

CAMBIOS EN EL DISCURSO SOBRE EL ESPACIO DURANTE EL PROCESO GENTRIFICADOR. CASO DE ESTUDIO DEL BARRIO DE EL CABANYAL (VALÈNCIA)

*Saúl Aliaga Sanfederico**

Universidad de Valencia
<https://orcid.org/0009-0005-6563-4957>

RESUMEN

Un reportaje de 2007 sobre el barrio de El Cabanyal de la cadena de televisión Cuatro lo definía como uno de los barrios más peligrosos de España; trece años después, en 2020, The Guardian lo incluía en su lista de los diez barrios más *cool* de Europa debido a un claro proceso de gentrificación. Así pues, se intenta identificar qué importancia tiene la forma en la que se presenta un espacio a la opinión pública, a través de la prensa, en la construcción del relato que sirve a la gentrificación, gracias al caso de estudio del barrio de El Cabanyal de València.

Palabras Clave: Medios de comunicación; Discurso; Poder; Gentrificación; El Cabanyal.

**Changes in the discourse on space during the gentrification process.
Case study of El Cabanyal neighbourhood (Valencia)**

ABSTRACT

A 2007 report on the neighborhood of El Cabanyal by the television channel Cuatro defined it as one of the most dangerous neighborhoods in Spain; thirteen years later, in 2020, The Guardian included the neighborhood in its list of the ten coolest neighborhoods in Europe due to a clear process of gentrification. Because of that, an attempt is made to identify the importance of the way in which a space is presented to public opinion, through the

Fecha de recepción: 1 de septiembre de 2024.

Fecha de aceptación: 4 de febrero de 2025.

*Graduado en Geografía y Medio Ambiente. Universidad de Valencia. E-mail: saulasan@alumni.uv.es

press, in the construction of the story which serves gentrification, thanks to the study case of the Valencian neighborhood of El Cabanyal.

Keywords: Media; Discourse; Power; Gentrification; El Cabanyal.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Gentrificación y turistificación

La configuración socioespacial de la ciudad ha ido transformándose a lo largo de la historia; si bien, no es hasta 1964 que Ruth Glass nombró al proceso por el que se producen la mayoría de los cambios residenciales, especialmente los de la clase baja: la gentrificación (Less *et al.*, 2018; Salom y Pitarch, 2021).

Tradicionalmente, se ha entendido la gentrificación como la sustitución de una población de rentas bajas por otra de rentas mayores, debido a un proceso de recuperación del espacio que genera lo que Neil Smith definió en 1987 como una brecha de renta o *rent gap* (Smith, 1987). Esta brecha causa que la población de bajos ingresos no propietaria no pueda afrontar los nuevos costes del suelo y deba desplazarse hacia otro territorio donde sí pueda hacerlo; siendo ocupado el espacio que dejan por población de ingresos mayores (Smith, 1987; Ilisei y Salom, 2018).

De esta forma, las demandas de los nuevos habitantes acaban por generar un nuevo tejido comercial en el barrio que rompe, definitivamente, con el modelo de vida anterior, generando un nuevo espacio. En la actualidad, no obstante, la gentrificación suele empezar por el tejido comercial, que se modifica paulatinamente para satisfacer a una población puntual, hasta que no resulta ser útil para la población original, que se ve obligada a desplazarse a otro espacio donde pueda acceder más fácilmente al comercio que necesita (Del Romero y Lara, 2015; Quijano, 2019; De la Osada y Pitarch, 2021).

Desde su primera definición, la gentrificación se ha entendido como un proceso que se daba en las principales ciudades del mundo. Si bien, actualmente, debido a la crisis de 2008, la gentrificación se ha extendido debido a que gran parte de las políticas de recuperación económica se han basado en fomentar el turismo, por su capacidad de recuperar la inversión inmobiliaria en los nuevos espacios turísticos y atraer nuevos operadores al sector (Boyle y Rogerson, 2001; Salom *et al.*, 2019; Salom y Pitarch, 2021).

La apuesta, por tanto, ha generado un nuevo tipo de turismo, aún más democrático que los modelos anteriores, de carácter urbano y basado en la puesta en circulación de nuevos referentes icónico-identitarios que garantizan al viajero experiencias y entretenimiento; esto supone un consumo de la propia ciudad, pero adaptada, para que sea culturalmente manejable para el visitante (Santamarina y Mancusí, 2013; Cucó, 2020).

Esta adaptación, de la que autores como Jorge Sequera han realizado un profundo análisis, ha tenido un importante impacto a nivel espacial, porque la ciudad construida se ha convertido en un espacio de oportunidad para la inversión, también de fondos de inversión extranjeros, donde la población local no tiene capacidad para actuar (Salom y

Pitarch, 2017; Nuevo, 2021). En Europa, por ejemplo, la mayor parte de las ciudades del Mediterráneo están viviendo procesos gentrificadores por la facilidad de este territorio de atraer población transnacional y transitoria como expats, jubilados, nómadas digitales, turistas, etc. (De la Osada y Pitarch, 2021; Estevens *et al.*, 2023).

Las lógicas del turismo posmoderno se convierten en gentrificadoras tan pronto como superan la capacidad de penetración en el territorio y tejido social, ya que alteran negativamente a la comunidad receptora por los impactos que tienen a nivel urbano y social (Calderón y Nuevo, 2024) debido a que necesitan de una construcción material y simbólica de la ciudad para atraer turistas que no es útil para la población local (Salom y Pitarch, 2017; Quijano, 2019; Salom *et al.*, 2019; Salom y Pitarch, 2021).

La mayor parte de los autores coincide en que gentrificación y turistificación son procesos con un mismo final: la sustitución de la población local tras la mejora de un espacio anteriormente degradado (Sequera, 2020); por eso que suelen confundirse (Nuevo, 2021). Sin embargo, resulta difícil establecer si hay una relación causa-efecto porque, según el caso, un proceso puede dar lugar al otro, o pueden darse los dos a la vez (Nuevo, 2021; Calderón y Nuevo, 2024).

Pese a lo dicho anteriormente, parece que ambos procesos no pueden darse en el mismo lugar y momento porque necesitan de distintos tipos de comercio y tienen normas sociales distintas; teniendo como consecuencia la ubicación del turismo en un espacio anteriormente mejorado y de los *gentry* alrededor de este espacio, de forma que pueden disfrutarlo fácilmente sin vivir en él (Sequera, 2020).

1.2. Capitalismo y poder en el proceso gentrificador

Para Harvey, el capitalismo posmoderno se impone a través de un proceso de acumulación por desposesión en el cual la naturaleza, el espacio social y el espacio geográfico quedan sometidos a la valorización capitalista (Harvey, 2014 en Calderón y Nuevo, 2024), con el objetivo de restaurar el poder de las élites económicas (Harvey, 2005 en Díaz, 2013). Por este motivo, las políticas neoliberales plantean que en la transformación del territorio se tiene que intervenir tanto sobre las relaciones sociales como sobre el espacio físico; lo que genera un nuevo mapa social (Schimper, 2011 en Díaz, 2013; Quijano, 2019).

En este contexto, en el que la Administración es dependiente de inversores privados porque no tiene capacidad para desarrollar el planeamiento urbanístico (Estevens *et al.*, 2023), algunos autores consideran que la gentrificación es la forma que tiene el neoliberalismo de hacer urbanismo; debido a que la brecha de renta que produce la primera desinversión y degradación física, seguida de una fuerte reinversión en capital fijo, es lo que permite al capitalista que la inversión sea bastante rentable como para poder realizarla (Ilisei y Salom, 2018; Gomà, 2018 en Salom y Pitarch, 2018; Sequera, 2020).

En la construcción de la ciudad, no obstante, actúan un gran número de fuerzas, no solo la economía, a veces externas, movilizadas por diversos actores con capacidades e intereses distintos (Less *et al.*, 2008; Del Romero y Lara, 2015). Por tanto, para que se dé la brecha de renta, hace falta la connivencia de la Administración con estas fuerzas, ya que esta es la que, a través de los instrumentos de regulación de usos del suelo y de la

construcción, es capaz de permitir, o no, reconfigurar la ciudad (Harvey, 1989 en Cucó, 2013; Quijano, 2019; Nuevo, 2021; Stevens *et al.*, 2023).

