

# Comunidad e identidad en la etapa de la globalización. El caso de un municipio de periferia metropolitana

(Community and identity in the globalization stage.  
The case of a metropolitan peripheral municipality)

Domínguez Pérez, Marta

Univ. Complutense de Madrid. Fac. de CC. Políticas y Sociología.

Dpto. de Sociología II. Campus de Somosaguas.

28223 Pozuelo de Alarcón

[martadomperez@gmail.com](mailto:martadomperez@gmail.com)

BIBLID [1137-439X (2009), 31; 391-416]

Recep.: 15.11.2007

Acep.: 17.03.2009

---

*En el contexto de la globalización, las comunidades locales generan sus propias identidades mediante procesos dialécticos. Estas identidades se ven exaltadas con una doble finalidad: promover el municipio en el exterior al tiempo que internamente, servir de cemento social a la comunidad y sus políticos para promover la gobernanza. El caso de un municipio de periferia metropolitana ilustra la tesis.*

*Palabras Clave: Identidad. Participación. Comunidad. Globalización. Gobernanza. Periferia metropolitana.*

*Globalizazioaren testuinguruan, toki komunitateak dialektika prozesuen bitartez euren nortasun propioak sorrarazten dituzte. Nortasun horiek helburu bikoitz batekin asaldatuta agertzen dira: udalerrria kanpo aldean sustatzeaz batera barrualdean gobernua sustatzekotan komunitateari eta bere politikoei gizarte-porlan gisa zerbitzatu. Metropoliairen kanpoaldeko udalerrien kasuak argitzen du kasu hori.*

*Giltza-Hitzak: Nortasuna. Parte-hartzea. Komunitatea. Globalizazioa. Gobernua. Metropoliairen kanpoaldea.*

*Dans le contexte de la globalisation, les communautés locales génèrent leurs propres identités au moyen de processus dialectiques. Ces identités sont exaltées dans un double but : promouvoir la commune à l'extérieur comme à l'intérieur, servir de ciment social à la communauté et à ses politiques pour promouvoir la gouvernance. Le cas d'une commune de périphérie métropolitaine illustre la thèse.*

*Mots Clé : Identité. Participation. Communauté. Globalisation. Gouvernance. Périphérie métropolitaine.*

## INTRODUCCIÓN

¿Por qué desde hace ya años se asiste al despegue de gran número de municipios que a través de la promoción de su imagen e identidad se colocan en primera línea para vender y promocionar sus ventajas como destino turístico, como lugar de asentamiento para las empresas o como lugar ideal para vivir?, ¿qué hay detrás de estas nuevas estrategias?, ¿por qué surgen en estas últimas décadas?, y sobre todo, ¿qué efectos internos tienen estas exaltaciones identitarias en la vida local interna?, ¿son representativas de la comunidad en su totalidad o solamente de ciertos sectores?, ¿quién crea esas identidades?, ¿cómo se crean?, y finalmente, ¿pueden ser rentabilizadas para conseguir una mayor gobernanza o, por el contrario, la dificultan?

Lo que parece suceder es que en un mundo dominado por los procesos de globalización resurgen las identidades locales como contrapunto a la supuesta homogeneización de los territorios. Esto es, que los procesos de globalización y homogeneización tienen como contrapartida los procesos de exaltación de las identidades locales y la particularidad de procesos (Giddens, 1991; Castells, 1997; Cultures et Developpement, 2001). “La reacción a la globalización ha radicalizado la necesidad de indentificación territorial” (Borja, 2003: 97). En un mundo que tiende a homogeneizar realidades locales, surge como tendencia contrapuesta, la exaltación de la identidad local, lo particular (Hall, S. en King A., 1991, Anderson et al. 1995). En un mundo cada vez más internacional, más globalizado, más lejano, más distante, más inabarcable, más “desbocado”: “sin corazón” (Kroes, 2002); parece que lo más cercano se hace cada vez más importante. Como señala Kroes:

Puede que el mundo se esté convirtiendo en una aldea global, pero esto no quiere decir que sus habitantes se conviertan en ciudadanos del mundo. Si hay alguna tendencia, esta va en dirección contraria (Kroes, 2002: 120).

Y es que según algunos autores, lo global exalta lo local, relacionándose ambos polos de una manera dialéctica (Giddens, 1991). Es decir, que no puede decirse que lo local sea un mero apéndice de lo global (Alabart, 1994), una réplica a menor escala de lo que pasa en el mundo; sino que entre ambos niveles se establece una relación dinámica, de interpenetración. Es decir, que ambos polos no son opuestos y alternativos sino interdependientes y entrelazados “de una manera compleja” (Giddens 1993: 166). Así:

Un aspecto de la naturaleza dialéctica de la mundialización es el «tira y afloja» entre las tendencias hacia la centralización inherentes a la reflexividad del sistema de estados por un lado y la soberanía de estados particulares por el otro (Giddens, 1991: 75).

Según esta interrelación entre lo global y lo local, y en lo que respecta al ámbito local, cada ciudad elabora su propio resultado, su propia exaltación de su identidad particular, consolida su “diferencia” en un mundo cada vez más homogéneo. Esta respuesta particular, denominada *glocalización* (Robertson en Featherstone, 1995), se refiere a la forma en que las tendencias globales toman

forma en lo local. Como bien señala Maffesoli, los *mass media*, el *fast food*, la uniformización de los modos de vida; tienen una contrarréplica en el desarrollo de los medios locales, de los restaurantes locales, y de los modos particulares de vida. Y así cada uno se reapodera de su existencia en lo local (Maffesoli, 1990). Así también, en el caso de las ciudades, si bien los valores universales pueden ser calidad, medioambiente, solidaridad, modernidad, calidad, etc.; en este sentido, cada ciudad se reapropiará de estos valores, cristalizándolos en símbolos locales, en edificios, espacios urbanos, características locales, etc. Cada espacio reinterpretará lo global en función de su especificidad conllevando consecuencias particulares de acuerdo a la particularidad local.

Para ilustrar esto, trataremos un caso particular de espacios afectados por la globalización como son las periferias metropolitanas afectadas por los procesos de *sprawl* de la población a través de un estudio de caso. Estos espacios verán exaltada su identidad recientemente a través de múltiples elementos. Estas periferias metropolitanas, referidas a Madrid, son un caso particular de estudio interesante por cuanto no se cuenta con un elemento propio de los procesos identitarios como es la lengua por lo que han desarrollarse otros tantos también interesantes. La lengua ha venido siendo un elemento identitario al que se ha recurrido con mucha frecuencia, por ejemplo en los muy analizados casos catalán y vasco. Las periferias son espacios que bajo la influencia de la gran metrópoli en la que se hallan inmersas, experimentan procesos interesantes de afluencia de nueva población procedente de la metrópoli y que plantea retos a la comunidad de recepción. Así mismo ante la crisis fiscal, han de competir y diferenciarse de otros espacios metropolitanos para atraer nueva actividad para potenciar el desarrollo local. Esto es, que por un lado exaltarán la identidad hacia el interior del municipio y por otro la proyectarán hacia el exterior. Se presenta un caso de periferia, al norte de Madrid: Alcobendas, que en la etapa de la globalización comienza a exaltar su identidad local a través de distintos procesos que culminan en los planes estratégicos de los noventa y que condicionada por una serie de procesos de reestructuración económica, social, cultural y política, provoca una serie de reacciones internas decisivas para la vida y gobernanza locales. Con ello se evidencia cómo el juego de identidades derivado de dicha nueva situación consigue al final cristalizar en una nueva identidad municipal y oficial que incentiva a la vez que cuestiona la gobernanza. El proceso es como sigue: tras recibir nuevos pobladores y nueva actividad económica, se produce el cambio identitario desde las clases trabajadoras a las clases medias para posteriormente entrar en conflicto con la identidad de las clases trabajadoras que quedaron relegadas y resurgir nuevamente como centralidad identitaria. Es entonces cuando se reformula la identidad oficial nuevamente provocando nuevas dialécticas y conflictos internos. En síntesis, que

[...] la globalización genera una necesaria reacción local, que reafirma los elementos de identidad y de diferenciación, imprescindibles para mantener la cohesión interna pero también para ser atractivos hacia el exterior y para garantizar un dinamismo sostenible y la integración de nuevas poblaciones y actividades (Borja, 2003: 300).

Es por ello, que la exaltación de la identidad local es un proceso que tiene lugar en estas últimas décadas cuando ambos procesos, marketing externo e interno, se acentúan.

En este artículo y en primer lugar, se aborda la perspectiva desde la cual se analiza el caso de estudio, se definen los conceptos básicos y se establece la importancia de la exaltación de la identidad y su utilidad para la vida interna local y la gobernanza. A continuación se presenta el caso de estudio, el proceso de cambio experimentado y la configuración de la identidad urbana y sus cambios así como el proceso de negociación entre las diferentes identidades monitorizado desde la institución pública y sus consecuencias para la gobernanza.

## **1. PERSPECTIVA TEÓRICA**

Se aborda esta investigación desde la perspectiva de la sociología urbana que por un lado considera la escuela de la economía política (Castells, Lefebvre, Harvey, etc.) que entiende la intervención política sobre la realidad urbana como un factor decisivo, esto es, de cómo puede intervenir la esfera de lo político en la conformación del proceso urbano; y por otro, la perspectiva sociocultural (Simmel, Tönnies, Fischer, Rapaport, Lynch etc.) que considera que la ciudad es una realidad no solo económica, social o política, sino cultural y simbólica sobre la que se puede intervenir. Así estos dos factores; intervención política y entender la ciudad como realidad cultural y simbólica, son los dos ejes de los que parte este análisis. Es decir, que consideramos la ciudad en sus dimensiones económicas, sociológicas, etc. pero sobre todo culturales al tiempo que la posibilidad e importancia de la intervención política sobre dicha realidad simbólica.

