914	800	790
	6124	8313	9112

	POBLACIÓN POR EDADES EN GRANDES GRUPOS								
	1991			2001			2011		
	<16	16-64	>65	<16	16-64	>65	<16	16-64	>65
5029701002	23	119	49	49	243	112	128	573	100
5029701003	84	641	200	61	551	208	75	465	260
5029701009	65	348	129	132	869	331	503	1320	407
5029701039	33	194	62	31	172	65	20	118	50
5029701008	124	525	254	190	969	300	115	875	260
5029701006	21	112	46	22	122	47	8	138	31
5029701043	245	1076	243	169	1095	356	170	1015	325
5029701041	66	315	182	176	893	349	95	980	285
5029701040	107	630	177	169	546	194	125	460	205
	767	3961	1342	999	5461	1962	1238	5944	1923

	POBLACION POR PAIS DE NACIMIENTO (GRANDES GRUPOS)																				
	1991						2001						2011								
	España	UE	Africa	America del Norte	America del sur	Asia	TOTAL EXTRANJEROS	España	UE	Africa	America del Norte	America del sur	Asia	TOTAL EXTRANJEROS	España	UE	Africa	America del Norte	America del sur	Asia	TOTAL EXTRANJEROS
5029701002	191	1	0	0	0	0	1	383	1	8	0	8	4	21	367	0	424	6	4	0	434
5029701003	919	2	0	0	4	0	6	772	25	2	0	21	0	48	710	0	0	0	75	0	75
5029701009	539	3	0	0	0	0	3	1247	2	47	0	37	0	86	1811	42	360	0	21	0	423
5029701039	288	1	0	0	0	0	1	262	0	4	0	6	0	10	183	0	0	0	0	0	0
5029701008	899	3	0	0	1	0	4	1360	11	49	0	33	6	99	1085	70	0	0	95	0	165
5029701006	179	0	0	0	1	0	1	184	0	4	0	4	0	8	176	0	0	0	0	0	0
5029701043	1558	4	1	0	1	0	6	1573	9	27	0	11	0	47	1355	50	10	0	100	0	160
5029701041	605	6	0	0	6	0	12	1331	12	18	0	53	4	87	1100	80	95	0	70	15	260
5029701040	907	4	3	0	0	0	7	757	0	16	0	27	1	44	740	0	0	0	0	0	0
							40							449							1518

Procesos de gentrificación urbana. Barrio de la Magdalena. Zaragoza

POBLACIÓN POR NIVEL DE ESTUDIOS (GRADOS)																					
1991							2001							2011							
Analfabetos	Sin estudios	Primer grado	Segundo grado	tercer grado	No es aplicable	TOTAL	Analfabetos	Sin estudios	Primer grado	Segundo grado	tercer grado	No es aplicable	TOTAL	Analfabetos	Sin estudios	Primer grado	Segundo grado	tercer grado	No es aplicable	TOTAL	
5029701002	3	16	83	61	17	11	191	24	52	96	156	63	13	405	63	82	160	277	92	128	801
5029701003	20	136	329	334	62	44	925	44	61	182	379	147	7	820	15	105	35	370	205	75	805
5029701009	14	70	240	143	42	33	542	67	97	298	594	250	25	1332	13	63	205	1048	402	503	2234
5029701039	0	17	69	116	66	21	289	14	20	36	97	84	16	268	0	2	15	51	98	20	186
5029701008	34	105	413	237	52	62	903	137	172	371	591	188	0	1459	25	100	205	490	315	115	1250
5029701006	3	31	64	57	13	10	179	12	12	53	68	33	13	191	0	17	25	97	31	8	177
5029701043	9	140	584	546	143	142	1564	89	125	344	775	281	6	1620	10	45	240	730	315	170	1510
5029701041	9	65	296	165	40	42	617	97	89	472	570	190	0	1418	15	75	225	580	365	95	1355
5029701040	5	63	284	362	137	63	914	27	66	192	306	209	0	800	10	40	110	300	200	125	785
TOTAL	98	644	2361	2021	573	428	6124	512	694	2044	3536	1445	81	8313	151	529	1221	3942	2024	1238	9103