Es por esto último que, actualmente, el papel de la Administración está centrándose más en el apoyo a las nuevas formas de acumulación de capital que en el control tradicional que ha ejercido sobre el espacio y la actividad, mediante asociaciones público-privadas dedicadas, mayoritariamente, a procesos de regeneración o recuperación de espacios (Harvey, 1989 en Cucó, 2013; Boyle y Rogerson, 2001; García y Ruiz, 2013; Salom y Pitarch, 2017).

El turismo, por su parte, como sector económico, también está sometido a la lógica capitalista y busca mercantilizar la experiencia cultural para poder generar un nuevo proceso de acumulación de capital. El modelo turístico actual, generador de procesos de gentrificación, está apoyado en unos políticos y promotores urbanísticos que defienden el turismo urbano como la única estrategia de desarrollo; motivo por el que no se suelen valorar los impactos del monocultivo de comercios dedicados al ocio sobre la población anterior (Rifkin, 2000 en Sequera, 2020; Salom *et al.*, 2019; Salom y Pitarch, 2021).

1.3. Poder, medios de comunicación y opinión pública en el proceso gentrificador

Tener información significa tener poder sobre quien no la tiene; ya que se puede actuar antes para adaptar la realidad a las necesidades propias, o se puede dar la información que construya la realidad que se desea (Diezhandino, 2007; Alcolea, 2010; Olivar, 2014). Así pues, siguiendo a Deutsch y a Casals, el poder del Mercado se ejerce con un discurso de ser el modo de gestión más eficaz y racional, creado por las élites económicas y sociales, propagado por los medios de comunicación y ejecutado por el poder político (Deutsch, 1974 en Rubio, 2009; Casals, 1999 en Labio y Nogales, 2010).

Tradicionalmente, los medios de comunicación han intentado ofrecer un relato veraz de lo que sucede en el mundo y actuar como contrapoder o comprobador de la actuación de los dirigentes sociales. Pese a esto, actualmente, la desregularización de los medios de comunicación, fruto de la aplicación de las políticas neoliberales al mundo de la información, ha favorecido la creación de grandes conglomerados de comunicación; lo que facilita la influencia de los poderes político y económico, que son los que les permiten acceder a ciertos ámbitos y obtener ingresos, en la oferta de información, haciéndolos perder su papel de servicio público (Diezhandino, 2003; Murciano, 2004 en Alcolea, 2010; Labio y Nogales, 2010).

Los medios de comunicación posmodernos son, por tanto, parte de otras instituciones, especialmente la política y la economía, razón por la que el periodista debe tener en cuenta las ramificaciones comerciales de la empresa y su relación con los poderes fácticos en el momento de redactar la información que ofrece (Labio y Nogales, 2010; García *et al.*, 2022). Dentro de esta nueva realidad, han dejado de mediar con los sucesos que ocurren, y ahora solo muestran aquello que interesa a los poderes que les influyen; lo que ha dado lugar a mucha información homogénea y fácilmente digerible por parte de la opinión pública, pero pocas noticias de creación propia (Diezhandino, 2003; Alcolea, 2010).

Pese a que la opinión pública la forman seres libres y racionales, a los que los medios de comunicación no son capaces de imponer su visión sobre lo que se está contando; sí

que son capaces de influirla, haciendo que la opinión pública solo trate aquellos temas que les interesan, lo que se conoce como *agenda setting*, mientras que los temas que son importantes, pero que no hay interés en mostrarlos para que no entren en la agenda pública se conocen como los *non-issues* (Diezhandino, 2007; Olivar, 2014).

En este modelo de comunicación destaca el *gate-keeper*, que es la figura que tienen los medios de comunicación encargada de filtrar la información que se quiere dar y la que no, así como los temas que deben ser noticia y los que no; por lo que es la figura que responde a las presiones de los otros poderes (Cohen, 1963 en Alcolea, 2010; Maigret, 2005 en Olivar, 2014; Alcolea, 2010). El *gate-keeper* debe tener en cuenta que la *agenda setting* es una estrategia a largo plazo, por lo que necesita de una estructura estable para poder tener efectos cognitivos sobre la población (Diezhandino, 2007; Rubio, 2009).

Es por todo esto que en el proceso gentrificador la Administración necesita de la publicidad constante de los medios de comunicación para que se pueda mantener el discurso de que las actuaciones que se han promovido a favor de la gentrificación redundan en un beneficio para el conjunto de los vecinos; al mismo tiempo que el capital los necesita para atraer a nuevos consumidores hacia este espacio (Smith, 1996 en Sequera, 2020; García y Ruiz, 2013; Vergara y Casellas, 2016 en Quijano, 2019).

Por ejemplo, Sorribes, en 2007, consideraba que, en el caso de València, las clases dirigentes habían conseguido hacer que la opinión pública aceptara que la ciudad estaba definida por unas zonas concretas, que eran las únicas que se debían mostrar: la Ciutat de les Arts i de les Ciències, la Marina Real, Russafa, etc. Un fenómeno alcanzado a través de una campaña de defensa de las actuaciones que se habían realizado y que habían adormecido el pensamiento crítico de gran parte de la población (Sorribes, 2007 en Cucó 2013; Salom y Pitarch, 2017; Salom *et al.*, 2019).

1.4. Relaciones históricas entre El Cabanyal y la ciudad de València

Cabe indicar, antes de avanzar hacia una definición de las relaciones entre el barrio de El Cabanyal y la ciudad de València, que el territorio del que se va a hablar es el del decimonónico municipio del Poble Nou de la Mar, formado por tres barrios: El Cap de França, El Cabnyal y El Canyamelar; así como por el desaparecido El Clot y por el franquista polígono de viviendas de Els Blocs de Portuaris. Pese a que el nombre oficial del barrio es de Cabanyal-Canyamelar, por economía del lenguaje y mayor conocimiento del sector de El Cabanyal por parte de la población no residente en estos barrios, se ha acabado por decidir que, en este artículo, al conjunto se le denominará El Cabanyal.

La frase *València vive de espaldas al mar* forma parte del acervo cultural de la capital valenciana como máxima expresión de la lejanía con la que València ha visto siempre la costa en la que se asienta el puerto que la nutre y por el que exporta la producción agrícola que la hizo famosa. En este aspecto merece recordar que la ciudad histórica de València, la que vivía dentro de sus murallas, se encuentra a entre tres y cuatro kilómetros del litoral; y que hasta 1802 no hubo mayor conexión entre ambos que caminos de huerta. Además, pese a que el actual término municipal llega hasta el mar, hasta 1877, con la incorporación del término municipal de Russafa y sus pedanías costeras, València era un municipio de

interior; y hasta 1897 el puerto y las playas al norte del Turia siguieron siendo independientes del Cap i Casal (Sanchis, 1972; Teixidor, 1982; Rosselló, 1984).

No obstante, hay que esperar hasta la década de 1990 para que el tejido urbano de la ciudad central se una con el de Els Poblatrs Martítims, nombre genérico con el que se nombró al distrito formado por los antiguos pueblos costeros incorporados en los últimos años del siglo XIX; aunque en el caso de Natzaret, al sur del antiguo cauce del Turia, esta unión física aún está en proceso (Boira, 2011; Píqueras, 2012).

En el proceso de transformación urbana, como fase intermedia del proceso capitalista de acumulación de capitales (Ilisei y Salom, 2018; Salom *et al.*, 2019), la fachada marítima de la ciudad ha ido transformándose a lo largo de la historia para satisfacer las necesidades de la ciudad productiva; primero como hogar de los trabajadores del puerto; como zona de veraneo de la burguesía de la capital en el siglo XIX; y como espacio industrial marginal entre el siglo XIX y XX (Sanchis, 1972; Teixidor, 1982; Rosselló, 1984; Boira, 2011; García, 2016). El cierre de gran parte de esta industria a partir de los años 1970, dentro del proceso de desindustrialización que sufrieron los países occidentales, llevó a que la ciudad de València, y el barrio de El Cabanyal también, tuvieran que reconvertirse desde un espacio productivo hacia uno de ocio para seguir siendo competitivos y, de esta forma, atraer nuevos capitales (Boyle y Rogerson, 2001; Santamarina y Mancusí, 2013; Salom y Pitarch, 2017).

