



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
ICADE

# **Un análisis multicriterio de los factores socioculturales que afectan a la gentrificación de los barrios: Un enfoque desde la ciudad de Madrid**

Autora: Rocío Navarro García de Castro  
Director: Víctor Luis de Nicolas

MADRID | Marzo 2026

## **Resumen**

El presente trabajo se propone analizar los factores socioculturales que impulsan los procesos de gentrificación en los distritos centrales de Madrid, con un enfoque específico en el barrio de Lavapiés. Todo ello con el objetivo de identificar cómo la identidad simbólica y los nuevos estilos de vida reconfiguran la estructura urbana y social de la capital. A través de una metodología basada en el Proceso Analítico de Red (ANP), se consiguieron identificar variables clave como la identidad cultural, la cohesión vecinal, el capital social y el impacto de la nueva clase creativa. Se determinó que la imagen simbólica del barrio es el factor más determinante en la atracción de nuevos residentes, provocando una colonización simbólica que desplaza a la población original. En base a estos hallazgos, el estudio subraya la necesidad de políticas públicas que protejan el patrimonio inmaterial y el derecho a la permanencia frente a la mercantilización del espacio urbano.

*Palabras clave:* Gentrificación, Factores socioculturales, Madrid, Identidad simbólica, Proceso Analítico de Red (ANP), Capital cultural, Lavapiés.

## **Abstract**

The present work aims to analyze the sociocultural factors driving gentrification processes in the central districts of Madrid, with a specific focus on the Lavapiés neighborhood. All this with the aim of identifying how symbolic identity and new lifestyles reconfigure the urban and social structure of the capital. Through a methodology based on the Analytic Network Process (ANP), key variables such as cultural identity, neighborhood cohesion, social capital, and the impact of the new creative class were identified. It was determined that the symbolic image of the neighborhood is the most decisive factor in attracting new residents, causing a symbolic colonization that displaces the original population. Based on these findings, the study highlights the need for public policies that protect intangible heritage and the right to remain in the face of the commodification of urban space.

*Keywords:* Gentrification, Sociocultural factors, Madrid, Symbolic identity, Analytic Network Process (ANP), Cultural capital, Lavapiés.

## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN .....	6
• 1.1 La dimensión sociocultural de la gentrificación .....	6
• 1.2 Cambios culturales en los barrios urbanos .....	7
• 1.3 Importancia de los factores socioculturales .....	7
2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO .....	8
• 2.1 Objetivo general .....	8
• 2.2 Objetivos específicos .....	8
3. MARCO TEÓRICO .....	9
• 3.1. Revisión de literatura .....	9
○ 3.1.1 Cultura urbana y gentrificación .....	9
○ 3.1.2 Capital cultural y transformación urbana .....	10
• 3.2. Definición de los factores socioculturales que afectan a la gentrificación ..	11
○ 3.2.1 Estilos de vida, tejido comunitario y seguridad percibida .....	11
▪ 3.2.1.1 Capital social y organización comunitaria .....	12
▪ 3.2.1.2 Percepción de seguridad y control social .....	13
▪ 3.2.1.3 Transformación de los estilos de vida urbanos .....	15
▪ 3.2.1.4 Dinámicas generacionales y movilidad social .....	16
▪ 3.2.1.5 Diversidad social y cultural .....	18
○ 3.2.2 Estructura social, capital cultural y movilidad .....	19
▪ 3.2.2.1 Nivel educativo y capital cultural .....	20
▪ 3.2.2.2 Perfil sociodemográfico de la población residente .....	20
○ 3.2.3 Producción cultural e identidad simbólica del territorio .....	21
▪ 3.3.3.1 Identidad cultural e imagen simbólica del barrio .....	22
▪ 3.3.3.2 Presencia de artistas, estudiantes y trabajadores culturales .....	23
▪ 3.3.3.3 Producción cultural y resignificación del espacio urbano .....	23
4. CASO DE ESTUDIO: MADRID .....	24
• 4.1 La ciudad de Madrid como objeto de análisis .....	24
• 4.2 Transformaciones urbanas y gentrificación en Madrid .....	25
• 4.3 Importancia de los factores socioculturales en Madrid .....	28
5. METODOLOGÍA .....	29
• 5.1 Diseño de la investigación .....	26
• 5.2 Enfoque multicriterio .....	30
• 5.3 Aplicación del método ANP .....	32
• 5.4 Definición de clústeres y nodos .....	34
• 5.5 Construcción de la matriz de relaciones .....	36
6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	37

- **6.1** Análisis de los Factores Socioculturales ..... 38

7. CONCLUSIONES ..... 40

- **7.1** Implicaciones del estudio ..... 41
- **7.2** Limitaciones y futuras líneas de investigación ..... 42

8. Declaración de Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Trabajos Fin de Grado .....43

9. Lista de figuras .....44

10. BIBLIOGRAFÍA ..... 45

## **1. Introducción**

El análisis de la gentrificación desde un punto de vista sociocultural se enfoca en los cambios en la estructura humana y en la identidad barrial, sin seguir estrictamente una lógica regulatoria o económica. En esta sección, se examina cómo la ciudad deja de ser únicamente un conjunto de activos o normativas para transformarse en un espacio de conflicto simbólico. En este contexto, el capital cultural y los estilos de vida determinan quién tiene los poderes para ocupar y dotar de significado al espacio urbano.

Como sostiene Martínez López (2024) en su reciente revisión sobre la productividad empírica de la sociología urbana, el análisis del espacio sigue siendo el escenario crítico donde se materializan las desigualdades y las disputas por el capital simbólico. En el contexto madrileño, esta teoría se ve en barrios como Lavapiés o Malasaña donde cambian su fisionomía y se convierten en laboratorios donde las nuevas clases medias y el turismo global reescriben el derecho a la ciudad.

### **1.1 La dimensión sociocultural de la gentrificación**

Como bien señala Sequera (2017), la gentrificación es, fundamentalmente, una fractura en la ecología social de los barrios; un proceso que va mucho más allá de la mera rehabilitación de fachadas o la mejora técnica del parque inmobiliario. Lo que ocurre es que se produce un desplazamiento silencioso de los marcos culturales y las redes de sentido que otorgaban una identidad genuina a la comunidad residente original, los cuales terminan siendo borrados por lógicas de consumo ajenas. Sorando y Ardura (2021) señalan que este proceso debe entenderse como una forma de expulsión en Madrid donde la llegada de nuevos grupos sociales altera de forma irreversible el carácter social y la fisionomía de la vida cotidiana. Lees (2008), desde una perspectiva más actual, sostiene que es precisamente la dimensión sociocultural la que actúa como el verdadero motor de este proceso. Al dotarlo de una falsa deseabilidad, se vende la promesa de una regeneración basada en la mezcla social, sin embargo, la realidad suele ser otra, ese intento de mezclar a la gente no solo no funciona, sino que termina provocando una separación todavía más grave entre los vecinos. Lo que hoy vemos en Madrid no es solo una reforma urbana, sino la fabricación de un relato que ensalza el ocio cultural y la cercanía al centro, convirtiendo el barrio en un objeto de consumo para una clase media-alta con hábitos muy específicos. En el fondo, este cambio de la ciudad es, ante todo, un cambio del consumo, el cambio de nuevos locales y estéticas no es casual, sino que responde a la necesidad de los nuevos residentes de sentirse diferentes o especiales, muchas veces borrando el rastro de la historia local. Todo esto acaba alimentando lo que Mazorra-Rodríguez (2022) define al analizar el caso de Lavapiés, como una cruda mercantilización de la identidad del barrio.

Se da una situación muy contradictoria en la que los turistas y los nuevos residentes vienen buscando lo tradicional, pero es precisamente esa fascinación la que termina por explotar y borrar la identidad que tanto valoraban. Como explican Gil y Sequera (2018),

la expansión del turismo y plataformas como Airbnb aceleran una especie de domesticación del espacio urbano que genera una exclusión simbólica. Esto hace que el barrio acaba siendo un lugar extraño para los vecinos de siempre, ya que sus comercios y sus redes de confianza son reemplazados por una estética diseñada para el consumo global. Si aplicamos la visión de Alcalá et al. (2025), entendemos que este es el escenario donde la cultura y la propia organización de la comunidad deciden si el barrio resiste o si acaba cambiando por el mercado.

## **1.2 Cambios culturales en los barrios urbanos**

Lo que Madrid está viviendo es un vuelco total en los códigos culturales que dan vida a sus calles, más que una simple inyección de dinero. En otros análisis se centraban en la norma y la rentabilidad, en este análisis sociocultural el peso recae en el capital cultural de los nuevos residentes, quienes tienen la fuerza suficiente para cambiarle el significado al barrio por completo. Esta clase social, vinculada al auge de los servicios avanzados, utiliza la estetización como una vía de apropiación, tal como apunta Ley (2003). No buscan demoler, sino rehabilitar, de hecho, ven la arquitectura histórica y la pátina del tiempo como elementos de distinción social, además de buscar la proximidad a una oferta cultural que, paradójicamente, su propia presencia termina por estandarizar.

Esta colonización simbólica se manifiesta a través de una estetización de la vida cotidiana donde el comercio de proximidad es sustituido por locales cuya estética actúa como una señal de bienvenida para la nueva clase y de exclusión para la que estaba en un principio. Siguiendo la perspectiva de Bridge (2006), la gentrificación se entiende como el despliegue del capital cultural sobre el territorio para producir identidad y distinción social. Esto genera lo que Sorando y Leal (2024) describen como el declive de la mezcla social en Madrid, provocando una desconexión cultural donde los residentes originales dejan de sentirse representados por su propio entorno. Esto facilita su salida al debilitarse las relaciones vecinales tradicionales (Basagoiti Rodríguez et al., 2024).

## **1.3 Importancia de los factores socioculturales**

El peso de lo sociocultural está en cómo logra generar la expectativa necesaria para la inversión de capital. Es cierto que los datos económicos marcan la rentabilidad, pero es la parte sociocultural la que realmente le da al barrio ese valor simbólico que justifica su transformación. Sequera (2013) pone el foco en que la gentrificación en el centro histórico madrileño responde a nuevas prácticas distintivas de las clases medias que buscan en el centro un escenario para desarrollar estilos de vida no convencionales y que valoran la densidad y la interacción social frente a la monotonía de las urbanizaciones de las afueras.

En este proceso, los grupos culturales y creativos son quienes abren el camino. Su influencia es crítica porque transforman zonas previamente estigmatizadas en espacios percibidos como vibrantes, lo que Ruiz Chasco (2015) define como la operación del

capital simbólico a nivel de barrio para generar distinción. Este desbloqueo funciona como una señal de seguridad para el mercado inmobiliario, indicando que el barrio es apto para la inversión. No es solo dinero; es una conquista cultural. Es aquí donde se cumple lo que menciona Butler (2007) de que el barrio se vuelve tan ajeno que los de siempre acaban sintiéndose extranjeros en su propia casa. Castells (1991) ya adelantaba en su estudio sobre la ciudad informacional que los cambios económicos estaban rompiendo el mapa urbano en dos. Esto es lo que él llama metrópolis dual, que es un modelo fragmentado donde conviven, en una tensión constante, los sectores hiperconectados a la economía global con barrios que se quedan fuera del sistema y pierden su papel económico de toda la vida. Al analizar la metrópolis dual en Madrid, Mazorra-Rodríguez y Acevedo-Blanco (2025) sugieren que los factores socioculturales moldean la identidad del barrio hasta convertirlo en un producto. Es esta identidad la que funciona como el motor para atraer a esa nueva clase global y digitalizada que describe Sequera (2025), generando una presión de mercado tan fuerte que termina por desplazar a los vecinos de toda la vida.

## **2. Objetivos del estudio**

Lo que este estudio pretende es aterrizar las tensiones de la gentrificación en Madrid mediante un enfoque sistémico que supere el rastro puramente estadístico. El trabajo, por tanto, no se limita a observar, sino que se organiza a través de un objetivo central y una hoja de ruta muy clara compuesta por metas específicas que permiten aterrizar el modelo multicriterio en la realidad de la ciudad.

### **2.1 Objetivo General**

El objetivo general es analizar los factores socioculturales que determinan los procesos de gentrificación en los distritos centrales de Madrid mediante la aplicación de un modelo de decisión multicriterio basado en el Proceso Analítico de Red (ANP). El fin último es identificar las interdependencias entre la identidad simbólica, el cambio demográfico y los nuevos estilos de vida para comprender cómo se reconfigura la metrópolis dual contemporánea.

### **2.2 Objetivos Específicos**

Se pretende identificar y categorizar los indicadores clave que configuran la dimensión sociocultural del fenómeno, seleccionando aquellos nodos que presentan una mayor relevancia en el contexto de Madrid. Este paso es fundamental para traducir conceptos abstractos como arraigo o estetización en elementos medibles dentro de una red de influencias. El estudio busca modelizar las relaciones de retroalimentación entre los factores seleccionados. A diferencia de los análisis lineales, este objetivo persigue capturar cómo el capital cultural de los nuevos residentes es una consecuencia y un motor que retroalimenta la revalorización simbólica del barrio. Para ello utilizaremos la estructura matricial que propone el método ANP.