RELACION PREFERENTE CON LA ACTIVIDAD (DETALLE)																								
1991							2001							2011										
Ocupado tiempo completo	Ocupado tiempo parcial	Parado que ha trabajado antes	Parado buscando primer empleo	Persona con invalidez permanente	Jubilado	Estudiante	Otra situación	Ocupado tiempo completo	Ocupado tiempo parcial	Parado que ha trabajado antes	Parado buscando primer empleo	Persona con invalidez permanente	Jubilado	Estudiante	Otra situación	Ocupado tiempo completo	Ocupado tiempo parcial	Parado que ha trabajado antes	Parado buscando primer empleo	Persona con invalidez permanente	Jubilado	Estudiante	Otra situación	
5029701002	58	0	7	3	4	41	13	39	150	0	22	6	42	63	55	52	178	87	228	60	6	83	119	40
5029701003	290	0	56	15	8	206	80	163	368	0	46	13	69	112	126	133	255	25	60	30	15	260	125	35
5029701009	169	0	33	13	11	132	29	84	568	0	77	19	125	205	172	142	599	113	495	0	8	423	469	126
5029701039	103	0	12	5	7	49	33	45	108	0	10	4	18	32	45	36	68	16	12	0	0	54	31	5
5029701008	262	0	49	15	13	259	46	127	569	0	120	24	183	147	202	214	515	65	155	15	35	280	125	55
5029701006	59	0	7	3	2	41	10	32	73	0	10	2	16	24	28	25	76	8	7	0	3	62	11	9
5029701043	546	0	67	25	13	255	135	261	706	0	91	16	145	203	242	211	445	120	275	15	0	365	215	75
5029701041	179	0	42	14	4	193	28	82	564	0	91	16	157	191	196	203	525	40	145	50	0	310	150	140
5029701040	313	0	37	13	14	157	120	133	369	0	34	7	69	113	95	225	50	70	25	0	205	140	80	
TOTAL	1981	0	310	106	76	1332	494	966	3474	0	502	107	823	1089	1179	1111	2886	525	1446	195	67	2042	1386	564

VIVIENDA

La investigación se ha apoyado en datos de población referentes a los años 1991, 2001 y 2011, viendo así la evolución de las viviendas en la zona estudiada.

Los datos del año 2001 y 2011 se han extraído de la página web del Instituto Nacional de Estadística, pudiendo encontrarlos en el siguiente enlace:

http://www.ine.es/censos2011_datos/cen11_datos_resultados.htm

Sin embargo, los datos de 1991, al no encontrarse en la página web divididos por sección censal, y solo pudiendo obtener el dato a nivel de municipio, se ha recurrido a una publicación en formato CD-ROM del INE, "Censos de Población y Viviendas 1991. Resultados por secciones censales", donde hemos encontrado los datos necesarios.

SECCIONES CENSALES DEL ÁMBITO

	NUMERO DE VIVIENDAS		
	1991	2001	2011
5029701002	82	242	312
5029701003	454	495	575
5029701009	300	838	1060
5029701039	127	124	104
5029701008	479	1013	1110
5029701006	107	97	113
5029701043	739	920	945
5029701041	458	1053	1140
5029701040	444	469	405
TOTAL	3190	5252	5765

	VIVIENDAS PRINCIPALES			VIVIENDAS SECUNDARIAS			VIVIENDAS VACIAS		
	1991	2001	2011	1991	2001	2011	1991	2001	2011
5029701002	70	176	234	12	31	9	11	36	62
5029701003	323	379	425	131	31	30	126	85	120
5029701009	210	587	968	91	145	54	79	106	38
5029701039	91	95	73	36	12	0	34	18	31
5029701008	359	672	720	120	92	35	78	249	355
5029701006	68	74	85	38	9	6	27	15	22
5029701043	565	711	680	174	48	30	93	161	235
5029701041	267	695	790	190	101	55	93	163	295
5029701040	317	358	370	126	103	0	99	5	35
TOTAL	2270	3747	4345	918	571	219	640	838	1193

	VIVIENDAS PRINCIPALES EN ALQUILER		
	1991	2001	2011
5029701002	3	82	153
5029701003	31	71	65
5029701009	27	141	398
5029701039	8	9	0
5029701008	12	255	290
5029701006	7	14	9
5029701043	39	152	140
5029701041	57	249	370
5029701040	28	70	120
TOTAL	212	1042	1546

	ALOJAMIENTOS		
	1991	2001	2011
5029701002	0	0	0
5029701003	0	0	0
5029701009	1	0	0
5029701039	0	0	0
5029701008	0	0	0
5029701006	9	0	0
5029701043	0	0	0
5029701041	21	0	0
5029701040	1	0	0
TOTAL	32	0	0

GLOSARIO POBLACIÓN

Extraído de la página web del INE, se adjunta a continuación el glosario referente a los datos de población:

Población

Conjunto de personas físicas que en el momento censal tienen su residencia fijada en España. Un residente es una persona física que en el momento censal tiene su residencia habitual en la vivienda, en el edificio o en el territorio estudiados. El conjunto de residentes en un territorio es equivalente al concepto de población de derecho de los Censos anteriores y al de población residente.

