

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 42, año 2025. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-10176-15-7

Donde habita la cultura

Distritos creativos, modelos y tensiones en la ciudad contemporánea (2025)

Antonio Castro-Higueras; José Patricio Pérez-Rufí (editores)

Separata

Capítulo 4

Título del Capítulo

«El precio de la creatividad. Gentrificación, desplazamiento y transformación social en los distritos creativos»

Autoría

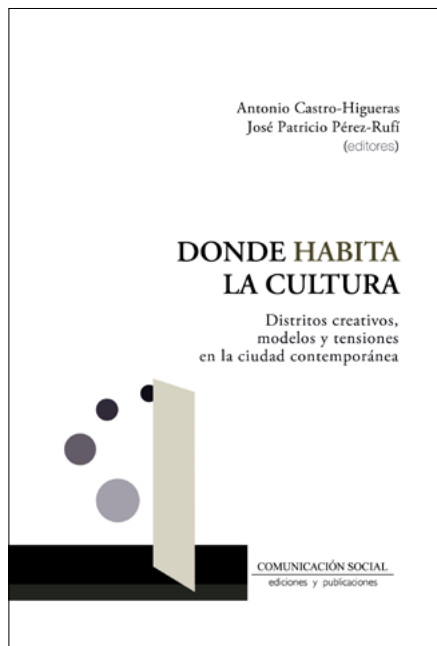
Luis Navarro-Ardoy
Lucía Cordon-Díaz

Cómo citar este Capítulo

Navarro-Ardoy, L.; Cordon-Díaz, L. (2025): «El precio de la creatividad. Gentrificación, desplazamiento y transformación social en los distritos creativos». En Castro-Higueras, A.; Pérez-Rufí, J.P. (eds.), *Donde habita la cultura. Distritos creativos, modelos y tensiones en la ciudad contemporánea*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-10176-15-7

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c4.emcs.42.c48>



El libro *Donde habita la cultura. Distritos creativos, modelos y tensiones en la ciudad contemporánea* está integrado en la colección «Contextos» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Este libro ofrece una visión crítica e interdisciplinar de los distritos culturales y creativos como nuevos laboratorios urbanos donde confluyen arte, economía, memoria e innovación. Estos espacios se conciben como ecosistemas dinámicos que articulan redes entre instituciones, empresas, artistas y comunidades, actuando como catalizadores de transformación urbana, desarrollo económico y producción simbólica.

Donde habita la cultura. Distritos creativos, modelos y tensiones en la ciudad contemporánea examina cómo la creatividad y la cultura se integran en el tejido urbano contemporáneo, revelando tanto su potencial para revitalizar ciudades y fortalecer identidades locales, como los riesgos de gentrificación, exclusión social y mercantilización cultural que acompañan su auge. Los distritos culturales encarnan así la tensión entre su dimensión social y comunitaria —vinculada al patrimonio, la participación y la identidad— y su vertiente económica, orientada a la innovación, el diseño y la competitividad global.

Lejos de idealizar este modelo, el volumen propone una lectura crítica que identifica las contradicciones inherentes entre autenticidad y marca urbana, entre inclusión y elitización, entre comunidad y mercado. Desde una perspectiva plural y analítica, los capítulos ofrecen una cartografía de posibilidades y desafíos para repensar la ciudad contemporánea como un espacio donde arte e industria puedan converger de manera sostenible, colaborativa y socialmente significativa.

Sumario

Prólogo,	9
<i>por Antonio Castro-Higueras; José Patricio Pérez-Rufi</i>	

PRIMERA PARTE

Distritos culturales y creativos: perspectivas interdisciplinarias

1. Los distritos culturales como ecosistemas creativos: fundamentos teóricos	23
<i>por José Patricio Pérez-Rufi; Penélope Martín-Martín</i>	
1. Conceptos y nociones básicas alrededor de los distritos culturales	25
2. Características de los distritos culturales	33
3. Conclusiones	37
Referencias bibliográficas	40
2. La ciudad creativa. Un nuevo pensamiento urbano basado en la creatividad	43
<i>por Carlos García-Vázquez</i>	
1. Conceptos	43
1.1. De la economía creativa a la ciudad creativa	43
1.2. La clase creativa	46
1.3. Los <i>creative milieus</i>	49
2. La ciudad creativa	51
2.1. Espacios urbanos creativos	51
2.2. <i>Creative milieus</i>	54
2.3. Espacios obsoletos como <i>creative millieus</i> : frentes marítimos y zonas productivas abandonadas	58
Referencias bibliográficas	62