Así mismo, y como viene demostrando la sociología urbana, se tiene en cuenta la importancia del espacio para la conformación de lo social. En principio el primero no es un reflejo del segundo, ni lo segundo determina lo primero. Sin embargo, están muy estrechamente relacionados. Así lo espacial incide en lo social al tiempo que lo social condiciona lo espacial. Simmel y otros autores así lo han puesto de manifiesto. No obstante, no puede decirse que a pesar de que lo espacial haya perdido relevancia en la conformación de lo social en la etapa de la globalización, no por ello se ha eliminado su influencia, aunque sí es cierto que ésta se ha matizado. De todas formas, lo espacial tiene mucho que ver todavía con la conformación de lo social. A pesar de que haya perdido fuerza, el espacio todavía incide en lo social (Maffesoli, 1993).

## **2. COMUNIDAD, IDENTIDAD, CIUDADANÍA, SENTIMIENTO DE PERTENENCIA Y PARTICIPACIÓN**

Antes de centrarnos en una comunidad concreta que desarrolla una identidad que cambia y se exalta, y que supone una serie de consecuencias para la vida interna, hemos de definir qué entendemos por cada uno de los dos

conceptos. Es decir, qué se entiende por comunidad local y qué por identidad, su relación con la comunidad y las relaciones sociales, y cómo ésta y su grado de consolidación están relacionadas con el sentimiento de pertenencia, la participación, la ciudadanía y por tanto con la gobernanza. De este modo se podrá comprender cómo nuevos colectivos como las clases medias, las clases trabajadoras, la pequeña burguesía, los inmigrantes o los parados por ejemplo, son unas subculturas o no, tejen o no sus redes, detentan una cultura concreta, se asocian, reivindican sus derechos o no, claman por su reconocimiento, etc. y así gestan una identidad o bien se integran en la identidad oficial; o bien por desmovilización éstas aparecen adormecidas, sin gestar, en proceso. En este sentido, interesa destacar qué supone la definición de la identidad urbana oficial por parte de los políticos locales, es decir, cómo va a condicionar en parte la conformación de la identidad de los otros grupos, si permite su relación dialéctica con la identidad oficial, si dificulta su conformación o la promueve.

Primeramente es preciso partir del concepto de **comunidad** del que emana el de identidad. Comunidad es según la RAE:

(Del lat. *communitas*, -*ātis*). 1. f. Cualidad de común (que, no siendo privativamente de ninguno, pertenece o se extiende a varios). 2. f. Conjunto de las personas de un pueblo, región o nación. 3. f. Conjunto de naciones unidas por acuerdos políticos y económicos. *Comunidad Europea*. 4. f. Conjunto de personas vinculadas por características o intereses comunes. *Comunidad católica, lingüística*. 5. f. comunidad autónoma. 6. f. Junta o congregación de personas que viven unidas bajo ciertas constituciones y reglas, como los conventos, colegios, etc. 7. f. Común de los vecinos de una ciudad o villa realengas de cualquiera de los antiguos reinos de España, dirigido y representado por su concejo. 8. f. pl. Levantamientos populares, principalmente los de Castilla en tiempos de Carlos I.

Así parece que se entiende por comunidad el conjunto de individuos que tienen algo en común, es decir, cosas en común (sean rasgos, valores, espacio, etc.) y que interactúan entre sí, a menudo en un espacio concreto, y que cuentan con una cultura común. Así “El grupo, por lo tanto, «es» cultura” (Aguirre, 1997: 9,46). Esto es, que cultura y grupo van unidos muy estrechamente. Y que dado que las relaciones tienen lugar principalmente, aunque no exclusivamente, en el espacio, también el espacio, sea físico o simbólico (Maffesoli, 1993), se constituiría en elemento clave de la constitución de la comunidad. En este sentido por ello importan tanto los espacios urbanos concretos, como marcos donde se conforman las identidades.

Así mismo y según la misma fuente, por **identidad** se entiende según el Diccionario de la Real Academia Española:

1. f. Cualidad de idéntico. 2. f. Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás. 3. f. Conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás. 4. f. Hecho de ser alguien o algo el mismo que se supone o se busca. 5. f. *Mat.* Igualdad algebraica que se verifica siempre, cualquiera que sea el valor de sus variables.

No obstante, si bien muchos otros diccionarios dan definiciones similares y también distintas, lo que parece concluirse es que el término de identidad es un término ambiguo, no muy bien definido, uno de los más polisémicos de nuestro vocabulario (Lasaga, 2005). Por un lado, identidad es, retomando a Durkheim y Le Bon, una realidad que excede lo individual. Algo que se basa en la idea de conciencia colectiva como algo más que la suma de las partes, como algo que las trasciende y que se impone a las conciencias individuales por la educación y la vida social. Por otro lado, por lo que interesa es porque implica un sentimiento de pertenencia, enfatiza el grupo y alienta la cohesión y la solidaridad. Se alude así a una de las necesidades humanas constatadas por Maslow y es la necesidad de pertenencia que la identidad satisface. Así según Tajfel, identidad es

[...] aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo (o grupos) social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia (Tajfel, 1984: 292).

Lo que interesa de la identidad social son aquellos aspectos limitados del concepto de sí mismo que son relevantes para ciertos aspectos limitados de la conducta social. El individuo tenderá a pertenecer a una identidad en la medida en que le reporte aspectos positivos, si no el individuo tenderá a abandonarla a no ser que sea objetivamente imposible o bien que sea incompatible con otros valores de sí mismo. Es por ello que es algo elegido. A diferencia de la cultura que se incorpora inconscientemente, la identidad es algo que se elige conscientemente. Por ello la exaltación de la identidad local y de sus bondades intenta atraer a los ciudadanos para así asegurarse su fidelidad y sentimiento de pertenencia a la comunidad local. De ahí se deriva dicho sentimiento, la participación y por ello, la consolidación de la gobernanza.

La definición de identidad, de manera amplia, puede ser contemplada desde dos perspectivas: dinámica y estática. Según la perspectiva estática, la identidad es algo igual a sí mismo, cerrado, estático. Esta es la perspectiva basada en los clásicos (Parménides, Platón, etc.) que se apoyan en la concepción esencialista de la identidad. Se trata de una de las concepciones más peligrosas. Así la identidad es, por un lado, una imagen, una idea, una sensación de sí mismo (Kauffman, 2004), en un todo estructurado, es decir, en un todo ordenado en el que se sitúan los unos y los otros. Es la imagen del nosotros frente a los otros, como dice Giddens, una narración sobre sí mismos (Cultures et Developpment, 2001), la historia de sí mismo que cada uno se cuenta a sí mismo. Una invención de sí mismo basada sobre todo en la historia (Kauffman, 2004), la memoria, que en su dimensión social se trata de una imagen compartida. Se trata de una visión que considera la identidad en un plano estructural, estático, sin movimiento, en todo caso relacional, pero estático. Sin embargo, según la perspectiva dinámica, esta identidad estática es también algo construido, algo que se conforma y que se hace frente a los otros en un proceso dialéctico. Cada uno se define en función de los otros. Es este el motor del cambio: los otros. Se entiende así que dicho motor está en “el otro”, sin embargo hay que tener en cuenta que “el otro” está en uno mismo; como dice Kristeva, el extranjero está en uno mismo (Kristeva, 1999). Así por un lado, la identidad es un proceso, un todo dinámico (Kauffman, 2004; Costalat-Founeau, 1997), un producto, principal-

mente cultural y social, elaborado por la comunidad, la cual la define, proporcionándole un sentido y significado particular necesario para su existencia. Por tanto resultado de la interacción y diálogo entre identidades, es decir, un producto relacional. Esto es que es un proceso inacabado, en construcción, en movimiento (Hall en King, 1991 ; Crow, 1994. *Cultures et Development*, 2001). Las identidades no son una, sino múltiples y se entrecruzan, y así cada individuo tiene una identidad compartida con otros a lo largo del tiempo. Es algo en constante proceso de cambio y reestructuración.