Se propone jerarquizar el peso de influencia de cada factor a través de la consulta a expertos y la construcción de una supermatriz. Con esto se espera determinar si, en el escenario actual de Madrid, la identidad simbólica del barrio posee una centralidad superior a la cohesión vecinal tradicional, permitiendo diagnosticar la vulnerabilidad de los distritos frente al desplazamiento.

El trabajo se orienta a evaluar las implicaciones críticas de los resultados obtenidos para la gestión urbana. Se busca que las conclusiones del modelo sirvan como base para proponer estrategias de protección del patrimonio inmaterial y de los estilos de vida locales, aportando una herramienta técnica que ayude a equilibrar la promoción de la marca ciudad con el derecho a la permanencia de los residentes originales.

### **3. Marco teórico**

#### **3.1. Revisión de la literatura**

##### **3.1.1 Cultura urbana y gentrificación**

La cultura ya no es un simple adorno de la vida social, sino el verdadero motor que redibuja el mapa de nuestras ciudades. Es lo que Checa-Artasu (2011) describe acertadamente como una dinamo gentrificadora. La dinamo gentrificadora es un proceso donde el patrimonio y el ocio se convierten en cebos para atraer capital, transformando el espíritu del barrio en un producto de consumo puramente emocional. Esta idea conecta directamente con la crítica de Varona Sánchez (2024), quien sostiene que ahora el arte se utiliza a menudo como una excusa para intervenir económicamente en zonas obreras. Se vende una supuesta autenticidad que finalmente termina expulsando a los vecinos. Al final, las antiguas fábricas y las tiendas de barrio se cambian por galerías y estudios de diseño, resultando en la alteración drástica de lo que hasta ahora era la gramática visual de nuestras calles.

Estas reformas en el barrio atraen a nuevos perfiles sociales cuyas costumbres chocan frontalmente con las de la población original. La llegada de profesionales y jóvenes creativos a zonas que históricamente estaban degradadas suele ser el aviso de que, pronto, desembarcarán grandes inversiones inmobiliarias. Estos nuevos residentes buscan barrios con una oferta cultural y una estética «auténtica», algo que el mercado aprovecha con rapidez. Como bien analiza Ruiz Chasco (2015), este proceso genera una homogeneización del entorno: los nuevos vecinos, al disponer de un mayor capital económico y simbólico, terminan ocupando el lugar de los residentes locales, quienes

carecen de recursos suficientes para resistir la escalada de los alquileres y la presión del nuevo modelo de consumo.

Este modelo de ciudad moderna acaba por debilitar las redes de ayuda entre los vecinos de toda la vida. Como he mencionado anteriormente, lo que Salinas González (2023) denuncia es cómo el turismo masivo y plataformas como Airbnb han convertido los centros de las ciudades en lugares que parecen más zonas de negocios turísticos que barrios residenciales. En estos sitios, vivir se vuelve muy difícil y el vecino acaba marchándose porque no puede pagar el suelo. Aun así, hay respuesta por parte de la gente. Varona Sánchez (2024) analiza cómo se usa el arte para protestar y demostrar que, a veces, la cultura solo sirve de adorno para la especulación inmobiliaria. Al final, como dice Ruiz Solano (2016), la gentrificación deshace la unión que había en el barrio y convierte la ciudad en una pelea entre el deseo de los vecinos de seguir en su casa y el interés de los inversores por ganar dinero

### **3.1.2 Capital cultural y transformación urbana**

Si seguimos la lógica de Zukin (2010), Madrid se mueve por lo que llama una economía simbólica. Bajo este prisma, la cultura ya no es solo un conjunto de expresiones artísticas, sino que se convierte en una forma de gestionar la ciudad, es decir, una estrategia que permite a quienes mandan decidir quién puede estar en ciertos espacios y quién no. Todo este cambio se apoya en la figura del gentrificador, que es alguien con unos gustos y valores muy específicos. Según Bridge (2001), la elección del barrio es una jugada calculada en la que estos nuevos vecinos usan su nivel cultural para compensar que, al principio, no tienen tanto dinero, logrando así una posición social distinguida simplemente por el hecho de ocupar ese espacio.

Como señalan García, Díez-Pisonero y Ordóñez (2017), factores como la identidad de barrio y los nuevos estilos de vida son los ejes vertebrales para entender cómo se organiza y se jerarquiza el espacio urbano hoy en día. Esta nueva forma de habitar la ciudad, estrechamente ligada a las pautas de consumo, termina por fragmentar el territorio en función de la capacidad adquisitiva de cada grupo, una tesis que ya planteaba Sequera (2017) al hablar de la nueva civilidad urbana. Mazorra Rodríguez (2022) detalla cómo Lavapiés se ha convertido en el paradigma de esta dinámica, donde la hibridación entre turismo y gentrificación ha transformado irreversiblemente la fisonomía y el tejido social del centro histórico.

El hecho de que el barrio se vea más bonito o moderno funciona como una señal para atraer a la nueva clase media. Para Luján Verón y Guillén (2025), el espacio público deja de ser un lugar de todos para convertirse en un sitio con una clase social marcada donde los grupos con más dinero imponen sus gustos. Los estratos medio-altos proyectan sus propios *habitus* socioespaciales. Siguiendo las tesis de Sequera (2013) y Zukin (2010) sobre la pérdida de identidad urbana, en Madrid esto se nota en una rehabilitación que selecciona qué edificios arreglar y usa la cultura para atraer a ciertos vecinos, lo que a menudo termina por desplazar los usos populares y tradicionales del espacio público. Esto es lo que termina echando a los residentes de siempre y eliminando los usos tradicionales de las plazas.

Al final, este cambio en la estética es el primer paso para que los precios suban de verdad. Cuando los gustos de los nuevos vecinos se asientan, el mercado inmobiliario aprovecha para subir las rentas. Esto facilita que la población original sea sustituida por gente con mucho más poder adquisitivo, tal como explican Bridge (2001) y Sequera (2017) al hablar de la sustitución social. De este modo, y como advirtieron en su día autores como Sequera (2013) y Zukin (2010), la producción de símbolos y la de espacio se entrelazan para convertir barrios históricos en activos mercantilizados.

## **3.2. Definición de los factores socioculturales que afectan a la gentrificación**

### **3.2.1 Estilos de vida, tejido comunitario y seguridad percibida**

Lo que está pasando hoy en los barrios es un cambio profundo en la forma de sentir y de ocupar los espacios más cotidianos. Como bien explica Sequera (2025), este proceso redefine nuestra relación con el entorno, haciendo que tanto la calle como la propia casa se conviertan en escenarios de una nueva lógica urbana. Además, cómo chocan los estilos de vida globales con la debilidad de las comunidades que ya estaban allí altera la percepción de seguridad. Estos elementos no funcionan por separado, sino que, tal como sostienen Basagoiti Rodríguez et al. (2024) y el propio Sequera (2025), son los mejores indicadores para medir el impacto real de la gentrificación en ciudades como Madrid.

El modelo de barrio se solía basar en el arraigo, en esas redes de ayuda y en una memoria compartida que los vecinos suelen llamar vida de pueblo. Sin embargo, ese modelo está perdiendo fuerza frente a la llamada pertenencia electiva. Ahora, el vínculo con el barrio

ya no es algo que se hereda o se necesita para sobrevivir, sino que depende de si el entorno encaja con los planes y los gustos de los que llegan. Basagoiti Rodríguez et al. (2024) y Sequera (2025) analizan este nuevo perfil de residente como personas con más recursos y una identidad muy ligada a lo digital, que buscan en el barrio un reflejo de su propio estilo de vida. Pero este cambio no es inofensivo. Como advierten Sorando y Ardura (2021), esto rompe las infraestructuras de supervivencia de las clases populares, esas redes invisibles que permitían salir adelante a quienes viven en situaciones más precarias.

Esta sustitución de unos vecinos por otros viene acompañada de lo que podríamos llamar una “seguridad estética”. Se utiliza la reforma de las calles y la peatonización para limpiar la imagen del barrio y ocultar los conflictos sociales y las tensiones que hay detrás de cada desahucio o mudanza forzada, un tema que han estudiado a fondo Basagoiti Rodríguez et al. (2024) y Sorando y Ardura (2021). A esto hay que sumar el papel de las plataformas digitales, que han terminado por convertir el barrio en un producto de consumo. Al final, como indican Baginski y Malcolm (2020) y de nuevo Sequera (2025), los algoritmos y la estética de moda son los que deciden quién tiene derecho a estar en la ciudad y quién merece ser visto.

Estas dinámicas no solo cambian las relaciones entre jóvenes y mayores, sino que crean un nuevo tipo de inseguridad. Ya no se trata solo del miedo al delito convencional, sino de un sentimiento de extrañeza y de pérdida de control sobre el propio espacio. Es esa sensación que describen Basagoiti Rodríguez et al. (2024) y Sequera (2025), donde el residente tradicional pasa a sentirse un extraño en su propia comunidad.

### **3.2.1.1 Capital social y organización comunitaria**

El capital social en el Madrid actual es mucho más que una red de contactos es, lo que sostiene y evita que el centro se desmorone bajo una individualización cada vez más agresiva. No es una malla de relaciones perfectas o idénticas. En barrios como Lavapiés, lo que sostiene la vida común es precisamente una mezcla caótica de vínculos. Como señalan Gómez-García et al. (2024), todas estas interacciones, por superficiales que parezcan, son las que impiden que la participación en el barrio se apague del todo.

Este apoyo mutuo no nace de la nada, sino de una serie de recuerdos y valores compartidos que terminan convirtiendo al barrio en un espacio de identidad colectiva, una idea que desarrollan Giacomasso y Castillo-Mena (2022). El arraigo aquí funciona como un soporte vital. Es, como advierten Basagoiti Rodríguez et al. (2024), lo que permite a

los residentes no hundirse ante la inestabilidad de su entorno. La clave de este proceso es que el patrimonio cultural deja de ser un objeto estático. Se convierte en algo vivo, en una herramienta de resistencia que da voz a las comunidades para decidir sobre su propio día a día en un Madrid que cambia demasiado rápido.

Esta forma de organizarse en el centro de Madrid ha surgido, fundamentalmente, como una respuesta de defensa ante la subida de la vivienda y la presión de los especuladores. Las protestas más recientes en el eje de Embajadores y Lavapiés han saltado por la llegada de fondos de inversión que, al comprar bloques enteros para uso turístico, ponen sobre la mesa la amenaza de expulsar a los vecinos de siempre, un tema que documentan Gómez-García et al. (2024). Lo que hace especial a esta resistencia es lo variados que son sus protagonistas. En un barrio donde casi el 40% de la población es extranjera, las plataformas vecinales han conseguido unir capacidades de perfiles muy distintos. Han unido perfiles como pensionistas, migrantes e incluso profesionales del sector cultural con conocimientos técnicos y legales, como detallan Gómez-García et al. (2024). Cada perfil aporta cosas distintas, los vecinos con más años en el barrio aportan su memoria de luchas pasadas y sus redes consolidadas, los perfiles más técnicos abren puertas en los medios de comunicación y en las instituciones. Esta alianza estratégica es la que permite que el barrio se convierta, según plantean Giacomasso y Castillo-Mena (2022), en un lugar de resistencia que cuestiona directamente las lógicas de mercado de la ciudad actual.

Pero la eficacia de esta lucha está siempre en peligro por el desgaste de los mismos lazos sociales que la sostienen. La gentrificación y el turismo masivo han cavado una brecha más profunda en Madrid, consolidando un modelo de ciudad dual que divide el territorio y acaba con la mezcla social, como advierte Mazorra Rodríguez (2022). Esta ruptura del capital social es crítica para que los habitantes puedan quedarse. Por una parte, la presión sobre el precio de la vivienda que analizan López-Gay et al. (2021) empuja a la población hacia las periferias, lo que significa perder la memoria colectiva y las redes de ayuda que permitían a los más vulnerables superar las crisis. Además, cuando el comercio de toda la vida es sustituido por negocios para turistas, se debilitan esas interacciones diarias que daban sentido al barrio. Como bien señalan Sorando y Ardura (2021), la gentrificación es un proceso de expulsión que es físico y social, donde el valor económico del barrio se separa de los vínculos comunitarios que lo mantuvieron vivo durante décadas. Aunque la movilización ciudadana sea capaz de crear nuevas redes de protesta, la amenaza de

expulsión genera un desequilibrio que pone en riesgo el futuro de la comunidad y la propia cohesión de Madrid como ciudad.

### **3.2.1.2 Percepción de seguridad y control social**

La metamorfosis de barrios céntricos como Lavapiés ha consolidado una dinámica de metrópolis dual donde la gentrificación y la turistificación no solo alteran el mercado inmobiliario, sino que transforman profundamente la percepción de seguridad de sus habitantes (Mazorra Rodríguez, 2022). Este fenómeno se articula a menudo a través de un discurso de la crisis urbana que, como explica Delgado (2011), utiliza la inseguridad como un argumento bajo el cual se justifican intervenciones públicas, como por ejemplo las Áreas de Rehabilitación Integral (ARI). A pesar de las fuertes inversiones en infraestructuras, la rehabilitación física ha sido incapaz de mitigar el sentimiento de miedo en sectores específicos como los considerados antiguos vecinos. Para este colectivo, el barrio ha experimentado una suerte de degeneración moral vinculada a la pérdida de su identidad tradicional, un proceso que Mazorra Rodríguez (2022) identifica como una consecuencia directa de la turistificación, la cual desplaza a la población vulnerable y reconfigura el centro histórico como un espacio estrictamente mercantilizado que genera nuevos focos de exclusión y desamparo.