3. Creadores de tendencias y distritos creativos	63
<i>por Antonio Castro-Higueras</i>	
1. El creador de tendencias	64
2. <i>Trendsetter</i> vs. <i>early adopter</i> vs. influencer	65
3. La cultura juvenil como tendencia	66
4. <i>Hubs</i> creativos que crean tendencias	68
5. El activismo social como tendencia	70
6. <i>Trendsetters</i> rurales, una alternativa a la urbe	72
7. Conclusiones	74
Referencias bibliográficas	75
 4. El precio de la creatividad. Gentrificación, desplazamiento y transformación social en los distritos creativos	 77
<i>por Luis Navarro-Ardoy; Lucía Cerdón-Díaz</i>	
1. Introducción	77
2. Influencias positivas y negativas en los distritos creativos	82
3. Conclusiones	92
Anexo	95
Referencias bibliográficas	95
 5. Comunidades virtuales: Nuevos espacios de comunicación para los creadores	 97
<i>por Antonio Castro-Higueras</i>	
1. Las comunidades creativas virtuales	98
2. El uso de internet y redes sociales entre profesionales creativos: motivos y experiencias	104
3. Las comunidades virtuales como extensiones de las físicas	109
Referencias bibliográficas	110

SEGUNDA PARTE

Experiencias en torno a los distritos culturales y creativos

6. De la alternativa artística al espacio creativo contemporáneo neoyorquino:	
<i>Clocktower Gallery y Pioneer Works</i>	115
<i>por María F. Carrascal-Pérez; Safiya Tabali</i>	
1. Crisis, obsolescencia y creación	120
2. <i>Clocktower Gallery</i> , el espacio alternativo artístico	125
3. <i>Pioneer Works</i> , el espacio creativo contemporáneo	130
4. La ecología de los espacios creativos	134
5. La reindustrialización creativa de lugares patrimoniales	136
Referencias bibliográficas	141
7. De distrito industrial a distrito cultural:	
Carabanchel como polo de atracción creativa	145
<i>por Cristina Pérez-Ordóñez; José Luis Torres-Martín</i>	
1. Introducción	145
2. A propósito de Carabanchel	148
3. La creación de Carabanchel Distrito Cultural	151
4. Música y arte urbano, los precursores	160
Referencias bibliográficas	167
8. Distritos culturales y creativos en Lisboa.	
Un acercamiento al Centro Cultural de Belém	169
<i>por Águeda María Valverde-Maestre</i>	
1. Tipos de distritos culturales y creativos	170
2. Centro Cultural de Belém	172
3. Conclusiones	188
Referencias bibliográficas	190
9. Los desafíos y el futuro de los distritos culturales	193
<i>por José Patricio Pérez-Rufi</i>	
Referencias bibliográficas	201

El precio de la creatividad. Gentrificación, desplazamiento y transformación social en los distritos creativos

Luis Navarro-Ardoy

Universidad Pablo de Olavide

Lucía Cordón-Díaz

Universidad Pablo de Olavide

1. Introducción

Desde una perspectiva sociológica, los distritos creativos, barrios o zonas muy localizadas creativas, son objeto de estudio para comprender cómo influyen en la dinámica social y económica de una ciudad. Al analizarlos, exige considerar que cada contexto urbano tiene particularidades: procesos de gentrificación diferentes, administraciones públicas como responsables de las políticas públicas, aspectos normativos, composición social del barrio, usos sociales, grado de asociacionismo, y mayor o menor presencia de clase creativa o, en particular, su sector bohemio, al que se suele considerar agente pionero en el desarrollo de estos procesos (Quijano, 2020). Conformados por profesionales de las industrias creativas, estos profesionales y la creación de valor que llevan asociados son muy cotizados por los entornos urbanos que tratan de atraerlos en una sociedad del conocimiento en la que los puestos de trabajo siguen al talento (Florida, 2002). Según Antonio Sáez y Diego Barrado (2012),

la regeneración económica y urbana basada en las industrias creativas ha sido una de las respuestas a los graves problemas del ajuste productivo, y las premisas de la teoría de la clase creativa es el modelo a seguir para promover la competitividad de las ciudades.

Ya en la década de los 60 del siglo pasado, Jane Jacobs apuntaba la importancia de los grupos sociales en el proceso de autoorganización urbana. En su influyente libro *The Death and Life of Great American Cities* (1961), defendía un urbanismo basado en la diversidad de usos y la interacción social, que permitiera el desarrollo espontáneo de barrios dinámicos. Claude S. Fischer, en su artículo de 1975 titulado «Toward a Subcultural Theory of Urbanism», propuso que las ciudades no solo son lugares de anonimato e impersonalidad, sino que fomentan la formación de subculturas debido a la densidad y heterogeneidad de la población. De esta forma, las personas con intereses similares tienen más oportunidades de encontrarse y formar grupos, lo que lleva al desarrollo de subculturas diversas. Richard Florida (2002) retoma y reformula estas ideas en su teoría de las 3T, donde el talento, la tecnología y la tolerancia son los factores que, combinados, promueven la economía creativa. Según él, las ciudades que atraen a la «clase creativa» (artistas, emprendedores, programadores, etc.) tienden a prosperar económicamente. Posteriormente, en su libro de 2017, titulado *The New Urban Crisis*, expone algunos problemas que no había considerado y reconoce que el crecimiento impulsado por la economía creativa ha generado desigualdad, gentrificación y crisis de vivienda en muchas ciudades.