Dentro de las tendencias ya comentadas de fomento del turismo propias del neoliberalismo como nueva forma de seguir generando acumulación de capitales, los gobiernos de la ciudad desarrollaron, desde la década de 1990, políticas de mejora urbana en diferentes puntos de la ciudad para atraer inversiones y población de rentas mayores. Así pues, se mejoró el centro histórico, en especial el barrio de El Carme, durante los años de 1990 y, una vez recuperado el centro, la inversión se ubicó en el barrio de Russafa durante los 2000 (Del Romero y Lara, 2015; García *et al.*, 2021; Salom y Pitarch, 2021). Al mismo tiempo, El Cabanyal se había convertido en un nuevo espacio de interés para los inversores, que veían en este núcleo litoral, rodeado por el eje verde del Jardín del Turia, el eje azul del Paseo Marítimo y el eje rodado de Blasco Ibáñez, un espacio potencial para la reurbanización y la extracción de plusvalías urbanísticas (García y Ruiz, 2013; De la Osada y Pitarch, 2021).

Para conseguir llevar a término el proyecto deseado: la prolongación de la avenida Blasco Ibáñez hasta el Paseo Marítimo a través del barrio, declarado Bien de Interés Cultural en 1993 gracias al rico patrimonio modernista conservado de su época de zona de veraneo de la burguesía capitolina; el gobierno municipal desarrolló una política de degradación, iniciada en 1998 mediante un alzamiento del otorgamiento de licencias de rehabilitación o reforma en el barrio, con la que se quería obligar a la población local a marchar. Para los que no marchaban, la permisividad del Ayuntamiento con las ocupaciones de las viviendas abandonadas condujo a una destrucción del modo de socialización tradicional del barrio que acabó por romper parte de las relaciones sociales en las que se basaba la resistencia contra el proyecto de prolongación (García y Ruiz, 2013; García, 2016; Ilisei y Salom, 2018).

El 29 de diciembre de 2009, el Ministerio de Cultura y Deportes ordenó paralizar el proyecto de prolongación de Blasco Ibáñez, pese a que se acabaron realizando algunas

demoliciones; quedando la situación de las obras paralizada hasta 2015 cuando, por un cambio de gobierno en el Ayuntamiento, se abandonó el proyecto definitivamente y se inició una etapa de inversiones públicas en el barrio para su recuperación social y urbana que ha conducido a que el barrio deje de ser, en palabras de García y Ruiz en 2013, *un espacio del miedo*, y cada vez sea un espacio más deseado para la población local y extranjera para vivir y visitar, lo que está haciendo que, desde algunos sectores, se plantee que se está produciendo un proceso de gentrificación (García, 2016; Ilisei y Salom, 2018; De la Osada y Pitarch, 2021).

2. METODOLOGÍA

2.1. Revisión de la producción periodística

2.1.1. Elección de los medios consultados

Tabla 1
MEDIOS CONSULTADOS SEGÚN REGIÓN, PAÍS, TIPO DE MEDIO Y
NÚMERO DE PUBLICACIONES EN LAS QUE APARECE EL CABANYAL

Medio	Región	País	Tipo de medio	Publicaciones
Bild	Europa	Alemania	Periódico	1
Die Zeit	Europa	Alemania	Periódico	
Frankfurter Allgemeine Zeitung	Europa	Alemania	Periódico	
Süddeutsche Zeitung	Europa	Alemania	Periódico	
Le Figaro	Europa	Francia	Periódico	1
Le Monde	Europa	Francia	Periódico	
Le Parisien	Europa	Francia	Periódico	
Libération	Europa	Francia	Periódico	
Corriere della Sera	Europa	Italia	Periódico	1
La Repubblica	Europa	Italia	Periódico	
Correio da Manhã	Europa	Portugal	Periódico	
Público	Europa	Portugal	Periódico	
The Daily Mail	Europa	Reino Unido	Periódico	2
The Daily Telegraph	Europa	Reino Unido	Periódico	3
The Guardian	Europa	Reino Unido	Periódico	6
The Sun	Europa	Reino Unido	Periódico	2
The Times	Europa	Reino Unido	Periódico	11

Medio	Región	País	Tipo de medio	Publicaciones
Izvestia	Europa	Rusia	Periódico	
Rossiyskaya Gazeta	Europa	Rusia	Periódico	
Clarín	Mundo	Argentina	Periódico	
The Daily Telegraph	Mundo	Australia	Periódico	
The Herald Sun	Mundo	Australia	Periódico	
Lonely Planet	Mundo	Australia	Guía de Viaje	3
O Globo	Mundo	Brasil	Periódico	
The Globe and Mail	Mundo	Canadá	Periódico	
Toronto Star	Mundo	Canadá	Periódico	
China Daily	Mundo	China	Periódico	
The People's Daily	Mundo	China	Periódico	
The Chosun Ilbo	Mundo	Corea del Sur	Periódico	
Los Angeles Times	Mundo	Estados Unidos	Periódico	
The New York Post	Mundo	Estados Unidos	Periódico	
The New York Times	Mundo	Estados Unidos	Periódico	2
The Wall Street Journal	Mundo	Estados Unidos	Periódico	
The Washington Post	Mundo	Estados Unidos	Periódico	
USA Today	Mundo	Estados Unidos	Periódico	
Condé Nast Traveler	Mundo	Estados Unidos	Guía de Viaje	1
National Geographic Traveler	Mundo	Estados Unidos	Guía de Viaje	2
Dainik Bhaskar	Mundo	India	Periódico	
The Times of India	Mundo	India	Periódico	
The Asahi Shimbun	Mundo	Japón	Periódico	
Yomiuri Shimbun	Mundo	Japón	Periódico	
El Universal	Mundo	México	Periódico	
The New Zealand Herald	Mundo	Nueva Zelanda	Periódico	

Medio	Región	País	Tipo de medio	Publicaciones
Al Jazeera	Mundo	Qatar	Periódico	
The Sunday Times	Mundo	Suráfrica	Periódico	
ABC		España	Periódico	15
El Mundo		España	Periódico	4
El País		España	Periódico	26
La Razón		España	Periódico	12
La Vanguardia		España	Periódico	12
Antena 3		España	Cadena de Televisión	
Cuatro		España	Cadena de Televisión	2
La Sexta		España	Cadena de Televisión	
RTVE		España	Cadena de Televisión	7
Telecinco		España	Cadena de Televisión	
Viajar		España	Guía de Viaje	3

Con la intención de obtener una visión global del tratamiento que ha tenido el barrio de El Cabanyal en los medios de comunicación, se ha recurrido a la hemeroteca de los principales periódicos de los países que conforman el G-20, pues se entiende que, debido a la importancia de estos países en la política y cultura del mundo o de sus respectivas regiones, sus medios de comunicación más leídos son la principal referencia periodística a nivel mundial o regional. Aun así, se han substituido Arabia Saudí, Indonesia y Turquía por las informaciones provenientes de Qatar, Nueva Zelanda y Portugal porque se considera que Al Jazeera, medio de origen qatarí referente de la información en el mundo árabe, podría ser una fuente de información más interesante de analizar que los periódicos saudíes; mientras que Nueva Zelanda y Portugal, unos por nivel de desarrollo y otros por proximidad, son orígenes más probables de visitantes o inversores para El Cabanyal y, por tanto, se ha considerado que sus periódicos podrían realizar una mayor cobertura que los medios indonesios y turcos, respectivamente.

Por otra parte, en España se han consultado los cinco grandes periódicos del país: ABC, El Mundo, El País, La Razón y La Vanguardia. También se intentó consultar la prensa regional y local, encabezada por los periódicos Las Provincias y Levante-EMV, pero el gran volumen de información que ofrecían hacía inviable el análisis con los medios y plazos disponibles.

En cuanto a la prensa televisiva, se han consultado los tres principales grupos televisivos del país: Radio-Televisión Española, Grupo Atresmedia y Mediaset España; excluyéndose la información presentada en la prensa televisiva autonómica por el lapso de tiempo entre el cierre de Radio-Televisió Valenciana y la creación de À Punt, durante el cual no se pudo recoger información sobre el barrio.

