



**Gringos por Medellín: Turistificación y Transformación del Espacio Urbano en Poblado
Centro**

Tatiana Mejía Jervis

Tesis de maestría presentada para optar al título de Magíster en Sociología

Asesor

Omar Alonso Urán Arenas, Doctor (PhD) en Planeamiento Urbano e Regional

Universidad de Antioquia
Facultad de Ciencias Sociales y Humanas
Maestría en Sociología
Medellín, Antioquia, Colombia
2022

Cita	(Mejía Jervis, 2022)
Referencia	Mejía Jervis, T. (2022). <i>Gringos por Medellín: Turistificación y Transformación del Espacio Urbano en Poblado Centro</i> [Tesis de maestría]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.
Estilo APA 7 (2020)	



Maestría en Sociología, Cohorte III.

Centro de Investigaciones Sociales y Humanas (CISH).



CRAI María Teresa Uribe (Facultad de Ciencias Sociales y Humanas)

Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

Rector: John Jairo Arboleda Céspedes

Decano/Director: Alba Nelly Gómez García.

Jefe departamento: Marco Antonio Vélez Vélez.

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Tabla de contenido

Resumen	8
Abstract	9
Introducción	10
1. Causas de los Procesos de Turistificación y Transformación Espacial en Medellín.....	16
1.1. Turismo Incipiente y Principios del Siglo XX en el Mundo.....	17
1.2. Entrando al Siglo XX: Un Lento Proceso en Colombia de Apertura al Mundo	19
1.3. El Encuentro de las Élités, la Fundación de las Grandes Industrias y la Regulación de la Hotelería para el Turismo.....	22
1.4. El Auge Industrial, las Comunicaciones y la Nueva Cara del Turismo Nacional	24
1.5. La Crisis del Modelo Industrial y los Estudios para la Competitividad.....	26
1.6. La Ley 300 de 1996: Desde Samper Hasta Uribe	29
1.6.1. La Paz Como un Factor Crítico para el Turismo	32
1.7. Del Contexto Nacional al Local: Planeación Urbana y la Llegada del Turismo a Medellín	32
1.8. Los Planes de Desarrollo Turístico y la Turistificación de la Ciudad.....	36
1.9. Conclusión del Capítulo 1	38
2. Transformación de las Formas Socioespaciales en el Barrio El Poblado y su Incidencia en el Proceso de Turistificación de la Zona.....	41
2.1. Génesis de Poblado Centro, Identidad y Reconocimiento Comercial de la Zona.....	43
2.2. Los Primeros Barrios, la Expulsión de los Antiguos Moradores y la Llegada de Nuevas Formas de Habitar y Consumir	46
2.3. Narcotráfico, Consolidación Comercial de Poblado Centro: El Éxodo y el Encierro Residencial	51
2.4. Régimen Urbano Empresarialista y Consolidación de Poblado Centro Como Zona Rosa 54	
2.5. Las Nuevas Formas Socioespaciales de la Zona Rosa Como Zona de Desarrollo Turístico Prioritario	58

2.5.1. Nuevas Formas de Acomodación en El Poblado	64
2.6. Conclusión del Capítulo 2	68
3. Efectos de la Fijación y Crecimiento del Turismo en Poblado Centro Desde la Perspectiva de los Actores.....	71
3.1. Antecedentes y Perspectiva General de la Administración Local Relativa al Turismo en Medellín	72
3.2. Efectos de las Decisiones de la Administración Local en el Proceso de Turistificación de Poblado Centro y la Zona Rosa	78
3.2.1. Prostitución, Trata de Personas y Explotación Sexual de Niños, Niñas y Adolescentes	83
3.2.2. La Dificultad Para Controlar la Parahotelería en El Poblado	85
3.2.3. La Lucha por un Turismo Libre de Delitos	86
3.3. Los Intereses de los Comerciantes Sobre los Efectos del Turismo en la Zona Rosa de El Poblado.....	87
3.4. Los Nuevos Residentes y Tensiones que el Turismo ha Traído a El Poblado	91
3.4.1. Penetrar, Desunir y Expulsar: Cómo el Turismo se Sale de la Zona Rosa y Arrasa con mi Casa. La Historia de Carolina Calle.....	94
3.5. Conclusión del Capítulo 3	99
4. Conclusión general.....	102
Referencias	106

Lista de tablas

Tabla 1. Síntesis de actores, formas socioespaciales, hitos y relaciones por periodo en Poblado Centro	60
---	----

Lista de figuras

Figura 1. Mapa de límites de Poblado Centro.....	43
Figura 2. Mapa de delimitación de Zona Rosa de El Poblado.....	56
Figura 3. Establecimientos de alojamiento y habitaciones disponibles en Medellín entre 2016 y 2021	65
Figura 4. Porcentaje de ocupación hotelera por zonas de Medellín.....	66
Figura 5. Estructura de instituciones responsables por la gobernanza del turismo en Medellín ..	74
Figura 6 Porcentaje de participación por tipo de empresa en el Clúster de TNFC de Medellín, para el año 2016.....	75
Figura 7. Millones de pesos invertidos anualmente en Clúster de TNFC por parte del sector privado, entre los años 2003 y 2016.....	76
Figura 8 Ingreso mensual de visitantes totales por punto de control Aeropuerto José María Córdova 2015-2019	79
Figura 9. Número de establecimiento afiliados a COTELCO en 2020, Capítulo Antioquia-Chocó.....	81
Figura 10. Mapa de establecimientos de acomodación afiliados y no afiliados a COTELCO en Zona Rosa, para 2021	82
Figura 11. Ubicación de Edificio Belmonte, El Poblado	95

Siglas, acrónimos y abreviaturas

ACOTEL: Asociación Colombiana de Hoteles.

ANATO: Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo.

ANDI: Asociación Nacional de Empresas de Colombia.

Clúster de TNFC: Clúster de Turismo de Negocios, Ferias y Convenciones.

COTELCO: Corporación Hotelera de Colombia.

CRS: Sistema de Reservación Computarizada.

GEA: Grupo Empresarial Antioqueño.

JAL: Junta Administradora Local.

MICE: Meetings, Incentives, Conferences, and Events (reuniones, incentivos, conferencias y eventos).

PEMAM: Plan Estratégico para Medellín y el Área Metropolitana– 2015.

SCADTA: Sociedad Colombo Alemana de Transportes Aéreos.

SITUR: Sistema de Indicadores Turísticos de Medellín y Antioquia.

OTM: Observatorio Turístico de Medellín.

POT: Plan de Ordenamiento Territorial.

RNT: Registro Nacional de Turismo.

ZDTP: Zonas de Desarrollo Turístico Prioritario.

Resumen

Esta investigación examina las formas cómo el proceso de turistificación ha incidido en la transformación espacial del barrio Poblado Centro, ubicado en la Comuna 14 de Medellín. Para lograr tal fin, se aplicó una metodología de tipo cualitativo histórico-territorial, la cual hizo posible primeramente, identificar los factores que han incidido en la aparición, fijación y crecimiento del turismo en Medellín y continúan impulsando la transformación espacial de la ciudad; segundamente, mostrar cómo el turismo, en cuanto actividad económica global, ha tomado forma dentro de Poblado Centro; y finalmente, describir cuáles son las principales consecuencias políticas, económicas, sociales y espaciales derivadas de la turistificación Poblado Centro. Para ello fueron realizadas entrevistas, revisados documentos, actas, artículos, y planos, los cuales permitieron levantar tablas y figuras. La postura teórica aquí tomada asume la producción del espacio turistificado como un proceso dialéctico transescalar, basado en las contribuciones de R. Haesbaert (2007), D. Massey (2004) y N. Brenner (2019), en el cual las condiciones y dinámicas políticas y culturales locales se relacionan y refuerzan con procesos estructurales-macro que permiten la fijación territorial de flujos globales (transnacionales) de capital y población. Este enfoque teórico-metodológico permite apreciar cómo se transforman y modifican las formas socio-espaciales iniciales, co-produciendo una nueva realidad trans-territorial, un espacio turistificado cuyas dinámicas y consecuencias, en términos del uso del suelo y del contenido de las interacciones sociales co-productoras de esta nueva espacialidad (caracterizada por la entrada de capitales rentistas-inmobiliarios, el vaciamiento de población residente, y la creación de un nicho de mercado sexual y de drogas), van más allá de las idealizadas políticas públicas de desarrollo económico y planes de ordenamiento territorial que favorecieron su despliegue.

Palabras clave: turismo, turistificación, sociología del espacio, usos del suelo, Medellín, El Poblado.

Abstract

This research examines the ways in which the touristification process has influenced the spatial transformation of the Poblado Centro neighborhood, located in the Comuna 14 of Medellín. To achieve this goal, a historical-territorial qualitative methodology was applied, which made it possible, first, to identify the factors that have influenced the appearance, fixation and growth of tourism in Medellín and continue to promote the spatial transformation of the city; second, to show how tourism, as a global economic activity, has taken shape within Poblado Centro; and finally, to describe what are the main political, economic, social and spatial consequences derived from the touristization of Poblado Centro. For this, interviews were carried out, documents, acts, articles, and plans were reviewed, which allowed the creation of tables and figures. The theoretical position taken here assumes the production of touristified space as a transscalar dialectical process, based on the contributions of R. Haesbaert (2007), D. Massey (2004) and N. Brenner (2019), in which the local conditions and political and cultural dynamics are related to and reinforced by structural-macro processes that allow the territorial fixation of global (transnational) flows of capital and population. This theoretical-methodological approach allows us to appreciate how the initial socio-spatial forms are transformed and modified, co-producing a new trans-territorial reality, a touristic space whose dynamics and consequences, in terms of land use and the content of social interactions co-producers of this new spatiality (characterized by the entry of rentier-real estate capital, the depletion of the resident population, and the creation of a niche market for sex and drugs), go beyond the idealized public policies of economic development and territorial ordering plans that favored its deployment.

Keywords: tourism, touristification, sociology of space, land use, Medellín, El Poblado.

Introducción

Hablar de turismo en el mundo es un asunto relativamente reciente. Antes de la década de 1990, no se daba importancia a esta industria en Colombia. Sólo con la crisis del modelo económico industrial fordista, la actividad turística comenzó a ser explorada como una que podría contribuir con el desarrollo económico del país, ya desde la perspectiva de los servicios y no desde la actividad fabril.

Medellín aparece dentro de este contexto, primero como una urbe industrial y luego como una ciudad en crisis; con una dirigencia política y empresarial que, a finales de los años de 1980 e inicios de 1990, buscaría implementar alternativas para evitar que el desarrollo económico de la ciudad se frenara y el capital, fijo de su propiedad y localizado en este espacio, perdiera valor. De modo consecuente, esta dirigencia impulsaría en los ámbitos regional y nacional, mediante diferentes planes y políticas públicas, la reconfiguración urbano-regional del territorio, la reorientación de su economía hacia una de servicios, y la transformación del discurso existente en torno a la ciudad, en aras de promover su internacionalización.

Es así como se inicia un proceso que daría como resultado la generación de las condiciones necesarias para que la industria turística se instalara en la ciudad. Este proceso comienza con un impulso dado nacionalmente y se empalma con las iniciativas locales orientadas a la generación de relaciones de cooperación internacional y la atracción de visitantes al territorio.

El arribo paulatino (luego acelerado) de visitantes a Medellín ha implicado la llegada de dinero y la transformación de ciertos territorios locales, donde se ha buscado generar-construir la infraestructura y los servicios necesarios para el turismo, que permitan la fijación en el espacio local de este flujo de capital global. Esta situación se ha traducido en la turistificación de sectores reconocidos de la ciudad, como lo es el barrio de El Poblado (o Poblado Centro), en el centro de la Comuna 14, el cual ha contado históricamente con las condiciones ideales de seguridad, infraestructura y oferta comercial para garantizar la cómoda estancia de los visitantes tanto nacionales, como internacionales. En este sentido, se entiende por turistificación “al impacto que tiene sobre una comunidad local que la oferta, las instalaciones y los servicios del espacio se dirijan a cubrir las necesidades del turista en lugar de las necesidades de la población fija” (Espinár, 2017).

Al margen de este contexto, este trabajo nace del interés personal por entender cuáles fueron los factores que confluyeron para que Poblado Centro se convirtiera primero en Zona Rosa

y luego en distrito turístico (de los gringos) de Medellín, acarreado con ello numerosas transformaciones de corte social y urbanístico.

