

## Tekst 4

## Gentrificación



(1) En Internet circuló hace unos meses una campaña que recordaba, con ironía, que *gentrificación* no era un nombre de mujer. Ni mucho menos. Se trata de un feísimo neologismo derivado del inglés (*gentrification*) que relata una historia de aburguesamiento y retorno de la élite. El fenómeno  
5 es sencillo de formular, pero complejo en sus consecuencias. Es un proceso, cada vez más frecuente, en el que la población, sobre todo de clase media y baja de un barrio depauperado, es desplazada por otra de mayor nivel de ingresos. Estos nuevos habitantes, a la vez, empiezan a renovar el entorno. Donde antes había una tienda de ultramarinos ahora  
10 surge una tienda gourmet, el restaurante de la esquina, de repente, luce estrella Michelin y los clientes de los bares se sientan en taburetes de diseño.

(2) El barrio y sus habitantes se ven sometidos a una fuerza centrípeta y centrífuga. Atracción y expulsión. “En manos de promotores inmobiliarios  
15 y agencias este fenómeno se convierte en un instrumento destructor de identidades, que expulsa a las personas de sus barrios de toda la vida esterilizando su diversidad para imponer una homogeneidad, por decirlo así, homologada que elimina los ingredientes problemáticos. Muchas veces generados por el propio mercado como son la inseguridad, lo  
20 desconocido, las molestias”, critica el arquitecto Juan Herreros.

(3) Este proceso choca con la dualidad de mostrar esa vertiente positiva —la recuperación de un barrio deprimido— y el lastre de provocar la marcha de los ancianos y personas con bajos ingresos. Sobre esas dos caras, la topografía inmobiliaria de este fenómeno en Madrid revela su  
25 expansión y sus contradicciones. “No se trata de desplazar a nadie. Pero es verdad que no todo el mundo puede permitirse los tomates raf<sup>1)</sup> y bastantes se sienten desplazados dentro de su propio barrio. Pero es casi ley de vida. Es como la gacela coja, acaba devorada por la leona”, apunta con un símil darwinista Patricio Palomar, director de Inversiones  
30 Alternativas de la consultora CBRE<sup>2)</sup>.

(4) Siguiendo esa dinámica evolutiva, en el barrio de Chueca (Madrid) ha desaparecido buena parte de la población anciana y han llegado profesionales jóvenes con ingresos más elevados. Y junto a ellos compradores, sobre todo, extranjeros. Muchos, latinoamericanos. Esto ha  
35 provocado que 17: el precio medio en obra nueva ha subido a 5.500 euros por metro cuadrado. Al sur del barrio madrileño Tetuán, en Méndez Álvaro, enfrente del Campus Repsol, crece un desarrollo urbanístico que ha supuesto el realojo de los vecinos que vivían en esta zona industrial en un moderno edificio. Forman parte de un cambio drástico del paisaje  
40 de Madrid materializado en 2.000 nuevas viviendas y 62.000 metros cuadrados de edificabilidad. También habrá una torre de oficinas de 17 plantas y un hotel. De momento, la poca obra nueva que sale ronda los 3.250 euros por metro cuadrado.

(5) Sin embargo, donde este neologismo percute incluso con más fuerza  
45 que en Madrid es en Barcelona. “En la Ciudad Condal el turismo ha producido unos efectos devastadores en barrios y rincones de una ciudad que no deja de ser pequeña”, alerta el arquitecto catalán Josep Bohigas. A la búsqueda de palabras que faltan en castellano, lo llaman *turistización*. Apoyado en plataformas como Airbnb<sup>3)</sup>, los propietarios  
50 destinan sus viviendas a alquiler turístico. Esto desplaza, una vez más, a los vecinos de siempre y, a la vez, eleva los precios, que ya venían recalentados. Entre 2000 y 2007 el coste de comprar una casa en el barrio de la Barceloneta o en el Born aumentó un 262%. En ese mismo periodo las viviendas en Barcelona capital subieron el 185%. “En Born ya  
55 vivimos pocos y por ese camino va la Barceloneta y el Raval”, avisa el arquitecto.

(6) Entonces, ¿cómo sacar al barrio de ese estado inerte? “Hay que tener un sistema de control y tomarse muy en serio la cartografía de lo existente. Conocer bien quién vive y cómo. Identificar las cualidades  
60 positivas de ese lugar y no perderlas”, desgrana Bohigas. Desde luego resulta fundamental recuperar lo perdido. “Es imprescindible volver a llevar personas a estos barrios y recobrar las políticas sociales de vivienda”, reflexiona Ramón González, consejero de Urban Prospects. Y sin destruir nada. “La arquitectura puede transformar la ciudad en  
65 positivo. Aceptar los ingredientes de los barrios tradicionales como punto de partida y enriquecerlos sin arrasarlos”, dice Herreros.

de: *El País*, 18-10-2015

noot 1 el tomate raf = een dure groene tomatensoort

noot 2 CBRE = een groot Amerikaans vastgoedbedrijf

noot 3 Airbnb = een online markt waarop men woningen te huur kan aanbieden

**Tekst 4**

---

Lees alinea 1.

Het fenomeen “gentrificación” wordt gekenmerkt door twee aspecten.

- 2p 14 Leg beide aspecten kort in eigen bewoordingen uit.

Lee el párrafo 2.

- 1p 15 ¿Por qué Juan Herreros critica la gentrificación?

porque la gentrificación

- A agranda aún más las diferencias dentro del barrio
- B no fomenta el desarrollo de negocios innovadores en el barrio
- C no logra solucionar los problemas del barrio
- D tiene como consecuencia una población de barrio poca variada

Lees alinea 3.

- 1p 16 Wie worden er op darwinistische wijze vergeleken met de kreupele gazelle (“la gacela coja”) uit regel 28?

- 1p 17 ¿Qué palabras faltan en la línea 35?

- A el dinero para renovar no falte
- B el ladrillo sea muy caro
- C la demanda supere la oferta
- D la escasez de viviendas baja

- 2p 18 Geef van elk van de volgende beweringen aan of deze wel of niet overeenkomt met de inhoud van alinea 5.

- 1 In Madrid zijn de negatieve gevolgen van *gentrificación* groter dan in Barcelona.
- 2 Josep Bohigas vindt dat de hordes toeristen het goede imago van de stad Barcelona schade berokkenen.
- 3 De stijging van de huizenprijzen in Barcelona is tevens te wijten aan *turistización*.
- 4 Door de stijgende verhuur van woningen aan toeristen trekken de oorspronkelijke bewoners weg uit hun wijk.

Noteer ‘wel’ of ‘niet’ achter de nummers op het antwoordblad.

Lee el párrafo 6.

- 1p 19 ¿Cómo se pueden resumir los consejos de Bohigas, González y Herreros?

Los tres piensan que es importante

- A cambiar y renovar el aspecto arquitectónico de un barrio.
- B construir más viviendas para que regresen los antiguos vecinos.
- C devolver y conservar la identidad de un barrio.
- D fomentar y subvencionar las inversiones en los barrios.

- 1p 20 ¿Qué subtítulo sirve para este texto?
- A Barrios que ahuyentan a los nuevos vecinos
  - B Barrios que brotan como las setas
  - C Barrios que mueren de éxito
  - D Barrios que nadie quiere visitar