Pero las identidades no surgen como algo ajeno y ya creado, sino que, como ya se ha indicado, han de ser construidas y esta construcción se hace a partir de la historia, la biología, las instituciones, la memoria colectiva, las fantasías, etc. (Castells, 1998) en un todo que es la cultura. Los elementos de la identidad son así el patrimonio, la fiesta y las tradiciones, la memoria colectiva y la historia, la definición de un proyecto colectivo, equipamientos y espacios comunitarios donde interaccionar, la promoción del asociacionismo y las redes informales, la política de empleo, la política de vivienda, etc. Todos ellos pueden activarse y gestionarse para gestionar la identidad. Es por ello que se resalta la importancia que la historia, las redes ligadas a espacios concretos, las clases sociales, los proyectos, etc. tienen para la conformación de la identidad en un lugar determinado. La imagen de la ciudad está así asociada a espacios concretos, a vivencias concretas y a equipamientos concretos. Los diferentes grupos sociales organizan sus diferentes imágenes de la ciudad en función de ello. El espacio es un importante componente de esta imagen. Tiene una carga simbólica muy fuerte. Los diferentes grupos elaboran sus comunidades imaginadas (Anderson, 1993) que son algo construido, social, cultural, política e históricamente, aquello que Lynch definió hace ya tiempo (Lynch, 1998). Esto es que la identidad es así un proceso, no algo acabado (Hall, en King, 1991; Crow, 1994. *Cultures et Development*, 2001), y además un proceso constituido a partir de la dinámica de opuestos puesto que "las sociedades locales están hechas de interacción de actores múltiples" (Le Gales, 2003: 27) que se oponen entre sí. Tajfel también considera que la identidad se define frente a otros grupos y que mientras tenga un sentido positivo es capaz de atraer y sujetar a sus miembros pertenecientes (Tajfel, 1984). Por ello puede decirse que la identidad cumple una función, en primer lugar, de integración (Borja, 2003; Cortina, 2005) otorgando un sentimiento positivo por el que se asegura su adhesión. No obstante, cuando se hace estático, cerrado, también plantea riesgos como la exclusión y así diferentes autores alertan sobre el concepto de identidad exclusivo y excluyente, es decir, definido en oposición a otro como un todo cerrado en sí mismo (Lamo de Espinosa, 1995; Aguirre, 1997; Maalouf, 1999; Etzioni, 1999) y por tanto con una función desintegradora. Este es el máximo problema y riesgo de la identidad: su carácter defensivo. Consecuentemente, la identidad implica centralidad y marginalidad, por lo que "los miembros de culturas no reconocidas se sentirán desarraigados y vacíos" (Wolf en Taylor, 1993: 109); puesto que "los grupos dominantes tienden a afirmar su hegemonía inculcando una imagen de inferioridad a los subyugados." (Taylor, 1993: 97). Este balance entre lo central y lo marginal es inestable y puede ir cambiando. De hecho en la actualidad, es frecuente encontrar posturas aperturistas así como posturas defensivas hacia otras identidades.

Esto es que la identidad debe ser considerada, en definitiva, tanto desde la perspectiva estática como dinámica, es tanto un referente estático como algo en proceso. Es tanto una imagen definida, sólida, diferenciada de otras imágenes de otros grupos; como algo en proceso, algo que va cambiando precisamente por ese contacto con “el otro”, con su opuesto, con el extranjero, aceptándolo e integrándolo en una postura aperturista o bien rechazándolo en una postura defensiva. Una y otra postura tienen sus consecuencias para la vida comunitaria.

Pero lo que interesa son las derivaciones de la consideración de la identidad en cuanto al sentimiento de pertenencia que promueve, como ya se ha apuntado más arriba. Así el papel de la identidad es vital para la vida pública porque fomenta dicho sentimiento entre los ciudadanos estimulando a la participación. Es por ello que es un objetivo claro por parte del poder local. Así cuanto más integrado se sienta un ciudadano, más participe, más se implique en la vida pública, más real será su condición de ciudadano. Y es que como dice Cortina:

El concepto de ciudadanía integra un **status legal** (conjunto de derechos), un **status moral** (un conjunto de responsabilidades) y también una **identidad**, por la que una persona se sabe y siente perteneciente a una sociedad (Cortina, 2005: 177).

La identidad genera sentimiento de pertenencia y sin esa adhesión no se puede construir la sociedad. Así se fomenta la necesidad de participación.

La sociedad debe organizarse de tal modo que consiga generar en cada uno de sus miembros el sentimiento de que pertenece a ella, de que esa sociedad se preocupa por él, y en consecuencia la convicción de que vale la pena trabajar por mantenerla y mejorarla (Cortina 2005: 25).

Así tras el reconocimiento de la sociedad a sus miembros se incentiva la adhesión de éstos hacia los proyectos comunes y por tanto, la participación. Y es que

[...] solo la persona que se siente miembro de una comunidad concreta, que propone una forma de vida determinada; solo quien se sabe reconocido por una comunidad de este tipo como uno de los suyos y cobra su propia identidad como miembro de ella, puede sentirse motivado para integrarse activamente en ella (Cortina, 2005: 32).

Por ello la identidad es considerada como un requisito para la participación y el ejercicio de la ciudadanía. Esto es, que la identidad supone un sentimiento de pertenencia de los ciudadanos (Keller, 1975) y que, promovido, puede servir como instrumento de integración de éstos en la comunidad (Anderson, 1993) y así promotor de acción e instrumento de gobernanza (Cooke, 1990). El sentimiento de pertenencia es así movilizador del ciudadano y así cuanto mayor sea su identificación con la identidad vigente, mayor el grado de integración en la comunidad, y mayor será la participación en la vida pública. Los ciudadanos, en



la medida en que se sienten integrados, es decir, en la medida en que cuentan con un fuerte sentimiento de identidad inclusiva e incluyente, se muestran proactivos y participan en la vida pública. Según esto, para algunos autores, el concepto de comunidad tiene que ver con el de acción colectiva (Castells).

Como última consideración hay que resaltar el papel político de la identidad. De este modo, si la identidad promueve el sentimiento de orgullo de pertenencia y la participación, podemos pasar a analizar cómo ésta será un objetivo político de primer orden para aquellos gobiernos afectados por la globalización que experimentan la fragmentación de sus sociedades locales y por ello, la desmovilización y la mayor conflictividad social. Al mismo tiempo, y afectados también por la desindustrialización que tiene lugar en esta etapa, comprobarán que la promoción de una identidad atractiva es así mismo un instrumento de conseguir financiación por parte de los inversores privados. En el caso de las comunidades locales, la identidad suele ser una realidad creada a partir de la comunidad y sus subcomunidades que elaboran diferentes identidades; y sin embargo, promovida como proyecto comunitario por parte de los responsables políticos que se erigen en representantes de tal comunidad, porque son éstos los más interesados en su creación, sirve de legitimación de una identidad oficial. Y es que puede decirse con Borja que “Los gobiernos locales (...) son los principales agentes de la gestión de los procesos de integración de la población” (Borja, 2003: 334). Pero como señala Cátedra, M., en las culturas, en las identidades definidas, existe más de un sentido, la identidad como “La cultura no es algo unitario y monolítico”, para la gente tiene diferentes significados, por ello se impone una negociación de sentidos (Cátedra, 1998: 89-116). Por ello se abre la necesidad de establecer el diálogo entre las partes como herramienta para construir y reelaborar la identidad como proceso dialéctico (Wolton, 2006). Así si la identidad es un juego de opuestos, al poder político le correspondería el arbitraje entre los intereses locales en juego cristalizados en las diferentes identidades y por tanto, la definición de la identidad según la preeminencia de unos sobre otros o la integración multicultural de todos ellos. Y es que el reforzamiento de la identidad facilita la integración en la ciudad (Borja, 2003) y es responsabilidad política. De este modo, el proyecto puede ser uni-identitario o bien pluri-identitario. El poder político tiene la función de ser árbitro en la negociación de sentidos, de identidades, en el establecimiento de las reglas. Así las identidades deberían coexistir en un marco común de convivencialidad (Cortina, 2005) que legitimaría y debería otorgar el poder político.

Por último, la identidad que fomenta el sentimiento de pertenencia y así la participación es por tanto un garante y un estímulo para consolidar la gobernanza, algo muy codiciado por los actuales poderes políticos locales. Es decir, que ésta se hace necesaria en un contexto de gran fragmentación social derivado de la globalización. Así la gobernanza se presenta como modelo de gestión adecuado para ello. Esto es, que con la gobernanza urbana se pretende conseguir el consenso social, la integración de los ciudadanos en la gestión pública, su participación, su implicación en la vida pública. Para ello, se basa en la colaboración de tres sectores: el estado, el mercado y la sociedad civil. Es decir,

[...] sustituir el acto de gobernar en un sentido clásico por una acción más activa que implique al conjunto de la sociedad en la toma de decisiones... (con ello) se consiguen grandes consensos alrededor de la acción política (Urrutia, 2007: 4).

Así por gobernanza se entiende el “conjunto de mecanismos de gestión” que fomentan la participación y la implicación ciudadana. Es el

[...] proceso de coordinación de diferentes grupos sociales e instituciones para conseguir objetivos particulares, discutidos y definidos colectivamente en ambientes inciertos y fragmentados [...],

ambientes muy característicos de la globalización. De este modo, los beneficios que se consiguen son fomentar la participación, la integración y la implicación de los ciudadanos (Urrutia, 2007: 4). No obstante, esta dinámica presenta riesgos e imperfecciones y así a pesar de que se pretenda la participación de todos los ciudadanos, no obstante surgen nuevos conflictos y desmovilizaciones. No todos los ciudadanos se sienten identificados con la nueva identidad, no todos se sienten pertenecientes a la comunidad, bien de hecho o de derecho. En este caso lo que tratamos es la identificación con la imagen predominante profesada por el poder público, sus imperfecciones. Por ello surgen identidades paralelas a las oficiales y ello presiona sobre el poder público para renegociar la identidad oficial y redefinir nuevamente la gobernanza. Como ya se ha dicho, la identidad es un proceso y se conforma a partir de la dinámica entre opuestos, es por esto que depende de cómo se juegue dicha dinámica desde el poder político se puede aprovechar para mejorar la gobernanza o bien generar más conflicto.