De esta forma, fue planteado como objetivo general de esta investigación examinar los modos en que el proceso de turistificación ha incidido en la transformación espacial del barrio Poblado Centro, de la Comuna 14 de Medellín. Así mismo, como objetivos específicos se plantea, en primer lugar, identificar cuáles han sido los factores globales y locales que han incidido en la aparición, fijación y crecimiento del turismo en Medellín y continúan impulsando la transformación espacial de la ciudad. En segundo lugar, se busca mostrar cómo el turismo, en cuanto actividad económica global, ha tomado forma dentro de ese lugar local que es el barrio El Poblado. Finalmente, se pretende describir cuáles son las principales consecuencias políticas, económicas, sociales y espaciales derivadas de los procesos de turistificación en el barrio Poblado Centro de Medellín.

Con estas motivaciones y objetivos en mente, fueron retomadas las categorías principales planteadas para esta investigación: los flujos de dinero, las dinámicas locales y los procesos de transformación espacial, derivándose de cada una de ellas múltiples subcategorías y cruces, a través de los cuales pudieron ser apreciadas nuevas formas de construir y entender a Poblado Centro como un no-lugar, como producto turístico que se vende y se consume.

Abordar esta investigación, desde la sociología del espacio, implica entender que el territorio no es víctima u objeto estático, sino producto de los cruces y relaciones que dentro de él tienen lugar (Massey, 2004). Esto quiere decir que cada lugar o territorio se encuentra dotado de una identidad que ha sido elaborada gracias a todo lo que ha acontecido a lo largo de su historia, haciéndole, más o menos, susceptible de que ciertos fenómenos y formas de relacionamiento social se den en su interior.

Por otra parte, revisar los procesos de turistificación y transformación del espacio urbano desde la perspectiva sociológica, lleva a entender al turismo (i) como una actividad global, capaz de instalarse en un territorio, permitiendo la llegada y posterior fijación y captación local de un capital foráneo, y (ii) como una experiencia personal-individual efímera de relacionamiento y vivencia del lugar que favorece ciertas dinámicas de mercado.

En este sentido, uno de los puntos que se tornan fundamentales para entender el turismo y las dinámicas que de él se desprenden, como actividad global que se instala en el territorio local y lo transforma, es el concepto de transescalaridad. Este concepto rechaza las aproximaciones

localistas y centralizadas en los procesos de configuración de los territorios urbanos, y concibe la creación (y destrucción) del espacio urbano como resultado de amplias relaciones socioespaciales entre múltiples escalas, mediadas por la influencia del capital (Brenner, 2019).

El concepto de transescalaridad permite comprender que las formas socioespaciales que emergen en dentro de una escala no son resultado exclusivamente de lo que pasa en su interior, sino que aparecen como consecuencia de lo que sucede dentro y fuera de ella, es decir, de lo que acontece con relación a otras escalas (arriba, abajo o yuxtapuestas). De este modo, el espacio se entiende como el resultado de conexiones, vínculos e intercambios que tienen lugar tanto a nivel local, como global (Massey, 2004). Gracias a esto, al lugar local se le dota de un sentido global, donde gran parte de su identidad depende del proceso de relacionamiento con otras escalas (Massey, 2004).

Por otro lado, aparece también el concepto de transterritorialidad, reflejado en las relaciones y cruces que se dan de manera horizontal entre habitantes de diferentes barrios de la ciudad que convergen, gracias al turismo, en un mismo territorio. En este sentido, se habla de la transterritorialidad como el tránsito frecuente, obligatorio o voluntario, de una territorialidad a otra, que da como resultados procesos de imbricación e hibridación entre los territorios, vinculados a relaciones de poder y al carácter mercantilizado de los lugares (Haesbaert, 2007).

Teniendo esto en mente, Poblado Centro aparece como un escenario empírico dentro del cual se pueden examinar y validar estos conceptos teóricos a partir de la observación de la cotidianidad del barrio y las interacciones que se dan dentro y fuera de él, gracias a que en su interior el turismo ya se encuentra instalado. En este sentido, Poblado Centro y su Zona Rosa surgen como producto de diversas decisiones que han tenido lugar a lo largo de la historia del turismo en Occidente, en Colombia y en Medellín, que han contribuido con el desarrollo de esta industria en su interior. Por otro lado, la historia misma del barrio habla del forjamiento de una identidad que lo ha hecho propenso a convertirse primero en zona comercial, luego en zona pre-turística y posteriormente en el distrito turístico de Medellín. Situación que ha traído consigo unas nuevas formas sociales, que han reemplazado las anteriores relaciones de vecindad o encuentro de amigos que existían en el barrio. Estas nuevas formas sociales son mediadas principalmente por relaciones comerciales, propias de las espacialidades que se han generado en la zona (hoteles, bares, restaurantes, entre otros), y de actividades delictivas como la venta de drogas, la explotación sexual de menores de edad y el control territorial por parte de bandas.

Esta investigación tiene lugar en un momento particular de la historia del turismo en Medellín, en el cual se mantiene constante la inversión de dinero por parte de actores públicos y privados para promocionar a la ciudad como “destino turístico imperdible” y recinto de ferias ideal (N. Ángel, comunicación personal, 14 de julio de 2020). De esta manera, la turistificación de varias zonas en la ciudad aparece como resultado de la voluntad de la dirigencia local (con apoyo de políticas nacionales) por promocionar a Medellín como un producto apto para consumo turístico. Por otro lado, se revisa el tema en un momento histórico en donde las tensiones derivadas de la turistificación del territorio son cada vez más evidentes, situación que permite tener un mayor acceso a información, desde diferentes fuentes, relativa a los cambios que ha traído esta industria en barrios como El Poblado, y en general en la ciudad.

Es importante resaltar que, dentro del proceso investigativo, surgieron múltiples inconvenientes relacionados con la llegada de la pandemia por el COVID-19, los cuales llevaron a que el turismo fuera una de las industrias más afectadas, situación que complicó la recolección de datos e hizo que una investigación que originalmente había sido propuesta para que predominara la aplicación de una metodologías de corte etnográfico, tuviera que volcarse a una revisión documental más profunda de lo que había sido originalmente planteado. Esto dio un giro al proyecto, en donde se pudo hacer un rastreo y reconstrucción histórica del proceso de turistificación de El Poblado, a partir de fuentes secundarias, cuestión que posteriormente permitió entender con mayor profundidad los datos recolectados en campo alusivos a la identidad del sector y la percepción que múltiples actores tienen de él. De alguna manera, la pandemia obligó a revisar la metodología y replantearla, sin perder de vista los objetivos, dando como resultado el cumplimiento de estos y dejando como horizonte investigativo para el futuro, la exploración del tema desde lo vivencial.

Dentro de los datos recolectados, algunos fueron descartados o explorados superficialmente, por no estar relacionados con los objetivos general y específicos planteados para esta investigación. Sin embargo, su nombramiento en este trabajo busca ser una invitación para el desarrollo de futuros proyectos, en donde tengan cabida de manera protagónica asuntos relativos a la explotación turística de la imagen de Pablo Escobar en el centro de El Poblado y las tensiones políticas que se derivan de esta iniciativa privada; o las formas como personas provenientes de barrios y clases populares de Medellín se cruzan en la Zona Rosa de Poblado Centro, a partir del

oficio de la prostitución y el tráfico de drogas, constituyendo con esto más que una zona, un espacio transterritorial de tolerancia.

Dentro de los datos que sí fueron retomados, se encuentran aquellos que contribuyen con el cumplimiento de cada objetivo específico, generando tres capítulos, donde cada uno de ellos atiende al alcance de un objetivo, mostrando la metodología aplicada, el enfoque teórico general y los hallazgos derivados de los cruces entre lo práctico y lo teórico para cada caso específico.

El planteamiento de este tipo de estructura llevó a que en el primer capítulo fuera elaborado un recuento de la historia del turismo en Colombia, los factores que permitieron su llegada al territorio nacional y las motivaciones que hicieron que esta actividad se consolidara como una industria con potencial de desarrollo económico y alternativa a la actividad industrial. Los datos de este capítulo son construidos a partir de la revisión de múltiples documentos, que permitieron la reconstrucción de una cronología relacional, en donde los eventos no son apreciados de manera aislada, sino como resultados y/o detonantes de otros procesos.

Esta revisión documental del estado de la cuestión mostró que existen pocos trabajos dedicados a abarcar el tema de la constitución del espacio turístico en Colombia, particularmente en Medellín. La mayoría de los documentos encontrados revisaban eventos puntuales en períodos históricos cortos o particularidades sobre la incorporación incipiente del concepto de turismo en el país. Sin embargo, no hacían una revisión amplia del proceso de fijación del turismo, es decir, de su instalación como industria con potencial de desarrollo económico, en el territorio nacional y local, ni se concentraban en la producción del espacio turístico en Medellín como respuesta a la crisis industrial. La ausencia de este tipo de información puso en evidencia la necesidad de hacer una reconstrucción histórica y relacional de eventos, a partir de los documentos revisados. Por su parte, el segundo capítulo se centra en mostrar los diversos sucesos que acontecieron en Poblado Centro que llevaron a la creación de una identidad territorial orientada a la explotación comercial del suelo del sector, al cambio en la razón de su uso y a su configuración como Zona Rosa, ampliamente comercial, posteriormente pre-turística, y finalmente como zona turística.

En este capítulo se muestran los patrones de recambio poblacional y explotación comercial del suelo que han predominado a lo largo de la historia del barrio. Par ello, los datos se construyeron a partir de la revisión de libros, fotos, planos, planes de desarrollo territorial y revistas. Para ilustrar este proceso la información es presentada mediante cartografías y gráficos

que contribuyen con la visualización de las formas que el turismo, como actividad comercial, ha tomado en El Poblado.

El tercer capítulo de este trabajo ha sido construido a partir de la voz de diversos actores, vinculados a cuatro grupos estratégicos: la administración pública, los comerciantes, los residentes y los turistas. Estas voces han sido tomadas de entrevistas (comunicaciones personales), actas de discusiones en el Concejo de Medellín, revisión de prensa y redes sociales. Aquí, se han descrito las formas recientes que ha tomado el territorio como resultado de las nuevas formas de relacionamiento presentes en él. La descripción e implicaciones de estas nuevas formas son relacionadas con cifras oficiales, la normativa vigente y la observación en campo del territorio. Este relacionamiento permitió explicitar las principales consecuencias derivadas de la llegada del turismo al sector, dentro de las cuales se destacan el incremento de la oferta comercial orientada al turismo, la exacerbación de la explotación sexual de menores de edad y la trata de personas, la hotelería informal y la parahotelería.

En este capítulo, se expone el estado actual de Poblado Centro y las tensiones que allí se encuentran vigentes, producto de las decisiones que tanto la administración pública, como los comerciantes y residentes del sector han tomado. Asimismo, el barrio es presentado como uno cuya gobernabilidad se encuentra afectada por la ausencia de residentes fijos y la porosidad de la normativa existente sobre turismo en Medellín.

Adicionalmente, como parte integrante de los tres capítulos entre los cuales se desarrolla este trabajo, las nociones de transescalaridad y transterritorialidad han servido de guía metodológica constante, mostrando cómo diversas escalas y lugares locales, de jerarquías diferentes, se interrelacionan y afectan entre sí, tanto de forma horizontal como vertical, a partir del desarrollo de la actividad turística en Poblado Centro. Esto se percibe de modo más evidente en las conclusiones de este trabajo, donde se presentan diversos resultados, destacando a Poblado como un territorio transescalar y territorial, cuyo proceso de turistificación ha sido resultado de un proceso histórico de larga duración, durante el cual han interactuado e incidido diversos actores en busca de generar las condiciones ideales para la fijación del turismo y la reproducción del de capital-dinero en la ciudad.

1. Causas de los Procesos de Turistificación y Transformación Espacial en Medellín

Partiendo de una exhaustiva revisión documental, donde fueron examinados aproximadamente 70 documentos y seleccionados 48 (ver Anexo 1), incluyendo artículos científicos, artículos de prensa, tesis de maestría y doctorado, libros, políticas públicas, entre otros, este capítulo presenta un recorrido cronológico-relacional, con el fin de alcanzar el primer objetivo específico propuesto para esta investigación: identificar cuáles han sido los factores globales y locales que han incidido en la aparición, fijación y crecimiento del turismo en Medellín, y continúan impulsando la transformación espacial de la ciudad. El levantamiento de este recorrido cronológico opera como un paso necesario para entender qué permitió el eventual arribo y fijación del turismo en el barrio El Poblado de la Comuna 14 de la ciudad.