Edad (grandes grupos)

Clasificación de edades distribuida en tres grandes grupos: menos de 16 años, entre 16 y 64 años, y de 65 o más años. Las edades se calculan en la fecha de referencia censal (el 1 de noviembre de 2001)

País de Nacimiento

Relación de países del lugar de nacimiento. Como una de las medidas del sistema de protección del secreto estadístico que se han aplicado, para los municipios de tamaño inferior a 20.001 habitantes no se difunde el país de nacimiento

Nivel de estudios (grados)

Clasificación del nivel de estudios por grados. Se considera que una persona ha alcanzado un determinado nivel de instrucción cuando ha terminado y aprobado todos los cursos de ese nivel y está en condiciones, por tanto, de obtener el título o diploma correspondiente. Con los siguientes valores:

- Analfabetos: Se considera que una persona es analfabeta cuando no sabe leer o escribir en ningún idioma
- Sin estudios: Personas que saben leer y escribir pero fueron menos de 5 años a la escuela. Aunque esta categoría es equivalente a los "estudios primarios incompletos" de la Clasificación Nacional de Educación (CNED), se ha optado por mantener la denominación para facilitar la comparación con los Censos anteriores.
- Primer grado (primarios): Personas que fueron a la escuela 5 años o más sin completar EGB, ESO o Bachiller Elemental
- Segundo grado (secundarios): Se considera que una persona tiene estudios de segundo grado cuando ha terminado ESO, EGB, Bachillerato Elemental, Bachiller superior, BUP, Bachiller LOGSE, COU, PREU, FP de grado medio, FPI, Oficialía industrial o equivalente, FP de grado superior, FPII, Maestría industrial o equivalente.

- Tercer grado: Se considera que una persona tiene estudios de tercer grado cuando ha terminado una Diplomatura, Arquitectura o Ingeniería Técnicas, 3 cursos de una Licenciatura, Ingeniería o Arquitectura, una Licenciatura, una Ingeniería o el doctorado.

Relación preferente con la actividad

Clasificación del detalle de la situación económica. Dado que la pregunta admitía respuestas múltiples, para obtener una variable única se ha aplicado el siguiente orden de preferencia: Ocupado, Parado, Estudiante, Pensionista, Realizando las tareas del hogar y Otras situaciones. Los totales de cada relación también están disponibles como atributos independientes.

GLOSARIO VIVIENDA

Vivienda

Es todo recinto estructuralmente separado e independiente que, por la forma en que fue construido, reconstruido, transformado o adaptado, está concebido para ser habitado por **personas**, y no está totalmente destinado a otros usos, y aquellos otros que no cumpliendo las condiciones anteriores están efectiva y realmente habitados

Vivienda desocupada

Una **vivienda** familiar se considera desocupada o vacía cuando no es la residencia habitual de ninguna persona ni es utilizada de forma estacional, periódica o esporádica por nadie. Se trata de viviendas deshabitadas.

Vivienda familiar

Es toda habitación o conjunto de habitaciones y sus dependencias que ocupan un **edificio** o una parte estructuralmente separada del mismo y que, por la forma en que han sido construidas, reconstruidas o transformadas, están destinadas a ser habitadas por una o varias **personas**, y en la fecha censal no se utilizan totalmente para otros fines.

Vivienda principal

Una **vivienda** familiar se considera principal cuando es utilizada toda o la mayor parte del año como residencia habitual de una o más **personas**.

Vivienda secundaria

Una vivienda familiar se considera secundaria cuando es utilizada solamente parte del año, de forma estacional, periódica o esporádica y no constituye residencia habitual de una o varias personas.

Vivienda en alquiler

Viviendas familiares principales cuyo régimen de tenencia es el alquiler. Este indicador puede facilitar la toma de decisiones en el ámbito local para el fomento del alquiler o para el acceso a la vivienda.

Alojamientos

Son todos los recintos que no responden totalmente a la definición de vivienda familiar, bien por ser móviles, semipermanentes o improvisados, o bien porque no han sido concebidos en un principio con fines residenciales pero, sin embargo, constituyen la residencia habitual de una o varias personas en el momento del censo.

ANEXO 3

ACTIVIDAD COMERCIAL. TRABAJO DE CAMPO.

METODOLOGÍA

A diferencia de los datos de población y vivienda, no se ha encontrado ninguna fuente que aporte datos sobre comercios y su clasificación.