En resumen, podemos decir que la identidad es algo creado y negociado principalmente por parte de los poderes públicos y que de ella depende la calidad de la vida pública, la promoción de la ciudadanía, y la gobernanza; que en una comunidad existen diferentes identidades entre las que es necesario negociar para conseguir integrar. Y por último, que como corresponde a los poderes públicos dicha negociación, por tanto también la reformulación de nuevas identidades a partir de las identidades ciudadanas y así la consideración de la multiplicidad de identidades y culturas de manera que sea posible la integración multicultural y por tanto la extensión de la ciudadanía, la gobernanza y la cohesión social.

### **3. UN CASO DE LA PERIFERIA METROPOLITANA DE MADRID: ALCOBENDAS**

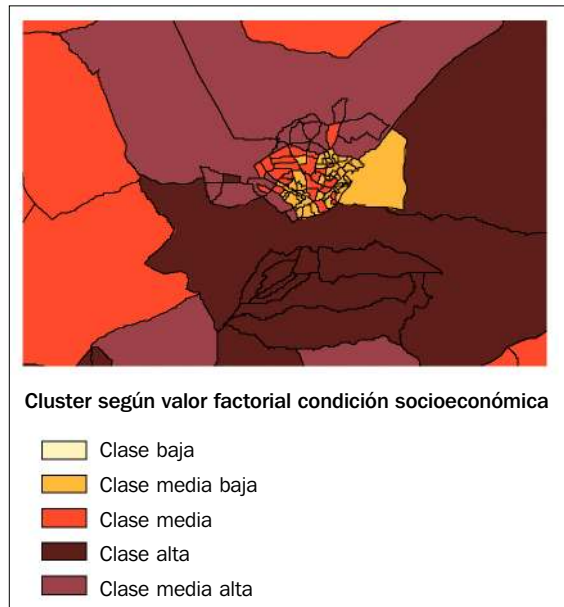
El caso que ilustra lo que antes se señalaba evidencia cómo el municipio de Alcobendas, en la periferia metropolitana madrileña, acomete una política de identidad en los ochenta y noventa para promocionar el municipio en el exterior ante la crisis fiscal y asegurar la cohesión interna en un entorno más fragmentado derivado de la etapa de globalización. Paralelamente, ante la llegada al municipio de nuevos pobladores de clases medias, expulsados de Madrid, se constata una nueva centralidad de estas clases en el discurso identitario. Centralidad que va a suponer un nuevo conflicto con las clases trabajadoras residentes en el casco antiguo, ahora desplazadas, y que van a presionar

para el cambio de identidad, para un viraje en esta, para poner de manifiesto que la identidad es algo dialéctico, en proceso de cambio y que el poder político es su creador y gestor y que negocia entre las distintas identidades para conseguir la gobernanza.

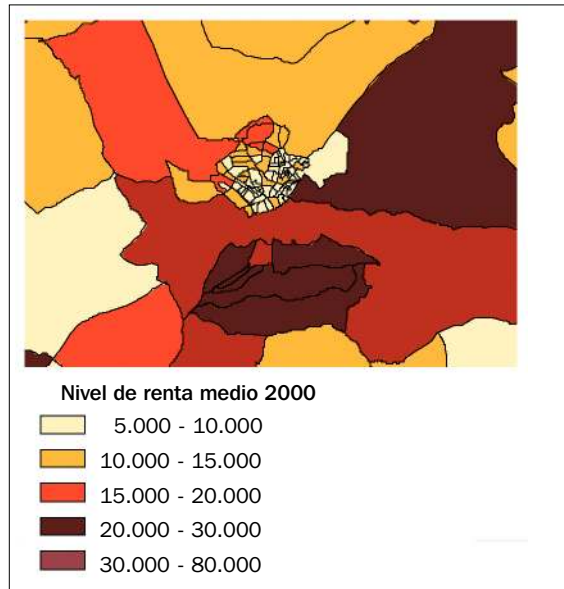
Así tras el proceso de exaltación de la identidad local que se constata en los ochenta y noventa como consecuencia del nuevo posicionamiento del municipio en el entorno exterior ante la crisis de desindustrialización y las nuevas oportunidades planteadas en el nuevo marco económico y por la necesidad de fomentar el sentimiento de pertenencia entre los nuevos pobladores que llegan al municipio para poder integrarlos en la vida local, se provocan una serie de reacciones en cadena en la vida interna del municipio. Estos van a cuestionar el hecho de que la exaltación de la identidad promueve la participación, esto es, que con ello se van a evidenciar los sesgos de esta dinámica. Así muchos de los ciudadanos, ante el encumbramiento de la nueva identidad de clases medias, se verán marginados y por tanto participarán menos en la vida pública sintiéndose excluidos y provocando nuevas reacciones en el consistorio que ha de considerar a estos ciudadanos como ciudadanos potenciales a incluir en la nueva identidad a definir. Como se decía más arriba, la identidad es un proceso, un constructo, que en manos de los políticos, ha de servir para integrar al máximo número de ciudadanos, de manera que se sientan como tales y participen en la vida pública para garantizar la cohesión social y la gobernanza así como la legitimidad de la política local.

En el caso que se toma, se considera que la exaltación de la identidad en los ochenta y noventa, olvida la antigua identidad del municipio, de clase trabajadora y cristalizada en un espacio concreto el casco antiguo, para dar centralidad a una nueva identidad, la de las zonas nuevas, y a una clase social concreta, la clase media (en los mapas: zonas oscuras). Posteriormente esta pérdida de centralidad por parte de las clases trabajadoras, va a provocar una reacción conflictiva: la exaltación de la identidad de aquel espacio municipal que perdió su centralidad, el casco histórico, y otras clases sociales, la pequeña burguesía y la clase trabajadora (en los mapas: zonas claras). La reacción política es la negociación entre identidades, integrar nuevamente estas zonas y clases en el discurso público y devolviéndoles un espacio en la definición de la identidad urbana. El nuevo reto para un futuro inmediato lo plantean los inmigrantes del municipio como nuevo colectivo a reivindicar su ciudadanía y a presionar para ser integrado en la nueva identidad local. El nuevo gobierno local habrá de darle respuesta.

**Mapa 1. Valor del factorial de condición socioeconómica por secciones. Alcobendas 2001**



**Mapa 2. Nivel de renta media por sección. Alcobendas 2000**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del censo 2001 y de renta media del Instituto de Estadística Comunidad de Madrid

### **3.1. Del proceso de globalización y los cambios que suponen en el espacio de lo local**

El municipio de Alcobendas experimenta una serie de cambios que se encuentran en la base de la nueva realidad sociológica de principios del nuevo siglo. La identidad se exalta en el periodo de globalización que se caracteriza por cambios económicos, sociales, culturales y políticos que van a explicar y condicionar dicho cambio y exaltación.

Respecto a los cambios sectoriales que supone la globalización, se destacan los cambios socioeconómicos o el proceso de desindustrialización, terciarización y descentralización económica metropolitana que han experimentado la mayor parte de las ciudades europeas (Preteceille en Alabart et al., 1994; Anderson, 1994; Hall, en Ballet et al., 2000) y que ha hecho perder relevancia a las ciudades industriales, sumidas en la crisis, en favor de las postindustriales. En España, el caso de Madrid no es sino uno de los exponentes por excelencia de dicho proceso. Las ciudades anteriormente industriales comienzan a experimentar la deslocalización de las industrias y a ser capaces de recepcionar nuevas empresas bien de industria de hi-tech bien empresas terciarias. Es así cuando comienzan sus campañas promocionales para atraer este tipo de actividades como es el caso de ciudades como Glasgow, Manchester, Birmingham, Lille, Dortmund o Turín (Hall en Ballet et al., 2000). De este modo, Alcobendas, tras la etapa de desindustrialización, y enclavada en el área de desarrollo terciario madrileño por antonomasia, recibe gran número de nuevas empresas bajo el proceso de deslocalización madrileño (Méndez, 2001), por sus características geoestratégicas y debido a las campañas iniciadas desde el consistorio (Domínguez, 2003). Las empresas que llegan son bien industria hi-tech, bien empresas del sector terciario ligadas a los sectores económicos en expansión (Méndez, 2001) configurando el municipio en espacio privilegiado de desarrollo terciario. En la actualidad, gran parte de las empresas "punto.com" madrileñas tienen su sede en el municipio de Alcobendas. De igual forma, el municipio experimenta, como muchas otras ciudades, un proceso de transformación de un sector concreto: el sector del comercio que pasa de la primacía del pequeño empresario al predominio de las grandes superficies lo cual supone la crisis del pequeño comercio y de los espacios urbanos ligados a éste. Alcobendas ve asentarse gran cantidad de grandes superficies a partir de principios de los noventa que refuerzan su centralidad en la zona norte del área metropolitana.