El enfoque metodológico elegido para este capítulo corresponde a la necesidad de hacer una revisión histórica de la llegada del turismo, primero a nivel global, luego a nivel nacional y finalmente a nivel regional-local. Particularmente, para el caso de Colombia y Medellín, los datos debieron ser reconstruidos a partir de múltiples fuentes, puesto que no se contaba con una cronología completa, previamente elaborada, que explorara el turismo desde sus albores y las causas que llevaron a su fijación en el territorio colombiano.

La construcción de esta cronología obligó a la revisión de documentos procedentes de autores inscritos en diversas áreas del conocimiento, como la sociología, la antropología, la geografía, la historia, la economía, entre otras. Esto se dio debido al dinamismo de los espacios y sus historias, las cuales nunca son contadas desde una única área, sino que se enriquecen a partir de la multiplicidad de puntos de vista, correspondientes a cada uno de sus espectadores.

Dado que se abarcaron más de 40 documentos, fue necesario implementar estrategias para sistematizar la información, separando datos útiles por períodos históricos, identificando dentro de cada uno de estos períodos la relación entre mano de obra y salario, la introducción de nuevas tecnologías del transporte, el desarrollo de tecnologías de las comunicaciones, la implementación de normas y regulaciones en materia de viaje, el levantamiento de infraestructura favorable para el turismo y, cualquier dato que pudiera dar luces sobre aparición del turismo, como una actividad que requiere de la convergencia de dinero y tiempo libre para posibilitar el consumo de un espacio diferente al propio o habitual.

Como consecuencia de esta sistematización, se fue desarrollando de manera orgánica la estructura del capítulo, en donde se presentan, en una primera parte, los antecedentes internacionales y nacionales relativos a la implementación y posterior transformación de un modelo económico industrial en el mundo y en Colombia. Posteriormente y a lo largo del recorrido cronológico-relacional, son revisadas las categorías que sirvieron para sistematizar la información, permitiendo establecer relaciones entre estas dentro de cada uno de los períodos históricos abordados.

Como eje transversal del capítulo se presenta al capital, como esa fuerza invisible que media casi todas las relaciones sociales contemporáneas, perfila los modelos económicos e incide en las decisiones de las élites políticas y empresariales nacionales y locales, eventualmente generando transformaciones en la configuración espacial de ciudades como Medellín. Se ve en este capítulo cómo la producción, reproducción, fijación y acumulación del capital en el suelo local ha impulsado el desarrollo de la industria turística y el proceso de turistificación, entendiendo este término como el proceso de transformación de los barrios o ciudades, donde los servicios, instalaciones y comercio pasan a ser orientados y concebidos pensando más en el turista que en el residente que vive allí de forma permanente (Sanmartín Sáez, 2019). En este sentido, los espacios de encuentro de las poblaciones locales son reemplazados por espacios de consumo turístico, haciendo más difícil el acceso a bienes y servicios de la “vida barrial”, al pulular los bares y tiendas de souvenirs sobre otras formas de comercio (Espinar, 2017).

Siguiendo esta línea, se presentan en la última parte del capítulo los factores que han llevado a que se dé, de manera particular, el proceso de turistificación en la ciudad de Medellín, a partir de la identificación de sectores estratégicos para la competitividad, donde el turismo es reconocido como uno con alto potencial de desarrollo.

Finalmente, son revisadas las causas que han permitido que el turismo llegue a Medellín y se instale de manera próspera en el barrio de El Poblado. Haciendo especial énfasis en las variables que han hecho posible no solo su fijación, sino también su crecimiento y consolidación en lo que es hoy en día en el sector.

1.1. Turismo Incipiente y Principios del Siglo XX en el Mundo

Antes de la revolución industrial no era posible en el mundo hablar de turismo y mucho menos de turismo de masas. Hasta el siglo XIX, la actividad del viaje de ocio era un privilegio

reservado, en occidente, para una clase aristocrática rentista y una burguesía ilustrada (Bonilla, 2013), las cuales contaban con el dinero y el tiempo libre suficiente para dedicarse a viajar. De acuerdo con Bonilla (2013), la figura del “Grand Tour” ya era reconocida en Inglaterra desde el siglo XVIII, como una actividad que solo los hombres de clases altas podían realizar, ya que enriquecía el espíritu, rectificaba el juicio y permitía moldear a un verdadero “gentleman”.

Solo hasta finales del siglo XIX, con las protestas de los trabajadores de las fábricas en Europa y algunas de sus colonias, aparecen reconocidos legalmente dos derechos: el derecho al salario y el derecho a unas vacaciones remuneradas. De esta manera, es legislado por primera vez, en el año 1896, el derecho al salario mínimo, en el estado australiano de Victoria (Cardona Martínez, 1988). Por otro lado, en el año 1936, es también legislado por primera vez, con la Ley Francesa del Frente Popular, el derecho al tiempo libre remunerado, en forma de vacaciones (Bonilla, 2013). El reconocimiento de ambos derechos, parafraseando a Bonilla (2013), llevó a la aparición de la idea del viaje como algo pintoresco y romántico, inspirado por guías escritas que invitaban al turista de clase trabajadora a viajar.

La anterior descripción permite visualizar las condiciones generales, en términos económicos, laborales y sociales, dentro de las cuales se inscribían las últimas décadas del siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX, con relación a la práctica del viaje de ocio: por un lado, existía una clase adinerada con una riqueza acumulada, que era dueña de los medios de producción. Por el otro, existía también una clase trabajadora que cobraba un salario a cambio de su trabajo y ostentaba una nueva posibilidad de acumularlo o gastarlo durante su tiempo libre en bienes que no eran de primera necesidad, como podría ser el viaje a destinos desconocidos, motivados por el placer.

En adición a las nuevas condiciones económicas que estaban abriéndose paso para la época, a principios del siglo XX las tecnologías del transporte también estaban sufriendo cambios acelerados. El modelo T de Ford fue lanzado al mercado en el año 1908, como un vehículo fácil de manejar y mantener (Ford Motor Company, s.f.), cuestión que llevó a su pronta popularización en el mundo. Por otra parte, y por la misma época, estaba naciendo la industria aeronáutica de la mano de los hermanos Wright, con la creación del aeroplano en 1903 (González Cano, 2013). El proceso de desarrollo y mejoramiento de este medio de transporte se vio acelerado por la industria militar, lo cual le permitió ser explotado de manera comercial 30 años después de su invención (González Cano, 2013).

De acuerdo con Bonilla (2013), cuando las tecnologías del transporte evolucionan y las condiciones de vida en el planeta son mejoradas, se genera el escenario ideal para que el turismo prospere. De este modo, la consolidación de una clase trabajadora asalariada y el desarrollo de nuevas tecnologías del transporte, que daban la posibilidad al viajero de recorrer grandes distancias, se presentaron como una oportunidad idónea para capitalizar la actividad del viaje, favoreciendo la creación de espacios atractivos para el viajero.

El primer espacio que aparece deliberadamente pensado para retener el capital del viajero es la acomodación de lujo, que con el tiempo pasaría a ser denominada “hotel”. Antes de la revolución industrial, quienes se valían del uso de las tecnologías del transporte y la acomodación por fuera de su lugar de origen eran viajeros movilizadas por asuntos comerciales, políticos, culturales o religiosos (Moreno Riveros, 1981). Estos viajeros únicamente buscaban un lugar de descanso durante el viaje, y pagaban el favor de la acomodación con otro favor. Normalmente, se pagaba con algo comestible, una prenda personal o algo especial como muestra de agradecimiento hacia el anfitrión (Moreno Riveros, 1981).

En la medida en la que el capital, en la forma de dinero, comienza a circular, los que alguna vez fueron lugares de paso, comienzan a especializarse, tornándose primero en pensiones y posteriormente en acomodaciones más lujosas (Moreno Riveros, 1981), que buscaban con sus atributos atraer a esa clase media, ahora viajera y cobrar en dinero por los servicios prestados. De esta forma, el capital incide en la configuración de espacios, siempre y cuando esta incidencia le permita ser reproducido y acumulado. Cuestión que continúa siendo la regla hasta nuestros días.

1.2. Entrando al Siglo XX: Un Lento Proceso en Colombia de Apertura al Mundo

En el caso de Colombia, los procesos de industrialización, legalización del salario mínimo y regulación del tiempo de ocio remunerado para las clases trabajadoras, se dieron de manera subsecuente, mas no simultánea con respecto a los países más desarrollados de occidente.

A comienzos del siglo XX, en el país, la inversión en el desarrollo industrial se encontraba limitada por una topografía difícil y la mentalidad conservadora de sus élites más ricas. Cuestión que, de acuerdo con Echavarría, Villamizar y González (2006), llevó a un lento desarrollo de fábricas, exportaciones precarias y un índice de inversión extranjera apenas superior al que existía en las décadas posteriores a la independencia de España, en 1819. Este desarrollo tardío tuvo como

consecuencia la aparición retrasada de la clase obrera, en comparación con los demás países de la región (Echavarría, Villamizar y González, 2006).

No obstante, en este momento de la historia del país, eran reconocidas varias clases sociales diferenciadas de acuerdo con sus ingresos. Entre ellas se encontraban los campesinos o jornaleros, quienes, de acuerdo con Solano (2010), recibían una remuneración por el trabajo de cada día. Adicionalmente, se encontraban a aquellos pertenecientes a la clase “asalariada”, quienes capitalizaban sobre su conocimiento, experiencias, inventiva, seriedad y honradez (Solano, 2010), y contaban con el derecho legítimo de recibir un salario a cambio de su labor. Entran dentro de este último grupo los ingenieros, mecánicos, contadores, artesanos, médicos, abogados, y todos quienes no dependían de un jornal, sino que recibían salarios o sueldos de manera semanal, quincenal o mensual (Solano, 2010).

Pese a que la mayor fuerza de trabajo se encontraba depositada en una amplia clase jornalera, la valoración social más alta correspondía a la clase que recibía un pago a cambio de su mano de obra calificada, la cual a su vez defendía la acumulación de riqueza material como sinónimo de estatus, pues dicha riqueza simbolizaba el trabajo duro, el decoro y las buenas maneras (Solano, 2010). Esta clase social educada y aburguesada mostró interés en la planeación y proyección de los centros urbanos de Colombia, de forma tal que su riqueza no se viera afectada negativamente por el crecimiento de las ciudades, buscando poder fijar su capital en el suelo, principalmente en ciudades como Medellín¹ (Perfetti, 2012).

Invertir en la actividad turística en Colombia para la época no era posible, dado que no existían condiciones idóneas para que el flujo de dinero global se instalará en el país a través de una industria de servicios local. Los esfuerzos del país en materia internacional estaban orientados a incentivar el consumo de productos colombianos en los mercados extranjeros (Ministerio de Justicia, 1918), mas no en la atracción de extranjeros a Colombia para consumir sus productos localmente. La Ley 11 de 1918 da cuenta de esto en su Artículo 1º, indicando que “El Gobierno organizará una Sección de Información y Propaganda en los Consulados de las plazas extranjeras

¹ En 1913, por orden del Concejo de Medellín, se hace el levantamiento del plano “Medellín Futuro”, como reacción a la crítica sobre las condiciones defectuosas del trazado que mostraba la ciudad (Perfetti, 2012). En el desarrollo de este plano participaron ingenieros y arquitectos vinculados a la Facultad de Minas de la Universidad Nacional y a la Sociedad de Mejoras Públicas, quienes buscaban resaltar la voluntad política y conciencia “ciudadina” el territorio. Esto, enmarcado dentro de los lineamientos dados por el Concejo, de hacer de Medellín una ciudad moderna, con buenas condiciones de salubridad, desarrollo industrial y zonas con potencial de ser urbanizadas (Perfetti, 2012). Todo esto con el objetivo de favorecer la transición de la ciudad a un régimen fordista, para así atraer la inversión en un entorno seguro para la fijación y expansión del capital.

(...), con el objeto de fomentar los intereses comerciales de la República y (...) procurar el desarrollo del consumo de los productos colombianos” (Ministerio de Justicia, 1918).