En el contexto de los distritos creativos hay un factor importante a tener en cuenta para su buen funcionamiento: la relación con el territorio donde se ubiquen y que tengan relación con el entorno. Los distritos creativos suelen concentrarse en zonas específicas de las ciudades, como son distritos o *clusters* creativos. Los *clusters* están formados por instituciones y empresas que colaboran en una misma área o parecida y que crean un ambiente de confianza y aprendizaje. De esta manera, en los clústeres se trabaja de manera conjunta para así facilitar la innovación y el emprendimiento.

El desarrollo de distritos creativos se ha convertido en una práctica habitual en la formulación de políticas a escala local, regional y nacional, a menudo utilizada para regenerar y dar una nueva imagen a las zonas urbanas (Rozentale; Lavanga, 2014). Esto ha provocado que el consumo cultural aparezca como una importante estrategia de desarrollo urbano. El problema en las ciudades es que se han primado grandes eventos e infraestructuras para atraer actividad económica y visitantes, en vez de una estrategia de planificación basada en el acercamiento y la difusión cultural entre sus habitantes. Este es un proceso evidente en el caso español con casos muy estudiados desde diferentes perspectivas: entre otros, la Expo y la ciudad de Sevilla, los juegos olímpicos de Barcelona, la capital Europea de la Cultura de Madrid y los procesos ligados al Museo Guggenheim en Bilbao.

Las localidades, sus élites políticas, han ido generando iniciativas que configuran una estrategia instrumental en la agenda pública sobre la cultura. De

hecho, una ciudad o localidad no se caracteriza únicamente por su morfología, composición social o actividad inmobiliaria, sino por la existencia de distintas escenas culturales, conjunto de equipamiento y servicios que, situados en un mismo territorio, permiten expresar, mediante prácticas de consumo cultural, diferentes estilos de vida, atrayendo —o repeliendo— a distintos grupos sociales.

Precisamente, la gentrificación ocurre cuando grupos sociales desfavorecidos son desplazados por otros de estatus socioeconómico más alto. Grupos socio-profesionales altos, en vez de elegir su residencia en municipios de las áreas metropolitanas, prefieren rehabetar zonas centrales de la ciudad que anteriormente estaban, cuando menos, habitadas por grupos sociales más bajos. Por ello, hay autores que prefieren hablar de *centrifugación*, para diferenciarla de trayectorias de cambio similares que tienen lugar en zonas que no son centrales en la ciudad.

Como señalan Clemente Navarro y colaboradores (2013), por definición, solo hay cierto espacio urbano potencialmente *gentrificable*, esto es, aquel cuyos habitantes se encuentran en una situación desfavorecida respecto al conjunto de la ciudad. Pueden existir zonas de la ciudad que no siendo desfavorecidas presentan un cambio destacable en el nivel socioeconómico de su población o el precio de la vivienda, los dos criterios que suelen usarse al respecto. Ahora bien, estas trayectorias no darían cuenta de procesos de gentrificación, sino de mejoras de esos espacios en los que residían habitantes de grupos socioeconómicos altos. En todo caso, estos procesos aumentarían el

nivel de desigualdad socio-espacial en la ciudad, pero no la presencia de procesos de gentrificación.

La gentrificación nace cuando el remodelamiento de un barrio es engendrado por la apropiación capitalista de los espacios habitacionales y urbanos por medio de la mercantilización, no a través de los vecinos y asociaciones que son quienes residen allí y los cuales tienen que verse desplazados a zonas periféricas (Mesa, 2019).

La *turistificación* se produce cuando los barrios que se transforman y cambian alguna de sus dinámicas lo hacen para adaptarse al turismo. Por ejemplo, podría ser el incremento de construcción de hoteles o alojamientos turísticos. Una de las consecuencias de este suceso es la pérdida de su ambiente tradicional, ya que suele estar más orientado a los turistas y no tanto a la permanencia o esencia de lo histórico. Como señala Blanca Ruiz (2020), este proceso impacta de lleno en la orientación de los servicios, instalaciones y el tejido comercial, haciendo que se despoje material y simbólicamente las representaciones identitarias del barrio: en este caso es la masa turística la que despoja a los habitantes y no las altas clases locales.

La combinación de ambos fenómenos está modificando los barrios, ya que están interrelacionados. Por un lado, son fenómenos que atraen dinero ya que suelen venir personas con poder adquisitivo alto y mejoran algunas áreas. Por otro lado, salen perjudicadas las personas que viven en esas zonas, pues en ocasiones se ven obligados a desplazarse. De esta forma, los barrios

afectados se transforman y evolucionan de una manera y con unos objetivos diferentes.