Así mismo, demográficamente, la población madrileña, siguiendo los procesos de *sprawl* experimentados en los años treinta por las ciudades americanas y los cincuenta por las ciudades europeas (Le Gales, 2003; Burchfield, 2004; Duany et al., 2000), se extiende en mancha de aceite en el espacio regional abarcando lugares cada vez más lejanos del centro madrileño. Los procesos de periferización de la población que busca vivienda asequible en nuevas áreas residenciales con buenos equipamientos, infraestructuras, calidad medioambiental, cercanía a los nuevos polos de desarrollo terciario, etc. o bien que se ve obligada a residir en espacios cada vez más alejados del centro principalmente por los problemas de escasez y alza de precios de la vivienda, así como de crisis

del centro de las ciudades, son una realidad en muchas de las actuales ciudades. Las causas de este proceso son la disminución del tamaño del hogar, el envejecimiento de los centros y la no liberalización de vivienda por el prolongamiento de la residencia de los mayores en sus viviendas, la presión de las nuevas y numerosas cohortes de jóvenes sobre el mercado inmobiliario, y la llegada masiva de inmigrantes que demandan vivienda. Así, como consecuencia, en los municipios, antes periféricos y ahora con carácter de nuevos polos de desarrollo central, nuevos pobladores recién llegados, que salen principalmente de los centros de la metrópoli, constituyen sectores a considerar en los proyectos urbanos de ciudades de periferia, lo cual devuelve la actualidad a los procesos descritos hace ya varias décadas por N. Elías sobre *establecidos* y *forasteros* (2003). Alcobendas es así un ejemplo de ello.

Este proceso unido al de terciarización y elevación del nivel socioeconómico y socioprofesional de la población que el nuevo orden económico supone así como al proceso de asentamiento desigual de las distintas clases sociales en el espacio metropolitano madrileño, tiene como consecuencia un fuerte crecimiento de los sectores medios de la estructura social que se desarrollan paralelamente al desarrollo del sector terciario. Por un lado, las empresas necesitan una mano de obra más cualificada y la población mejora masivamente sus niveles de formación y bienestar generales; por otro algunos espacios metropolitanos se constituyen en espacio deseado por las clases medias dentro del área metropolitana (cercanía a la zona norte u oeste, proximidad del aeropuerto, buen nivel de equipamientos, amplias zonas residenciales, adecuación de la vivienda, buen nivel de infraestructuras, etc.). Es por ello, que se asiste a un proceso cuantitativo de llegada de nuevos pobladores y al mismo tiempo, a un proceso cualitativo de cambio en la estructura social, de mesocratización de ésta como en el resto de la Comunidad de Madrid (Leal, 1990a y b, 1991a y b, 1993, 1994, 1999, 2005). No obstante y paralelamente, se registran tendencias que van en la línea de un crecimiento de los sectores más desfavorecidos de la estructura social que debido a los procesos de desindustrialización, flexibilización del mercado de trabajo, llegada masiva de inmigrantes, desarrollo de los servicios personales y de seguridad para esas clases medias, etc. se incrementan sobremanera. En un marco de retroceso del Estado del Bienestar que tiene lugar durante la década de los noventa (Rodríguez Cabrero, 2004; Esping Andersen, 1993) y que podría haber actuado como paliativo de las desigualdades, el resultado es de una mayor desigualdad social por el crecimiento de los sectores medios pero también de los sectores más desfavorecidos. En este marco general, hay que considerar dos colectivos: el de la pequeña burguesía propietaria ligada al comercio que entra en crisis de reestructuración debido al fuerte desarrollo del comercio de grandes superficies y tiende a desaparecer y a reciclarse con el consiguiente grado de malestar; y el de los inmigrantes, que trabaja en sectores como la hostelería, el pequeño comercio, el servicio doméstico, etc. y que tiende a localizarse en las áreas más degradadas de las ciudades donde hay vivienda en alquiler conviviendo con la antigua clase trabajadora desestructurada y conformando guetos que plantean nuevos retos a los gobiernos locales. Aquellos primeros sectores, las clases medias, debido a la política de vivienda detentada que prima el *laissez faire*, han desarrollado áreas concretas de vivienda que han generado procesos de segregación espacial que a su vez han reforzado los proce-

tos identitarios de estas clases. Al mismo tiempo, ciertos espacios (el centro del municipio) se han visto degradados por la salida de estas clases medias hacia otros espacios más valorizados (al norte y al sur del municipio), relegando los barrios abandonados a la fragmentación social, la degradación, la marginación... Se trata de los procesos de segregación "por lo alto" de los que habla Eric Maurin para el caso de París (Maurin, 2004). Estos acontecen en el nivel metropolitano entre centro y periferias y nuevamente en el interior de las periferias entre sus centros históricos y sus zonas nuevas.

En la esfera de lo político cabe destacar el contexto de crisis del Estado Nación (Monedero, 2000) y sus repercusiones para las ciudades (Le Gales, 2003) que lleva a cuestionar el poder de unificación simbólica del Estado frente al surgimiento de movimientos identitarios que llevan a primera línea a los municipios y regiones mediante la exaltación de sus espacios urbanos con el ánimo de captar inversiones y desarrollar su economía local. Todo ello en un marco de descentralización de funciones hacia los entes locales que les permite mayor autonomía. De ahí el éxito de las Agendas 21, de la implantación de los planes de calidad en la Administración, del auge de las políticas culturales como base para la regeneración urbana, etc.

En cuanto a la esfera de lo simbólico y cultural en la etapa de la globalización, se da un proceso expansivo de las formas de vida y valores propios de estas clases medias que se hacen centrales en muchos municipios de las ciudades españolas y en particular de la periferia metropolitana madrileña. Los valores propios de aquellas, los valores que Inglehart (1991) denomina postmaterialistas (autorrealización, protección del medio ambiente, calidad de vida, importancia del ocio, etc), desplazan a los valores materialistas que detentaban las clases trabajadoras (satisfacción de necesidades materiales, trabajo, seguridad, esfuerzo, crecimiento económico, etc). Así mismo, como señalan algunos autores (Maffesoli, 1990; Castells, 1998) se constata un interés en el "aquí" y el "ahora", un repliegue sobre el grupo inmediato que promueve una exaltación de la identidad grupal como necesidad del grupo para situarse en el nuevo marco globalizado. Consiguientemente, los municipios cambian radicalmente su imagen, como veremos, a la luz de estos nuevos valores promoviendo un proceso de exaltación de lo local. Alcobendas, como veremos, cambia su imagen de municipio de clases trabajadoras a municipio de clases medias, desarrollo terciario y alta calidad de vida en un proceso de exaltación de esta nueva identidad.

Estos tres factores van a condicionar el cambio identitario que se ha evidenciado en el municipio.

### **3.2. El cambio en la identidad local en Alcobendas y sus consecuencias para la comunidad**

La identidad local en el caso de Alcobendas comienza a ser creada ya desde los ochenta, en los albores del proceso de globalización madrileño. Esta identidad es exaltada, como ya se señalaba, con una doble intención: por un lado,

promover el municipio en el marco global de crisis económica ante el proceso de desindustrialización y crisis social interna, para atraer nuevas actividades; y por otro, para promover la integración de sus habitantes entre los que se contaba con nuevas clases medias recién llegadas al municipio y exaltar el orgullo de pertenencia a la comunidad local y ser un motor de integración ciudadana y de promoción de la ciudadanía a todos los sectores sociales.

Como ya se señalaba, la exaltación de la identidad tiene una causa interna y es que se ha comprobado que ésta permite a la comunidad mejorar la gobernanza, producto de la integración y exaltación del sentimiento de pertenencia. Así cuanto más se exalte la identidad, cuanto más arraigada esté, mayor es el sentimiento de pertenencia y más consolidada estará la gobernanza. Por tanto podemos decir que la necesidad de identidad es una necesidad de la comunidad pero también de las instituciones políticas que deben asegurarse su representatividad y legitimar sus actuaciones y asegurar la eficacia política de sus actuaciones. Éstas definen, en último término y a partir de las identidades desarrolladas, qué es y cómo es la comunidad que gobiernan.

Según esto, en Alcobendas se parte del análisis de un discurso oficial de clases populares en los ochenta recogido por la institución, para, tras las transformaciones socioeconómicas, demográficas, y culturales, evidenciadas durante la segunda mitad de los ochenta y los noventa, asistir al proceso de exaltación de la identidad de clases medias que coincide con el modelo de ciudad que se quiere promover desde el Ayuntamiento y por último, volver a girar hacia las clases populares del casco histórico ya en los albores del nuevo siglo. Esto se comprueba a través del análisis del discurso ciudadano, como del análisis del discurso oficial que se constata a través de los documentos y soportes oficiales.

La identidad de los ochenta o de la primera fase, o la imagen de ciudad proyectada sobre la ciudadanía, define una ciudad de clase obrera, bien equipada, con suficientes servicios, con espacios verdes, participativa, solidaria, que redistribuye la riqueza, que atiende a los colectivos desfavorecidos: jóvenes y mayores, comunicativa, abierta, activa en deporte y cultura, festiva, que quiere dejar de ser ciudad dormitorio (*grupos de discusión, Alcobendas, varios años y documentos públicos municipales*). Sin embargo, a partir de entonces y durante los noventa, la ciudad experimenta cambios económicos que condicionan el discurso identitario. Así hay que diferenciar dos periodos de crisis: la crisis de primeros de los ochenta y la crisis de primeros de los noventa. En estos periodos, el municipio se ve interesado por atraer nuevas actividades económicas y nuevos pobladores para incrementar sus ingresos. Es por esto que comienza a diseñar campañas de marketing público, tímidamente en los ochenta y más abiertamente en los noventa a través de sus planes estratégicos, promoción del municipio en ferias, creación de eventos de renombre, etc. Es entonces cuando coinciden en el municipio la necesidad política de vender el municipio hacia el exterior como internamente, de integrar las nuevas clases medias que iban emergiendo internamente o llegando desde finales de los ochenta; y también cuando el proyecto de crear identidad cuaja como tal, como proyecto; lo anterior no eran sino estrategias deslazadas para satisfacer las necesidades de la población. Lo que se gesta en los



noventa es ya un proyecto maduro que intenta crear una imagen de ciudad en el que se sientan reflejados la mayor parte de sus ciudadanos y que favorezca la integración y la gobernanza. Así una década más tarde, se gesta la imagen en los noventa que cristaliza en un espacio físico nuevo: el centro urbano nuevo, en la nueva zona de desarrollo, y que proyecta la imagen de una ciudad “verde” frente al “marrón” anterior, que simboliza el nuevo orden postindustrial frente al anterior industrial, una ciudad de calidad, de clases medias, moderna, verde, equipada, cultural, deportiva, solidaria, participativa, humana, bien formada, bien comunicada, etc. en síntesis: de “calidad” (grupos de discusión Alcobendas, varios años y videos institucionales, documentos publicos municipales).