Esta sensación de inseguridad nace en gran parte del desgaste del control social informal. El control social informal es ese sistema de vigilancia natural que siempre ha funcionado gracias a que los vecinos se conocían y se cuidaban entre ellos. Delgado (2011) explica muy bien cómo quienes llevan toda la vida en el barrio echan de menos esa estructura de gran familia del Lavapiés antiguo. Esas redes daban una seguridad psicológica que el diseño urbano de ahora, mucho más frío, no consigue imitar. Cuando las tiendas de siempre cierran y las costumbres de vecindad se pierden, los residentes sienten que el barrio se ha convertido en un *sindió*, en un desorden que les hace percibir su propio espacio como algo impredecible y peligroso. Este deterioro del caserío y la falta de vida comercial son los que, según Mazorra-Rodríguez y Acevedo-Blanco (2025), terminan por crear una ciudad de contrastes donde el vecino de toda la vida se siente un extraño por culpa de esos flujos constantes de gente desconocida.

Ante este desorden, las soluciones de control formal o de limpieza social no afectan a todos por igual. Sequera (2010) analiza estas medidas como herramientas de una gestión neoliberal que utiliza las cámaras y la fuerte presencia policial como formas de dominio

físico y simbólico. Todo esto se completa con un diseño de plazas diáfanas, de cemento y sin bancos ni árboles, pensado precisamente para que nadie se quede allí mucho tiempo. Lo curioso es que, mientras los antiguos vecinos suelen ver estas medidas como insuficientes y critican la pasividad de la administración, otros sectores de la población sienten que estas políticas solo sirven para criminalizar la pobreza sin tocar las causas reales del malestar. Delgado (2011) defiende que estas políticas de tolerancia cero se apoyan en la defensa de la propiedad privada, pero no funcionan ya que convierten la inseguridad en una excusa para excluir a los más vulnerables y vender una marca ciudad impecable.

La desconfianza hacia el extraño se vuelve más aguda por el conflicto en el uso de los espacios comunes. La proliferación de negocios mayoristas y un ocio nocturno pensado solo para el turista se ven como una amenaza directa a la paz del vecindario. Como advierten Mazorra-Rodríguez y Acevedo-Blanco (2025), esto confirma que la gentrificación hace mucho más que echar a la gente de su casa, lo que hace es romper el sentido de pertenencia y el control que el vecino sentía sobre su propio territorio de diario.

### **3.2.1.3 Transformación de los estilos de vida urbanos**

La transformación de los estilos de vida en los centros históricos madrileños, con Lavapiés como epicentro de este cambio, responde a una mutación estructural donde la ciudad deja de entenderse primordialmente como un espacio de residencia para operar como un nodo de la red económica global (Mazorra-Rodríguez & Acevedo-Blanco, 2025). Esta metamorfosis se articula a través de lo que Sequera (2025) define como una gentrificación de plataforma. Esto es un nuevo régimen sociotécnico donde las infraestructuras digitales, como los portales de alquiler vacacional o el impacto estético de Instagram, miden y valorizan la vida diaria. Por tanto, el cambio en los no lo podemos analizar hecho aislado, es una pieza fundamental de la economía cultural. Como analizan Gago García et al. (2017), que las tiendas de barrio de toda la vida dejen paso a galerías de arte, estudios de diseño o cafeterías de especialidad no es algo casual, ya que responde a la necesidad de crear una oferta de ocio que rompe las rutinas de los vecinos históricos. Esta transición hacia una ciudad bajo demanda termina por gestionar el tejido del barrio mediante algoritmos, sustituyendo la lógica de la vecindad por una de rentabilidad digital (Sequera, 2025).

Este giro hacia la elitización ha transformado también el perfil de quien habita estas calles. En un principio fue la clase creativa la que inició el cambio simbólico, pero las investigaciones de Sequera (2025) identifican ahora una clase tecnogentrificadora formada por nómadas digitales y trabajadores remotos. Son sujetos con un alto capital digital que consumen el territorio de forma cosmopolita, usando aplicaciones de movilidad y servicios de entrega evitando las fricciones de la vida urbana tradicional. Para ellos el barrio es un ecosistema tecnológico donde su presencia genera un valor visual constante. Sin embargo, este flujo consolida esa metrópolis dual de la que hablábamos, mientras el centro se privatiza para estos perfiles, las poblaciones vulnerables sufren una desposesión que las empuja hacia la periferia, en lo que Mazorra-Rodríguez (2022) define como una suburbanización de la pobreza.

Este proceso de cambio se apoya en una serialización estética que transforma los barrios para encajar en narrativas visuales globales (Sequera, 2025). Así, espacios como Lavapiés, como destaca Mazorra-Rodríguez (2022), pasan de ser lugares de vida popular a convertirse en escenarios de consumo visual, donde las fachadas son instagrameables y arte urbano institucionalizado funcionan como filtros de visibilidad que atraen inversión y turismo, convirtiendo la identidad del barrio en un simple producto de marketing. Esta mediatización urbana genera que el entorno sea percibido y valorado en la realidad digital antes que en su realidad física, orientando el interés inmobiliario hacia aquellos espacios con mayor capacidad de traducción a capital simbólico (Sequera, 2025).

Esta reconfiguración de los estilos de vida deriva en un conflicto de usos insalvable. Existe una tensión creciente entre el uso tradicional de la calle como espacio de encuentro y las nuevas dinámicas de ocio nocturno y consumo privado. Sequera (2025) describe este fenómeno como un desplazamiento semiótico donde los residentes antiguos sufren la presión económica y dejan de reconocerse en la nueva imagen de su propio entorno. La vida cotidiana se vuelve ilegible para quienes no participan de la interfaz de servicios bajo demanda, generando una exclusión que opera tanto física como simbólicamente. Mazorra-Rodríguez y Acevedo-Blanco (2025) establecen que estos discursos revelan que las transformaciones actuales, lejos de mejorar la calidad de vida comunitaria, profundizan la polarización social y la segregación en el modelo urbano madrileño.

#### **3.2.1.4 Dinámicas generacionales y movilidad social**

La realidad de Madrid muestra que la gentrificación ha pasado a convertirse en un factor de ruptura del relevo generacional. Tal como señalan Ardura y Sorando (2021), el cambio de paradigma en el mercado inmobiliario ha desplazado el peso de la propiedad en favor del alquiler privado. Esto ha desencadenado una ola de desplazamientos que castiga a los jóvenes de familias tradicionales. Al dispararse los precios, el barrio levanta una barrera invisible que impide a los hijos de los vecinos establecerse en su propio entorno de origen, empujándolos hacia periferias distantes donde las redes de apoyo mutuo desaparecen o se debilitan. Esta recomposición del espacio urbano madrileño no es un proceso neutral, sino una respuesta a flujos migratorios internos donde la permanencia en el centro queda condicionada exclusivamente por la capacidad económica (Andújar, 2017).

Por esto el centro de la ciudad ha pasado a funcionar como una plataforma de estatus para nuevos perfiles sociodemográficos con una movilidad extrema. Como ya he mencionado anteriormente, Sequera (2025) acuña el término clase tecnogentrificadora para describir a estos trabajadores remotos y jóvenes profesionales cualificados que ven en el centro histórico más que como un lugar de residencia, como una herramienta para acumular capital simbólico. Mediante la exposición en plataformas digitales el barrio se convierte en un escaparate donde el consumo de experiencias auténticas refuerza su propia movilidad social. Este reemplazo poblacional tiene un reflejo físico inmediato en el tejido residencial. Torres Bernier et al. (2018) apunta cómo en Lavapiés el espacio se fragmenta en unidades habitacionales cada vez más reducidas. Es la traducción material del fin de la familia tradicional en favor de hogares unipersonales o pisos compartidos por una comunidad global de estudiantes y profesionales.

Este vuelco demográfico evidencia un choque frontal entre el arraigo histórico y la movilidad transitoria. Mientras los vecinos de toda la vida encuentran su seguridad vital en la estabilidad del territorio y en la solidez de las relaciones vecinales (Basagoiti Rodríguez et al., 2024), la nueva vecindad se define por un perfil joven y que está de paso. El resultado es una ciudad dual donde conviven dos mundos que se encuentran desconectados, una población envejecida que resiste a duras penas bajo una presión constante y unos usuarios que consumen el barrio de forma *on-demand*, sin necesidad de integrarse en los códigos sociales que lo sostuvieron durante décadas (Sequera, 2025).

### 3.2.1.5 Diversidad social y cultural

Hoy en día la diversidad en Madrid ha dejado de percibirse como una mera realidad demográfica para convertirse en un eje central de la reconfiguración simbólica y económica del centro. Según apuntan Mazorra-Rodríguez y Acevedo-Blanco (2025), la ciudad se encamina hacia un modelo de contrastes donde la gentrificación del casco histórico convive con una suburbanización de la pobreza. Esto acaba empujando a los grupos más desfavorecidos hacia la periferia. La multiculturalidad de barrios como Lavapiés es absorbida por lo que Sequera (2025) define como un régimen sociotécnico de plataforma, en el cual la estética callejera y el comercio étnico se transforman en una marca diseñada para atraer a la clase creativa. A través de plataformas como Instagram o TikTok, se proyectan narrativas que resaltan supuestas experiencias auténticas y arte urbano como signos de capital simbólico. Esto acaba imponiendo una serialización estética que utiliza la diversidad previa como un simple decorado para validar la inversión inmobiliaria.

Este proceso de revalorización no es inocuo, sino que ejerce una presión que afecta de forma desproporcionada a la población de origen extranjero. Al declive de la mezcla social en el centro de Madrid (Mazorra-Rodríguez & Acevedo-Blanco, 2025) se suma lo que Sequera (2025) identifica como un desplazamiento digital, en el que aquellos negocios tradicionales, como carnicerías, que no logran visibilidad en las interfaces digitales o no encajan en la estética demandada por los nuevos residentes. Tienden a desaparecer del paisaje comercial. El entorno se vuelve funcionalmente inaccesible o ilegible para quienes no responden al perfil del usuario de plataforma, generando una exclusión física y simbólica.

Se consolida así una paradoja en la que el barrio multicultural es consumido estéticamente mientras sus protagonistas reales sufren una creciente precariedad. Sequera (2025) destaca esta dualidad de la metrópolis dual, los nómadas digitales ocupan espacios de alto valor simbólico, y la reproducción cotidiana del barrio sigue dependiendo de una clase trabajadora migrante fragmentada, repartidores o trabajadoras de servicios, cuya labor es a menudo invisibilizada por la propia tecnología que los emplea. Como se menciona en la Oficina Municipal de Información y Orientación para la Integración de Inmigrantes (2021) ante este escenario de desplazamiento semiótico, donde el vecino tradicional ya no se reconoce en la imagen proyectada de su calle, surgen iniciativas como El Otrx

(2021), que buscan reivindicar las prácticas culturales migrantes desde la integración y la resistencia a la mercantilización de la otredad.

Esta transformación hacia un modelo de ciudad amigable al turismo y a la eficiencia algorítmica implica una jerarquización de los cuerpos y los usos del espacio. Como señalan Basagoiti Rodríguez et al. (2024), el espacio local debería funcionar como un anclaje para la identidad y la solidaridad vecinal, sin embargo, las dinámicas actuales priorizan la rentabilidad del dato y el flujo transnacional. Según Sequera (2025), la higienización del espacio público para adaptarlo al consumo estético termina desplazando los modos tradicionales de habitar, esto amenaza la convivencia intercultural real en favor de una exclusividad filtrada por algoritmos.

### **3.2.2 Estructura social, capital cultural y movilidad**

Ruiz Chasco (2015) sostiene que la ciudad no es un decorado neutro, sino la materialización de relaciones de poder donde el hábitat ayuda a construir el *habitus* y viceversa. Por eso el simple hecho de vivir en un barrio concreto se convierte en una práctica que refleja la clase social del individuo y, al mismo tiempo, refuerza su posición en ella. Por eso, como sostiene Ruiz Chasco (2015) la configuración actual de Madrid no se entiende sin esa movilización de capitales que permite a ciertos grupos hacerse con recursos simbólicos y materiales que escasean en el centro de la ciudad.

Esta dinámica responde a un giro hacia un modo de vida posmoderno, donde la división social depende de quién posee los medios de producción y de los hábitos de consumo y de la capacidad de cumplir ciertos deseos. En este escenario, la ciudad deja de dividirse solo entre explotadores y explotados para dar paso a una nueva dualidad entre incluidos y excluidos (Quijano-Gómez, 2020). Los incluidos cuentan con un alto capital cultural, se convierten en los protagonistas del espacio y utilizan su propio estilo de vida como una forma de distinción frente al resto.

La llegada de estos nuevos perfiles profesionales cualificados y hogares de una sola persona es lo que ha dado un vuelco al perfil demográfico de Madrid. Este fenómeno ya no se limita al centro, sino que se expande hacia la primera periferia en lo que Ardura Urquiaga (2021) define como una quinta ola de gentrificación y la formación de nuevas centralidades ampliadas.