También se han querido analizar las principales editoriales internacionales de guías de viaje como la Condé Nast Traveler, el Lonely Planet o el National Geographic Traveler, y la española revista Viajar, ya que su papel de presentadoras de la destinación turística permite detectar los cambios que se han producido en el destino, pese a que suele haber cierta saturación discursiva porque todas las guías utilizan las mismas fuentes, ofreciendo un contenido muy parecido (Santamarina y Mancusí, 2013).

2.1.2. Elección del período consultado

Teniendo en cuenta que la gentrificación es un proceso de largo recorrido, se ha entendido que un período de revisión de una década debería ser suficiente como para poder esbozar los cambios que ha habido en el discurso con el que se suele hablar de este barrio, e identificar alguna relación entre estos cambios y el proceso de transformación que se está viviendo en El Cabanyal.

Así pues, se planteó hacer una revisión que ocupara el período 2013-2023; pese a que, finalmente, se amplió al período 2010-2023, debido a que el año 2010 resulta clave para entender los procesos posteriores por la entrada en vigor del orden ministerial que bloqueaba el proyecto de prolongación de Blasco Ibáñez, además de ser el momento de mayor acción ciudadana para impedir que el Ayuntamiento de València no cumpliera con esta orden.

2.2. Recogida y clasificación de la información

Debido a la variedad de interfaz de cada guía, periódico o televisión, y la dificultad de algunas de estas empresas para poder acceder a su hemeroteca, la recogida de información se realizó introduciendo la expresión: «*El Cabanyal site: dominio web del medio de comunicación*» en el buscador de Microsoft Edge. Pero como la idea no es reunir toda la información de lo que ha sucedido en el barrio en los últimos trece años, solo se han recogido aquellas publicaciones en las que se hace una descripción del barrio; por tanto, se eliminan aquellas en las que solo se habla de política, proyectos urbanísticos, sucesos y otros temas parecidos.

Así pues, de esta búsqueda, como se muestra en la Tabla 1, se ha obtenido que, de los cincuenta y siete medios consultados, solo diecinueve han realizado publicaciones en las que se nombra a El Cabanyal que contengan descripciones del barrio, produciendo un total de ciento quince artículos. A partir de una lectura reflexiva de estas publicaciones, en la que no se deseaba hacer un recuento de palabras utilizadas en los textos recogidos, sino entender el discurso del autor, se ha completado una matriz elaborada *ex professo* donde se recogen las características de la publicación, la visión que se da del barrio, y lo que destacan de él.

En las características de la publicación se han indicado el medio de comunicación consultado, la región de origen del medio consultado, el año en que se publicó el artículo, el título del artículo, la importancia de El Cabanyal dentro de la publicación y la sección en

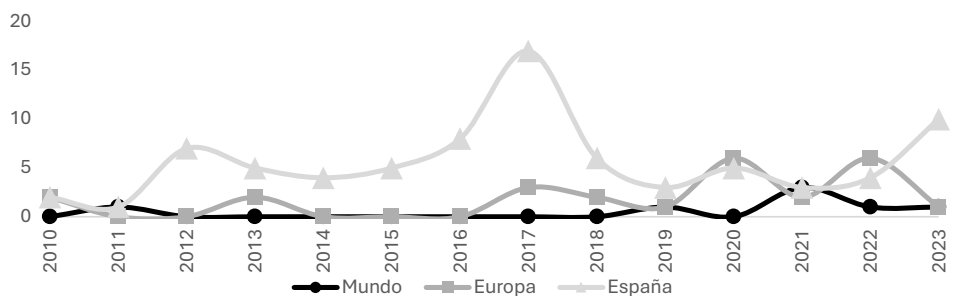
la que se publicaba el texto. Para la importancia que tiene El Cabanyal en el texto se han creado cuatro categorías: principal, para artículos en los que el barrio es el tema exclusivo del artículo; media, para textos en los que las referencias a El Cabanyal son abundantes, pero, aun así, se tratan otros temas que afectan a otros espacios; baja, en artículos en los que El Cabanyal se describe puntualmente como elemento de una enumeración; y muy baja en textos en los que apenas se dedican una o dos líneas al barrio.

En cuanto a la visión que se da de El Cabanyal, se ha definido que será positiva cuando se utilicen adjetivos, calificaciones o se presenten temas que supongan definir al barrio como un espacio mejor respecto a otros espacios u otros tiempos. En cambio, la visión será negativa cuando los adjetivos, calificaciones y temas presentados supongan que la comparación con otros espacios u otros tiempos resulte desfavorable para El Cabanyal. Por otra parte, la definición de artículos con una visión neutra es fruto de haber encontrado textos en los que se realiza una descripción aséptica del barrio, sin entrar en valoraciones, o en los que se destacan, a partes iguales, elementos positivos y negativos.

Para los elementos que se han destacado de cada artículo se han identificado el tema, la palabra clave con la que se define el barrio y el motivo que justifica esta definición y, finalmente, la presencia o ausencia de los siguientes conceptos: barrio de pescadores, criminalidad, conflicto de Blasco Ibáñez y gentrificación. Mientras que los conceptos sí que estaban definidos antes de empezar la lectura de los artículos encontrados, ya que se entendía que iban a poder reflejar bien la evolución de los aspectos que definen al barrio; ni los temas, ni las palabras clave ni los motivos tuvieron un planteamiento previo, sino que son fruto de agrupaciones realizadas una vez se hubieron leído todos los artículos a partir de las ideas que el texto sugería.

3. RESULTADOS

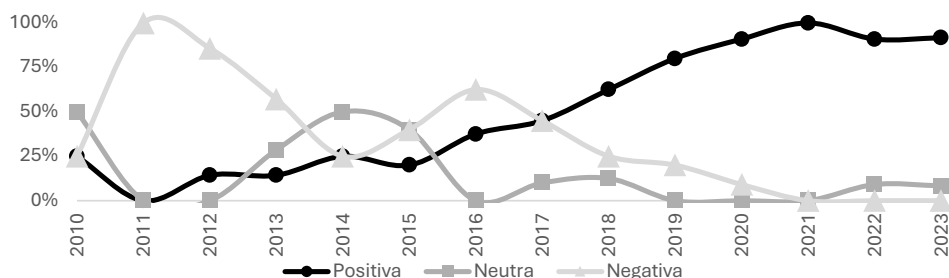
Gráfico 1
PRODUCCIÓN DE TEXTOS SOBRE EL CABANYAL SEGÚN REGIÓN DE ORIGEN DEL MEDIO CONSULTADO



El Gráfico 1 permite identificar un crecimiento en la producción de textos en los que El Cabanyal aparece nombrado durante este período; un crecimiento que tiene su punto de inflexión el año 2019, gracias a la irrupción de las publicaciones hechas desde otros países que permiten que, pese a que la producción nacional se mantenga, el acumulado total sea mayor.

Destaca, aun así, el año 2017 con una producción muy elevada, pese a que casi exclusiva de la prensa nacional, debido a que aquel año fue la media legislatura del primer gobierno de coalición de izquierdas surgido de las elecciones de 2015, en gran parte, con el discurso de querer acabar con los problemas que asolaban al barrio consecuencias de las políticas urbanas del gobierno anterior. La no consecución de mejoras perceptibles para aquel año, incluso un cierto empeoramiento de la situación del barrio llevó a una crítica feroz de la prensa conservadora del país contra el gobierno que se refleja en un aumento del número de artículos con descripciones sobre el mal estado y una evolución negativa del tejido socioeconómico y urbano del barrio.