2. Influencias positivas y negativas en los distritos creativos

Como recogen las tablas 1 y 2, los distritos creativos están moldeados por diversas influencias. Estas pueden ser tanto positivas como negativas, y muchas de ellas están interconectadas. Por ejemplo, un buen acceso a recursos puede contrarrestar la falta de financiación, mientras que la burocracia y la falta de infraestructura adecuada para la creación artística pueden hacer que los artistas se desilusionen y decidan irse. La gentrificación puede ser devastadora para los espacios creativos, ya que a menudo impulsa el desplazamiento de comunidades locales y artistas debido al aumento de costos y la invasión de modelos comerciales que no respetan la identidad cultural del área.

El Raval de Barcelona es un claro ejemplo de cómo afectan estas influencias positivas y negativas en los espacios creativos. Este barrio ha sufrido una transformación cultural fuerte debido a la creación de más espacios culturales y creativos. Se han construido instituciones culturales relevantes como el Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB), generando nuevas oportunidades para artistas locales de la zona y artistas globales. También se han ampliado los espacios creativos, pues antiguos edificios han sido convertidos en talleres o galerías. Según el estudio de Marta Rizo García (2004), en El Raval se aprecia el surgimiento y desarro-

Tabla 1. Influencias positivas en los distritos creativos.

<i>Acceso a recursos</i> —Apoyo gubernamental. —Hubs creativos que fomenten la colaboración entre artistas. —Redes de colaboración internacionales.
<i>Buena infraestructura</i> —Espacios accesibles. —Buena red de interconexiones.
<i>Comunidad participativa</i> —Comunidad activa. —Programas educativos para promover nuevas habilidades.
<i>Reconocimiento de valor cultural</i> —Políticas públicas que apoyen y promuevan el patrimonio local. —Eventos y festivales que visibilicen.
<i>Nuevos talentos</i> —Un entorno que ofrezca seguridad y nuevos estímulos para atraer a nuevos creadores.

Tabla 2. Influencias negativas en los distritos creativos.

<i>Ausencia o falta de financiación</i> —Difícil acceso a recursos económicos necesarios. —Desinterés por parte de las autoridades.
<i>Gentrificación</i> —Una mayor comercialización puede suprimir la autenticidad cultural. —Incremento del costo de vida.
<i>Fragmentación social</i> —Conflicto entre los promotores externos y las comunidades locales.
<i>Entorno hostil</i> —Falta de espacios adecuados para la creación artística. —Burocracia excesiva.
<i>Desconexión cultural</i> —Proyectos que no respetan las tradiciones locales, lo que provoca rechazo social. —Proyectos con enfoques únicamente comerciales, sin tener una visión a largo plazo.

llo de las comunidades participativas, ya que diferentes colectivos artísticos han decidido unirse y trabajar juntos en diferentes proyectos que celebran la multiculturalidad de este espacio; de esta manera, se fomenta además el sentimiento de inclusión y pertenencia. Gracias al ambiente creativo que genera este barrio, se atraen a artistas, emprendedores y diseñadores de diferentes partes del mundo; de este modo, se convierte en un punto de referencia para la innovación cultural.

El Raval ha sido partícipe de reformas urbanísticas durante los últimos años. Se ha modernizado, pero se sigue viendo afectado por el crecimiento demográfico, la degradación física de muchas zonas y las condiciones socioeconómicas bajas de sus habitantes (Rizo, 2004). Al transformarse en un importante foco cultural, el precio de la vivienda se ha incrementado. En consecuencia, muchas familias trabajadoras y residentes históricos se han visto obligados a desplazarse de la zona. Según el mencionado estudio, otra consecuencia negativa es la fragmentación social, ya que siguen perpetuando las desigualdades entre los beneficios que reciben los artesanos y los empresarios creativos y las comunidades vulnerables del barrio.

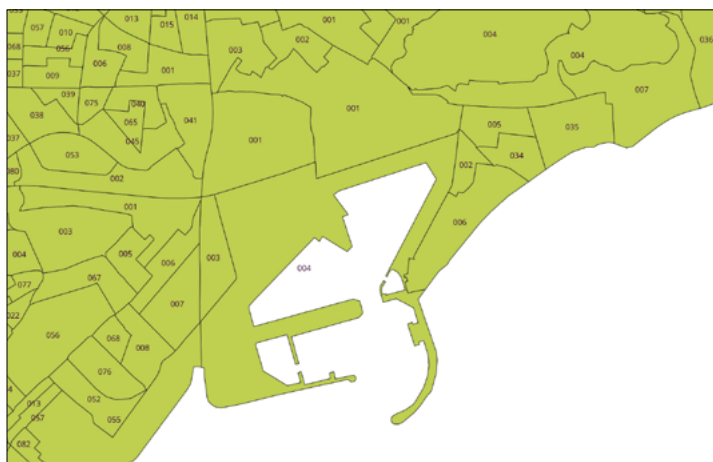
Esta fragmentación social sucede cuando el progreso y desarrollo económico y cultural de la zona no se distribuye de manera equitativa entre los diferentes grupos sociales. En estos espacios creativos, y en general la mayoría de ellos, los artesanos y empresarios son los considerados «motores del crecimiento», ya que son los que llevan a cabo la actividad creativa y los que la ejecutan. Estas personas serían las que reciben los beneficios obtenidos, por ejemplo, en términos de vi-