### **3.2.2.1 Nivel educativo y capital cultural**

Ruiz Chasco (2015) establece que la producción del espacio en Madrid responde a una dominación simbólica donde el barrio opera como un activo de distinción. Ilustra esto comparando el aislamiento voluntario del barrio de Salamanca con la convivencia obligada de los entornos populares. En Salamanca las clases dominantes han blindado históricamente su espacio para asegurar la reproducción de sus privilegios. En barrios como Lavapiés la modernización ha traído una resignificación de lo popular. Aquí, la multiculturalidad deja de ser una realidad social para convertirse en una etiqueta de consumo exótico atractiva para las nuevas clases medias. Esta apropiación ejerce una violencia simbólica que, como advierte Ruiz Chasco (2015), termina por invisibilizar el racismo de clase y desplazar las formas de vida tradicionales de la calle.

Esta mutación coincide con la tesis de Quijano-Gómez (2020) sobre el modo de vida posmoderno, donde la posición social depende de la capacidad para consumir símbolos. Emergen así figuras como los burgueses bohemios (BoBos) o los *yuppies*, sujetos con un alto bagaje académico que buscan en la centralidad urbana un factor de estatus. Estos actúan como pioneros en la rehabilitación de zonas degradadas, utilizando su capital social para transformar estos barrios en enclaves de vanguardia. Por esto se consolida una brecha profunda entre los sujetos integrados en estos flujos de consumo y aquellos que Quijano-Gómez (2020) denomina “fracasados metropolitanos”, que son aquellas personas que al no poder seguir el ritmo de un entorno encarecido, acaban siendo expulsadas de su propio territorio.

### **3.2.2.2 Perfil sociodemográfico de la población residente**

El nuevo perfil del gentrificador madrileño se ha consolidado como un sujeto joven, estrechamente vinculado a la economía del conocimiento. Los análisis demográficos de López-Gay et al. (2021) confirman esta tendencia, analiza cómo en barrios como Malasaña, el tamaño medio del hogar ha caído drásticamente, situándose cerca de los 1,9 miembros, con más de la mitad de las viviendas convertidas ya en hogares unipersonales.

Este cambio responde a un reemplazo tanto generacional como educativo de gran calado. Mientras la población envejecida disminuye, el segmento con estudios de postgrado en zonas como Lavapiés se ha disparado en la última década, representando una parte sustancial de su composición social (López-Gay et al., 2021). Esta identidad se define por

el capital escolar acumulado y por una cultura urbana que prioriza la proximidad estratégica al centro y un consumo altamente especializado.

Pero este fenómeno ya no cabe en el centro. La saturación de la almendra central ha terminado empujando a estos perfiles hacia los distritos de la primera periferia. Es lo que Ardura Urquiaga (2021) define como una quinta ola de gentrificación, alimentada por la entrada de fondos de inversión en el alquiler y la desregulación de los pisos turísticos.

Esta especie de «Brooklynización» madrileña ya se nota al cruzar el Manzanares. Por ejemplo, en Puerta del Ángel la etiqueta de moda se vende a través de nuevos polos gastronómicos. Otro ejemplo es Carabanchel, dónde se impulsa un Distrito Cultural en viejas naves industriales que atrae a una clase creativa (Ardura Urquiaga, 2021). El resultado es una polarización extrema. El centro se vuelve un espacio exclusivo y homogéneo para rentas altas y la periferia se convierte en un tablero de competición desigual.

### **3.2.3 Producción cultural e identidad simbólica del territorio**

Comprender la reconfiguración de los barrios centrales en la metrópolis contemporánea requiere un análisis profundo de la producción cultural como tecnología de gobierno y motor de distinción social (Sequera, 2013). Varona Sánchez (2024) menciona cómo la cultura deja de ser una manifestación orgánica del tejido vecinal para convertirse en un instrumento estratégico orientado a la revalorización simbólica y económica del espacio urbano. Este proceso, a menudo definido como la artistización de las políticas urbanas, funciona borrando las identidades populares y las prácticas de toda la vida para imponer una civilidad neoliberal basada en el diseño impecable y el consumo de lujo (Sequera, 2013).

Por el camino, la identidad del barrio muta hacia el *city marketing*. Rasgos como la multiculturalidad o ese aire bohemio se acaban empaquetando para fabricar una marca que resulte atractiva para turistas y clases medias. El problema es que en esa operación se vacía por completo la memoria histórica del territorio (Mazorra Rodríguez, 2023). Los encargados de abrir brecha suelen ser los gentrificadores pioneros, como explica Varona (2024), artistas y trabajadores del sector cultural que, buscando autenticidad y alquileres baratos, generan un capital simbólico que el mercado inmobiliario no tarda en aprovechar para disparar los precios del suelo.

El desembarco masivo de estudiantes y profesionales con alta cualificación ha dado un vuelco radical al *habitus* del barrio. Como analiza Ruiz Chasco (2015), los modelos de consumo tradicionales se ven desplazados por nichos mucho más sofisticados que operan como marcadores de estatus y solo sirven para blindar la segregación socioespacial. Esta lógica de dotar de un nuevo sentido al barrio mediante galerías de arte o grandes centros culturales ya no es exclusiva del centro histórico, como bien apunta Ardura (2021), este modelo se proyecta ahora hacia la periferia, creando centralidades ampliadas donde la especulación cultural y el aumento de rentas se replican paso por paso en el extrarradio madrileño.

### **3.3.3.1 Identidad cultural e imagen simbólica del barrio**

La gestión del espacio público en entornos estratégicos como Lavapiés es una verdadera artistización de las políticas urbanas. Como explica Sequera (2013), las administraciones implementan una renovación por sustitución que instrumentaliza la cultura como un dispositivo higienizador. El objetivo subyacente es desplazar a los colectivos como las clases populares y migrantes precarizados para reemplazarlos por una civilidad neoliberal volcada en el consumo de distinción. Este modelo de gentrificación impulsada desde el Estado (*state-led gentrification*) acaba convirtiendo el patrimonio y las costumbres del barrio en un simple recurso estético que de alguna manera limpia la imagen del barrio para atraer la inversión internacional (Sequera, 2013).

Mazorra (2023) señala cómo esa multiculturalidad orgánica y la estética bohemia de los barrios del centro de Madrid terminan siendo absorbidas para venderse como marca ciudad. Al final, el tejido social previo se desarticula porque la ciudad ya no se proyecta para ser vivida, sino que se diseña específicamente como un producto de inversión (Mazorra, 2023). Esta mercantilización de la autenticidad es la que permite extraer rentas de monopolio. Se ofrece una experiencia urbana vibrante a turistas y a nuevas clases medias, pero a costa de vaciar de contenido la identidad real del barrio.

### **3.3.3.2 Presencia de artistas, estudiantes y trabajadores culturales**

El artista desempeña un papel estructural como agente de avanzada en las primeras fases del proceso gentrificador. Varona (2024) analiza la figura de los artistas como gentrificadores pioneros, cuya búsqueda de espacios genuinos y alquileres bajos genera un capital simbólico que el mercado inmobiliario aprovecha después. Bajo el concepto de *artwashing*, su presencia actúa como un mecanismo de pacificación que dota de un nuevo

valor de cambio a zonas antes estigmatizadas, facilitando una expropiación tanto simbólica como económica del territorio (Varona, 2024).

Este cambio en el capital cultural se refleja sobre todo en la transformación profunda del perfil educativo y en la nueva composición de la población residente. Según los datos que analizan López-Gay et al. (2021), el *habitus* de Lavapiés ha experimentado un vuelco radical en apenas una década, la presencia de vecinos con títulos de postgrado o doctorado se ha disparado, mientras que los perfiles sin estudios o con formación básica han pasado a ser testimoniales. La llegada de estos trabajadores del conocimiento redefine el paisaje del barrio hacia un modelo de consumo mucho más exclusivo. Es así como proliferan librerías-cafetería, centros de estética de diseño y locales de nicho que, terminan desplazando al comercio de proximidad y a los servicios que daban sentido a la vida vecinal tradicional (López-Gay et al., 2021).

### **3.3.3.3 Producción cultural y resignificación del espacio urbano**

Siguiendo a Varona (2024) y Sequera (2013), la ubicación estratégica de grandes contenedores culturales (como el Museo Reina Sofía o las Escuelas Pías) y la promoción del *Street Art* operan como atractores de inversión que transforman el paisaje obrero en un producto con atractivo comercial. En este modelo de ciudad creativa, el arte no es un fin social, sino la punta de lanza de operaciones especulativas donde los estudios de diseño preparan el terreno para los promotores inmobiliarios. Las infraestructuras culturales funcionan como potentes motores de resignificación que otorgan valor de cambio a la degradación urbana.

Esta dinámica de revalorización se está expandiendo hacia nuevas fronteras geográficas debido, en gran parte, al agotamiento del centro histórico. Ardura (2021) describe cómo el proceso se traslada ahora a distritos como Carabanchel, donde iniciativas vinculadas al diseño y la reconversión de naves industriales en estudios de artistas replican el modelo de Lavapiés para abrir nuevas ventanas de oportunidad económica. Estamos ante lo que se conoce como centralidades ampliadas, un fenómeno donde el capital simbólico de los creadores se desplaza a la periferia para inaugurar nuevos mercados residenciales y de ocio. La cultura termina funcionando como el motor de la distinción social y, por extensión, de la especulación en el extrarradio (Ardura, 2021).

## **4. Caso de estudio: Madrid**

### **4.1 La ciudad de Madrid como objeto de análisis**

Madrid se ha consolidado en las últimas décadas como el principal paradigma del modelo de ciudad global en España, afianzando su primacía como centro demográfico, laboral y económico del país. Este ascenso en la jerarquía urbana internacional ha sido impulsado por un proyecto de gobernanza urbana emprendedora. Ha transformado la gestión pública en una lógica de mercado orientada a la competitividad. Mazorra Rodríguez (2022) analiza esta nueva fase del capitalismo destacando su naturaleza global, su carácter neoliberal y, la primacía de la economía del conocimiento. La capital ha pasado a convertirse en un nodo estratégico de flujos financieros, concentrando las sedes de las principales corporaciones multinacionales. Este proceso de inserción en la economía global incrementa la desigualdad y consolida un modelo de ciudad dual.

La estructura social de Madrid refleja una tendencia persistente hacia la polarización. Por un lado, se ha consolidado una clase global compuesta por profesionales altamente cualificados vinculados a los servicios avanzados. Por otro lado, el Observatorio Metropolitano (s.f.) argumenta que ha crecido un ejército de trabajadores en empleos precarios y mal remunerados en los sectores de hostelería y cuidados, nutridos en gran medida por población inmigrante. El espacio geográfico madrileño reproduce estas asimetrías mediante una división clara entre un noroeste enriquecido y un sureste donde se concentra la vulnerabilidad urbana. Esta dualidad laboral se traduce en una brecha de renta creciente que sitúa a Madrid como una de las metrópolis con mayor segregación residencial de la Unión Europea.

La Almendra Central de Madrid ha sido objeto de una intensa mercantilización. Como analizan Gil y Sequera (2018), los procesos de gentrificación y turistificación han reconfigurado por completo la función de los barrios centrales, priorizando un monocultivo de ocio y turismo sobre las necesidades residenciales de siempre.

La proliferación descontrolada de viviendas de uso turístico (VUT) ha impactado de lleno en el mercado inmobiliario, disparando los precios del alquiler y vaciando los edificios de vecinos. Este fenómeno de estetización del paisaje urbano busca, en última instancia, maximizar la rentabilidad al atraer a un perfil de visitante con alto poder adquisitivo, una

dinámica que, como advierten Gil y Sequera (2018), termina por diluir la identidad y la cohesión vecinal de los barrios históricos más emblemáticos.

El barrio de Lavapiés constituye el caso de estudio más representativo de estas dinámicas a escala local. Definido originalmente como un símbolo del casticismo multicultural, este enclave ha experimentado una transformación radical. Sequera (2013) plantea que el avance de la gentrificación en este entorno, incentivado por los planes de rehabilitación iniciados con el PGOUM de 1997, ha provocado el desplazamiento de las clases populares hacia la periferia sur. Reforzando esta idea, Mazorra Rodríguez (2023) destaca que el cambio en el perfil formativo del barrio ha sido exponencial. El aumento de titulados superiores duplica el ritmo del resto de la ciudad y la población sin estudios se ha reducido a menos de la mitad. Al mismo tiempo, la altísima densidad de anuncios de Airbnb en la zona ha acelerado la desaparición del comercio de proximidad y la expulsión de colectivos vulnerables.

#### **4.2 Transformaciones urbanas y gentrificación en Madrid**

La metamorfosis que ha experimentado el Área Urbana de Madrid (AUM) en los últimos años responde a una transición profunda hacia un modelo de sociedad postindustrial. En este escenario, la economía del conocimiento no solo ha alterado el mercado laboral, sino que ha redibujado físicamente la metrópolis. Mazorra-Rodríguez y Acevedo-Blanco (2025) sostienen que Madrid se ha consolidado como una metrópolis dual; un espacio donde la polarización socioespacial es la norma y donde el crecimiento económico, lejos de revertir en el bienestar general, ha profundizado la segregación. Esta deriva es consecuencia directa de la ambición de la capital por escalar en las jerarquías globales, priorizando la captación de inversión y talento cualificado frente a la necesaria cohesión social de sus barrios.