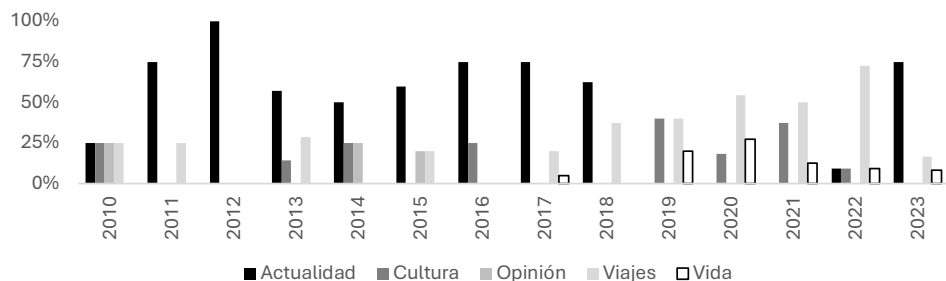
Gráfico 2
VISION QUE OFRECEN LOS TEXTOS SOBRE EL CABANYAL



De este modo, como se ve en el Gráfico 2, es en torno a 2017 cuando se rompe la tendencia que se estaba registrando de reducción constante del número de textos que ofrecen una visión negativa del barrio; pese a que, en el período global, se ha pasado de un porcentaje del 100% de publicaciones hechas con una visión negativa en 2011, a que no se haya registrado ninguna publicación negativa sobre el barrio desde 2021.

Esto ha hecho que, al mismo tiempo, se haya disparado el peso de los textos que ofrecen una visión positiva del barrio. Mientras, los textos que ofrecen una visión neutra van a tener un peso más relevante entre 2013 y 2015, debido a que durante estos años la prensa va a hacer una importante producción de contextualización de la situación del barrio.

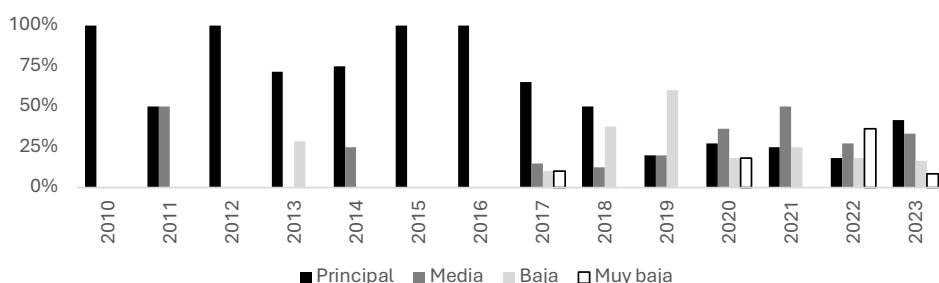
Gráfico 3
SECCIÓN A LA QUE PERTENECEN LOS TEXTOS SOBRE EL CABANYAL



El Gráfico 3 permite añadir cierto contexto al gráfico anterior, ya que se puede observar como la importancia de la sección de actualidad, en el total de la producción periodística realizada, es mayor durante los primeros años de la serie estudiada, coincidiendo con el período en el que la visión del barrio era más negativa.

En cambio, la presencia en la sección de actualidad desaparece a partir de 2019, que es el período en el que la visión del barrio pasa a ser mayoritariamente positiva, y solo se recupera en 2023 por la elaboración de un nuevo plan urbanístico para el barrio y las elecciones de aquel año, que suponen, de nuevo, una notable producción de descripciones sobre la evolución de El Cabanyal. En este periodo, por tanto, son la sección de cultura y, especialmente, la de viajes en las que más se habla del barrio; pese a que la sección de vida, esencialmente de medios europeos, es bastante relevante entre 2019 y 2020 cuando, a consecuencia de la Pandemia de la COVID-19, mucha población busca nuevos espacios para vivir para mejorar su calidad de vida, gracias a la posibilidad del teletrabajo.

Gráfico 4
IMPORTANCIA DE EL CABANYAL EN EL TEXTO EN QUE SE CITA



Como muestra el Gráfico 4, mientras la presencia del barrio en los medios de comunicación estuvo limitada a las secciones de actualidad, casi exclusivamente de medios nacionales, la importancia del barrio en el texto donde aparecía citado era la de tema principal en casi la totalidad de ocasiones; ya que eran noticias centradas en lo que estaba pasando en El Cabanyal y cómo afectaban a su configuración social y urbana.

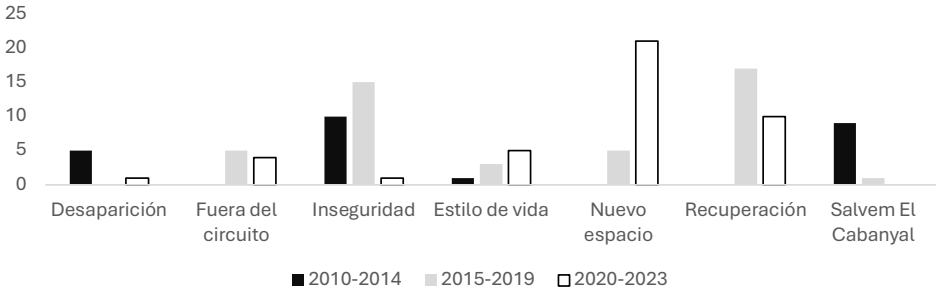
En cambio, tan pronto como el peso de las publicaciones comienza a recaer en la sección de viajes y cultura, la importancia del barrio decae, ya que solo aparece en enumeraciones, generalmente de cosas que hacer o visitar en València, o de barrios o zonas que se han puesto de moda en Europa; donde, pese a que puede llegar a tener un apartado dedicado a ello exclusivamente, no es el elemento central del texto.

El Gráfico 5 también muestra diferencias en la forma de presentar el barrio de El Cabanyal con el paso del tiempo, ya que en el período 2010-2014, mayoritariamente presentaban un barrio inseguro, en peligro de desaparición pese a la acción de “Salvem el Cabanyal”, un grupo vecinal muy activo en la defensa de la conservación del barrio.

En cambio, en el período 2015-2019, pese a que la definición del barrio como un espacio de inseguridad crece por la gran cantidad de textos dedicados al tema de las drogas y la ocupación del 2017; es mayor el número de textos que hablan de un barrio en proceso

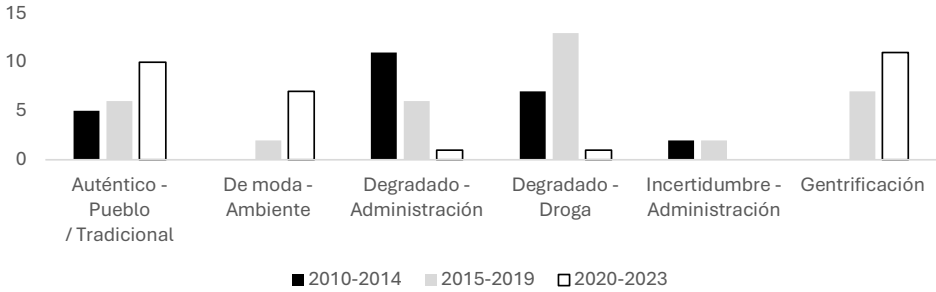
de recuperación, lo que hace que se empiece a hablar de él como un nuevo espacio de atracción de la ciudad que es interesante porque aún está fuera del circuito turístico.

Gráfico 5
MOTIVO POR EL QUE SE HABLA DE EL CABANYAL EN LOS TEXTOS CONSULTADOS



Siguiendo con esta evolución, para el período 2020-2023 la mayoría de los textos se centran en el papel de El Cabanyal como un nuevo espacio de moda de la ciudad, en parte, para ir a vivir, ya que se ha consolidado la recuperación del barrio, pese a que según algunos textos aún está fuera de los circuitos turísticos principales.

Gráfico 6
DEFINICIÓN DE EL CABANYAL EN LOS TEXTOS CONSULTADOS



Una evolución parecida se extrae del Gráfico 6, ya que mientras los temas centrados en la degradación del barrio, tanto por parte de la Administración como por la presencia de importantes conflictos derivados del narcotráfico y consumo de drogas, han ido decreciendo con el paso del tiempo hasta casi ser temas marginales; la definición del barrio como un espacio de moda por el ambiente que tiene crece, lo que hace que también se empiece a hablar frecuentemente de procesos de gentrificación.

Estas dos últimas formas de hablar del barrio aparecen, además, después de 2015, una vez se ha paralizado la degradación institucional de El Cabanyal y empiezan a hacerse las

primeras obras de rehabilitación; con lo que se permite que se vuelva a ir a un barrio que siempre parece haber sido atractivo por su autenticidad como espacio tradicional dentro de la ciudad, ya que conserva características típicas de los pueblos.