Por otra parte, a comienzos del siglo XX, el dinero circulante era poco y no se contaba en Colombia con un régimen de acumulación fordista, como sí ocurría en países industrializados como Inglaterra (Galvis González, 2015), que permitiera a la clase jornalera la acumulación de riqueza suficiente como para aspirar a realizar un viaje con fines de ocio, ni existía la forma normativizada de vacaciones remuneradas para el trabajador.

En relación con el uso de las tecnologías de transporte para el viaje, estas eran utilizadas principalmente con fines comerciales y militares. Desde antes de la conquista y hasta finales del siglo XIX, el Río Magdalena constituía la arteria principal de transporte, por donde se desplazaban barcos que llevaban mercancías a los diferentes lugares del país (Moreno Riveros, 1981). La utilización de una red fluvial para el transporte de mercancía y la afluencia de viajeros llevó a la eventual construcción de hospedajes próximos a los ríos. Según Moreno Riveros (1981), el Hotel América fue el primero de Colombia, construido en 1889 en Honda, pensado como un espacio que podría lucrarse de la necesidad de descansar de los viajeros que debían, por su trabajo, navegar por el río.

De manera paralela, por esta misma época llegaría a Colombia el primer automóvil, traído a Medellín por Carlos Coroliano Amador Fernández, en el año 1899 (Revista Turbo, 2018). Se trataba de un artefacto francés que tenía por propósito enseñar la riqueza y el poder de su propietario, mas no pretendía la movilidad de los sujetos para visitar y conocer diferentes partes del país. Por otro lado, en 1911, llegó también el primer aeroplano al país, con el fin de hacer una exhibición de acrobacias en Bogotá, posteriormente en Barranquilla (1912) y en Medellín (1913) (León Vargas, s.f.).

Difícilmente se pueda hablar de la existencia de unas condiciones idóneas para la aparición del turismo en esta época en Colombia, dado que ni las tecnologías del transporte habían evolucionado lo suficiente para el transporte de viajeros con fines recreativos, ni las condiciones económicas y sociales se encontraban a la par de las de países más industrializados. Adicionalmente, la legislación colombiana no le apostaba al turismo como un eje de desarrollo económico, y su mayor preocupación en materia de relaciones internacionales para el comercio, radicaba en incentivar el consumo de productos colombianos en el exterior.

1.3. El Encuentro de las Élités, la Fundación de las Grandes Industrias y la Regulación de la Hotelería para el Turismo

La consolidación de una economía basada en un modelo de desarrollo industrial dependería en Colombia de la élite empresarial antioqueña. De acuerdo con el historiador Álvarez Morales (2003), fueron las sociedades por acciones, derivadas de la minería en Antioquia, las que impulsarían las principales industrias comerciales y bancarias del país entre los años 1902 y 1920. Estas sociedades por acciones asociaban capitales libremente, formando “empresas de empresas”, con riesgos compartidos y responsabilidades limitadas (Álvarez Morales, 2003). Este modelo de asociación fue replicado en Bogotá, Cali y Barranquilla, y continuó siendo empleado después de la crisis de 1930 (Álvarez Morales, 2003), permitiendo la aparición de nuevas empresas de textiles, alimentos y cementeras, especialmente durante las décadas de 1940 y 1950, en todo el país.

El desarrollo industrial durante la década de 1940 fue producto de múltiples alianzas y cruces entre empresarios capitalistas, en su mayoría antioqueños (Álvarez Morales, 2003). Gracias a los encuentros recurrentes de estos capitalistas en diversas juntas directivas, los empresarios antioqueños desarrollaron lo que Álvarez Morales (2003) describe como un “sentido de grupo”, más fuerte que el de las élites de otras regiones del país. De esta manera, se sentaron las bases para que en 1944 se fundara la Asociación Nacional de Empresas de Colombia (ANDI) y un poco más de tres décadas después, el Sindicato Antioqueño o Grupo Empresarial Antioqueño (GEA).

Con el crecimiento de las plantas de producción industrial, Colombia vio un desarrollo económico superior al de los demás países de la región entre 1930 y 1950 (Echavarría, Villamizar y González, 2006). Como consecuencia de este desarrollo industrial, apareció la necesidad de contratar a un mayor número de trabajadores para las fábricas. De acuerdo con Echavarría, Villamizar y González (2006), entre los años 1925 y 1950 se requerirían en promedio 6.000 trabajadores nuevos por año para trabajar en las fábricas de Colombia. Esta situación daría paso a la consolidación de nuevas clases sociales urbanas, compuestas por obreros y empleados del sector manufacturero.

Este desarrollo industrial trajo consigo cambios en el paisaje urbano por fuera de las fábricas. Entre ellos se encuentra la fundación de grandes hoteles en las principales ciudades del país, dedicados en principio a hospedar viajeros de negocios y eventualmente turistas. Es así como en 1929 se funda el hotel El Prado de Barranquilla, reconocido como el primer hotel de Colombia dedicado al turismo, implementando planes estilo “americano” por sus servicios (Moreno Riveros,

1981). Un año después de la fundación de El Prado, fueron fundados otros grandes hoteles en las ciudades de Bogotá (El Granada), Cúcuta (El Europa) y Barranquilla (El Victoria).

La necesidad de desplazarse de un lugar a otro y el aumento en la afluencia de viajeros dentro del territorio nacional, impulsado por el creciente desarrollo industrial, no solo afectaron el desarrollo de la industria hotelera, también llevaron a la inauguración del primer aeródromo del país en Bogotá, en el año de 1930 (El Tiempo, 2018). La construcción de este espacio fue llevada a cabo por la empresa privada SCADTA (Sociedad Colombo Alemana de Transportes Aéreos), la cual buscaba a través de este medio de transporte acceder con mayor rapidez a diferentes municipios del país (El Tiempo, 2018).

Gracias a los nuevos desarrollos en materia de transporte e infraestructura hotelera, en el año 1931, el presidente Enrique Olaya Herrera emitió la Ley 86 de 1931, por medio de la cual se pretendía fomentar el turismo en el territorio nacional (Moreno Riveros, 1981; Congreso de la República de Colombia, 1931).

La Ley 86 de 1931 buscaba regular todos los aspectos relacionados con el turismo, desde la emisión de panfletos turísticos y la conservación de reliquias, hasta el fomento para la construcción de nuevos lugares para la acomodación. También se concentraba en la finalización de carreteras que llevarían al mar y a la frontera con Venezuela, estimulando no solo el turismo nacional, sino también el internacional (Congreso de la República de Colombia, 1931), valiéndose del uso del automóvil, como una importante comodidad, que se estaba instalando dentro de la nueva economía monetaria y fabril del país (Solano, 2010).

Enrique Olaya Herrera buscó favorecer las condiciones para el desplazamiento y la acomodación con fines recreativos en el país, generando las condiciones para la fijación del capital derivado del turismo a partir de una ley que motivara el desarrollo de infraestructura y la intervención de las ciudades a favor del turismo, es decir, favoreciendo los procesos de turistificación en los destinos que pudieran ser atractivos para los visitantes locales o extranjeros. En otras palabras, Enrique Olaya Herrera sentó las bases legales para la explotación turística en Colombia, concentrándose en aspectos relacionados con la movilidad, la infraestructura, el patrimonio cultural y las comunicaciones.

1.4. El Auge Industrial, las Comunicaciones y la Nueva Cara del Turismo Nacional

El auge industrial y la inscripción de la economía nacional en un modelo de desarrollo fordista², llevó a un crecimiento de la clase social trabajadora urbana que sería constante hasta la década de 1970 (Echavarría, Villamizar y González, 2006). El crecimiento de esta clase implicó la migración de los jornaleros del campo a las ciudades y el incremento automático del costo de vida para los mismos, quienes no dudaron en protestar porque su pago no alcanzaba para cubrir todos sus gastos (Solano, 2010). Con el fin de mitigar las huelgas de los trabajadores, no comprometer la productividad de las empresas y unificar las diversas leyes existentes en torno al aumento salarial (emitidas desde 1910) (Solano, 2010), apareció la necesidad de promulgar una ley que permitiera el establecimiento de un salario mínimo regulado para los trabajadores en todo el territorio nacional.

La Ley 6ª fue fijada en el año 1945, y en su artículo 4º indicaba que el Gobierno podría establecer, mediante decretos, el salario mínimo que deberían devengar los trabajadores, teniendo en cuenta diferentes condiciones relativas a la capacidad económica de las empresas y el tipo de tarea realizada por el trabajador (Congreso de la República de Colombia, 1945). Posteriormente, en el año 1949, aparece el Decreto 3871, el cual establecía el valor del salario mínimo diferenciado para los trabajadores de la ciudad, los del campo y los oficiales con contrato de trabajo (Presidencia de la República de Colombia, 1949). De esta manera, el dinero que el trabajador de las fábricas recibía a cambio de su labor, era superior al recibido por un campesino y se había convertido en un derecho amparado por la ley.

Tanto la Ley 6ª, como el decreto 3871, dieron pie para que en el año 1950 fuera emitido el Código Sustantivo del Trabajo. Allí, fue definido el concepto de salario mínimo como el que todo trabajador tiene derecho a percibir para subvenir a sus necesidades normales y a las de su familia, en el orden material, moral y cultural (Presidencia de la República de Colombia, 1950). Adicionalmente, en su Capítulo IV, se incluye de manera oficial el concepto de “vacaciones anuales remuneradas”, como el derecho que tienen los trabajadores, que hubieren prestado sus servicios durante un año, a disfrutar de a 15 días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas (Presidencia de la República de Colombia, 1950).

² De acuerdo con Lipietz (1994), el modelo fordista implica dos cosas: primero, una mecanización del “saber hacer”, que se traduce en la posibilidad de acumular dinero a cambio de trabajo, y la posibilidad de consumir bienes en masa, donde una mayor productividad se traduce en más ingresos; segundo, un modelo de regulación de a través de contratos, salarios y rentas, establecidos de manera uniforme a nivel nacional por parte del Estado, a través de una legislación laboral.

La clase trabajadora asalariada, con su derecho a disfrutar de un tiempo de descanso remunerado cada año, se consolidó en Colombia como un nuevo mercado del cual diversas empresas podrían lucrarse, dado que ahora ostentaba la posibilidad de tener dinero, tiempo y eventualmente una renta, para gastar tanto en bienes necesarios y durables, como en algunos que no fueran de primera necesidad, replicando localmente un patrón que había sido implementado en el mundo un par de décadas atrás con el fordismo. En palabras de Lipietz (1994), se hizo de la clase trabajadora una clase “acomodada”, capaz de consumir más allá de lo esencial.

Múltiples empresas privadas comenzaron, desde la década de 1940, a generar guías turísticas dirigidas a esta nueva clase trabajadora, promocionando destinos turísticos que pudieran ser interesantes para el viajero y, al mismo tiempo, publicitando sus productos a través de estos nuevos medios de comunicación (Sandoval Carvajal, 2017). Es así como, las élites buscaron a partir del turismo generar una nueva fuente de riqueza estable y rentable, basada en la promoción y explotación de atractivos localizados en diferentes regiones del país (Sandoval Carvajal, 2017).

Eventualmente, en 1949, se establece el gremio de las agencias de viajes en Colombia, consolidado como una asociación que pretendía proporcionar información, herramientas y medios para que sus miembros pudieran capacitarse para prestar servicios y ofrecer productos relacionados con el turismo de manera profesional (Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo [ANATO], s.f.). A este gremio se le denomina Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO).

Por otro lado, otro factor que aceleró la llegada de visitantes durante este periodo fue la construcción de múltiples aeropuertos en el país, lo que llevó a la popularización del viaje de ocio, que se tradujo en una nueva oportunidad de expansión del capital, a partir de la inversión en la industria aeronáutica. De esta forma, entre 1940 y 1950 fueron fundadas en Colombia 17 compañías aéreas dedicadas al transporte de carga y pasajeros (León Vargas, s.f.).

En términos de las comunicaciones, algunas aerolíneas del mundo comenzaron a incorporar un Sistema de Reservación Computarizada o CRS, por sus siglas en inglés, el cual permitía a las agencias de viajes acceder a información relativa a la programación de viajes para diferentes aerolíneas (Bonilla, 2013). Sistemas similares serían implementados en Colombia entre las décadas de 1970 y 1980, permitiendo que los trámites relacionados con la reservación de vuelos se hicieran de manera más rápida, programándolos con base a datos globales.