Este proceso no ha sido espontáneo, sino que ha contado con un marco regulatorio que ha actuado como motor principal. Investigadores como Mazorra-Rodríguez y Acevedo-Blanco (2025) apuntan que instrumentos como el Plan General de Ordenación Urbana (PGOUM) de 1997 o el Plan de Revitalización del Centro Urbano (PERCU) de 2004 buscaron explotar el valor simbólico del casco histórico para proyectar una imagen espectacular de Madrid. Sin embargo, estas políticas de rehabilitación escondían una intencionalidad clara: como bien analiza Sequera (2013), se pretendía fomentar una

economía cultural que atrajera a nuevas clases medias profesionales. El resultado fue un cambio demográfico drástico donde la mejora de los edificios avanzó en paralelo al desplazamiento silencioso de los vecinos con rentas más bajas.

En la actualidad, la gentrificación madrileña ha mutado hacia una variante agresiva ligada a la explotación turística de la vivienda. Gil y Sequera (2018) examinan cómo la irrupción de plataformas como Airbnb ha desvirtuado el mercado residencial, especialmente en el distrito Centro, donde en 2024 las viviendas de uso turístico (VUT) ya representan cerca del 33% de la oferta de alquiler. Estos autores critican que, lejos de ser economía colaborativa, el 88,74% de los anuncios están en manos de perfiles profesionales que extraen casas del mercado habitacional para maximizar beneficios. En esta misma línea, Cocola-Gant (2016) advierte que el residente estable pasa a ser visto como un estorbo para la acumulación de capital inmobiliario, generando un círculo vicioso de escasez y expulsión.

Esta turistificación ha terminado por erosionar la vida cotidiana y la identidad de los barrios centrales. Como sostienen Gil y Sequera (2018), la gestión del turismo de masas ha sometido al espacio público a una mercantilización agresiva que sustituye la tienda de barrio por un monocultivo de ocio diseñado exclusivamente para el visitante. Es lo que se ha llegado a definir como un polígono industrial turístico (Vázquez, 2022). Un entorno donde el centro histórico pierde su función de hogar para convertirse en un mero escaparate de consumo. Ante esta presión, colectivos como “Lavapiés, ¿dónde vas?” han articulado resistencias para denunciar cómo bloques enteros pasan a manos de fondos globales, vaciando de vida el territorio y rompiendo los lazos vecinales que sostenían el barrio.

Por otro lado, la gentrificación ya ha desbordado los límites de la almendra central de la capital. Ardura Urquiaga (2021) introduce la tesis de las centralidades ampliadas para explicar cómo la revalorización y el desplazamiento están saltando la M-30 hacia distritos como Tetuán, Arganzuela o Carabanchel. La presión al alza de los precios se expande como una onda desde el centro hacia la periferia. De hecho, Mazonra-Rodríguez y Acevedo-Blanco (2025) confirman que la brecha social se ha ensanchado entre 2001 y 2021, consolidando esa frontera diagonal que separa un noroeste acomodado de un sureste vulnerable. Mientras las rentas altas se blindan en el centro-norte, los sectores más

desfavorecidos sufren una suburbanización de la pobreza, viéndose obligados a trasladarse a barrios periféricos con menos servicios.

Esta transformación se hace evidente en grandes arterias como la Gran Vía, como señalan García, Díez-Pisonero y Ordóñez (2017), la calle se ha convertido en un escenario puramente comercial donde el flujo de consumidores tiene prioridad absoluta sobre el ciudadano de a pie. Se observa aquí el fenómeno de fachadismo. En el fachadismo se rehabilitan las fachadas monumentales para albergar nuevos templos del consumo. En estos casos los interiores de los edificios a menudo siguen degradados o se vacían de su uso residencial. Se prioriza la imagen y el impacto visual sobre la habitabilidad real, convirtiendo el centro en un espacio de paso y no de permanencia (García et al., 2017).

Este proceso altera incluso la estructura de los hogares. Como observa Salinas González (2023), en las zonas turistificadas las familias son sustituidas por hogares unipersonales de jóvenes con recursos o ancianos que resisten en el área. El encarecimiento del suelo, impulsado por esa voluntad política de hacer de Madrid una ciudad global competitiva, ha terminado por crear, en palabras de López-Gay y Andújar (2020), una capital excluyente para gran parte de su población tradicional. En conclusión, la evolución de Madrid bajo la lógica del capital inmobiliario y la terciarización extrema plantea un conflicto irresoluble entre el modelo de ciudad-producto y el derecho real a la ciudad de sus habitantes.

#### **4.3 Importancia de los factores socioculturales en Madrid**

Los factores socioculturales en el Madrid actual no son meros acompañantes de la economía; funcionan como ejes que definen quién puede vivir en la ciudad y dónde. Como explican Mazorra-Rodríguez y Acevedo-Blanco (2025), Madrid se ha consolidado como un nodo de la red global, pero este éxito no ha traído mayor cohesión. Al contrario, la región ha derivado hacia un modelo urbano de contrastes donde el nivel educativo y el capital cultural se han vuelto tan determinantes como los ingresos a la hora de segmentar el espacio metropolitano.

Un síntoma preocupante de esta dinámica es la erosión de la mezcla social en los barrios. Sorando y Leal (2024) vinculan directamente el aumento de la desigualdad con una segregación residencial cada vez más rígida. En Madrid, los espacios donde antes

convivían distintos estratos sociales están desapareciendo. Esta pérdida de diversidad no es casual: responde a una tendencia donde los grupos con mayor capital académico y cultural se agrupan en áreas exclusivas, ensanchando la distancia física y social respecto a quienes cuentan con menos recursos (Sorando & Leal, 2024).

La transformación de la imagen de Madrid también ha dependido de una gestión estratégica de lo simbólico. Ya desde los años noventa, hitos como la capitalidad cultural de 1992 sirvieron para proyectar una nueva identidad urbana. Según García Ballesteros y García Escalona (1993), esta estrategia impulsó una cultura posmoderna que especializó el centro de la ciudad en el ocio y el consumo de élite. Lejos de ser un proceso neutral, esta revalorización simbólica atrajo a perfiles sociales que priorizan el estatus cultural de su entorno, facilitando una remodelación de clase en el paisaje del centro histórico.

La irrupción de nuevos estilos de vida transnacionales ha terminado de redefinir el derecho a la ciudad. Fenómenos como los nómadas digitales o los turistas de larga duración actúan, según Armas-Díaz et al. (2023), como catalizadores de una gentrificación internacional. En Madrid el mercado inmobiliario ha sabido explotar esta demanda de alto poder adquisitivo. Han provocado el desplazamiento de los residentes tradicionales.

La capital se fractura entre un centro histórico hiper-gentrificado y una periferia que absorbe la suburbanización de la pobreza. Como concluyen Mazorra-Rodríguez y Acevedo-Blanco (2025), Madrid es ya una metrópolis dual: un escenario donde el estatus y la formación académica no solo marcan la posición social, sino que dictan quién tiene derecho a habitar los espacios de mayor valor de la ciudad.

## **5. Metodología**

### **5.1 Diseño de la investigación**

Este trabajo se ha planteado bajo un diseño mixto con lógica sistémica. Al abordar un fenómeno tan poliédrico como la gentrificación en el centro de Madrid se hace necesario un enfoque capaz de captar no solo los cambios en el paisaje urbano, sino también las mutaciones en la identidad y el tejido social del barrio. Por ello, el estudio no se limita

a una foto fija de la situación actual, sino que busca profundizar en las dinámicas de poder y consumo que subyacen a la transformación de Lavapiés.

Se trata de una investigación de carácter no experimental y transversal, fundamentada en una perspectiva crítica de la sociología urbana. Este diseño permite alejarse de las visiones institucionales que presentan la rehabilitación del centro como un proceso de mejora lineal, para centrar la mirada en lo que Sequera (2025) o Mazorra-Rodríguez (2022) identifican como procesos de desposesión. El valor de este enfoque reside en su capacidad para cuestionar la realidad observada, enfrentando los datos teóricos con la experiencia cotidiana de un barrio que está dejando de ser un espacio de vida para convertirse en un activo de plataforma.

Metodológicamente, el estudio sigue un proceso inductivo. No se pretende imponer una teoría previa, sino que, a través del análisis pormenorizado de las fuentes y el contexto madrileño, se busca construir un marco interpretativo sobre la “metrópolis dual”. El diseño se ha estructurado para cruzar tres ejes que consideramos vitales:

1. La dimensión físico-comercial: El paso de la tienda de barrio a la economía del ocio y el diseño.
2. La dimensión social: La expulsión de las cohortes jóvenes y la ruptura de los lazos vecinales tradicionales.
3. La dimensión simbólica: El uso de la diversidad migrante como un reclamo estético para el turismo.

Este planteamiento busca articular una respuesta crítica a cómo los nuevos flujos de capital y las infraestructuras digitales están reconfigurando el derecho a la ciudad, priorizando la rentabilidad sobre el arraigo.

## **5.2 Enfoque multicriterio**

La gestión de la dimensión sociocultural en la gentrificación madrileña se caracteriza por una profunda complejidad ética y técnica, donde los valores de identidad suelen colisionar con las dinámicas de mercado. Para abordar esta problemática, se adopta el Análisis de Decisión Multicriterio (MCDA), una disciplina que permite estructurar problemas donde existe un conjunto de *trade-offs* entre dimensiones heterogéneas.

La elección de un modelo multicriterio responde a la necesidad de dotar al estudio de una mayor capacidad analítica. Como sugiere Martínez López (2024), la productividad empírica en la sociología urbana contemporánea depende de la habilidad para conectar los marcos conceptuales clásicos con herramientas metodológicas que permitan medir la complejidad de los nuevos entornos digitales y físicos.

### **5.2.1 Evaluación Multicriterio Social (SMCE)**

A diferencia de los enfoques puramente económicos, en esta investigación se aplica la lógica de la Evaluación Multicriterio Social, la cual reconoce que los criterios socioculturales no son fácilmente conmensurables bajo una métrica monetaria (Munda, 2004). En este estudio, variables como la eficacia colectiva o el capital cultural se integran en un marco de evaluación que respeta la inconmensurabilidad social. Esto permite que los juicios subjetivos sobre el valor de un barrio se transformen en datos comparables y jerarquizados. De este modo, el modelo no reduce la riqueza social de Madrid a un precio, sino que la pone en valor frente a las presiones del mercado inmobiliario.

### **5.2.2 La Metodología de Ayuda a la Decisión**

Siguiendo la perspectiva de Roy (1996), el Análisis de Decisión Multicriterio (MCDA) no se utiliza en esta investigación como un simple algoritmo de cálculo automático, sino como una verdadera metodología de ayuda a la decisión. Esta distinción es fundamental para el desarrollo del TFG, ya que permite que el modelo represente con fidelidad la realidad del conflicto urbano en Madrid. Al emplear esta metodología, se logra modelar la tensión intrínseca entre el valor de uso vecinal y el valor de cambio inmobiliario, proporcionando una transparencia necesaria en la ponderación de cada interés en juego y evitando que las decisiones técnicas ignoren el conflicto social (Roy, 1996).

Asimismo, la metodología dota al estudio de una alta capacidad de estructuración al permitir descomponer la compleja transformación sociocultural de la capital en atributos medibles y comparables. Esto facilita que perfiles expertos como técnicos urbanistas y sociólogos puedan priorizar con rigor qué factores institucionales o ambientales actúan como los verdaderos detonantes del cambio social. En última instancia, como subrayan Alcalá et al. (2025), el uso de estas herramientas de ayuda a la decisión permite transitar de una descripción subjetiva del barrio a una jerarquización técnica y sistémica, fundamental para diseñar políticas públicas que respondan a la realidad de la metrópolis dual.

### **5.2.3 Integralidad y Robustez Técnica**

Para garantizar la fiabilidad del modelo frente a la volatilidad del entorno urbano, el enfoque se dota de una arquitectura de integralidad y robustez técnica. Tal como proponen Alcalá et al. (2025), la robustez del proceso no solo reside en el cálculo matemático, sino en el uso de sistemas que reconozcan la interdependencia de los factores. Mediante la aplicación del Proceso Analítico de Red (ANP), se asegura que el sistema sea capaz de gestionar el *feedback* entre los clústeres socioculturales y económicos.

Esta metodología permite modelar la toma de decisiones en entornos complejos donde los beneficios, las oportunidades, los costes y los riesgos se entrelazan de forma no lineal (Saaty, 2005; Saaty & Vargas, 2013). Esta solidez técnica, contrastada mediante el Ratio de Consistencia (CR), permite que los resultados obtenidos no sean arbitrarios, sino una síntesis científica de la realidad de la metrópolis dual madrileña (Alcalá et al. (2025)).