Gráfico 7
PRESENCIA DE TEMAS CLAVE EN LOS TEXTOS CONSULTADO



Más allá de la interpretación que se ha hecho del contenido del texto, representada en los Gráficos 5 y 6, el Gráfico 7 permite analizar, en función de cuatro conceptos, qué aspectos se destacan como más importantes para que el lector se cree una imagen del barrio.

Así pues, la definición de El Cabanyal como un barrio de pescadores está presente, con altos y bajos, a lo largo de toda la serie consultada; encontrándose este concepto, con carácter general, en más de la mitad de las publicaciones realizadas cada año.

En cambio, tanto el tratamiento de la criminalidad como del conflicto relacionado con el proyecto de prolongación de la avenida de Blasco Ibáñez son dos aspectos cuya presencia va decreciendo conforme la línea temporal se acerca al presente porque son cuestiones que se van superando durante este período; siendo los repuntes identificados fruto de la explicación en los medios de comunicación del proceso mediante el cual se ha acabado con estos problemas.

Al mismo tiempo que estos dos temas van desapareciendo de las publicaciones estudiadas, la gentrificación se convierte en un tema más y más presente cuando se habla del barrio; lo que indica que, desde cierta parte del entorno del barrio se están detectando problemas propios de este proceso de recuperación urbana, especialmente una vez se han iniciado los proyectos de rehabilitación.

4. DISCUSIÓN

La desindustrialización española de las décadas de 1970 y 1980 obligó a que se tuvieran que buscar nuevas estrategias de acumulación de capital que fueran capaces de mantener la inversión en el país. Así pues, desde principios de la década de 1990, el sector privado y las autoridades de todas las administraciones presentaron el desarrollo urbano como la única alternativa posible para seguir propiciando el desarrollo del país; lo que condujo a una mercantilización de la ciudad (Díaz, 2013).

En el caso de la València posmoderna, que coincide con los años de alcaldía de Rita Barberá, el urbanismo optó por crear entornos urbanos de *alto standing*, caracterizados por un tipo de arquitectura muy innovadora como la de la Marina Reial o la Ciutat de les Arts i les Ciències, y grandes atracciones de consumo y entretenimiento como el Gran Premio de Fórmula 1 o la *America's Cup* (Cucó, 2013; García y Ruiz, 2013; De la Osada y Pitarch, 2021).

Prytherch decía en 2003 que este tipo de urbanismo, en el caso valenciano, estaba basado en un discurso político polarizado que solo dejaba espacio para dos posturas: los defensores de lo nuevo y los defensores de lo antiguo (Prytherch, 2003 en Cucó, 2013). Esto motivó que todo aquello que se refiriera a elementos tradicionales quedara relegado a un discurso de melancolía y tradición pues, desde el gobierno municipal, y también del autonómico, la modernidad era lo que se promovía, porque opinaban que solo con grandes proyectos públicos serían capaces de poner la ciudad en el mapa global y atraer más inversiones (De la Osada y Pitarch, 2021).

En este contexto, El Cabanyal se erigía como un problema para los grupos inversores de la ciudad, que veían en la arquitectura tradicional del barrio una barrera para una nueva urbanización del litoral capitolino, hecho que les permitiera obtener importantes plusvalías aprovechando los nuevos espacios y equipamientos que el Ayuntamiento había generado alrededor del barrio, favoreciendo una subida del precio del suelo, como el Paseo Marítimo, la Marina Reial, la Ciutat de les Arts i de les Ciències, el soterramiento del ferrocarril a Barcelona y la llegada de la avenida Blasco Ibáñez hasta su límite oeste (García, 2016).

De este modo, en 1998 se planteó un proyecto, aprobado en 2001, que prolongaría la avenida de Blasco Ibáñez sobre la trama urbana del barrio, protegido en 1993, hasta conectar, definitivamente, con el litoral de la ciudad. Con este proyecto se aumentaba la edificabilidad del suelo que se iba a expropiar, ya que se pasaría de viviendas unifamiliares de dos alturas a torres de viviendas de lujo, y se construirían nuevas edificaciones en el espacio vacío del antiguo barrio de El Clot; lo que permitiría extraer importantes plusvalías para los grupos inversores encargados de la operación urbanística.

Desde un principio, la resistencia de gran parte de la población local al proyecto obligó al Ayuntamiento a realizar actuaciones que fomentaran la degradación del tejido urbano y social, con la intención de que los residentes se vieran obligados a abandonar las viviendas que se necesitaban demoler para poder prolongar la avenida (García y Ruiz, 2013; Ilisei y Salom, 2018; De la Osada y Pitarch, 2021).

Así pues, en esta etapa de desinversión, durante la cual se consiguió generar la brecha de renta, que en el periodo analizado iría desde 2010 hasta 2014, la información que se obtiene del barrio proviene, mayoritariamente, de la prensa nacional, que presenta el barrio como un espacio peligroso debido a un conflicto social al que la Administración quiere poner fin a través de una degradación, que no revertirá hasta que se acepte que es la única solución viable para el barrio, y se pueda desarrollar su plan de mejora urbana basado en la construcción de un nuevo espacio sobre los restos del existente (Prytherch, 2003 en Cucó, 2013; Salom y Pitarch, 2017).

La poca prensa internacional que publica sobre El Cabanyal lo hace para interesarse por el conflicto social que golpea al barrio; pero también lo presenta como un espacio peligroso, que puede resultar atractivo para sus lectores viajeros que están interesados en recorrer los ambientes más alternativos de las ciudades que visitan:

Hay una polémica iniciativa para derruir muchos de los magníficos pero decrepitos edificios de finales de siglo en el barrio costero de El Cabanyal, el antiguo barrio de pescadores, para unir la ciudad con la costa y «regenerar» un barrio conocido por el crimen, la vagancia y la prostitución. Antes que sea demasiado tarde, pasee por los coloridos murales marítimos de azulejos y las casas desgastadas pero elegantes de estilo Art Nouveau.

The New York Times (2011)

Hay, por tanto, un discurso de lo que García y Ruiz describen como un *espacio del miedo*, que en palabras de Del Romero y Lara es un *barrio-problema* (García y Ruiz, 2013; Del Romero y Lara, 2015), que aleja la inversión, a excepción de la de riesgo, del espacio sobre el que se difunde este mensaje, pues solo es atractivo para la gente que vive en él.

Finalmente, el proyecto de prolongación no se llegó a ejecutar, manteniéndose la casi totalidad del patrimonio arquitectónico amenazado, ya que, en 2015, el nuevo equipo de gobierno municipal abandonó la idea de prolongar la avenida, declarando que se iniciaba una nueva etapa en el barrio en la que la Administración se encargaría de recuperarlo social y territorialmente de los tres lustros de degradación que había sufrido fruto de los intereses de una política urbana que había quedado obsoleta.

Y es que en 2015 se cumplían siete años del estallido de la crisis de 2008, con la que había cambiado el modelo urbanístico predominante desde un urbanismo centrado en la construcción de nuevos espacios, hacia un modelo basado en la rehabilitación o recuperación del espacio ya construido, en el que la plusvalía obtenida reside en generar un uso del suelo más rentable que el preexistente que atraiga población con mayores ingresos capaz de pagar por el cambio en el uso del suelo (Schimper, 2011 en Díaz, 2013; Del Romero y Lara, 2015; Calderón y Nuevo, 2024). Unas medidas que se han definido como gentrificadoras en el sentido que necesitan de una primera brecha de renta para que los inversores consideren que los beneficios que pueden obtener por la acción compensan al riesgo y costes en los que incurrirán para rehabilitar o recuperar el espacio (Ilisei y Salom, 2018; Sequera, 2020).

En el caso de El Cabanyal, la degradación inicial que necesita la brecha de renta ya estaba generada por el conflicto anterior gracias a un gran número de propiedades en manos de una Administración sin recursos para mantenerlas (Estevens *et al.*, 2023); así como por la existencia de un gran parque inmobiliario en manos de propietarios, muchos de ellos desplazados por las presiones anteriores, desinteresados en la propiedad que conservaban debido al estado físico en que se encontraban, tanto el edificio como el entorno urbano, después de casi veinte años sin poder reformarse.