Durante este periodo también se dio la agrupación del gremio hotelero en el país, en el año 1954, como la Asociación Colombiana de Hoteles (ACOTEL), la cual posteriormente pasaría a ser la Corporación Hotelera de Colombia (COTELCO) (Asociación Hotelera y Turística de Colombia [COTELCO], s.f.). Adicionalmente, en 1956 fue fundada la Oficina Municipal de Fomento al Turismo en la ciudad de Medellín y un año después, se funda a nivel nacional la Empresa Colombiana de Turismo; ambas instituciones estaban encargadas de la producción de guías turísticas y fomentar la industria turística en el país (Sandoval Carvajal, 2017).

Se establece de esta forma una relación causal, donde el desarrollo industrial en Colombia y la acumulación local de capital, dieron pie a numerosos cambios que permitieron la aparición y desarrollo de un mercado y una industria turística. La consolidación de una nueva clase social urbana trabajadora, con dinero y tiempo libre, junto con la implementación y popularización de nuevas tecnologías del transporte y las comunicaciones, hicieron posible la fijación y crecimiento del turismo en el territorio nacional. En adición, todas estas causas darían paso para que, en la década de 1960, se fundara la Corporación Nacional de Turismo de Colombia, como la primera institución encargada de la organización, planeación, control y promoción del sector turístico en el país (Benavides, 2015).

La generación de condiciones óptimas para el turismo conllevó a una eventual afluencia de visitantes en diversos lugares, estimulando de esta manera la turistificación de los espacios, puesto que aparece la oportunidad para el capital de lucrarse de la necesidad de compra de bienes no durables por parte de los visitantes. En otras palabras, al aparecer una demanda por el lugar de ocio y el producto de viaje, se da lugar a la aparición de la oferta, y esta dinámica social inevitablemente comienza a transformar algunos espacios de Colombia.

1.5. La Crisis del Modelo Industrial y los Estudios para la Competitividad

El modelo fordista, en Colombia y en el mundo, demostró ser más productivo que los modelos económicos precedentes (Lipietz, 1994). Con el fin de generar ganancias y no pérdidas, este modelo de producción masiva requería de un mercado que tuviera la capacidad de consumir bienes cuantiosamente. Por este motivo, se incentivó el consumo por parte de los miles de obreros asalariados, impulsando el crecimiento del capitalismo desde el interior de los países.

Adicionalmente, el fordismo permitía a la clase asalariada recibir una mayor remuneración en función de su productividad. Se deduce que esta condición alentaba el consumo no solo de

bienes, sino de servicios como el turismo, llevando a su popularización y crecimiento, cuestión que se pone en evidencia en Colombia al revisar los registros que dan cuenta del gran número de hoteles fundados entre las décadas de 1950 y 1980 (Moreno Riveros, 1981).

Con la explosión del mercado doméstico, gracias al crecimiento de la clase trabajadora asalariada y su demanda por el consumo masivo de bienes y servicios, crecieron también las exportaciones. De acuerdo con Lipietz (1994), ante la ausencia de un acuerdo transnacional, que permitiera regular al fordismo de manera unificada en el mundo, aparecieron tendencias, por parte de ciertas empresas, a instalar sus plantas de producción en países periféricos, donde el modelo de producción industrial no se encontraba consolidado y los costos por el pago de salarios eran menores. De este modo, la internacionalización, donde los mercados domésticos se llenaron de productos del exterior, fungió como un factor determinante para que el modelo fordista entrara en crisis y la industria de servicios global prosperara en los países donde las economías industriales ya no eran tan rentables (Márquez López y Padilla Cobos, 2008).

En Colombia, esta crisis llegó entre las décadas de 1960 y 1970, momento en el cual el desarrollo industrial comenzó a perder su dinamismo tanto local como globalmente (Echavarría, Villamizar y González, 2006). La política industrial del país, de acuerdo con Rodríguez Araújo (2010), buscó en un principio la sustitución de importaciones por materias primas y bienes de consumo no durables, producidos localmente. Sin embargo, esta política fue incapaz de trascender a la producción de bienes de consumo durables o tecnológicos, agotando rápidamente toda posibilidad de diversificación de la oferta productiva industrial en el país (Rodríguez Araújo, 2010).

Al panorama anteriormente descrito, que tuvo lugar principalmente durante la década de 1970, se le sumó la presencia abrumadora de inversión extranjera directa y la dependencia tecnológica (Rodríguez Araújo, 2010), lo que eventualmente llevó, en la década de 1980, al estancamiento estructural de la industria manufacturera. En consecuencia, la mayor parte de los desarrollos tecnológicos procedentes serían realizados en los sectores existentes, la participación de la industria en el PIB nacional se vería reducida y la de los servicios aumentaría³, la dependencia por maquinaria industrial importada incrementaría y la desaceleración económica sería inminente (Rodríguez Araújo, 2010).

³ De acuerdo con Echavarría, Villamizar y González (2006), entre 1970 y 2003 el peso de la industria cayó 13.4 puntos del PIB (25,7 a 12,3) y el de la industria de los servicios creció 10 puntos (46% a 56%).

Para la década de 1980, Colombia inició un proceso de desindustrialización que alcanzaría su máximo nivel en la década de 1990 (Rodríguez Araújo, 2010), década durante la cual el país pasaría por un periodo de recesión económica que, según Rodríguez Araújo (2010), llevaría a la pérdida de 60.000 puestos de trabajo en las fábricas a nivel nacional. Mientras más caía la actividad manufacturera, mayor era el número de actividades pertenecientes al heterogéneo sector terciario que se instalaban en el país (Rodríguez Araújo, 2010), buscando generar empleo y un movimiento de capitales sobre una base productiva orientada a las nuevas tecnologías de la información y los servicios (Márquez López y Padilla Cobos, 2008).

Un último golpe sería dado a la economía industrial con la presidencia de Cesar Gaviria (1990-1994), quien se encargaría de impulsar diversas reformas que favorecerían la apertura económica, con el propósito de generar un mayor crecimiento económico en el país (Vallejo Zamudio, 2014). De esta forma, se consolidó una arena para la libre interacción de la oferta y la demanda, al eliminar cualquier variable que impidiera la comercialización de cualquier producto o servicio y su consumo. Es así como, según Vallejo Zamudio (2014), el Estado se posicionaría como el encargado de generar las condiciones para la libre interacción comercial, y el crecimiento de la rentabilidad de la empresa privada.

Con Cesar Gaviria y la liberalización de la economía, llegó la preocupación por realizar un análisis de competitividad en Colombia, pues el país no contaba con el conocimiento experto sobre su potencial económico para competir en el mercado global (Bonilla Uribe y Martínez Gallego, 2009). Para tal fin, es contratada la compañía Monitor para llevar a cabo un estudio entre los años 1992 y 1993. Este estudio sería presentado en 1994, bajo el título “Creación de la ventaja competitiva para Colombia” (Cámara de Comercio de Bogotá, 1996), y daría como resultado varios imperativos estratégicos sobre los cuales el país debía posicionarse, no obstante, entre ellos no se encontraba el turismo.

Pese a no aparecer en el estudio de Monitor, la industria turística continuaba creciendo en el país, y los procesos relativos a su desarrollo e instalación en diferentes espacios se estaban viendo afectados por la falta de organización e inversión nacional y extranjera. Esto llevó al ejercicio de presión por parte de los gremios y corporaciones turísticas hacia el Gobierno Nacional. Dando pie para que, también en 1994, durante la XLV Asamblea de la ANATO, el gremio hotelero, el gremio de las agencias de viajes, las aerolíneas y la Corporación Nacional de Turismo abrieran un espacio para la discusión sobre la agenda del sector turístico con el Gobierno Nacional, en busca

de su organización dentro de la nueva política apertura económica⁴ que tenía lugar en el país (El Tiempo, 1994).

Es importante también resaltar que, si bien el informe de Monitor no tuvo en cuenta el turismo, algunas de las alternativas propuestas por el mismo afectarían el desarrollo de este sector, dado que como medio de internacionalización para la competitividad, proponía la descentralización de los canales de distribución, planteando como estrategia gubernamental el desarrollo de aeropuertos por fuera de Bogotá y la mejora de los canales de distribución en ciudades como Medellín (Cámara de Comercio de Medellín, 1995).

Hasta este punto, se puede ver cómo la crisis del modelo económico fordista buscó ser superada a través de la apertura del mercado local a un mercado internacional y la terciarización de la economía. Este cambio, para un país como Colombia, ha resultado perjudicial en múltiples niveles, que por la naturaleza de este trabajo no serán aquí discutidos. Sin embargo, se ha convertido en un beneficio para la actividad turística dentro de un contexto de internacionalización y fijación del capital en el suelo local.

Dado que ya existía una infraestructura básica para el turismo, unos gremios y corporaciones, los medios de transporte necesarios y los canales de comunicación establecidos, dentro del nuevo marco de la apertura económica, lo único que faltaba era la implementación de unas políticas nacionales que sirvieran para regular la industria, permitiéndole “despegar” y contar con mejor infraestructura. Por lo tanto, las conversaciones entre estos grupos y el Gobierno buscaron la organización de todos los actores e instituciones vinculados con el turismo, en aras de promover la inversión local y extranjera en este tipo de industria, la cual podría resultar beneficiosa para el desarrollo económico del país⁵.

1.6. La Ley 300 de 1996: Desde Samper Hasta Uribe

Con la llegada al gobierno del presidente Ernesto Samper (1994- 1998), fue planteada por primera vez una ley para la regulación nacional del turismo, señalando la actividad como una relevante para el desarrollo económico del país. Esta fue la Ley 300 de 1996, la cual estipula en su artículo 1° que:

⁴ Cabe resaltar que, se trataba de una apertura económica que buscaba atraer la inversión de países que ya se había recuperado económicamente de la caída del modelo fordista, de acuerdo con Márquez López y Padilla Cobos (2008).

⁵ El turismo se convirtió en un tema de discusión tan importante para el desarrollo económico del país, que los candidatos presidenciales Ernesto Samper y Andrés Pastrana expusieron sus planes de reforma a las regulaciones existentes sobre el turismo, como parte de sus campañas presidenciales en la década de 1990. (El Tiempo, 1994).

El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales, regiones, provincias y que cumple una función social. El Estado le dará especial protección debido a su importancia para el desarrollo nacional. (Congreso de la República de Colombia, 1996)

El interés principal de esta ley era el de promover el desarrollo de la industria turística a nivel nacional, compartiendo la responsabilidad entre agentes privados y públicos, de forma tal que se fomentara la generación de empresa turística y a su vez se garantizara el bienestar de los consumidores, la descentralización de los servicios y la protección del medio ambiente.

Junto con la Ley 300, fue configurado el Viceministerio de Turismo, adscrito al Ministerio de Desarrollo Económico, el cual, hasta la fecha, se debe encargar de dar un direccionamiento estratégico a la industria (Toro, 2003).

La existencia de esta ley marcó un punto de quiebre para la industria turística en Colombia, puesto que amparó la libertad de empresa por parte del sector privado, al tiempo que pretendía velar por los intereses del sector público, los consumidores y el desarrollo económico del país. El sector turístico, de esta manera, se consolidó como una industria donde se entrelazan los intereses del sector oficial, las instituciones mixtas (público- privadas) y el sector privado (Congreso de la República de Colombia, 1996).

La Ley 300 también dio los lineamientos para la creación de una Dirección Estratégica Turística, la cual, hasta la fecha, tiene a su cargo la promoción y el desarrollo de productos turísticos, el desarrollo periódico del Plan Sectorial de Turismo a nivel nacional, la investigación sobre los perfiles de la industria, la propuesta y coordinación de acuerdos internacionales, y la asistencia a las entidades territoriales, para que dentro de sus planes de ordenamiento territorial sean delimitados recursos turísticos y zonas de interés turístico, reconocidas como Zonas de Desarrollo Turístico Prioritario (ZDTP) (Congreso de la República de Colombia, 1996).

De acuerdo con lo anteriormente indicado, cada territorio del país tiene el deber de señalar sus ZDTP y sus recursos turísticos, de tal forma que queden consignados en sus planes de ordenamiento territorial (Congreso de la República de Colombia, 1996). Adicionalmente, los programas de gobierno de las administraciones locales deben incluir dentro de sus agendas temas relacionados con el desarrollo turístico de sus territorios.