sibilidad o de oportunidades de negocio. Por su parte, las comunidades más vulnerables, como podrían ser las familias trabajadoras o los residentes del barrio, no suelen recibir estos beneficios. Como consecuencia, un sector de la población progresa regular y gradualmente —prosperan de manera positiva— mientras que otro se encuentra con dificultades económicas y sociales. Esta desigualdad emergente refuerza la fragmentación social, lo que hace que se construya poco a poco un paisaje urbano donde convergen de forma segregada los diferentes grupos que les diferencia y caracteriza los diferentes niveles de bienestar.

Este caso en concreto muestra las dos perspectivas y consecuencias de la culturalización de estos espacios. Por un lado, revitaliza el lugar, le da visibilidad y audiencia. Por otro lado, la gentrificación o la desconexión cultural, entre otros, puede limitar los beneficios para estas comunidades locales.

Otros trabajos de investigación realizados por la Red Temática «Distritos Creativos: Una aproximación Multidisciplinar» revelan los problemas de la gentrificación, la *turistificación* y el aumento de los costos de vida como los problemas centrales para el futuro de los distritos creativos. El estudio, realizado durante el año 2024, analiza dos casos de estudio paradigmáticos de Andalucía, los distritos creativos del Soho de Málaga y el Cuadrante Noreste del Casco Histórico de Sevilla. La investigación se basa en el análisis de 23 entrevistas realizadas a informantes clave de esos distritos, entre creadores, gestores culturales, representantes vecinales y administraciones públicas (en el anexo se detalla el perfil de las personas entrevistadas).

Mapa 1. Soho Málaga. Delimitación por secciones censales.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

Entre los creadores entrevistados existe una preocupación generalizada por la posible pérdida de espacios para artistas y artesanos debido a la presión inmobiliaria. En el Cuadrante Noreste del Casco Histórico de Sevilla prevalecen las críticas a la falta de apoyo institucional y la complejidad burocrática que dificultan el acceso a ayudas para artistas y artesanos. Entre las personas entrevistadas se hace referencia constantemente a la historia y la tradición comunitaria y activista del barrio, incluyendo la resistencia histórica y la identidad cultural arraigada en la comunidad local. En Soho de Málaga hay un menor énfasis en la crítica institucional directa, pero se valora la necesidad de mayor participación ciudadana para equilibrar los intereses económicos con el desarrollo urbano. Así lo reflejan los documentales *Soho Málaga, ¿barrio de las artes?* (Castro-Higueras *et al.*, 2024a) y *Sevilla, refugio creativo* (Castro-Higueras *et al.*, 2024b).

Mapa 2. Cuadrante Noreste del Centro Histórico de Sevilla. Delimitación por secciones censales.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

Soho Málaga se ubica en el ensanche de la ciudad, llevado a cabo en la segunda mitad del siglo XIX. El llamado Ensanche Heredia cubre la zona sur entre el centro histórico y el puerto, acotado en su parte oeste por el río Guadalmedina. Tras el deterioro del barrio experimentado en las décadas de los 60 y 70 del siglo pasado, acciones urbanísticas del Ayuntamiento de Málaga y acciones promovidas por asociaciones de comerciantes revitalizan el distrito creando la marca Soho Málaga, cuyo Plan Director tenía como principal objetivo la transformación del Ensanche Heredia en un espacio cultural, comercial y de servicios. Existe un discurso institucional que pone en valor la trans-

formación del barrio y el interés y participación *vecinal* en la puesta en marcha del proyecto. Ahora es un barrio transitable y con movimiento, antes ni se podía transitar: «había prostitución, podían robarte, la gente ni pasaba por allí» (Entrevista IC03). La postura de la asociación de vecinos es totalmente diferente y se transmite que era un «barrio normal, sin problemáticas que destacar, si cabe, algunos casos aislados de clubs nocturnos» (Entrevista IC07).