De este modo, entre 2014 y 2018, la producción de textos sobre el barrio se mantiene, pero la visión que se ofrece de El Cabanyal comienza a cambiar, ya que aún es notable la descripción del barrio como un espacio degradado, pero se centran en indicar que la degradación se debe a una actuación lenta por parte de la Administración para dar solución a los problemas generados en la etapa anterior, y no a un empeoramiento de la situación. Esto hace que se considere una fase de incertidumbre porque el barrio no mejora visiblemente, pero ya se han comprometido las ayudas y los proyectos de regeneración están a punto de aprobarse; por lo que destacan noticias relacionadas con la recuperación del

barrio, que algunos ya empiezan a relacionar con un incipiente proceso de gentrificación debido a la llegada de los primeros inversores a El Cabanyal.

Caso aparte es el de El Cabanyal, «que corre el riesgo de verse afectado por la turismofobia» «Hay que generar una convivencia idónea [...] buscando un barrio cultural, respetando su idiosincrasia, sus raíces marineras».

La Razón (2017)

Así pues, un bajo precio de acceso a la vivienda, o al solar, debido a un mercado con excedentes, un importante número de inversiones públicas destinadas a mejorar el espacio público y ofrecer nuevos servicios dentro del barrio, y una ubicación atractiva, han hecho que la inversión privada en el barrio haya pasado a ser una de las más altas en la ciudad, especialmente gracias a la inversión extranjera (De la Osada y Pitarch, 2021; García *et al.*, 2021). En gran parte, esta atracción de capitales se refleja en la presencia del barrio en los medios de comunicación internacionales, especialmente los británicos, que se disparó tras la Pandemia de la COVID-19, llegando a superar, incluso, a las publicaciones nacionales el año 2020; ya que estos dos años fueron en los que se presentaron mayor número de alternativas a las principales ciudades turísticas y para residentes temporales, dentro de una tendencia de diversificación de la oferta, fruto de las nuevas demandas de consumo surgidas tras el fin de la Pandemia.

Ahora absorbido por la ciudad en constante crecimiento, este distrito de coloridas casas de azulejos ha recibido una nueva oportunidad de vida gracias a los jóvenes amantes de la playa que han empezado a mudarse. Han renovado edificios, han abierto espacios de coworking en antiguos almacenes y han puesto en marcha restaurantes hipster. Pero también han apoyado a los negocios locales tradicionales.

The Times (2021)

Esto ha permitido mejorar el espacio construido de El Cabanyal, pero generando un aumento del precio de la vivienda, que empieza a ser superior a la capacidad de la población local de costearlo, y un cambio en el tejido comercial que, en pocos casos, satisface las necesidades cotidianas de la población tradicional; pero sí satisface a los recién llegados desde otras partes de la ciudad, el país o el mundo, atraídos por la arquitectura, el estilo de vida, el sol y la playa (De la Osada y Pitarch, 2021).

Este es el motivo por el que, desde aquel momento hasta la actualidad, los textos con información negativa sobre El Cabanyal han desaparecido casi por completo: ya se han olvidado la lucha vecinal y la droga, y el barrio ya no aparece en las secciones de actualidad; porque ahora aparece, mayoritariamente, en las secciones de viajes y estilo de vida por tratarse de un nuevo espacio que, hasta hace poco, aún estaba fuera de los principales circuitos turísticos, pero que, todavía, tiene mucho que ofrecer gracias al carácter auténtico que le confiere ser un antiguo poblado de pescadores, donde se conservan gran parte de las tradiciones de cuando era un pueblo.

La venta de este mensaje, también en España, pero principalmente en el extranjero, ha atraído al barrio una gran cantidad de turistas y de nuevos pobladores que buscan conocer

la *nueva referencia cultural de la ciudad*, lo que definirían Del Romero y Lara como la última fase del proceso de gentrificación. Una fase en la que el territorio ya se ha consolidado como espacio de moda y solo le queda madurar hasta que deje de ser atractivo y se inicie un nuevo proceso de desinversión (Del Romero y Lara, 2015; Sequera, 2020).

Ellos han conseguido hacer suyo un relato cargado de tradición y productos marineros que, desafortunadamente, no se podrá mantener en el tiempo a un precio asequible. El Cabanyal está de modo y se ha «empijado», como pasó en su día con El Carmen, Cánovas, Juan Llorens, Sant Bult, Pelai o Xúquer. A cada cerdo le llega su San Martín.

La Vanguardia (2022)

5. CONCLUSIONES

En un mundo desindustrializado como el de los países occidentales de después de los años 1980, la única forma que tiene el poder económico de seguir acumulando capitales en estos territorios es mercantilizar el espacio y poner a trabajar en su explotación a la población que lo habita; al mismo tiempo que la incapacidad económica de la Administración para realizar sus cometidos la hace muy dependiente del interés inversor del capital privado para poder obtener los ingresos con los que sufragar su acción.

Como después de la crisis de 2008 la transformación del suelo se ha reducido hasta ser casi insignificante, la mercantilización del espacio, que necesita de una brecha de rentas, solo se consigue haciendo bajar el coste del suelo ya urbanizado y transformándolo por otro suelo de más valor que garantice beneficios para el agente inversor; lo que ha conducido a que el urbanismo actual esté basado en un proceso de desinversión-inversión-desinversión, pilares de la gentrificación, en el que la población local que sufre las consecuencias de la desinversión es substituida por otra de mayores rentas después del proceso de inversión.

En todo este proceso el poder económico necesita de la Administración para que exista capacidad de movimiento para degradar y recuperar el espacio; así como ayuda para acelerar los procesos de degradación y recuperación mediante actuaciones en el espacio público, donde solo la Administración puede actuar justificadamente.

Mientras, la prensa actúa como amplificador de las acciones realizadas, favoreciendo la salida de capitales durante los procesos de desinversión mediante la presentación del territorio como un *espacio del miedo o barrio-problema* o su conversión en un *non-issue* y, por tanto, en un espacio desconocido. O la atracción, durante las fases de inversión, de las clases más acomodadas que querrán acceder al nuevo producto que ofrece el poder económico y del que todo el mundo habla, gracias a que el *gate keeper* favorece publicaciones recurrentes en los medios de comunicación con una visión positiva sobre este espacio.

Aunque tradicionalmente este proceso se había restringido a los barrios centrales de las principales ciudades del mundo, la crisis de 2008 lo extendió por casi todo el globo y los espacios no centrales de la ciudad, incorporando, de paso, un nuevo actor, que es el turismo; empezándose a detectar, en el caso de El Cabanyal, poco después de 2015, tras el inicio de las políticas de mejora urbana y social del barrio, posteriores a un largo proceso de degradación que seguía lógicas de acumulación de capital propias del cambio de milenio, pero

que habían dejado el territorio preparado para que comenzara un proceso de reinversión, con capital privado en los edificios y capital público en el espacio público, que lo ha convertido en el nuevo espacio de moda de la ciudad y, según algunas publicaciones, de Europa.

En este proceso de gentrificación los medios de comunicación han sido un buen elemento para fijar las diferentes fases de la brecha de renta, ya que con la importancia y el tratamiento que han dado a El Cabanyal se puede identificar la necesidad, por parte de los inversores, de mostrar o no el barrio.

Además, a pesar de que la publicación de artículos en prensa y revistas sobre el barrio no ha intervenido directamente en su transformación, puede haber sido decisiva para generar un entorno propicio para que el capital realice el proceso de gentrificación, ya que, en un principio, los medios de comunicación, casi exclusivamente españoles, difundieron una imagen negativa del barrio, lo que favoreció que se continuara el proceso de degradación al alejar la inversión de El Cabanyal; luego trasladaron un discurso más neutro y esperanzador tras el abandono del primer proyecto de regeneración y el inicio de los programas de recuperación urbana y social, lo que pudo atraer a los primeros inversores que vieron en el barrio un espacio potencial para generar acumulación de capital por el bajo coste de la propiedad.