### **5.3 Aplicación del método ANP**

La técnica del Proceso Analítico de Red (ANP) se implementa en esta investigación como el motor analítico capaz de capturar la arquitectura no lineal de las influencias socioculturales en Madrid. A diferencia de los modelos jerárquicos tradicionales que asumen una independencia estricta entre niveles, el ANP permite tratar la ciudad como un sistema complejo donde factores económicos, sociales y digitales se retroalimentan (Saaty & Ozdemir, 2005). Siguiendo el rigor de Alcalá et al. (2025), este enfoque permite superar las limitaciones de los análisis lineales, modelando la realidad de los distritos centrales como un ecosistema donde cada factor es, simultáneamente, causa y efecto de otros. Esto resulta fundamental para mapear las interdependencias críticas que definen la transformación actual de la capital.

#### **5.3.1 Fundamentos de la red social urbana**

La elección del ANP se justifica por la necesidad de representar el tejido sociocultural madrileño como una red de dependencias mutuas. En el contexto de este estudio, el método permite reconocer que la importancia de una variable, como la identidad de barrio, no es un valor estático, sino que fluctúa en función de su retroalimentación con otros elementos del sistema. Como sugieren Alcalá et al. (2025), esta fase de configuración basada en el pensamiento sistémico es vital para identificar cómo el objetivo global la gentrificación de la almendra central es el resultado de la interacción

entre nodos. Bajo esta lógica, la proliferación de infraestructuras digitales no solo impacta en el precio del suelo, sino que altera el capital simbólico de los barrios, acelerando la inversión inmobiliaria y el desplazamiento poblacional a escala urbana (Mazorra-Rodríguez & Acevedo-Blanco, 2025).

### **5.3.2 Estructura de interdependencias socioculturales**

Para cuantificar la influencia de la cultura en la gentrificación, el modelo desglosa las relaciones en dos dimensiones técnicas fundamentales, las dependencias externas y las internas. Las dependencias externas ocurren cuando los factores de un clúster, como el ambiente externo compuesto por el turismo y los grupos de interés, ejercen una presión directa sobre los nodos del clúster de identidad. Las dependencias internas, que consisten en bucles de influencia dentro de un mismo grupo, como la relación recíproca entre el nivel educativo y las industrias creativas. Esta distinción es crucial, ya que, según la metodología de Alcalá et al. (2025), permite capturar cómo ambos factores se refuerzan mutuamente para elevar el capital cultural del área y redefinir su posición en la metrópolis dual.

### **5.3.3 El proceso de computación y convergencia**

La aplicación práctica del método sigue un rigor matemático dividido en fases sucesivas para transformar las percepciones sociales en prioridades numéricas precisas. El proceso se inicia con la consulta a un panel de cuatro expertos que, mediante cuestionarios de comparaciones pareadas, evalúan la importancia relativa de cada factor. Estas valoraciones se sintetizan mediante la media geométrica para construir la Supermatriz No Ponderada. Posteriormente, se realiza un ajuste estocástico para generar la Supermatriz Ponderada, multiplicando los pesos locales por las prioridades de los clústeres para garantizar que el sistema esté equilibrado.

La fiabilidad de este análisis se sustenta en el cálculo sistemático del Ratio de Consistencia (CR). Para garantizar que el modelo sea lógico y que las comparaciones entre criterios no resulten erráticas, se han validado exclusivamente aquellos juicios que presentan un CR inferior al 10%. Este umbral, establecido por Saaty (2005), actúa como el filtro de calidad fundamental para asegurar que la subjetividad inevitable de los expertos no derive en contradicciones matemáticas que invaliden el estudio. Una vez asegurada la coherencia de la red, el proceso culmina con el cálculo de potencias sucesivas de la matriz hasta obtener la Supermatriz Límite. En este punto los valores

convergen y se estabilizan. El vector resultante de esta operación revela la prioridad global de cada factor sociocultural. Esto permite determinar con rigor científico qué palancas de identidad ejercen un dominio real sobre la transformación actual de Madrid. Como señalan Lee, Chen y Kang (2009), esta metodología garantiza que la selección de indicadores no responda a una observación superficial o sesgada, sino a un análisis de red capaz de considerar la totalidad de las presiones e interdependencias que moldean, hoy día, el espacio urbano.

#### **5.4 Definición de clústeres y nodos**

La arquitectura del modelo ANP para esta investigación trasciende la mera clasificación de variables; se configura como un mapa de interdependencias donde cada clúster representa una dimensión crítica de la realidad urbana de Madrid. Siguiendo los principios de *systems thinking* aplicados por Alcalá et al. (2025), se ha diseñado una estructura de red donde los nodos no son compartimentos estancos, sino elementos que se retroalimentan.

A continuación, se desarrolla la lógica interna de los tres clústeres y sus correspondientes nodos:

##### **C1. Estilos de vida, tejido comunitario y seguridad percibida**

Este clúster constituye el termómetro social del territorio. No analiza datos fríos, sino la vivencia cotidiana y la cohesión de los residentes.

- 3.2.1.1 Capital social y organización comunitaria: Se define como la capacidad de respuesta colectiva ante procesos de expulsión. Este nodo es fundamental para medir la resiliencia del barrio frente a la inversión inmobiliaria.
- 3.2.1.2 Percepción de seguridad y control social: Analiza cómo el cambio en el perfil del residente y la presencia de turismo alteran el control informal (el “mirar por la ventana”) hacia un control institucionalizado, a menudo ligado a la limpieza simbólica del espacio.
- 3.2.1.3 Transformación de los estilos de vida urbanos: Evalúa el paso de una economía de barrio (proximidad) a una economía de consumo y ocio

(conveniencia), lo que Alcalá et al. (2025) identificarían como una mutación en los procesos del sistema urbano.

- 3.2.1.4 Dinámicas generacionales y movilidad social: Examina el reemplazo de la población envejecida por jóvenes profesionales, un nodo que actúa como puente entre el capital social tradicional y las nuevas lógicas de mercado.
- 3.2.1.5 Diversidad social y cultural: Mide la gestión de la alteridad en un contexto donde la diferencia cultural suele ser mercantilizada para atraer nuevos flujos de capital.

## **C2. Estructura social, capital cultural y movilidad**

Este clúster opera como el motor demográfico del modelo. Define quién tiene de alguna manera el derecho a permanecer en el centro de Madrid según su capital acumulado.

- **3.2.2.1 Nivel educativo y capital cultural:** Basado en las tesis sobre el *habitus* de Bourdieu, este nodo analiza cómo los títulos académicos y las preferencias estéticas de los nuevos residentes validan el proceso de gentrificación.
- **3.2.2.2 Perfil sociodemográfico de la población residente:** Es el nodo base que registra las variaciones en renta, origen y composición del hogar, permitiendo a los expertos ponderar el grado de sustitución poblacional que sufre la almendra central.

## **C3. Producción cultural e identidad simbólica del territorio**

Este grupo de nodos analiza la dimensión inmaterial que precede a la inversión económica. Es el clúster que genera el deseo de habitar el barrio.

- **3.3.3.1 Identidad cultural e imagen simbólica del barrio:** Estudia la construcción de la marca del territorio. Como señalan Alcalá et al. (2025), los factores de imagen son determinantes en la adopción de nuevos modelos (en este caso, un nuevo modelo de ciudad).
- **3.3.3.2 Presencia de artistas, estudiantes y trabajadores culturales:** Analiza el papel de la clase creativa no como un agente pasivo, sino como un nodo que incrementa el valor simbólico del espacio, atrayendo posteriormente al capital inmobiliario.

- **3.3.3.3 Producción cultural y resignificación del espacio urbano:** Evalúa cómo eventos, festivales o intervenciones artísticas cambian el significado de la calle, transformándola de un espacio de uso vecinal a un escenario de consumo global.

Esta estructura permite que, en las fases posteriores de la investigación, el panel de expertos pueda evaluar la influencia cruzada. Por ejemplo, se podrá determinar matemáticamente en qué medida la Producción cultural (C3) erosiona o fortalece el Capital social (C1), proporcionando una visión científica y sistémica del desplazamiento en la metrópolis dual madrileña.

## **5.5 Construcción de la matriz de relaciones**

La construcción de la matriz de relaciones constituye la fase de modelización donde se formalizan las interdependencias entre los elementos que configuran la dimensión sociocultural de la gentrificación. A diferencia de los modelos jerárquicos tradicionales, el Proceso Analítico de Red (ANP) permite capturar la retroalimentación entre factores tangibles, como el perfil demográfico, e intangibles, como la identidad barrial (Lee, Chen y Kang, 2009). Esta fase es crucial para reflejar que el cambio social en Madrid no es lineal, sino que responde a una red de influencias donde la percepción ciudadana y los estilos de vida se condicionan mutuamente (Promentilla et al., 2008).

Bajo el enfoque de Alcalá et al. (2025), esta estructura matricial permite que el sistema no sea una simple suma de partes, sino un modelo vivo capaz de procesar cómo la alteración de un nodo afecta a la estabilidad de toda la red urbana.

### **5.5.1 Definición de influencias y dependencias cruzadas**

Para establecer la red de relaciones, se ha analizado cómo los nodos de cada clúster afectan el comportamiento de los demás, siguiendo la lógica de sistemas complejos de Alcalá et al. (2025). Las interacciones se han articulado bajo los siguientes ejes:

- **Influencia de la Identidad sobre el Estilo de Vida:** El nodo dominante, Identidad cultural e imagen simbólica (3.3.3.1), ejerce una influencia externa masiva sobre el Clúster 1. La marca o el carácter simbólico de barrios madrileños atrae nuevos Estilos de vida (3.2.1.3), modificando las pautas de consumo y la convivencia vecinal (Lee, Chen y Kang, 2009).

- Influencia de la Estructura Social sobre la Cohesión: El Perfil sociodemográfico (3.2.2.2) condiciona directamente el Capital social y organización comunitaria (3.2.1.1). La sustitución de residentes tradicionales por nuevos perfiles con mayor capital cultural altera las redes de apoyo mutuo y la capacidad de resistencia vecinal frente al desplazamiento (Promentilla et al., 2008).
- Retroalimentación de la Clase Creativa: La presencia de Artistas y trabajadores culturales (3.3.3.2) actúa como un puente que vincula la Identidad (3.3.3.1) con el Nivel educativo (3.2.2.1). En la línea de lo expuesto por Alcalá et al. (2025), este flujo genera un ciclo de resignificación del espacio que termina por elevar el estatus simbólico y económico del territorio, consolidando la estructura de la metrópolis dual.

### **5.5.2 Ponderación de la supermatriz y consistencia**

Para fijar las ponderaciones, consultamos a cuatro especialistas del sector. Aunque lo habitual suele ser contar con entre 6 y 10 expertos, en este caso optamos por un grupo más reducido, un grupo de 4 expertos. Esto se debe a que, dada la especificidad del tema, añadir más voces no aportaba matices nuevos ni valor real al análisis. Esta decisión metodológica se apoya en el rigor de las comparaciones pareadas, que permiten convertir juicios cualitativos sobre identidad o percepción en vectores de prioridad precisos (Lee, Chen y Kang, 2009). Según el modelo propuesto por Alcalá et al. (2025), la validez del sistema no reside en el volumen de la muestra, sino en la consistencia técnica de las matrices. Se busca que la evaluación final sea un mapa dinámico de cómo la cultura y la imagen urbana están transformando la realidad social de la capital (Promentilla et al., 2008).

## **6. Resultados y Discusión**

Los resultados obtenidos a partir de la aplicación del Proceso Analítico de Red (ANP) permiten identificar una estructura clara en la priorización de los factores socioculturales que inciden en los procesos de gentrificación en Madrid. En términos generales, se observa un patrón orientado hacia la primacía de elementos vinculados a la construcción de una imagen simbólica y la transformación de los perfiles residentes, situándose por

encima de aquellos asociados a la protección del tejido comunitario y la cohesión vecinal tradicional.