Vale la pena hacer un alto en este punto y revisar el contexto dentro del cual se inscribió esta ley, pues durante la década de 1990, el país vio crecer al narcotráfico y los grupos

paramilitares, cuestión que llevó a un alarmante incremento de los niveles de violencia y repercutió de manera negativa en la imagen internacional del territorio nacional, afectando en mayor medida ciudades como Medellín. Entra en juego aquí la ausencia de paz como un factor que condiciona el desarrollo turístico de un territorio, dado que se necesita paz para que haya afluencia de turistas en cualquier país (Menchero Sánchez, 2018).

Esto llevó a que los esfuerzos durante el gobierno del presidente Andrés Pastrana (1998-2002), estuvieran orientados a formular una “política turística para una sociedad que construyera paz” (Toro, 2003), tratando de promover el turismo doméstico y desarrollando la campaña de “Vive Colombia, viaja por ella”, implementada al finalizar su mandato presidencial en el año 2002 (Toro, 2003). De esta manera, se motivó el desarrollo de infraestructura y servicios de turismo regionales, que se afianzarían con mayor fuerza durante el mandato del presidente Álvaro Uribe Vélez (2002- 2010), quien al inicio de su gobierno desarrolló el primer plan sectorial de turismo, con ayuda de representantes de todas las regiones del país (Toro, 2003), y estableció, en el año 2005, la Marca País “Colombia es Pasión”, enfocada en que las personas hablaran bien de Colombia en el exterior (Procolombia, s.f.).

En este punto, es posible identificar la confluencia de los factores que han hecho posible el desarrollo de la industria y la creación de un mercado turístico en Colombia: (i) la consolidación de una clase trabajadora asalariada, con derecho al disfrute de vacaciones remuneradas, (ii) el levantamiento de infraestructura de acomodación para el viajero, (iii) la evolución de los medios de transporte, (iv) el desarrollo global de los medios de comunicación, (v) la promulgación de políticas nacionales orientadas al fortalecimiento de la industria turística y (vi) la oportunidad para la expansión del capital con el estímulo para el desarrollo de productos turísticos, buscando estimular la inversión nacional e internacional.

Durante este periodo todos estos factores se verían amenazados por la ausencia de paz en el territorio nacional, gracias a que el turismo, en palabras de Menchero Sánchez (2018), es una actividad socioeconómica vulnerable, que cualquier indicio de riesgo puede afectar.

Aparece de esta manera el interés por mejorar la imagen del país y recuperar la confianza de los visitantes en el territorio, siendo ciudades como Medellín líderes en este aspecto, donde la violencia por el narcotráfico y la presencia paramilitar a las afueras de la ciudad la convirtieron en un lugar de alto riesgo, siendo señalada por la ANATO, desde el año 2000, como peligrosa (Menchero Sánchez, 2018). Medellín, desde el punto de vista turístico, ha buscado mejorar su

imagen, para atraer con ello inversión de capitales locales y extranjeros. Es así como, ha fundado instituciones como la Agencia de Cooperación Internacional de Medellín en el año 2002 (Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín [ACI], s.f), y el Medellín Convention & Visitors en el año 2005 (Oficina de Turismo y Fomento, 2005). Estas instituciones se valen del marketing territorial para enamorar al mundo de la ciudad y de la región, apuntándole a la generación de pactos para la convivencia que estimulen la inversión de capital en la ciudad.

1.6.1. La Paz Como un Factor Crítico para el Turismo

Según Menchero Sánchez (2018), la promoción de Colombia como destino turístico en el mundo se vio impulsada por un evento externo que renovó el interés internacional sobre el país, este fue la firma del acuerdo de paz entre el gobierno del presidente Juan Manuel Santos (2010-2018) y las FARC-EP en el año 2016.

Pese a que la paz no es considerada en sí una causa para la fijación del turismo en un territorio, es un factor que influye en su entrada y permanencia. En palabras de Menchero Sánchez (2018), la paz es un componente necesario para el turismo.

La firma del acuerdo de paz tuvo efectos positivos sobre la economía y la imagen del país. Adicionalmente, permitió ver al turismo como una oportunidad para el desarrollo social, cultural y ambiental, que puede ayudar en la generación de empleo y la reducción de desigualdades en un escenario del posconflicto (Menchero Sánchez, 2018). De acuerdo con N. Ángel:

Colombia estuvo en el ojo del mundo entero con la firma del acuerdo de paz (...). Al haberse vuelto más atractivo el país, al haberse incrementado el turismo en el país, incrementa la cantidad de turistas que llegan a ciudades como Medellín. (N. Ángel, comunicación personal, 14 de julio de 2020)

La llegada de más turistas representó una oportunidad de desarrollo económico para el país y un reto con relación al desarrollo de infraestructura de servicios para recibir a los visitantes, acarreado inevitablemente procesos de turistificación en diferentes territorios.

1.7. Del Contexto Nacional al Local: Planeación Urbana y la Llegada del Turismo a Medellín

Es al interior del contexto descrito anteriormente donde se hace necesario ubicar a la ciudad de Medellín como un territorio que, durante la década de 1990, se vería negativamente afectado por la caída del modelo económico industrial, dentro del cual la ciudad se asumía como potencia

nacional; un acelerado y desordenado crecimiento de su población, producto de la migración de mano de obra del campo a la ciudad en poco tiempo; y la florescencia del narcotráfico, actividad que llevó a un incremento de los niveles de crimen y afectó negativamente la imagen internacional de la ciudad. La combinación de estas tres circunstancias, según Sánchez Jabba (2013), dejó a la ciudad sumida en una profunda crisis urbana, caracterizada por una gran inestabilidad institucional y un pesimismo generalizado.

Como respuesta a esta crisis, en 1995 se hace el levantamiento de un informe para la competitividad de la ciudad, dos años después de que la empresa norteamericana Monitor fuera contratada por el Gobierno Nacional para elaborar el informe para la competitividad de Colombia. El argumento utilizado para promover el levantamiento de este tipo de informe localmente fue el reconocimiento de las diferencias entre territorios (Cámara de Comercio de Medellín, 1995), lo que llevaría a entender que los aspectos hacen competitivos a un lugar no puede ser generalizados y le corresponde a cada territorio identificarlos, para así orientar sus esfuerzos sobre lo que le puede favorecer.

Fue la Cámara de Comercio de Medellín la encargada de impulsar esta iniciativa, respaldada por la administración local y los gremios productivos de la ciudad. De esta manera, fue contratada nuevamente la firma Monitor para realizar un estudio para la competitividad, llamado “La Ventaja Competitiva de Medellín”, donde se retomaron principalmente los modelos mentales de la dirigencia antioqueña, sobre los cuales pesaban las decisiones que hicieron de la ciudad y del departamento lo que eran hasta ese momento (Cámara de Comercio de Medellín, 1995).

El estudio de Monitor mostró que, si bien Medellín presentaba un desarrollo económico interesante, comparado con las demás grandes ciudades de Colombia, se encontraba lejos de ser competitiva a nivel mundial. Por lo tanto, se buscó incorporar un discurso orientado hacia la apertura internacional, la innovación y el aprendizaje permanente, que permitiera a las empresas locales instalarse en el nuevo orden mundial, de tal forma que, antes de desaparecer, tuvieran la oportunidad de cambiar (Cámara de Comercio de Medellín, 1995). Es así como la ciudad le apuntó a una autonomía regional, enmarcada dentro de las nuevas políticas de descentralización, sin perder de vista las estrategias nacionales que promovían la competitividad.

En este nuevo informe de Monitor, Medellín retomó todos los imperativos estratégicos previamente analizados por la compañía norteamericana y se concentró también en uno que había sido explorado de manera preliminar por el gobierno de Cesar Gaviria durante un seminario

celebrado en Cartagena en 1993 (Toro, 2003). Este imperativo estratégico, planteado de forma preliminar, era el turismo. Es así como el turismo fue identificado como una industria con un alto potencial de explotación a nivel regional, cuya operación debía centralizarse en Medellín, y para la cual debía invertirse en infraestructura y promoción.

Un aspecto para resaltar del informe de Monitor sobre la ventaja competitiva de Medellín es la propuesta de repensar la actividad gremial de la ciudad por fuera de las industrias y definida por Clústeres (Cámara de Comercio de Medellín, 1995). Entendiendo como Clústeres a las “concentraciones geográficas de empresas e instituciones interrelacionadas que actúan en una determinada actividad productiva, agrupan una amplia gama de industrias y otras entidades de apoyo al ambiente de negocios” (Cámara de Comercio de Medellín, 2009, p. 19), que incluye proveedores de insumos críticos y proveedores de infraestructura especializada.

Gracias a las recomendaciones dadas por este informe, relativas al “desarrollo de una actitud más dinámica hacia el aprendizaje y la modernización institucional y la implementación de una estrategia clúster para profundizar en el desarrollo de la región” (Cámara de Comercio de Medellín, 2009, p.36), en 1995, la Consejería Municipal para la Competitividad y el Empleo convocó a los principales actores de la ciudad para la formulación concertada de un Plan Estratégico para Medellín y el Área Metropolitana– 2015 (PEMAM) (Ramírez y Giraldo, 2009). La construcción de este plan estuvo fuertemente motivada por las crecientes preocupaciones de una élite empresarial antioqueña por revitalizar la economía, a partir de un cambio de modelo económico en el departamento, que permitiera el desarrollo de nuevas actividades productivas que pudieran jalonar la economía regional (Cámara de Comercio de Medellín, 2009).

El PEMAM propuso una reflexión sobre el futuro de la ciudad, que involucraba la participación ciudadana y el diálogo para dar solución a los problemas que aquejaban al territorio y su población (Ramírez y Giraldo, 2009). De esta manera, el documento resultante logró posicionarse como un pacto colectivo, para asegurar que el futuro de la ciudad no se viera afectado negativamente por la confluencia de los factores externos e internos ya mencionados, tendientes a desestabilizar todos los órdenes de la vida urbana y las posibilidades de fijación del capital.

El PEMAM fue socializado públicamente en 1997 y comenzó a ser implementado en 1998, bajo la disposición de cinco líneas estratégicas. Es en su cuarta línea estratégica donde se ve por primera vez y de manera oficial el cambio de modelo económico de la ciudad de Medellín,

perfilando a la ciudad como un “Centro logístico y de servicios avanzados en la región andina, como base de una nueva dinámica industrial” (Ramírez y Giraldo, 2009, p. 48).

Dentro de las nuevas dinámicas industriales propuestas en el PEMAM se encuentran los proyectos de desarrollo de servicios médicos y odontológicos avanzados, la constitución de una red regional de ciencia y tecnología, el fortalecimiento de la ciudad como un centro del diseño y moda, la modernización de la infraestructura de telecomunicaciones, la definición de una política internacional para Medellín y su entorno global, y la integración de la ciudad en una red global de excelencia, entre otros (Ramírez y Giraldo, 2009).

Es con ayuda del PEMAM que se empiezan a definir los proyectos de planeación y desarrollo de la ciudad, ejecutados durante los gobiernos de los alcaldes Juan Gómez Martínez (1998–2000, Por Una Ciudad Más Humana), Luis Pérez Gutiérrez (2001–2003, Medellín Competitiva), Sergio Fajardo Valderrama (2004–2007, Medellín Gobernable y Participativa) y Alonso Salazar Jaramillo (2008–2011, Medellín Es Solidaria Y Competitiva) (Ramírez y Giraldo, 2009). Durante cada uno de estos períodos, se fue perfilando la reorientación de las dinámicas industriales de la ciudad de Medellín, hacia una industria de servicios, que permitiera al mundo creer nuevamente en el potencial de la ciudad, trajera consigo inversión extranjera y no permitiera la desvalorización del capital fijo presente en la urbe.

Por todo lo anteriormente dicho, es posible concluir que, gracias a las recomendaciones del informe de Monitor sobre la ventaja competitiva de Medellín, relativa a la estructuración de Clústeres, y a la renovada voluntad productiva de las élites industriales antioqueñas por generar riqueza mediante actividades productivas innovadoras, se vieron beneficiados sectores industriales que otrora contaban con menor protagonismo, como lo es el caso del turismo. De esta manera se sientan las bases para que, en el año 2000 se creara primero un micro- clúster de turismo y en el año 2008, se conformara un Clúster de Turismo de Negocios, Ferias y Convenciones (Clúster de TNFC), vigente hasta la fecha.