Seguramente el proceso tendría que estar gestándose aún, pero la aceleración de procesos gentrificadores que promovió la COVID-19 para poder recuperar rápidamente el sector turístico, inmobiliario e inversor hizo que, de repente, se generara una gran producción de textos citando a El Cabanyal como un espacio al que era necesario ir a hacer turismo, cuando no quedarse a vivir, especialmente a nivel internacional-europeo, un nicho muy importante de consumidores para los procesos de gentrificación en la cuenca mediterránea porque, por la diferencia de rentas, son capaces de acceder preferentemente al mercado de la vivienda y, por las condiciones climáticas y la proximidad con su país, ven positivamente desplazarse para vivir.

Declaración responsable: El autor declara que no existe ningún conflicto de interés relacionado con la publicación de este artículo

6. BIBLIOGRAFÍA

- Alcolea, G. (2010). Opinión pública y periodismo. En R. Reig (Coord.), *La dinámica periodística. Perspectiva, contexto, métodos y técnicas* (263-273). Asociación Universitaria Comunicación y Cultura.
- Alonso, F. (23 de septiembre de 2022). Lo auténtico. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/local/valencia/20220923/8540369/opinion-paco-alonso-gastronomia-cabanyal.html>
- Boira, J.V. (2011). *València. La ciudad*. Tirant Lo Blanch.
- Boyle, M. y Rogerson, R.J. (2001). Power, discourse, and city trajectories. En R. Paddison (Ed.), *Handbook of urban studies* (402-425). SAGE Publications Ltd.
- Calderón, V. y Nuevo, A. (2024). La turistificación y las nuevas lógicas capitalistas. Una revisión sistemática, *Vegueta. Anuario de la Facultad de Geografía e Historia*, 24 (1), 265-279. <https://doi.org/10.51349/veg.2024.1.11>

- Cucó, J. (2013). Poniendo a Valencia en el mapa global. Políticas, desarrollos urbanos y narrativas sobre la ciudad. En J. Cucó (Ed.), *Metamorfosis urbanas. Ciudades españolas en la dinámica global* (157-179). Icaria editorial.
- De la Osada, D. y Pitarch, M^a.D. (2021). Análisis del efecto Airbnb en la ciudad de Valencia. Situación actual (2020) y perspectivas de futuro. *TERRA. Revista de Desarrollo Local*, 8, 98-137. <https://doi.org/10.7203/terra.8.19092>
- Del Romero, L. y Lara, L. (2015). Del barrio-problema a barrio de moda: Gentrificación comercial en Russafa, el “Soho valenciano”, *Anales de Geografía*, 35, 187-212. https://doi.org/10.5209/rev_AGUC.2015.v35.n1.48969
- Díaz, F. (2013). Sociedad, espacio y crisis en la ciudad neoliberal. En J. Cucó (Ed.), *Metamorfosis urbanas. Ciudades españolas en la dinámica global* (81-107). Icaria editorial.
- Diezhandino, M^a.P. (2003). Periodismo y nueva economía. La historia de un fracaso, *Doxa Comunicación*, 1, 81-94.
- Diezhandino, M^a.P. (2007). *Periodismo y poder. Políticos, periodistas y ciudadanos voluntariamente desinformados*. Pearson Educación.
- Estevens, A.; Cocola, A.; López, A. y Pavel, F. (2023). The role of the State in the touristification of Lisbon. *Cities*, 137, 104275. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2023.104275>
- García, A.M. (2016). La renovación del espacio turístico a través de la vivienda vacacional. Luces y sombras en el caso de los barrios de la Barceloneta (Barcelona) y Els Poblets Marítims (Valencia). En *Tiempos de cambios en el turismo: libro de actas. XIX Congreso de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo*, Adeje, 16 al 18 de noviembre de 2016. Facultat d'Economia de la Universitat de València
- García, A.M.; Temes, R.; Simancas, M. y Peñarubia, M^a.P. (2021). The Airbnb effect on areas subject to urban renewal in Valencia (Spain). *International Journal of Tourism Cities*, 7(2), 361-390. <https://doi.org/10.1108/IJTC-03-2020-0041>
- García, B.; Vázquez, J. y López, X. (2022). Periodismo, política y ciudadanía: claves para una nueva relación desde España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 47-68. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1547>
- García, P. y Ruiz, M.A. (2013). Degradación, espectacularización y espacios del miedo: El Cabanyal. En J. Cucó (Ed.), *Metamorfosis urbanas. Ciudades españolas en la dinámica global* (353-375). Icaria editorial.
- Gordon, S. (22 de noviembre de 2021). How to spend the perfect day in Valencia. *The Times*. <https://www.thetimes.co.uk/travel/destinations/europe/spain/valencia/perfect-day-in-valencia>
- Ilisei, R.D. y Salom J. (2018). Urban projects and residential segregation: A case study of the Cabanyal neighborhood in Valencia (Spain). *Urban Science*, 2, 119-138. <https://doi.org/10.3390/urbansci2040119>
- Labio, A. y Nogales, A.I. (2010). Poder, medios de comunicación y periodismo. En R. Reig (Coord.), *La dinámica periodística. Perspectiva, contexto, métodos y técnicas* (67-95). Asociación Universitaria Comunicación y Cultura.
- Less, L.; Slater, T. y Wyly, E. (2008). *Gentrification*. Taylor&Francis Group.
- Nuevo, A. (2021). Turismo y gentrificación: Metaanálisis en torno al problema. *Lurralde: Investigación y Espacio*, 44, 161-183. <https://doi.org/10.52748/lurralde.2021.44.100>

- Olivar, A.F. (2014). Política, medios y ciudadanía: hacia la redefinición de las relaciones de poder desde el periodismo ciudadano. *Escribanía*, 12, 66-77.
- Peiró, R. (3 de agosto de 2017). Los hosteleros piden una Concejalía que evite que Valencia sea un parque de atracciones. *La Razón*. <https://www.larazon.es/local/comunidad-valenciana/los-hosteleros-piden-una-concejalia-que-evite-que-valencia-sea-un-parque-de-atracciones-DA15733707/>
- Piqueras, J. (2012). *Geografía del territorio valenciano*. Universitat de València.
- Quijano, E. (2019). Ocio y gastronomía, las nuevas estrategias de gentrificación. El caso de Lisboa. *Bitácora Urbano Territorial*, 29, 109-119. <https://doi.org/10.15446/bitacora.v29n1.64314>
- Rosselló, V.M^a. (1984). *Cinquanta-cinc ciutats valencianes*. Universitat de València
- Rubio, J.M^a. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la “agenda setting”. *Gazeta de Antropologia*, 25, 1-17.
- Salom, J.; Albertos, J.M. y Pitarch, M^a.D. (2019). Desired and undesired effects of the tourism development policy based on megaprojects: the case of Valencia (Spain). *European Journal of Geography*, 10(4), 132-148.
- Salom, J. y Pitarch, M^a.D. (2017). Análisis del impacto en el turismo de la estrategia de desarrollo urbano basada en megaproyectos. El caso de la ciudad de Valencia. *Cuadernos de Turismo*, 40, 573-598. <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.40.310111>
- Salom, J. y Pitarch, M^a.D. (2021). Cambios económicos, movilidad residencial y gentrificación en la ciudad de Valencia (2014-2017). *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 67, 521-560. <https://doi.org/10.5565/rev/dag.661>
- Sanchis, M. (1972). *La ciutat de València. Síntesi d'història i geografia urbana*. Cercle de Belles Arts.
- Santamarina, B. y Mancusí, A. (2013). Manifiestos y latencias en la Valencia de las guías turísticas. En J. Cucó (Ed.), *Metamorfosis urbanas. Ciudades españolas en la dinámica global* (259-283). Icaria editorial.
- Sequera, J. (2020). *Gentrificación. Capitalismo «cool», turismo y control del espacio urbano*. Los libros de la Catarata
- Smith, N. (1987). Gentrification and the Rent Gap. *Annals of the Association of American Geographers*, 77(3), 462–465. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8306.1987.tb00171.x>
- Teixidor, J.M^a. (1982). *València, la construcció d'una ciutat*. Edicions Alfons el Magnànim
- Wilder, C. (20 de enero de 2011). 36 hours in Valencia, Spain. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2011/01/23/travel/23hours-valencia.html>