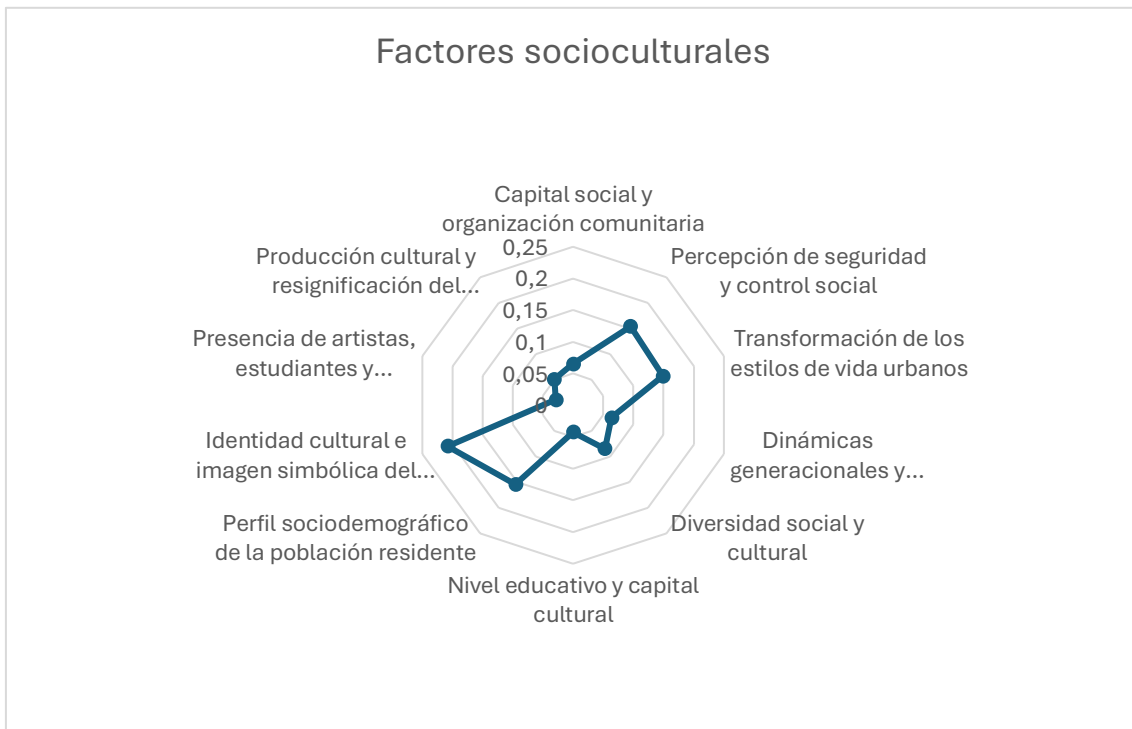


Figura 1: Distribución de la influencia de los factores socioculturales analizados mediante ANP

## 6.1 Análisis de los Factores Socioculturales

### 6.1.1. Resultados

Los datos obtenidos tras la aplicación del modelo de Proceso Analítico de Red (ANP) permiten jerarquizar con precisión qué elementos socioculturales están traccionando con más fuerza el proceso de gentrificación en el centro de Madrid. Al observar los pesos globales, destaca de manera muy significativa el nodo de la “Identidad cultural e imagen simbólica del barrio”, que alcanza un valor de 0,2082. Este porcentaje lo sitúa como el factor determinante del modelo, llegando a triplicar en importancia a otros elementos teóricamente relevantes.

Muy cerca de esta preeminencia simbólica encontramos dos factores con un peso estratégico similar, que son el “Perfil sociodemográfico de la población residente” con un valor de (0,1542), y la “Percepción de seguridad y control social” (0,1536). Estos tres

componentes (identidad, demografía y seguridad) actúan como el núcleo duro del cambio en los barrios analizados.

El modelo también otorga una relevancia considerable a la “Transformación de los estilos de vida urbanos” (0,1488) y a la “Diversidad social y cultural” (0,0848). Resulta llamativo que, frente a estos pesos, el factor del “Capital social y organización comunitaria” se quede en un 0,0653, lo que indica una influencia menor de las redes vecinales en comparación con la inercia del mercado y la imagen del barrio.

El análisis revela pesos llamativamente bajos en factores que tradicionalmente se asociaban al inicio de la gentrificación. Es el caso de la “Producción cultural y resignificación del espacio”, con un valor de (0,0504), el “Nivel educativo” (0,0423) y, de forma más extrema, la “Presencia de artistas, estudiantes y trabajadores culturales” (0,0284), que aparece como el factor con menor incidencia directa en la red de influencias actual.

### **6.1.2. Discusión**

Al cruzar estos resultados con el marco teórico, lo primero que salta a la vista es la confirmación de que Madrid está viviendo una transformación económica además de una verdadera colonización simbólica. Que la identidad cultural (0,2082) sea el factor con más peso respalda las tesis de autores como Zukin (2010) sobre la economía simbólica. El barrio deja de ser valorado por su tejido social real y pasa a ser un producto de consumo basado en una autenticidad falsa. En este sentido, la marca de barrios como Lavapiés o Malasaña es hoy más potente que la realidad de sus vecinos. Vemos que se vende una estética de barrio obrero o multicultural para una clase que, paradójicamente, al instalarse termina por desplazar esa misma realidad. Como señala Zukin (2010), se produce un proceso donde la cultura local se convierte en un activo para atraer capital, generando lo que Sequera (2017) define como una nueva civilidad urbana basada en el *habitus* de una clase media que coloniza simbólicamente el espacio. Así, la identidad del barrio se transforma en un objeto de distinción, provocando que el arraigo tradicional sea sustituido por lo que Sorando y Ardura (2021) describen como un proceso de expulsión física y también simbólica.

Esta sustitución se ve reflejada en el alto peso del perfil sociodemográfico (0,1542). Vemos que estamos ante un cambio de residentes y ante la consolidación de esa nueva clase media urbana que mencionamos en el marco teórico. Esta clase no llega al barrio de

forma casual, sino que busca un escenario que valide su *habitus* (Sequera, 2017). Los datos sugieren que la gentrificación madrileña ha superado ya esa fase inicial de tener estudiantes y artistas (cuyo peso es mínimo, 0,0284) para entrar en una fase de madurez donde el mercado inmobiliario se dirige directamente a profesionales con un estilo de vida muy definido.

Los resultados indican que la percepción de seguridad y el control social (0,1536) es un requisito indispensable para que esta nueva clase media se asiente, cuando tradicionalmente la gentrificación se ha vinculado con la limpieza visual del barrio. Sin embargo, esto suele implicar una ruptura con el modelo de calle tradicional, ya que se pasa de un control social informal, donde el vecino que conoce a todo el mundo, a una seguridad institucionalizada y una estetización que a menudo expulsa a quienes no encajan en el nuevo canon visual o de consumo.

La brecha entre el peso de los estilos de vida (0,1488) y el capital social comunitario (0,0653) apunta a una erosión del barrio como espacio de resistencia. Mientras que las formas de consumo y movilidad cambian rápidamente para adaptarse a los nuevos residentes, las estructuras de organización vecinal pierden peso específico. Esto sugiere que el tejido comunitario tradicional está teniendo serias dificultades para contrarrestar una dinámica donde lo individual y el consumo de experiencias urbanas se imponen sobre la identidad colectiva y el derecho a la permanencia. La diversidad (0,0848) corre el riesgo de convertirse en un simple decorado multicultural que decora el proceso sin llegar a integrar realmente a las poblaciones desplazadas.

## **7. Conclusiones**

La presente investigación permite concluir que la gentrificación en los distritos centrales de Madrid ha trascendido la mera revalorización inmobiliaria para consolidarse como un proceso de profunda reconfiguración simbólica. El hallazgo más determinante del modelo ANP es la hegemonía de la identidad cultural e imagen del barrio (0,208) como motor del cambio. Este dato revela que la creación de una marca de barrio, que se basa en una autenticidad impostada para el consumo, es hoy más potente que la realidad social de sus propios vecinos. En Madrid el relato sobre el territorio no solo acompaña al proceso, sino que lo precede, convirtiendo barrios como Lavapiés en escenarios de distinción para una

nueva clase media urbana que busca, ante todo, un estilo de vida cosmopolita y entornos de seguridad controlada.

Esta mutación hacia una ciudad más estética acaba provocando el debilitamiento del tejido comunitario. El hecho de que el capital social y la organización vecinal hayan obtenido uno de los pesos más bajos del estudio (0,065) evidencia una asimetría alarmante. Podemos ver cómo las dinámicas de mercado y los nuevos hábitos de consumo avanzan con firmeza, pero la resistencia tradicional se ve fragilizada. Como sostienen Sorando y Leal (2024), este fenómeno está provocando un declive de la mezcla social en la capital, dando lugar a entornos distantes donde la proximidad física no garantiza la interacción. Esto sugiere que la gentrificación no solo expulsa a los residentes por el aumento de precios, sino que los desahucia simbólicamente al erosionar los referentes y códigos que daban sentido a su cotidianidad.

También podemos ver cómo los resultados subrayan que las políticas públicas no pueden seguir limitándose a la rehabilitación física o la dinamización económica. Es urgente un giro hacia la protección del patrimonio inmaterial y la preservación del comercio de proximidad. Si la gestión urbana continúa priorizando la marca ciudad sobre el derecho a la permanencia, el centro de Madrid corre el riesgo de convertirse en lo que Varona Sánchez (2024) identifica como un espacio urbano posmoderno condicionado por la estetización.

## **7.1 Implicaciones del estudio**

El análisis de estos resultados arroja implicaciones directas para la gestión de la cohesión social en Madrid, evidenciando que las políticas públicas no pueden seguir limitándose a la rehabilitación física del parque inmobiliario. Los datos sugieren que la intervención institucional debe girar hacia la protección del patrimonio inmaterial y la vida de barrio. Sin medidas específicas que blindan el comercio de proximidad y los espacios de encuentro vecinal, la identidad urbana corre el riesgo de degradarse hasta convertirse en un simple decorado vacío de contenido social. En este sentido la gestión de la marca ciudad aparece como un arma de doble filo donde la promoción de Madrid como destino cultural global, está actuando como un acelerador del desplazamiento sociocultural. Dado que el capital social ha resultado ser el factor más débil del modelo, es prioritario fomentar mecanismos de participación real. El empoderamiento vecinal es la única vía para

devolver a los residentes la capacidad de decidir sobre la imagen y el futuro de sus barrios, evitando así que la resignificación del espacio sea un proceso impuesto de arriba hacia abajo que ignore la identidad preexistente.

## **7.2 Limitaciones y futuras líneas de investigación**

Este análisis sociocultural cierra el enfoque sistémico del trabajo, pero deja abiertas varias vías que merecen ser exploradas en investigaciones posteriores. Una de las limitaciones principales reside en la naturaleza de los intangibles analizados; al trabajar con factores como la identidad o la percepción, los resultados están condicionados por la interpretación del panel de expertos. Futuros estudios podrían mitigar esta subjetividad integrando encuestas masivas a pie de calle que contrasten la visión técnica con la vivencia cotidiana de los residentes. Asimismo, el tamaño de la muestra de consulta limitada en esta ocasión a cuatro especialistas por criterios de saturación podría ampliarse en trabajos de mayor escala para buscar matices en distritos periféricos.

Por otro lado, queda pendiente una evaluación más profunda del papel de las nuevas tecnologías en la construcción de la imagen simbólica del territorio. Sería valioso investigar cómo plataformas como Instagram o TikTok contribuyen a la gentrificación mediante la estetización de la vida cotidiana, acelerando la rotación de residentes. Finalmente, una línea de investigación necesaria debería abordar estudios comparativos post-pandemia. Tras la crisis del COVID-19, Madrid ha experimentado mutaciones en los estilos de vida y una digitalización del trabajo que podrían estar alterando los pesos de prioridad entre la localización y la identidad dentro del modelo ANP, planteando un nuevo escenario para la supervivencia sociocultural de la almendra central.

## 8. DECLARACIÓN DE USO DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA EN TRABAJOS FIN DE GRADO

**ADVERTENCIA:** Desde la Universidad consideramos que ChatGPT u otras herramientas similares son herramientas muy útiles en la vida académica, aunque su uso queda siempre bajo la responsabilidad del alumno, puesto que las respuestas que proporciona pueden no ser veraces. En este sentido, NO está permitido su uso en la elaboración del Trabajo fin de Grado para generar código porque estas herramientas no son fiables en esa tarea. Aunque el código funcione, no hay garantías de que metodológicamente sea correcto, y es altamente probable que no lo sea.

Por la presente, yo, Rocío Navarro García de Castro, estudiante de Psicología y ADE de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado (Un análisis multicriterio de los factores socioculturales que afectan a la gentrificación de los barrios: Un enfoque desde la ciudad de Madrid), declaro que he utilizado la herramienta de Inteligencia Artificial Generativa ChatGPT u otras similares de IAG de código sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación [el alumno debe mantener solo aquellas en las que se ha usado ChatGPT o similares y borrar el resto. Si no se ha usado ninguna, borrar todas y escribir “no he usado ninguna”]:

1. **Brainstorming de ideas de investigación:** Utilizado para idear y esbozar posibles áreas de investigación.
2. **Referencias:** Usado conjuntamente con otras herramientas, como Science, para identificar referencias preliminares que luego he contrastado y validado.
3. **Metodólogo:** Para descubrir métodos aplicables a problemas específicos de investigación.
4. **Estudios multidisciplinares:** Para comprender perspectivas de otras comunidades sobre temas de naturaleza multidisciplinar.
5. **Constructor de plantillas:** Para diseñar formatos específicos para secciones del trabajo.
6. **Sintetizador y divulgador de libros complicados:** Para resumir y comprender literatura compleja.
7. **Generador de problemas de ejemplo:** Para ilustrar conceptos y técnicas.
8. **Revisor:** Para recibir sugerencias sobre cómo mejorar y perfeccionar el trabajo con diferentes niveles de exigencia.
9. **Traductor:** Para traducir textos de un lenguaje a otro.