La implementación de la estrategia de los Clústeres en la ciudad de Medellín ha operado como una figura importante en la creación del lugar turístico y la turistificación de la región, dado que ha puesto en evidencia la motivación de la ciudad por transformar sus maneras y su territorio, para poder así integrarse de manera sólida a una economía global, a partir de la intervención local de su geografía.

1.8. Los Planes de Desarrollo Turístico y la Turistificación de la Ciudad

Al informe de Monitor y al PEMAM le siguió el levantamiento del primer Plan de Desarrollo Turístico de la ciudad de Medellín, en el año 2000. El cual tuvo como ejes centrales determinar el potencial de Medellín como destino turístico, hacer el primer inventario de bienes turísticos de la ciudad, sentar las bases para la posterior reestructuración de Plaza Mayor (anterior Palacio de Exposiciones), definir los parámetros para la creación del el Clúster de TNFC, y dar pie para la posterior creación del Sistema de Indicadores Turísticos de Medellín y Antioquia (SITUR), el cual pasaría a denominarse Observatorio Turístico de Medellín (OTM) en el año 2018 (Personería de Medellín, 2020).

El interés visible por parte de la ciudad por desarrollar un sector turístico, impulsado por la celebración de eventos y convenciones nacionales e internacionales, llevó a que, en el año 2002, el Palacio de Exposiciones de la ciudad se consolidara como una plataforma de negocios reconocida nacional e internacionalmente (Plaza Mayor, s.f.). En adición, en el año 2005, con el propósito de crear una entidad sólida, que tuviera como objetivo la promoción de la ciudad y, cuya junta representara todos los gremios turísticos de Medellín, la alcaldía de entonces promueve la creación del Medellín Convention & Visitors Bureau (Oficina de Turismo y Fomento, 2005), posteriormente denominado *Greater Medellín Convention & Visitors Bureau* (Bureau).

Para la fundación del Bureau se unen la Subsecretaría de Turismo, el Medellín Convention Bureau y la Oficina privada de Turismo. Dando paso a una institución de carácter público-privada, donde sería la Cámara de Comercio de Medellín la encargada de representar los intereses de las empresas privadas, y cuyo objeto es el fomento del turismo y la internacionalización de la ciudad, a partir de su promoción como sede de eventos (Oficina de Turismo y Fomento, 2005). Con esto, el Bureau busca generar turismo receptivo, contribuyendo además con el desarrollo de otros sectores económicos, cuyo objeto sea común con los intereses del Bureau (Oficina de Turismo y Fomento, 2005).

La exposición de Medellín como destino de negocios y vacacional se vio impulsada por el desarrollo y uso intensivo de las nuevas tecnologías de las comunicaciones⁶, como el internet. Esto permitió al Bureau desarrollar plataforma en línea *Medellín.Travel*, la cual opera como una guía

⁶ Vale la pena resaltar que el posterior y más reciente desarrollo de las tecnologías de las comunicaciones es uno de los mayores causantes del crecimiento del turismo en el mundo, dado que permiten el acceso inmediato a información relacionada con el destino deseado de viaje y reducen los tiempos de las transacciones a la hora de adquirir productos turísticos, tanto por parte del visitante, como por parte del inversionista (Bonilla, 2013).

turística completa de la ciudad, al alcance de cualquier persona en el mundo. Al interior de esta plataforma se les dio visibilidad a bienes y servicios de consumo turístico, orientados principalmente a un cliente de alto gasto, el cual busca consumir productos de descanso y placer (leisure), como cultura, naturaleza, gastronomía, bares, compras, y ocio en general (N. Ángel, comunicación personal, 14 de julio de 2020).

De esta forma, el Medellín Convention & Visitors Bureau funge como una institución o forma social local transescalarizada, que pretende articular a la ciudad de Medellín con el resto del mundo a través de su promoción como destino turístico de talla mundial, para un público especializado⁷ o vacacional.

A la creación del Bureau y la reestructuración del Palacio de Exposiciones le siguió el establecimiento del Clúster de TNFC, como uno de los sectores estratégicos de desarrollo económico de la ciudad. Este Clúster tiene como objetivo “facilitar el trabajo colaborativo y la sinergia entre la industria del turismo con las demás industrias del país, con el propósito de contribuir al desarrollo del territorio” (Cámara de Comercio de Medellín, s.f.). Para lograr esto, el Clúster de TNFC busca el posicionamiento de la región como un destino innovador, tecnológico, responsable y accesible para todos, donde el visitante se puede integrar con el entorno y se vela por que su experiencia sea positiva (Cámara de Comercio de Medellín, s.f.). Se puede identificar de esta manera la importancia de contar con un sistema y canales de transporte óptimos, que hagan posible la llegada de visitantes a la ciudad y su desplazamiento.

Los Planes Estratégicos de Turismo de Medellín de los años 2011 y 2018 serían desarrollados en línea con los objetivos del Clúster de TNFC (Alcaldía de Medellín, 2011, 2018). Es así como con el plan del 2011 se buscó generar una mejor infraestructura para el turismo y sentar las bases para el desarrollo de una Política Pública de Turismo. Esta política pública sería establecida en el año 2015, como respuesta al crecimiento del sector turístico en la ciudad, a las tendencias globales en materia turística y a los retos y oportunidades derivados del sector (Alcaldía de Medellín, 2018).

La Política Pública de Turismo buscaría la potenciación de Medellín como destino turístico, a partir de la dinamización del sector y la generación de alianzas públicas y privadas que

⁷ Se entiende por público especializado a las agencias, las mayoristas, los intermediarios que ayudan a que Medellín sea seleccionada como sede para eventos y convenciones. Por lo tanto, el turismo de reuniones está orientado al público especializado, porque allí se encuentran los dueños de los eventos, los presidentes de las asociaciones, y los dueños de los recintos para ferias (N. Ángel, comunicación personal, 14 de julio de 2020).

permitieran aprovechar la actividad turística como un motor de desarrollo local de manera sostenible (Concejo de Medellín, 2015a).

El desarrollo de esta Política Pública llevó a que, en el año 2018, el Plan Estratégico de Turismo estuviera alineado con su implementación (Alcaldía de Medellín, 2018). Por este motivo, los factores generales que se tuvieron en cuenta para alcanzar una fijación del turismo en el suelo local fueron el posicionamiento del destino nacional e internacionalmente, su conectividad con otras partes del mundo, la disponibilidad de infraestructura para reuniones, la relación entre calidad y precio, y la oferta complementaria de ocio orientada a turistas de negocios y vacacionales (Alcaldía de Medellín, 2018).

Las iniciativas aquí descritas permitieron que el turismo fungiera en la ciudad, como una alternativa económica alejada de las fábricas. La turistificación en Medellín se ve como el resultado no programado de un largo proceso que ha tenido como prioridad generar condiciones óptimas para la inversión, a veces sin cuestionar cuáles pueden ser las consecuencias de dicha inversión en el paisaje urbano y las relaciones sociales. Este proceso ha tendido a afectar de manera puntual algunos barrios de la ciudad, donde se cumplen las condiciones ideales para el desarrollo turístico: conectividad y comunicaciones, acceso a una red de transportes, infraestructura para el descanso y el ocio, y seguridad. Es así como barrios como El Poblado han contado con estas condiciones, sumadas a otros procesos históricos y sociales de transformación, que les han hecho óptimos para ser turistificados. Este hecho será explorado con mayor detalle en el segundo capítulo de este trabajo.

1.9. Conclusión del Capítulo 1

La concatenación histórico-geográfica de los factores y procesos expuestos en este capítulo, como lo son (i) el despliegue de una economía capitalista, con base en un modelo industrial fordista, que busca generar nuevas clases de consumidores, dentro de las que se destacan los trabajadores del sector industrial (obreros y empleados); (ii) el desarrollo de infraestructura que facilite la movilidad entre territorios, como lo son las carreteras y los aeropuertos, y la implementación de las nuevas tecnologías del transporte, tales como el automóvil y el avión; (iii) el nacimiento y fortalecimiento de una institucionalidad de carácter público-privada, encargada de la organización de gremios y la apertura de oficinas de fomento turístico; junto con el despliegue de estrategias para el crecimiento económico y acumulación de capital, como lo son los planes de

desarrollo de cada ciudad, han cumplido un rol fundamental para que en ciudades como Medellín tengan lugar proceso de turistificación, en comunas y barrios como El Poblado.

Adicionalmente, otro elemento que se torna relevante a la hora de entender cuáles han sido los factores y procesos que han hecho posible la fijación y crecimiento del turismo en la ciudad de Medellín, es la generación de instituciones para la promoción del turismo, apalancadas en las tecnologías de las comunicaciones, que han incrementado la afluencia de turistas, generando una demanda por parte de un mercado internacional sobre el suelo local para el consumo de servicios relacionados con el turismo, tales como acomodación, transporte, visitas guiadas, restaurantes, cultura y naturaleza. Estas instituciones, como el Bureau y Plaza Mayor, se constituyen como formas de agrupación social locales que operan de manera transescalar, articulando empresas e instituciones de la ciudad con el espacio global, a partir de la comercialización de Medellín como destino turístico para ferias y eventos de carácter mundial.

Por otra parte, la articulación de Medellín con el mundo ha implicado la llegada de más turistas, lo cual ha hecho necesario el desarrollo de una oferta mayor de bienes y servicios para el viajero de reuniones o vacacional. Esta oferta se ha materializado en lugares puntuales de la ciudad, como el barrio El Poblado, transformando su paisaje y condicionándolo, a partir de la implementación de la figura de clúster, a concentrar la mayor cantidad de instituciones y empresas dedicadas a trabajar con el sector turístico en la ciudad. Es así como, este barrio ha pasado a ser un centro de articulación de diferentes escalas, puntos de captación y fijación de flujos de dinero e información global en el suelo local.

Se puede concluir que, ha sido la confluencia de múltiples factores derivados de los planos internacional, nacional y local los que han permitido la fijación del turismo en la ciudad de Medellín y la turistificación del barrio El Poblado. Esta situación pone en evidencia que el capital actualmente no opera de manera independiente en un territorio, sino de manera interdependiente y transescalar. De esta manera, las políticas de desarrollo que fija una nación se encuentran enmarcadas dentro de unas condiciones y fenómenos globales. Adicionalmente, las regiones y ciudades incorporan estas políticas, de acuerdo con sus necesidades, operativizándolas y estableciendo marcos regulatorios locales. Finalmente, son los actores dentro del territorio local los que se encargan de incorporar dichas políticas, que a su vez les instan a establecer contactos y proyectos de modo directo con territorios foráneos.

Este fenómeno de interdependencia y transescalaridad, ha traído consigo cambios en las relaciones sociales que eventualmente han afectado la manera cómo se configura el paisaje urbano con relación al turismo. Esto, sumado a la porosidad del sistema normativo y la poca participación política por parte de los ciudadanos, visible en los bajos índices de interacción con entes gubernamentales en procesos de planeación urbana, tales como la gestión del POT, en donde se destaca al sector por ser el de menor participación en la toma de decisiones sobre el futuro de la Comuna(Alcaldía de Medellín, 2012), se han convertido en factores determinantes para que los capitales vinculados con el turismo se fijen y crezcan en algunos barrios de Medellín, como lo es El Poblado.

2. Transformación de las Formas Socioespaciales en el Barrio El Poblado y su Incidencia en el Proceso de Turistificación de la Zona

Hasta ahora se han identificado cuáles fueron los factores que permitieron que una actividad como el turismo llegara a Colombia, y se instalara y desplegara en Medellín. En este capítulo, se mostrarán los hechos que han permitido que el turismo se instale en el barrio El Poblado, de la Comuna 14 de Medellín, y las formas que, como actividad económica global, ha tomado dentro de ese lugar local. Estos hechos históricos permiten ver al barrio de El Poblado como un territorio cambiante, donde las transiciones entre formas socioespaciales no se han dado de manera armónica, ni concertada democráticamente, primando el interés por la producción y reproducción de capital.

Cabe aclarar que, al interior de la Comuna 14, el proceso de instalación del turismo no se ha dado de manera generalizada, puesto que se trata de un territorio heterogéneo, compuesto por sectores diferenciados, derivados de procesos históricos disímiles (Peralta, 2001). Dentro de esos sectores se encuentra Poblado Centro, compuesto por los barrios Lleras y Provenza, y conocido actualmente como la Zona Rosa de Medellín, la cual ocupa y actualmente excede los límites de Poblado Centro. Este es un sector que se destaca por ser el centro histórico de la Comuna y haber sido trazado de manera organizada, desde 1876, incluyendo en él una parroquia, una plaza (Naranjo Giraldo, 1992), y calles dispuestas de manera reticular, que conformaban manzanas ortogonales, únicamente interrumpidas por las quebradas La Poblada y La Presidenta (Instituto Tecnológico Metropolitano [ITM], 2010).