Entre los espacios culturales que ocupan el distrito destacan el Centro de Arte Contemporáneo (CAC) inaugurado en 2003, cuya sede es el racionalista antiguo mercado de mayoristas de 1938, el Teatro Soho Caixabank y acciones artísticas como el MAUS, un museo abierto de arte urbano. Soho Málaga es un claro ejemplo de flujo de gobernanza *top-down* (de arriba abajo), en el que las administraciones públicas, concretamente el Ayuntamiento de Málaga, llevó a cabo una serie de acciones urbanísticas, culturales y económicas para la creación de un nuevo distrito creativo denominado Soho Málaga, barrio de las artes.

El segundo estudio de caso es el Cuadrante Noreste del Casco Histórico de Sevilla, delimitado por las calles San Luis, Amor de Dios, Jesús del Gran Poder y Feria. En los últimos años se ha configurado como un centro de innovación y creatividad, con una gran concentración de artistas, diseñadores, emprendedores y empresas de tecnología y cultura. Destacan sus espacios creativos como la Caseta de Cambio de Agujas, el Centro Rompemoldes, el Pelicano y la Antigua Fábrica de Sombreros. Además de este tipo de espacios de titularidad pública y privada, el Cuadrante tiene una

alta concentración de talleres de artistas y galerías de arte. La zona ha sido objeto de intervenciones urbanas en accesibilidad y estética. Se trata de un distrito creativo eminentemente *bottom-up* (de abajo arriba) en el que los colectivos de artistas y vecinales interactúan, generando sinergias que desembocan en un ambiente creativo. La configuración urbanística del barrio, con construcciones de pasado industrial, promueve espacios de creación y participación.

Las personas entrevistadas en ambas ciudades coinciden en la preocupación por la sostenibilidad de sus entornos creativos, concretamente con el encarecimiento de la vida, la *turistificación* y la gentrificación. Hay creativos que han tenido que trasladarse de barrios debido al encarecimiento de la vida, especialmente la vivienda y los lugares de trabajo. La cultura difícilmente se puede instalar en barrios donde los alquileres no están baratos. Como señala el entrevistado IC10, emprendedor y propietario de una empresa en Soho Málaga, «no sé si tendré que irme de aquí como sigan subiendo los alquileres... Porque al final los locales han subido de precio, los alquileres se suben, todo sube y, entonces, ese tema artístico, no tiene una rentabilidad como para seguir estando en el barrio»; «Muchos compañeros se están yendo porque están subiendo los precios» (IC18, ceramista y actriz, Sevilla); «Si ahora lo tuviera que alquilar no podría. Esto se ha puesto de moda. Si tengo que cambiar de taller, me voy a otro sitio» (EC15, herrero, Sevilla).

Otros señalan a la *turistificación* como un problema que podría provocar su salida del barrio, incluso señalan que muchos espacios creativos se están con-

virtiendo en viviendas turísticas. El impacto del turismo afecta de lleno a la pérdida de la identidad local y la saturación de ciertos sectores, como la hostelería. Entre las personas entrevistadas se constata la preocupación por la preservación de la identidad cultural y artística de los barrios frente a los cambios inducidos por el turismo y la gentrificación.

Los literales de otras tres personas entrevistadas ejemplifican cómo el impacto del turismo afecta de lleno a la pérdida de la identidad local y la saturación de ciertos sectores, como la hostelería. Como se observa, se constata la preocupación por la preservación de la identidad cultural y artística de los barrios frente a los cambios inducidos por el turismo y la gentrificación. Pérdida de lo humano, de relaciones de vecindad, que se asemejan al concepto de mundo líquido acuñado por el sociólogo y filósofo Zygmunt Bauman (1999).

Es una pena que el barrio se quede sin gente de toda la vida, sin malagueños... Antes no existía ningún negocio que no pasara por las relaciones públicas de las personas que habitaban la calle... Se ha perdido ese ambiente castizo de barrio, lo que están abriendo son bares y restaurantes. Esto va a acabar como el centro de Málaga, como el otro centro. Va a acabar siendo «guirilandia», que es lo que interesa. Hoteles, AirBnB y tal, y a los museos, poca gente va a los museos que promocionan esta ciudad... El barrio va a evolucionar a un barrio de ocio, bares y restaurantes. Eso va a cortar la paz que tenía este barrio (Entrevista IC08, pintor y galerista, Málaga).

Ese barrio de las artes, como yo digo, se ha ido deteriorando, ha ido mejorando comercialmente, de carácter turístico comercial, pero como barrio de las artes como comenzó antiguamente o en 2016 no hay tanto (Entrevista IC09, fotógrafo y profesor de fotografía, Málaga).

El barrio se ha convertido en carga y descarga... Ya sabéis, la globalización y el tema de la turistificación y el agobio de tantísimo turista de todo tipo sin ningún tipo de cortapisas y lo que conlleva, las molestias, los ruidos, los pisos turísticos, la carga y descarga de mercancía en nuestras calles, el querer que peatonalizaran y ahora ya no queremos, porque eso significa terrazas con una ocupación máxima (Entrevista IC07, asociación de vecinos, Málaga).