Por tanto, se llevó a cabo un trabajo de campo para el reconocimiento de las actividades comerciales que se daban en el ámbito escogido, clasificando cada uno de los comercios del barrio en según tres categorías:

- 1- Según carácter:
 - Comercio tradicional
 - Comercio alternativo

- 2- Según años de apertura:
 - 0-7 años
 - 7-15 años
 - más de 15 años

- 3- Según actividad:
 - Bar
 - Restaurante
 - Tienda de alimentación
 - Tienda de ropa
 - Servicios
 - Otro

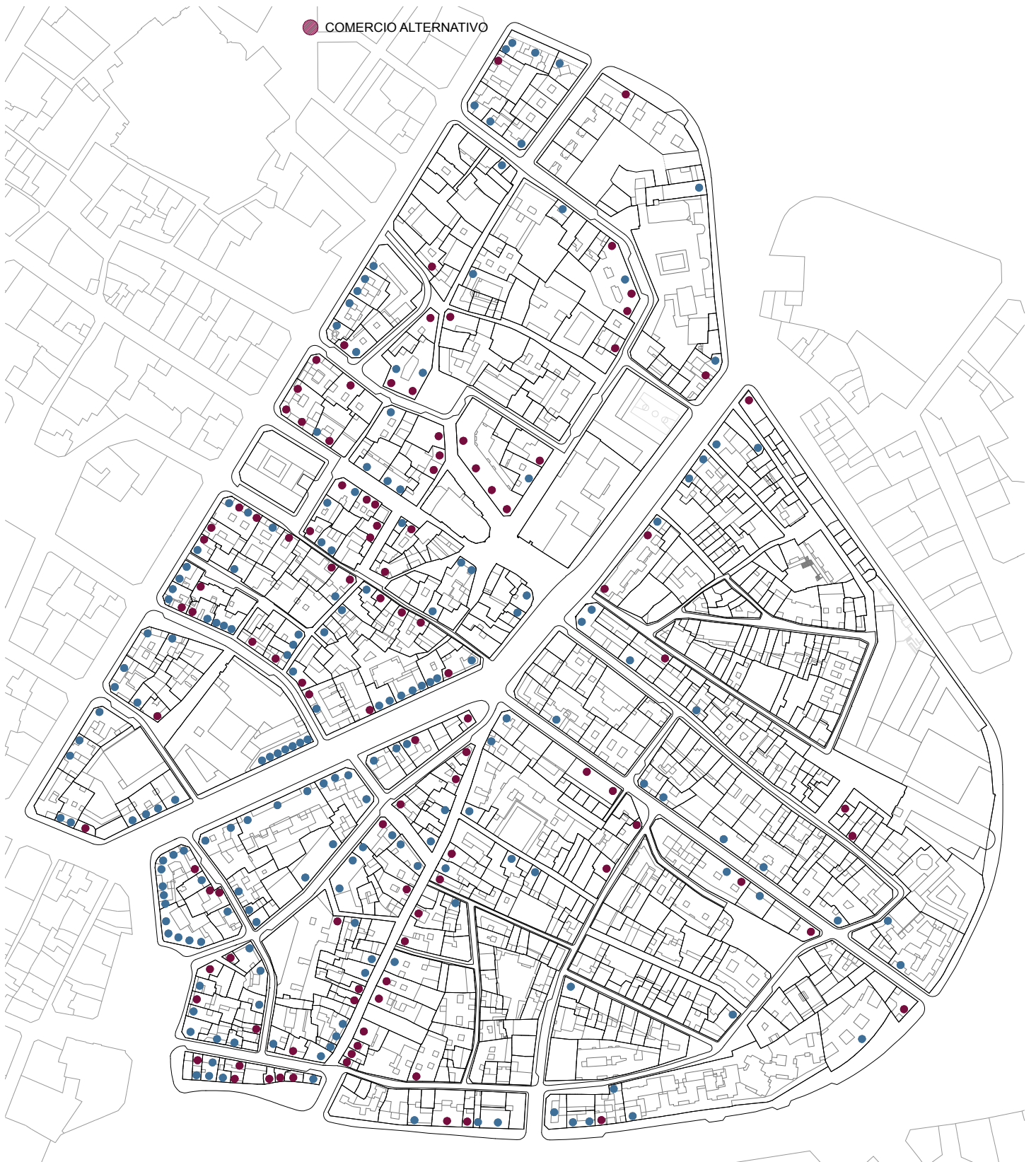
A continuación se muestran los planos obtenidos tras el reconocimiento, donde se intuyen los focos de actividad del barrio, así como la apertura de nuevos negocios.

Las gráficas sobre la actividad comercial mostradas en el punto 3 se han obtenido a partir de los datos aquí mostrados.

SEGÚN CARÁCTER

● COMERCIO TRADICIONAL

● COMERCIO ALTERNATIVO



SEGÚN AÑO DE APERTURA

● 0-7 AÑOS

● 7-15 AÑOS

● +15 AÑOS



SEGÚN ACTIVIDAD