De este modo, y siguiendo a Valera en las dimensiones de la identidad (Valera, 1997), la identidad alcobendense ha cambiado de la siguiente forma y según diferentes dimensiones:

- a) dimensión **territorial**: que supone la reactivación del territorio, la exaltación de los elementos espaciales. En el caso de Alcobendas, supone el traslado del centro urbano desde el casco antiguo hacia la zona nueva y la centralidad de nuevos símbolos arquitectónicos como los parques, el nuevo auditorio, el nuevo ayuntamiento, las urbanizaciones, etc.
- b) dimensión **psicosocial**: que supone el cambio de los valores materialistas de la clase trabajadora a la exaltación de una serie de valores postmaterialistas como la calidad de vida, el progreso, etc.
- c) dimensión **temporal**: que supone la exaltación de la historia del grupo. Esto es, la exaltación de la historia de las clases populares que experimentan movilidad social a través de sus hijos, así como el proceso de mesocratización que experimenta la estructura social. En resumen, el paso de pueblo a ciudad.
- d) dimensión **conductual**: se refiere al cambio en las prácticas sociales características de la antigua clase trabajadora a las nuevas clases emergentes, es decir, al estilo de vida de las clases medias (compra en gran superficie, deporte, parques, vehículo privado, privatización de servicios, etc.).
- e) dimensión **social**: que supone el abandono de la centralidad de la clase trabajadora hacia la centralidad de los niveles intermedios de la estructura social, esto es, la exaltación de una clase social: la clase media.
- f) dimensión **ideológica**: que supone pasar de la centralidad del proyecto ideológico de la clase trabajadora a la centralidad de proyectos y objetivos propios de las clases medias, con la centralidad también de su ideología. Son estos cambios constatados en la identidad en todas sus dimensiones lo que nos da idea del cambio experimentado por el municipio, es decir, la centralidad programática, ideológica, espacial, sociológica, de las clases medias frente a las clases trabajadoras.

Para constatarlo podríamos analizar muchos aspectos del cambio (ver tesis doctoral Domínguez, 2003) sin embargo hemos seleccionado tres indicadores que dan cuenta del cambio social e identitario que se ha experimentado en el municipio: los videos institucionales, las encuestas que revelan el cambio en las demandas de la población y que se verán reflejadas en los programas políticos; y el cambio en la valoración del patrimonio resaltado como elemento simbólico y componente de la identidad. Los tres son manejados desde el poder político como elementos que tienen que ver con la construcción de la identidad y dan idea de los cambios acontecidos. Los videos institucionales tienen que ver con todas y cada una de las dimensiones de la identidad que antes se señalaban y así son el mejor ejemplo de lo que se quiere constatar.

– Los medios de comunicación y propaganda sirven al propósito de consolidar el cambio de imagen propuesto desde la institución y así contamos con tres magníficos e ilustrativos videos institucionales. A través de ellos se constata el cambio de centralidad de las clases trabajadoras a las clases medias, de sus espacios tradicionales a los nuevos espacios de la zona nueva del municipio, sus edificios y espacios emblemáticos. En el primero (*Tu ciudad*, 1991: 30 minutos) se pueden constatar imágenes de la zona antigua del municipio, donde los protagonistas son las clases populares, y donde no aparecen las urbanizaciones de clases medias. Los programas que se destacan son programas sectoriales por colectivos y no hay una idea clara e integral de ciudad. El video es un elenco de actividades y programas deslabazado. En el segundo, a mediados de los noventa, (*Alcobendas paso a paso*, 1995: 6 minutos), se pasa de las imágenes que recuerdan lo antiguo, de los colores sepia, al las imágenes que rememoran lo nuevo, lo verde. Así mismo aparecen como espacios urbanos clave el casco antiguo y las zonas nuevas. En este video los protagonistas son parejas jóvenes con niños como imagen del progreso de las familias locales a través de los hijos. En resumen, se pasa de “pueblo” a “ciudad”, de la zona de clase trabajadora a la zona de clase media como el progreso. Se trata de un video ya estratégico que en seis minutos expone una idea estratégica de ciudad, se trata de un buen spot publicitario. En el tercero (*Alcobendas calidad al norte de Madrid*, 1999: 10 minutos), se apuesta por el plan estratégico, la imagen profesada está básicamente ligada al mundo económico y las clases medias. De este modo, aparecen con fuerza las urbanizaciones, el nuevo ayuntamiento, los parques, las clases medias, los diferentes equipamientos modernos. Se trata de una imagen de “calidad”, que entronca con las demandas de las clases medias y la clase empresarial. Es la palabra con la que termina el video. Este video, en diez minutos, a manera de spot publicitario muy condensado, relata la idea de ciudad que va dirigida tanto hacia empresarios como hacia nuevos residentes como hacia los actuales residentes presentando su imagen integral y estratégica de ésta.

– Paralelamente como un indicador más del cambio en el discurso ciudadano que se ve plasmado en los programas institucionales y políticas municipales, se constata a través de las encuestas que se pasa de una demanda ciudadana de equipamientos y servicios promovida por la clase obrera a una demanda de cuestiones ligadas a la movilidad y a las relaciones con Madrid y las demandas de las clases medias. En el cuadro siguiente se explicitan las demandas de la

población alcobendense desde los ochenta hasta la actualidad. Aquí se comprueba que se pasa de una demanda de equipamientos y servicios básicos, de la centralidad de los problemas de las clases populares (paro, inseguridad ante la droga, etc) a una demanda de clase media que ve en los problemas de movilidad y de conexión con Madrid, el centro de sus reclamaciones.

**Tabla 1. Evolución de demandas de la población alcobendense**

	1. lugar	2. lugar	3. lugar	4. lugar
IDES 1981	Parques 44%	Centros escolares 38%	Seguridad ciudadana 25%	Transporte público 19%
EDIS 1985-86 I	Seguridad ciudadana 30%	Centros sanitarios 18%	Aparcamientos 13%	Transporte público 11%
EDIS 1985-86 II	Paro 47%	Salud 13%	Seguridad ciudad 11%	
METRA6 90	Aparcamientos 45%	Droga 44%	Transporte público 42%	Vivienda 27%
INVESTIGACION 91	Transporte 49%	Aparcamientos 38%	Droga 33%	Servicios Médicos 29%
METRA6 94	Transporte público 48%	Aparcamiento 42%	Droga 36%	Impuestos municipales 31%
INVESTIGACION 95	Paro 71%	Vivienda 45%	Droga 40%	Aparcamientos 30%
CALIDAD I 97	Promoción de la la ocupación 50%	Vivienda VPO 47%	Transporte público 38%	Aparcamiento 32%
CALIDAD II 97	Transporte público 20%	Aparcamientos 13%	Paro 12%	Vivienda
CALIDAD I 2001	Aparcamientos 35%	Transporte público 13%	Obras 10%	Tráfico 6,5%
CALIDAD II 2001	Aparcamientos 68%	Transporte público 35%	Vivienda 30%	Empleo 27%

Fuente: Domínguez Pérez, M. 2003

– Por último, y en cuanto a la dimensión simbólica arraigada en el territorio, una estrategia llevada a cabo por el consistorio es la valorización y exaltación del patrimonio como referencia simbólica, es decir, la nuevamente la intervención de lo político sobre la realidad simbólica de la ciudad. El cambio de centro urbano y dependencias municipales, desde el casco histórico hacia la nueva zona del norte del municipio se trata de un hecho simbólico que va a tener una peculiar importancia en el cambio de imagen de éste (1994). Se pasa así de considerar un centro tradicional en el casco antiguo, rodeado de pequeño comercio y pequeños establecimientos, de pequeña dimensión; a un nuevo centro en el que se reúnen los equipamientos institucionales, financieros, centros comercia-

les, centros culturales, etc. de dimensión amplia y abierta y de diseño arquitectónico moderno. Este hecho va a marcar un cambio radical de imagen y de centralidad simbólica basada en el patrimonio que se revela como estrategia de identidad. Se trata de un cambio, no muy frecuente en los municipios españoles (próximamente lo acometerá Madrid municipio), y que no hace de Alcobendas sino un caso particular constituyéndolo en interesante caso de estudio por lo arriesgado de la acción y por los efectos que ha tenido para la vida local. La nueva centralidad provocó el malestar en el casco histórico tradicional que se sintió marginado de la vida pública.

La nueva imagen e identidad municipal es la de un municipio de clase media, que sintoniza así mismo con la clase empresarial, y que se identifica con las zonas del norte del municipio y las urbanizaciones. Consiguientemente, quedan relegados otros espacios que se identifican con el pasado como el casco histórico. Este desplazamiento del foco de atención genera una nueva conflictividad y así de la mano del pequeño comercio y las clases trabajadoras del casco histórico se presiona a las instituciones para atraer la atención sobre estos espacios olvidados. La respuesta de la institución es el giro hacia éstos para devolverles parte de su centralidad y recobrar la legitimidad ante esta parte de la ciudad y ciudadanos.