De una forma u otra, todas las personas entrevistadas resaltan la importancia de la participación ciudadana en la revitalización y gestión de estos barrios. Se mencionan iniciativas ciudadanas, asociaciones de vecinos y mesas de trabajo como ejemplos de cómo los residentes se involucran en la toma de decisiones sobre el futuro de sus comunidades. Además, se destaca la colaboración entre distintos actores, como artistas, comerciantes, instituciones y residentes, para abordar desafíos comunes y promover el desarrollo sostenible en las ciudades en general y en los distritos creativos en particular. Se menciona la importancia de mantener espacios para artistas y artesanos locales junto con la necesidad de promoción de eventos y actividades culturales que reflejen la diversidad del barrio.

3. Conclusiones

Este capítulo ha identificado retos que van a marcar el futuro de los distritos creativos, especialmente el de quienes son su pieza angular en el desarrollo de estos procesos: artistas, artesanos, creativos o la clase creativa identificada hace más de una década por el profesor de la Rotman School of Management Richard Florida (2002). Como acertadamente recoge Carlos García Vázquez en el capítulo 2 de este libro, como este grupo se ha convertido en uno de los motores económicos de las ciudades contemporáneas, asistimos a una gran paradoja: «si en el siglo XX las ciudades trataban de captar actividades económicas que atrajeran trabajadores, en la actualidad las ciudades tratan de atraer a este tipo de personas porque atraen actividades económicas».

El análisis realizado a partir de la revisión de fuentes secundarias y primarias de 23 entrevistas realizadas a informantes clave en el Soho de Málaga y el Cuadrante Noreste del Casco Histórico de Sevilla, entre creadores, gestores culturales, representantes vecinales y administraciones públicas, describe de manera clara uno de los retos más significativos que enfrentan los distritos creativos en la actualidad: el impacto de la gentrificación y cómo afecta tanto a los residentes originales como a la dinámica social y comercial de las zonas. Uno de los problemas principales es el aumento de los precios de los inmuebles, lo que dificulta que los habitantes tradicionales sigan viviendo en esas áreas. Este fenómeno, vinculado al atractivo de la zona para los turistas y la revaloriza-

ción de los inmuebles, genera un desplazamiento de las personas y, a la vez, cambia el carácter del vecindario.

Un aspecto crucial de este análisis es cómo las experiencias turísticas y comerciales empiezan a tomar precedencia sobre las necesidades de los residentes, lo que puede resultar en la pérdida de la identidad y el carácter histórico de esos lugares. La sustitución de los comercios locales por tiendas orientadas al turismo, como *souvenirs* o cafeterías de moda, puede contribuir a un proceso de homogeneización y pérdida de la autenticidad de la zona.

Este tipo de situaciones puede generar un dilema entre el desarrollo económico que trae la llegada de turistas y el respeto por las comunidades locales. La pregunta clave sigue siendo cómo lograr un equilibrio entre la revitalización y el desarrollo de los distritos creativos sin sacrificar a los residentes originales ni la identidad cultural de los lugares. Bajo nuestro punto de vista, cualquier estrategia de desarrollo urbano debe considerar además de la infraestructura física, las condiciones sociales y económicas que permiten que dichas comunidades creativas prosperen.

De las entrevistas realizadas aparecen nuevos temas de investigación que tienen que ver con el desplazamiento de los artistas hacia localidades más pequeñas debido al aumento de los alquileres en los distritos creativos y refleja una tendencia cada vez más visible en muchas ciudades. Los artistas, que en muchos casos son los motores iniciales de la transformación y dinamización de estas áreas, pueden verse forzados a abandonar sus estudios o talleres cuando los costos de

vida se disparan y las condiciones de habitabilidad ya no son accesibles para ellos.

El fenómeno de los artistas moviéndose a zonas periféricas o rurales abre nuevas dinámicas, como el surgimiento de nuevos polos creativos fuera de las grandes ciudades. Este tipo de desplazamiento podría cambiar las estructuras de producción cultural y artística, haciendo que las creaciones se distribuyan de manera más equitativa en el territorio. Se podría investigar cómo las ciudades medianas o incluso zonas rurales están acogiendo a estos creativos y cómo esto impacta en su desarrollo cultural y económico. Si los artistas empiezan a buscar espacios más baratos en localidades más pequeñas, ¿podrían estas localidades transformarse en nuevos distritos creativos? Esta expansión podría tener efectos positivos, como la democratización de la cultura, pero también podría generar tensiones con la comunidad local, que tal vez no esté preparada para asumir este tipo de transformación rápida.

Investigar estos temas podría no solo arrojar soluciones para los artistas desplazados, sino también ofrecer recomendaciones para la planificación urbana de cara al futuro.

Anexo

Tabla 1. Personas entrevistadas.