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para que se ha usado ChatGPT u otras herramientas similares). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: 26.03.2026

Firma: \_\_\_\_\_



## **9. Lista de figuras**

Figura 1: Distribución de la influencia de los factores socioculturales analizados mediante ANP

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- Alcalá, S. G. S., De Nicolas, V. L., López-López, A. J., & Ventosa, M. (2025). A Multi-Criteria and Empirical Study for Determining the Influencing Factors of Generative Artificial Intelligence Adoption in Companies. *Systems Research And Behavioral Science*.  
<https://doi.org/10.1002/sres.3215>
- Andújar, A. (2017). Movilidad residencial y (re)composición social del espacio urbano en el municipio de Madrid. *Papers. Revista De Sociologia*, 102(4), 761–792.  
<https://doi.org/10.5565/rev/papers.2419>
- Ardura Urquiaga, Á. (2021). Hay vida más allá de la M-30: gentrificación en la primera periferia de Madrid. *Territorios en formación*, (19), 3-23.  
<https://doi.org/10.20868/tf.2021.19.4784>
- Ardura, Á., & Sorando, D. (2021). Desplazamiento y gentrificación: el proceso de expulsión en Madrid. *Documentación Social*, (7). <https://documentacionsocial.es/7/a-fondo/desplazamiento-gentrificacion-proceso-expulsion-madrid/>
- Armas-Díaz, A., Gutiérrez, F. J. T., Bel, F. S., & Del Carmen Díaz Rodríguez, M. (2023). Presentación. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 27(2). <https://doi.org/10.1344/sn2023.27.42651>
- Ayuntamiento de Madrid. (2012). *Revisión Plan General: Criterios y Objetivos Generales*. Área de Gobierno de Urbanismo y Vivienda.  
<https://www.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/UrbanismoyVivienda/Urbanismo/PGOUM/Legislacion/DOC.CRITERIOSyOBJETIVOS2.pdf>

- Baginski, A., & Malcolm, C. (2020). Gentrification and the aesthetics of displacement. *FIELD: A Journal of Socially Engaged Art Criticism*, 14. <https://field-journal.com/issue-14/gentrification-and-the-aesthetics-of-displacement/>
- Basagoiti Rodríguez, M., Osés Bermejo, J. J., Díaz-Gandasegui, V., & Gómez García, M. V. (2024). Relaciones vecinales y arraigo en tres barrios de la ciudad de Madrid. *Revista Prisma Social*, (47), 60–96. <https://revistaprismasocial.es/ps/article/view/5569>
- Bridge, G. (2001). Bourdieu, Rational Action and the Time-Space Strategy of Gentrification. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 26(2), 205–216. <http://www.jstor.org/stable/3650668>
- Bridge, G. (2006). Perspectives on cultural capital and the neighbourhood. *International Journal of Urban and Regional Research*, 30(4), 719–728. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2006.00688.x>
- Butler, T. (2007). Re-urbanizing London docklands: Gentrification, capital or culture? *International Journal of Urban and Regional Research*, 31(4), 759–781. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2007.00758.x>
- Castells, M. (1991). *The Informational City: A New Framework for Social Change*. <http://hdl.handle.net/1807/94355>
- Checa-Artasu, M. M. (2011). Gentrificación y cultura: algunas reflexiones. *Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, 16(914). <https://www.ub.edu/geocrit/b3w-914.htm>
- Cócola Gant, A. (2016). *Alojamiento turístico y desplazamiento de población* (Working Paper Series WPCC-163504). Contested Cities.

- Delgado, M. (2011). El caso de los "antiguos vecinos" y la ARI-Lavapiés: Gentrificación y control social informal. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 15(385). <https://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-385.htm>
- Gago García, C., Díez-Pisonero, R., & Córdoba Ordóñez, J. A. (2017). Relaciones entre ocio-consumo, turismo y gentrificación en los barrios de Madrid: Los casos de Malasaña y Lavapiés. En *Naturaleza, territorio y ciudad en un mundo global* (pp. 1055–1064). Asociación de Geógrafos Españoles.  
<https://produccioncientifica.ucm.es/documentos/5eab56712999526c90b0c3c8>
- García Ballesteros, A., & García Escalona, E. (1993). El espacio cultural de «Madrid 1992». *Estudios Geográficos*, 54(212), 521–536. <https://doi.org/10.3989/egeogr.1993.i212.521>
- Giacomasso, M. V., & Castillo-Mena, A. (2022). El barrio de Lavapiés (Madrid) visto desde la perspectiva patrimonial. Un lugar de resistencia y oportunidad de mejora social. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 13(1), 192-214.  
<https://doi.org/10.21501/22161201.3737>
- Gil, J., & Sequera, J. (2018). Expansión de la ciudad turística y nuevas resistencias. El caso de Airbnb en Madrid. *Empiria. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, (41), 15-32.  
<https://doi.org/10.5944/empiria.41.2018.22602>
- Gómez-García, M., Basagoiti Rodríguez, M., Osés Bermejo, J. J., & Díaz Gandasegui, V. (2024). *Movilizaciones vecinales y relaciones vecinales en Lavapiés y Caño Roto* [Comunicación en congreso]. XV Congreso Español de Sociología, Sevilla, España.  
[https://participabarrios.es/wp-content/uploads/2024/07/CongresoXVSociologia\\_Gomez.pdf](https://participabarrios.es/wp-content/uploads/2024/07/CongresoXVSociologia_Gomez.pdf)

- Lee, A. H. I., Chen, H. H., & Kang, H. Y. (2009). Multi-criteria decision making on strategic selection of integrated circuit packaging. *Expert Systems with Applications*, 36(3), 7039–7046. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2008.08.021>
- Lees, L. (2008). Gentrification and social mixing: Towards an inclusive urban renaissance? *Urban Studies*, 45(12), 2449–2470. <https://doi.org/10.1177/0042098008097099>
- Ley, D. (2003). Artists, Aestheticisation and the Field of Gentrification. *Urban Studies*, 40(12), 2527-2544. <https://doi.org/10.1080/0042098032000136192>
- López-Gay, A., Sales-Favà, J., Solana-Solana, M., Fernández, A., & Peralta, A. (2021). El avance de la gentrificación en Barcelona y Madrid, 2011-2019: análisis socioespacial a partir de un índice de gentrificación. *Estudios Geográficos*, 82(291), e084. <https://doi.org/10.3989/estgeogr.202195.095>
- Luján Verón, D., & Guillén, D. (2025). Espacio público ¿con clase? Habitus socioespaciales en estratos medio-alto y alto. *Estudios Sociológicos De El Colegio De México*, 43, 1–26. <https://doi.org/10.24201/es.2025v43.e2861>
- Martínez López, M. (2024). Sociologías del espacio: Legado teórico y productividad empírica. *Revista Española De Investigaciones Sociológicas*, (109), 127–154. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.109.127>
- Mazorra Rodríguez, Á. (2022). Tendencias de gentrificación y turistificación en el centro histórico de Madrid. El caso de Lavapiés. *Historia Y Memoria*, 26, 199-231. <https://doi.org/10.19053/20275137.n26.2023.13672>
- Mazorra Rodríguez, Á. (2023). Tendencias de gentrificación y turistificación en el centro histórico de Madrid: El caso de Lavapiés. *Historia y Memoria*, (26), 199–231. <https://doi.org/10.19053/20275137.n26.2023.13672>

- Mazorra-Rodríguez, Á., & Acevedo-Blanco, A. J. (2025). Madrid metrópolis dual: gentrificación y suburbanización de la pobreza en un modelo urbano de contrastes. *Ciudad Y Territorio Estudios Territoriales*, 57(223).  
<https://doi.org/10.37230/CyTET.2025.223.10>
- Munda, G. (2004). Social multi-criteria evaluation: Methodological foundations and operational consequences. *European Journal of Operational Research*, 158(3), 662–677. [https://doi.org/10.1016/S0377-2217\(03\)00369-2](https://doi.org/10.1016/S0377-2217(03)00369-2)
- Observatorio Metropolitano. (s. f.). *Madrid, ciudad global*.  
<https://www.observatoriomropolitano.org/manifiesto-por-madrid-critica-y-crisis-del-modelo-metropolitano/i-madrid-ciudad-global/>
- Oficina Municipal de Información y Orientación para la Integración de Inmigrantes. (2021). *El Otrx: arte, cultura y migración en la ciudad de Madrid*.  
<https://oficinamunicipalinnmigracion.es/el-otrx-arte-cultura-migracion-ciudad-madrid/>
- Promentilla, M. A. B., Furuichi, T., Ishii, K., & Tanikawa, N. (2008). A network analytic hierarchy process for the multi-criteria analysis of contaminated site management options. *Waste Management*, 28(11), 2190–2200.  
<https://doi.org/10.1016/j.wasman.2007.10.007>
- Quijano-Gómez, E. (2020). Gentrificación, clases sociales y nuevos actores urbanos en el centro de Bogotá (Colombia). *Ciudad y Territorio Estudios Territoriales (CyTET)*, 52(206), 887-900. <https://doi.org/10.37230/CyTET.2020.206.11>
- Roy, B. (1996). *Multicriteria Methodology for Decision Aiding*. Nonconvex optimization and its applications. <https://doi.org/10.1007/978-1-4757-2500-1>

- Ruiz Chasco, S. (2015). Estigma y distinción territorial, cómo opera el capital simbólico a nivel de barrio: el ejemplo del centro de Madrid. En E. González García, C. Gómez Jará, & I. J. Martínez Ruíz (Coords.), *Mundos emergentes: cambios, conflictos y expectativas* (pp. 694-706). ACMS. [https://acmspublicaciones.revistabarataria.es/wp-content/uploads/2017/05/60.Santiago.Almag\\_.2015.694\\_706.pdf](https://acmspublicaciones.revistabarataria.es/wp-content/uploads/2017/05/60.Santiago.Almag_.2015.694_706.pdf)
- Ruiz Solano, J. R. (2016). Aproximación conceptual a la gentrificación y sus impactos sociales. *Revista Ciudades, Estados y Política*, 3(1), 49-60.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8961306.pdf>
- Saaty, T. L. (2005). *Theory and applications of the analytic network process: Decision making with benefits, opportunities, costs, and risks*. RWS Publications.
- Saaty, T. L., & Ozdemir, M. S. (2005). The analytic network process. *International Journal of Information Technology & Decision Making*, 4(1), 5–35.
- Saaty, T. L., & Vargas, L. G. (2013). *Decision making with the analytic network process: Economic, political, social and technological applications with benefits, opportunities, costs and risks*. Springer Science & Business Media. <https://doi.org/10.1007/978-1-4614-7279-7>
- Salinas González, J. (2023). Gentrificación, turistificación y hogares. El caso centro histórico y el SOHO malagueños (España). *Breves Contribuciones del I.E.G.*, (34), 4-22.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9912924.pdf>
- Sequera Fernández, J. (2017). Ante una nueva civilidad urbana. Capitalismo cognitivo, habitus y gentrificación. *Revista Internacional de Sociología*, 75(1), e055.  
<http://dx.doi.org/10.3989/ris.2017.75.1.15.31>

- Sequera, J. (2010). *Prácticas distintivas y control urbano como mecanismos de gestión de las conductas: el caso de Lavapiés (Madrid)*. UNED.  
[https://www.academia.edu/1840053/Pr%C3%A1cticas\\_distintivas\\_y\\_control\\_urbano\\_como\\_mecanismos\\_de\\_gesti%C3%B3n\\_de\\_las\\_conductas\\_el](https://www.academia.edu/1840053/Pr%C3%A1cticas_distintivas_y_control_urbano_como_mecanismos_de_gesti%C3%B3n_de_las_conductas_el)
- Sequera, J. (2013b). *Las políticas de la gentrificación en la ciudad neoliberal: Nuevas clases medias, producción cultural y gestión del espacio público. El caso de Lavapiés en el centro histórico de Madrid* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid.  
<https://docta.ucm.es/entities/publication/9d044f93-64fd-42fc-89c0-f1995abad0d9>
- Sequera, J. (2025). Platform gentrification: The production of urban inequalities in the on-demand city. *Open Research Europe*, 5(147).  
<https://doi.org/10.12688/openreseurope.20362.2>
- Sorando, D., & Ardura, Á. (2021). Desplazamiento: La gentrificación como proceso de expulsión en Madrid. *Documentación Social*, (9), 1-18.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8145452>
- Sorando, D., & Leal, J. L. (2024). Distantes y desiguales: el declive de la mezcla social en Barcelona y Madrid. *Revista Española De Investigaciones Sociológicas*, (167), 125–148. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.167.125>
- Torres Bernier, E., Vega Hidalgo, A., & Ortega Palomo, G. (2018). El proceso de gentrificación en el barrio de Lavapiés. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 1(3), 41–70.  
[https://www.academia.edu/99695869/El\\_proceso\\_de\\_gentrificaci%C3%B3n\\_en\\_el\\_barrio\\_de\\_Lavapi%C3%A9s](https://www.academia.edu/99695869/El_proceso_de_gentrificaci%C3%B3n_en_el_barrio_de_Lavapi%C3%A9s)
- Varona Sánchez, I. (2024). Las prácticas artísticas y la gentrificación en el espacio urbano posmoderno. *BRAC: Barcelona Research Art Creation*, 12(3), 1–32.  
<https://doi.org/10.5477/cis/reis.109.127>

Vázquez Ríos, R. (2022). Los centros históricos: su urbanismo y patrimonio cultural. Un nuevo modelo para el Centro Histórico de Málaga. *Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo*, (13). <https://doi.org/10.5821/siu.10052>

Zukin, S. (2010). *Whose culture? Whose city?* Princeton University Press.  
<https://www.scribd.com/document/953206528/Zukin-Whose-Culture-Whose-City>