El discurso ciudadano de los noventa pone de manifiesto la centralidad de la clase media de las zonas nuevas frente a la marginalidad de la clase trabajadora del casco histórico. Así para una gran mayoría la Alcobendas de los noventa es la ciudad del progreso y según sus habitantes “se vive mejor que antes”, “se va a más”, “ha cambiado muchísimo en esos temas de árboles y de jardines y de parques que antes no había”, “estamos más cerca de... de la montaña, del aire puro, el agua... es una ciudad”, es una ciudad “muy segura”, “tranquila”, “menos peligrosa... da confianza” y bien equipada en cuestión de deporte o zonas verdes, donde “hay de todo” y “no hace falta ir a Madrid”. Ya ha dejado de ser ciudad dormitorio para ser una “zona residencial”, una “ciudad de por sí” “...es un pueblo que tiene mucho futuro” (grupos de discusión, varios años, Ayuntamiento de Alcobendas). Es decir, que la nueva imagen parecía sintonizar con esa identidad de clases medias de progreso, desarrollo, calidad de vida y medioambiental, etc. al tiempo que con esa imagen de las clases populares que habían experimentado el progreso, bien personalmente y respecto al pasado, bien a través de sus hijos que habitaban las nuevas zonas de la ciudad.

Sin embargo, como ya se señalaba, no todos los ciudadanos se sienten integrados en esa idea de ciudad. Así el casco histórico se manifiesta como disfuncional respecto a la nueva idea de ciudad. De este modo, existen disonancias entre la imagen subjetiva de la propia situación y la imagen urbana que se percibe. Así algunos ciudadanos sienten que el nivel socioeconómico de la ciudad se corresponde con su nivel socioeconómico personal mientras que para otros, la ciudad cuenta con un nivel superior que el suyo propio. Si en los barrios antiguos de clases populares (barrios 1, 2, 3), parece existir mayor disonancia entre la imagen percibida (clase social de Alcobendas) y la realidad particular experimentada (clase de origen); en los barrios de clases medias (barrios 4, 5, 6 y 7),

parece existir una mayor adecuación o en todo caso, una percepción de superioridad respecto al nivel medio. Así, más de la mitad (entre un 60% y un 80%) de los que se sentían de clase baja o media baja cuyo lugar de residencia mayoritario eran los barrios de clases populares (barrios 1, 2 y 3), percibía que la ciudad era de nivel superior, es decir, de clase media o media alta; mientras que los que se sentían de clase media o media alta, creían que la ciudad era de su mismo nivel o un poco superior en alto porcentaje (Encuesta de Estilos de Vida. 1994). De este modo, evidenciamos el éxito en la política de implantación de la imagen identitaria de la ciudad pero la falta de adecuación entre la imagen proyectada y la imagen percibida entre algunos sectores de ciudadanos, principalmente los de clases populares que residen en el casco antiguo. Esta desadecuación provocaría, como veremos, cierto malestar como se pone de manifiesto en diversos grupos de discusión celebrados en el municipio.

Si bien el discurso de bienestar y progreso es el central, el mayoritario, el oficial, no obstante, se puede constatar una realidad bien diferente sobre todo en las zonas del casco histórico, de mano del pequeño comerciante, de los parados que se concentran en estas zonas, de la clase trabajadora. Los ciudadanos constatan cierta dualidad en el municipio entre las zonas de clases medias y las zonas antiguas.

Va a haber más paro y más paro de empleados... Los impuestos cada vez más caros, se suben de categoría las calles cuando les da la gana y porque les viene bien. Se ha cambiado el Ayuntamiento de zona y ahora aquéllos son zonas de primera (pequeño comerciante de la zona de clases populares, 1994).

[...] aquí parece que hay como dos mundos, dos Alcobendas... yo como trabajador en paro, es cuando noto que Alcobendas empieza a fallar, y digo fallar porque me ha tocado a mí... en Alcobendas se vive bien, ... a nivel de empresas y eso... pero cuidado, de un año a esta parte, Alcobendas está retrocediendo mucho... Alcobendas está cayendo bastante, se está viendo a gente más, no sé, más pobre,... claro en Alcobendas, no había nadie parado y ahora, de un año o dos a esta parte, hay mucha gente... Es que una cosas es la gente que se vive aquí, alguien ha dicho antes que aquí hay dos niveles... (grupo de parados de barrios de clases populares, 1994).

Esto provoca un sentimiento de exclusión, marginación y sensación de abandono por parte de los sectores de clases populares de las zonas del casco antiguo.

Esto es una zona muerta –dice una mujer nativa de Alcobendas, cuya familia es dueña de una cafetería sita en el último tramo de la zona antigua–. Esto antes era el centro del pueblo y debería seguir siéndolo, pero ahora por aquí ya no pasan ni los coches. Los más, a la hora de salir del trabajo, y a veces, ni eso (*Travesía Norte*, 27 enero-10 febrero 1994, año VI, nº 1).

En lo que se refiere a la gestión, sí nos ha afectado –contesta Andrés Aguado, dueño de un burger sitio en la plaza de la iglesia. Esto es un desierto –La sensación de Aguado es que el Ayuntamiento– “se ha alejado de los que le mantenemos, los contribuyentes... Estas calles están destinadas a convertirse en la zona porrera de Alcobendas. Por aquí ya sólo queda sitio para los pubs y los bares de fin de semana (*Travesía Norte*, 27 enero-10 febrero 1994, año VI, nº 1).

Según Luis, dependiente de una papelería, todavía el pequeño comercio se resiente de los efectos de la Gran Manzana “nos trasladan el Ayuntamiento al otro extremo del pueblo, abren una nueva superficie y ahora nos plantan otro centro comercial (*Travesía Norte* nº 170, 1 al 15 septiembre 1994).

[...] yo reconozco que Alcobendas, urbanísticamente está mejor, o sea era una chapuza... pero el problema es eso, han encarecido la vivienda y han hecho de Alcobendas eso, un sitio de lujo, pero un sitio de lujo, o sea lo que es un pueblo dormitorio, de forma obrera, pues ahora dime tú, ¿qué obrero se viene a Alcobendas a vivir costándoles un piso quince millones?, absolutamente nadie; vendrá gente, pues eso, de una clase social más elevada... (grupo de jóvenes de clases populares del barrio 5, 18 de noviembre 1990); pues en vez de tantos parques, que tenemos muchos en Alcobendas, que hagan más viviendas para la juventud (mujeres de clases populares del barrio 5 o La Zaporra, 17 de noviembre de 1990).

La institución tras la etapa de centralidad de la clase media, y la presión de la pequeña burguesía comerciante y la clase trabajadora tradicional desde el casco histórico, gira identitariamente hacia estos sectores a través de nuevos programas institucionales (campañas de comercio en el casco histórico, reforzamiento de la seguridad en el casco antiguo, construcción de aparcamientos para residentes, etc.). A este respecto, se cuenta con un cuarto video institucional, editado ya entrado el nuevo siglo, en el que se constata que se da un giro identitario nuevo hacia las zonas abandonadas del casco histórico. *Barrio centro, el corazón de Alcobendas 2005* resalta el valor del casco histórico en un ánimo de revalorizar este espacio que había quedado abandonado por las políticas públicas (equipamientos y aparcamientos que se van a construir, las fuerzas de seguridad que se van a reforzar, rehabilitación de vivienda, promoción del pequeño comercio, etc.) y en el que se constatan imágenes del casco antiguo y sus gentes. El giro identitario era constatado. De cualquier forma, tal vez este video y su giro identitario hayan llegado tarde para el anterior gobierno socialista del municipio que ha perdido las elecciones en mayo del 2007.

Como reto para próximas décadas, se plantea un colectivo nuevo: el de los inmigrantes. En este video *Barrio centro, el corazón de Alcobendas* apenas aparecen inmigrantes en sus imágenes, que tienen una amplia presencia en el casco histórico. En la actualidad, por tanto, todavía hay colectivos excluidos a pesar de la nueva centralidad. Este es el nuevo reto para la institución. El nuevo reto para el giro de la identidad que habrá de retomar la nueva corporación municipal que ha tomado las riendas recientemente.

#### **4. CONCLUSIONES: LA IDENTIDAD Y SUS CONSECUENCIAS PARA LA INTEGRACIÓN Y LA GOBERNANZA**

El cambio de centralidad programática e identitaria constatado en un caso de estudio concreto, es decir, el cambio de centralidad de clases trabajadoras a clases medias y de clases medias a las clases trabajadoras incluidas en el imaginario colectivo de un municipio de periferia metropolitana, evidencia lo que se quería corroborar en un principio y es que la identidad y su construcción siguen

un proceso dialéctico, que se forja en la contraposición de identidades diferenciadas y que se lidera por los políticos.