Código	Personas entrevistadas	Perfil
IC01	Alberto López	Gestor cultural Málaga. Cultopía
IC02	José Cardador	Gerente Urbanismo Ayuntamiento de Málaga
IC03	Aurora Requena	Arquitecta municipal Ayuntamiento de Málaga
IC04	Paula Cerezo	Arquitecta municipal Ayuntamiento de Málaga
IC05	Helena Juncosa	Directora CAC Málaga
IC06	Leopoldo Mérida	Agencia Dr. Watson
IC07	Mercedes Martín	Asociación de Vecinos Soho Málaga
IC08	Ignacio del Río	Pintor y galerista. Málaga
IC09	Fer Gómez	Fotógrafo Love Ladrillo. Málaga
IC10	Manuel Criado	Emprendedor y Presidente de la Asociación de Empresarios del Soho Málaga
IC11	Alexa Grande	Pintora Sevilla
IC12	Macarena Gross	Fotógrafa Sevilla
IC13	Gonzalo Acosta	Geógrafo y urbanista Sevilla
IC14	José Laulhé	Arquitecto Sevilla
IC15	Alex Richter	Herrero Sevilla
IC16	Marieta Matos	Comerciante Sevilla
IC17	Natacha Ródenas	Gerente Federación Artesanos Sevilla
IC18	Alicia Moruno	Ceramista y actriz Sevilla
IC19	Rosario Andrade	Diseñadora textil Sevilla
IC20	Eva Pozuelo	Diseñadora textil Sevilla
IC21	Pablo Fernández	Luthier Sevilla

Referencias bibliográficas

Bauman, Zygmunt (1999): *Modernidad líquida*, Madrid: Fondo de Cultura Económica de España.

Castro-Higueras, A.; Navarro-Ardoy, L.; Pérez-Rufi, J.P.; Carballeda-Camacho, M. (2024a). SOHO: ¿Barrio de las artes?. Ze-

- nodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17355902>
- Castro-Higueras, A.; Navarro-Ardoy, L.; Pérez-Ruñ, J.P.; Carballada-Camacho, M. (2024b). SEVILLA, refugio creativo. Universidad de Málaga. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17348045>
- Fischer, Claude S. (1975): «Toward a Subcultural Theory of Urbanism», *American Journal of Sociology*, vol. 80, núm. 6, pp. 1319-1341. Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/2777297>
- Florida, Richard (2002): *The rise of the creative class*, Nueva York: Basic Books.
- Florida, Richard (2017): *The New Urban Crisis*, Nueva York: Basic Books.
- Jacobs, Jane (1961): *The Death and Life of Great American Cities*, Londres: Random House.
- León, José (2000): *La Alameda de Hércules y el Centro Urbano de Sevilla: hacia un reequilibrio del Casco Antiguo*, Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Mesa, Noelia (2019): *Análisis de los procesos de peatonalización: percepción vecinal y gentrificación en la Ciudad Vieja de A Coruña*. A Coruña: Universidade da Coruña. Facultade de Socioloxía. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/2183/23601>
- Navarro, Clemente J.; Guerrero, Gerardo; Muñoz, Lucía; Mateos, Cristina (2013): «Escenas culturales, desigualdades y gentrificación en grandes ciudades españolas. Los casos de Barcelona, Bilbao, Madrid y Sevilla», en Cucó, Jorge (ed.): *Metamorfosis urbanas*, Barcelona: Icaria, pp. 109-132.
- Quijano, Estefanía (2020): «Gentrificación, clases sociales y nuevos actores urbanos en el centro de Bogotá (Colombia)», *Ciudad y territorio. Estudios territoriales*, núm. 206, pp. 887-900. Recuperado de: <https://doi.org/10.37230/CyTET.2020.206.11>
- Rizo, Marta (2004): *Prácticas culturales y redefinición de las identidades de los inmigrantes en el Raval (Barcelona): aportaciones desde la comunidad*. Tesis doctoral, Universitat Oberta de Catalunya. Recuperado de: <https://www.tdx.cat/handle/10803/4179#page=1>
- Rozentale, Ieva; Lavanga, Mariangela (2014): «The “universal” characteristics of creative industries revisited: The case of Riga», *City, Culture and Society*, vol. 5, núm. 2, pp. 55-64. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2014.05.006>
- Ruiz, Blanca (2020): *Procesos de transformación urbana: análisis del impacto de la gentrificación y la turistificación en Sevilla* (Trabajo Fin de Grado). Sevilla: Universidad de Sevilla. Recuperado de: <https://idus.us.es/handle/11441/104226>
- Sáez, Antonia; Barrado, Diego A. (2012): «Las industrias creativas: el caso del área urbana de Sevilla», en Miramontes, Álvaro; Royé, Daniel; Vila, José Ignacio (coords.): *Las ciudades y el sistema urbano. Reflexiones en tiempos de crisis*, Santiago de Compostela: Meubook, pp. 63-72.