Así mismo se pone de manifiesto que para asegurar la gobernanza no se puede exaltar la identidad de una manera defensiva, contraponiéndose a otras, encerrándose en sí misma, sino que se ha de incluir las identidades afectadas, las identidades emergentes así como las identidades potenciales cuando se gesten. De otro modo, los conflictos se van gestando hasta articular salidas no deseadas. Así, en el caso analizado, durante la primera etapa la institución pública centra su atención en la nueva zona del municipio, la zona norte, centro financiero, de negocios, institucional, etc. relegando el espacio del casco histórico a un papel secundario. La identificación del espacio con las clases sociales permite diferenciar un norte y urbanizaciones de clase media frente a un sur-centro de clase trabajadora. Esto acontece durante los años noventa sobre todo y coincide con los últimos años del gobierno socialista en el municipio. No obstante, ya a finales de los noventa, el consistorio gira nuevamente hacia el casco antiguo y las clases trabajadoras y pequeña burguesía en un intento de recuperar la legitimidad y promover la gobernanza entre estos sectores que habían quedado desplazados. No obstante parece que pudiera haberse dado demasiado tarde y que el giro ideológico del municipio en las últimas municipales haya podido servir de espaldarazo del casco histórico hacia los gobernantes que lo olvidaron anteriormente.

En resumen, que como se quería evidenciar la identidad es un proceso dialéctico que en manos de los políticos sirve para potenciar o debilitar la gobernanza. El manejo de uno u otro tipo de concepción de identidad, estática o dinámica, así como los tiempos en su consideración, permiten una política exitosa o bien estrepitosa ante la ceguera ante los nuevos conflictos identitarios. El futuro en este municipio analizado, así como muchos otros en la actualidad, plantea nuevos retos a la institución ante la consolidación potencial de la identidad por parte de un nuevo colectivo urbano: los inmigrantes. Habrá que esperar un tiempo para analizar cómo se gesta éste y desarrolla dando lugar a nuevas formas de gobernanza o bien a nuevos conflictos sociales e identitarios.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- AGUIRRE, Ángel (ed.). *Cultura e identidad cultural*. Barcelona: Bárdenas, 1997.
- ALABART, Anna; GARCÍA, Soledad; GINER, Salvador. *Clase, poder y ciudadanía*. Madrid: Siglo XXI, 1994.
- ANDERSON, James; BROOK, Chris; COCHRANE, Allan. *A global World?* Oxford: Open University, 1995; 296 p.
- BORJA i SEBASTIÁ, Jordi. *La ciudad conquistada*. Madrid: Alianza Ensayo, 2003; 391 p.
- BURCHFIELD, M.; OVERMAN, H.G.; PUGA, D.; TURNER, M. A. *The determinants of urban sprawl: A portrait from space*. Working paper-October, 2004.
- CASTELLS, Manuel. *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad*. Volumen II, Madrid: Alianza, 1998.

- Domínguez, Marta: Comunidad e identidad en la etapa de la globalización. El caso de un...
- CATEDRA, María. "La manipulación del patrimonio cultural: la fábrica de harinas de Avila". En: *Política y Sociedad*, nº 27. Madrid: UCM, 1998; pp. 89-116.
- COOKE, Philip (ed.). *Localities*. London: Unwin Hyman Ltd, 1990.
- CORTINA, Adela. *Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía*. Madrid: Alianza, 2005; 265 p.
- COSTALAT-FOUNEAU, Anne M. *Identité sociale et dynamique représentationnelle*. Rennes : Presses universitaires, 1997; 139 p.
- CROW, G.; ALLAN, G. *Community life*. Hertfordshire: Harvester Waheatsheaf, 1994.
- CULTURES ET DEVELOPPEMENT, " Identité et démocratie ". *Revue du Réseau Sud-Nord Cultures et Développement*, nº 40/41. Bruxelles, 2001.
- DOMÍNGUEZ PÉREZ, Marta. *Identidad local y política municipal en la periferia metropolitana de Madrid*. Tesis doctoral. Madrid: UCM, 2003.
- DUANY, Andrés; PLATER-ZYBERK, Elizabeth; SPECK, Jeff. *Suburban Nation*. Nueva York: North Point Press, 2000.
- DURKHEIM, Emile. *La división del trabajo social*. Madrid: Akal, 1987; 492 p.
- ELIAS, Norbert. "Ensayo acerca de las relaciones entre establecidos y forasteros". En: *REIS*, nº 104. 2003; pp. 219-251.
- ESPING ANDERSEN, Gosta. *Los tres mundos del Estado del bienestar*. Valencia: Alfons el Magnanim, 1993.
- ETZIONI, Amitai. "Pluralismo en la unidad". En: *La nueva regla de oro. Comunidad y moralidad en una sociedad democrática*. Barcelona: Paidós, 1999.
- FEATHERSTONE, Mike(ed.). *Global culture*. London: Sage, 1995.
- GIDDENS, Anthony. *Sociología*. Madrid: Alianza, 1991.
- . *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona: Península, 1995.
- INGLEHART, John. *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas*. Madrid: CIS, 1991.
- KAUFFMAN, Jean C. *L' invention de soi. Une théorie de l'identité*. Armand Colin. 2004.
- KELLER, Susan. *El vecindario urbano*. Madrid: Siglo XXI, 1975.
- KING, Anthony (ed.). *Culture, globalization and the World-System*. Hampshire: MacMillan Press Ltd, 1991.
- KRISTEVA, Julia. *El extranjero está en nosotros*. Universidad Jaime I, 2003.
- KROES, Rob. *Ciudadanía y globalización. Europa frente a Norteamérica*. Frónesis, Cátedra, Universitat de Valencia, 2002.
- LAMO DE ESPINOSA, Emilio. *Sociedades de cultura, sociedades de ciencia*. Oviedo: Nobel, 1996.
- (ed.). *Culturas, estados, ciudadanos*. Oviedo: Alianza, 1995.
- LASAGA, Olga. *La identidad como construcción social compleja*. Tesis doctoral. Universidad de Barcelona, 2005.
- LEAL. 1990, 1991, 1994, 1999, 2005.



- Domínguez, Marta: Comunidad e identidad en la etapa de la globalización. El caso de un...
- LE GALES, Patrick. *Le retour des villes européennes*. Paris: Presses de Sciences Po, 2003.
- LEAL, J. "Desigualdad versus dualidad social". En: *Alfoz* nº 74-75. Madrid, 1990.
- . "Crecimiento económico y desigualdad social en la Comunidad de Madrid". *Economía y Sociedad*, nº 4. Madrid, 1990.
- . "Prosperidad económica y desigualdad social en Madrid". En: *Seminario "Las Metrópolis globales"*. Madrid, 1991.
- . "La reestructuración social en Madrid". En: J. Rodríguez. *Colegio Economistas*. Madrid, 1991.
- ; CORTES, L.; MOTA, R. *La estructura residencial de la Comunidad de Madrid*. Madrid: Consejería de Economía, 1993.
- . "Cambio social y desigualdad espacial en el área metropolitana de Madrid (1986-1991)". En: *Economía y Sociedad*, nº 10. Madrid: 1994.
- ; et al. *Jornadas sobre Desigualdad Social*, sin publicar. Madrid: Mayo 1999.
- ; et al. *Características del parque de viviendas de la Comunidad de Madrid según el censo de 2001*. Comunidad de Madrid, 2005.
- LYNCH, Kevin. *La imagen de la ciudad*. México: Gustavo Gili, 1998.
- MAALOUF, Amin. *Identidades asesinas*. Madrid: Alianza, 1999.
- MAFFESOLI, Michael. *El tiempo de las tribus*. Madrid: Icaria, 1990.
- . *Au creux des apparences*. París: Plon, 1990
- . *El conocimiento ordinario*. México: FCE, 1993.
- MÉNDEZ, Ricardo; RAZQUIN, J. "Crisis y renovación industrial en Madrid. Balance y perspectivas". En: *Revista Economía y Sociedad*, nº 12. Madrid, 1995.
- . "Crecimiento periférico y reorganización del modelo metropolitano en la Comunidad de Madrid". En: *Economía y Sociedad*, nº 10. Madrid, 1994.
- . (coord.) (2001). *Atlas de las actividades económicas de la Comunidad de Madrid*. Madrid: Consejería de Economía e Innovación Tecnológica, Comunidad de Madrid; 161 p.
- MONEDERO, Juan C. (comp.). *Estado Nacional, mundialización y ciudadanía*. En: *Zona abierta*, nº 92-93, 2000.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA-diccionario.
- RODRÍGUEZ CABRERO, Gregorio. *El Estado de Bienestar en España: debates, desarrollo y retos*. Madrid: Fundamentos, 2004.
- TAJFEL, H. *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder; 292 p.
- TAYLOR, Charles. *El multiculturalismo y "la política del reconocimiento"*. México: Fondo de Cultura Económica, 1993.
- URRUTIA, Víctor. *Aproximación crítica al discurso de la gobernanza urbana contemporánea*. Barcelona: Congreso Nacional de Sociología, 2007.
- VALERA, Sergi; POL, Enric (1994). "El concepto de identidad social urbana: Una aproximación entre la Psicología Social y la Psicología Ambiental". En: *Anuario de Psicología*, nº 62, pp. 5-24.

Domínguez, Marta: Comunidad e identidad en la etapa de la globalización. El caso de un...

—. “Estudio de la relación entre el espacio simbólico urbano y los procesos de identidad social”. En : *Revista de Psicología Social*, 1997, nº 12 (1); p. 20.

WOLTON, Dominique. *La otra mundialización: los desafíos de la cohabitación cultura global*. Barcelona: Gedisa, 2004.

—. *Salvemos la comunicación: aldea global y cultura. Una defensa de los ideales democráticos y la cohabitación mundial*. Barcelona: Gedisa, 2006.