En términos metodológicos, este capítulo se valió de la revisión de libros, fotos, planos, planes de desarrollo territorial y revistas, que permitieran dar pistas sobre la historia del barrio El Poblado y la Comuna 14, en general. A esta revisión no se le impuso un límite de tiempo, puesto que se quiso identificar si las formas espaciales que el turismo ha tomado en el sector se derivaban de un proceso reciente, o correspondían con patrones de comportamiento presentes desde el origen del barrio. Por este motivo, se buscó ahondar en datos históricos, con el fin de contextualizar las situaciones y tensiones del presente como resultado de una larga historia de intercambios y cruces entre los actores pertenecientes a diversas clases socioeconómicas del sector, que dieran cuenta de la consolidación de una identidad orientada al recurrente recambio poblacional y a la explotación del suelo con fines comerciales.

Sumado a los datos históricos recopilados a partir de múltiples fuentes primarias, para el desarrollo de este capítulo fueron realizadas entrevistas a individuos políticamente activos del sector (ver Anexo 2). Dado que lo que se quería explorar eran las formas que el turismo ha tomado en el sector de Poblado Centro y la relación de estas formas con los procesos de construcción de la identidad del barrio, se buscó hablar con personas representativas de la comunidad, que conocieran la historia del barrio, sus procesos de transformación y las tensiones actuales que allí se dan relacionadas con el turismo. Por este motivo, se optó por conducir entrevistas largas, de corte semi-estructurado, con pocos individuos, que recolectaran las voces de los grupos de comerciantes y residentes presentes en Poblado Centro y su Zona Rosa.

Toda la información recolectada para esta capítulo fue sistematizada a partir de períodos históricos, dentro de los cuales fueron identificados los hitos más representativos en el proceso de constitución del barrio y su identidad, los actores más influyentes por periodo, la lógica dominante en los procesos de construcción del espacio, las formas socioespaciales emergentes y el relacionamiento e incidencia presente entre las escalas global, nacional, regional y local. Este proceso de sistematización permitió introducir la llegada del turismo al barrio y sus formas, como un asunto reciente y coherente con los procesos históricos, las tendencias de transformación y la identidad de Poblado Centro.

De esta manera, se muestra aquí cómo la mezcla de todas las relaciones, prácticas e intercambios, que se han dado a lo largo de la historia de Poblado Centro, ha repercutido en lo que es hoy en día el barrio. A su vez, se muestra cómo eso que el barrio es tiene poder para incidir en lo que pasa en otros lugares, haciendo que el sector de Poblado Centro opere como un lugar de articulación entre las escalas local, regional y global. Esta identidad del barrio es reconocida como una que, históricamente, ha promovido la producción de bienes y servicios, el desarrollo de un aparato comercial, la instalación de un sistema de transporte bien conectado y eficiente, y la consolidación de un lugar inicialmente pre y luego turístico, desde el cual se han coordinado y producido flujos globales de capital, que han llevado a la eventual globalización neoliberal del territorio.

La generación de nuevas formas de ocupar el suelo, la transformación del paisaje y la aparición de nuevos residentes (en la forma de turistas) no es algo nuevo en la zona, es algo que ya se tiene allí codificado. Si Poblado Centro fuera un animal, su genética sería esta y su identidad

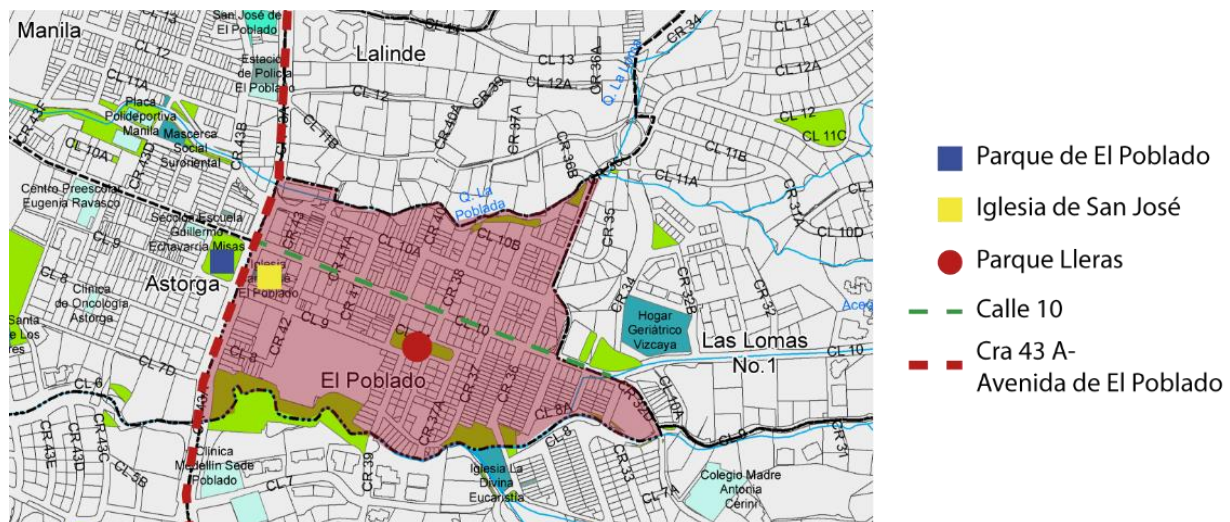
estaría siempre condicionada por las tensiones entre los actores que allí se encuentran inmersos y el movimiento de flujos entre una escala global y otra local.

2.1. Génesis de Poblado Centro, Identidad y Reconocimiento Comercial de la Zona

Para hablar de Poblado Centro se hace necesaria su delimitación geográfica como lugar de nacimiento y corazón económico de la Comuna 14 de Medellín. Como se puede ver en la Figura 1, Poblado Centro está compuesto por los barrios Lleras y Provenza, limitando al norte con el barrio Lalinde, al sur con La Florida, al occidente con Manila y Astorga y al oriente con Las Lomas No. 1 (Vivir en El Poblado, 2011). Según los límites establecidos por el Municipio, se extiende entre la Avenida El Poblado o carrera 43ª, hasta la carrera 32D, y entre las quebradas La Poblada (al norte) y La Presidenta (al Sur).

Figura 1

Mapa de límites de Poblado Centro



Nota. Este mapa parte de una elaboración propia, retomando un mapa de Catastro de la Alcaldía de Medellín, e incorporando lo indicado por el periódico Vivir en El Poblado (2011) sobre los límites del barrio. Al interior del área roja se encuentra delimitado Poblado Centro.

El Poblado nace como un resguardo indígena a las afueras de Medellín, denominado en principio como San Lorenzo de Aburrá. Ante el mal estado del resguardo y apreciando la fertilidad de su suelo, la Corona Española decide trasladar a los indígenas que allí moraban a otro territorio, adjudicando las tierras a españoles (Perfetti del Corral, 1995) y levantando un templo en el sector

(San Lorenzo), con el fin de atraer nuevos pobladores a la zona y explotar su suelo (ITM, 2010). Posteriormente, ante el deterioro del templo de San Lorenzo, sería levantado un nuevo templo, el de San Blas, y el territorio dejaría de llamarse San Lorenzo de Aburrá y pasa a ser denominado San José de El Poblado (Peralta, 2001).

En 1843, Eusebio Restrepo, vecino de la comunidad de El Poblado, solicita sea construido un nuevo y mejorado templo en unos terrenos suyos, pidiendo como única contraprestación que dicho templo recibiera el nombre de su santo predilecto: San José (Peralta, 2001). Es así como, dos años después, El Poblado contaría con un nuevo templo, alrededor de la cual se construiría su centro económico y vida social, dando paso al nacimiento de lo que se conoce hoy en día como Poblado Centro. Para el año 1876, y después de varios años de presión por parte de la comunidad de El Poblado, el estatus del templo es elevado, dando paso a la consolidación de la Parroquia de San José de El Poblado.

De manera adicional a los controles eclesiásticos instalados en el sector, en el año 1865, se instalan los políticos a través de una Inspección de Policía en el sector del Aguacatal (actual Aguacatala) (ITM, 2010). De acuerdo con Peralta (2001), la llegada de esta forma administrativa llevaría a que, a partir del mismo año, el territorio fuera tratado como un corregimiento de Medellín, bajo el nombre de El Poblado- condición que conservaría hasta mediados del siglo XX.

La presencia de controles institucionales y eclesiásticos, sumados a la autogestión de la comunidad, llevaría a que este corregimiento, localizado en el extremo suroriental de Medellín, se desarrollara como uno ordenado y seguro, donde sus pobladores tenían la responsabilidad de mantener las buenas formas y el ornato (Peralta, 2001). De esta forma, a comienzo del siglo XX, los alrededores de la parroquia empezarían a llenarse de nuevas y numerosas familias, que edificarían sus casas alrededor de la iglesia, levantando varias manzanas, una malla vial reticular y un parque, todo esto conectado con el centro de Medellín y Envigado por medio de una carretera (actual Avenida de El Poblado) (Peralta, 2001).

El rápido crecimiento de la población de la zona, a principios del siglo XX, llevó a la eventual construcción de fincas de recreo de algunas de las familias más adineradas de Medellín, las de los “capitalistas” o “industriales ricos”. Estas familias vivían en su mayoría en el barrio Prado del Centro de Medellín y pasaban en El Poblado sus ratos de ocio y temporadas decembrinas (Naranjo Giraldo, 1992). Como resultado de este crecimiento, la oferta comercial en Poblado Centro comenzó a desarrollarse, buscando satisfacer las necesidades tanto de los nuevos como de

los viejos pobladores. Esta oferta le apuntó a destacarse positivamente, permitiendo que el sello distintivo del barrio fuera la calidad de sus productos, los cuales, de acuerdo con Peralta (2001), no tardaron en volverse famosos en la ciudad.

El crecimiento de la zona dinamizó no solo el comercio barrial, sino también el de la ciudad, pues los dueños de las primeras casas del barrio no querían construir sus viviendas con tapia, sino con adobes y cemento (Peralta, 2001). Esto hizo que algunas fábricas de ladrillos y tejas de la zona industrial de Medellín florecieran a la par que crecía Poblado Centro y sus alrededores. Denotando de esta manera la importancia del sector como un núcleo de desarrollo de la ciudad, con fuerza para jalonar la economía local, a partir de las demandas de los dueños de sus tierras. Cuestión que por décadas ha caracterizado la zona y le ha permitido ocupar un importante lugar en el territorio.

Eventualmente, no fue solo el centro de El Poblado el que se urbanizó. Para la década de 1930, llegaron nuevos pobladores a vivir a las lomas, principalmente campesinos que migraban de los pueblos antioqueños de Betulia, Abejorral, Urrao, Rionegro, Yarumal, Salgar o Angustura, entre otros, con el fin de tener una mejor calidad de vida en la ciudad (Naranjo Giraldo, 1992; Peralta, 2001). Es así como, los sectores aledaños a la Parroquia de San José y las lomas quedarían repartidos entre tres grupos social y económicamente diferenciados: las familias de clase media de los pobladeños originales, los industriales ricos y los campesinos pobres. Esta diversidad socioeconómica, de acuerdo con Peralta (2001) ha sido una de las características predominantes del sector, donde siempre han convergido diferentes maneras de entender el mundo, diferentes anhelos colectivos, modos de vida disímiles y contradictorios, en definitiva, diferentes culturas.

Con el tiempo, la vida en este centro urbano y su desarrollo pasaría a depender de las relaciones de codependencia y cruces entre estas maneras diferentes de entender el mundo. De esta forma, la clase media y baja necesitarían de la rica para que consumiera lo que producían y les empleara, y los ricos necesitarían de los trabajadores del centro y de los campesinos para satisfacer todas sus demandas de consumo de bienes, servicios y mano de obra para sus campos. Esta interacción entre los unos y los otros estimuló el desarrollo económico de la zona y estableció una jerarquía social y un patrón en los usos del suelo, que pervive hasta hoy en toda la Comuna 14.

Por otro lado, fue esta relación comercial y de codependencia la que impulsó el levantamiento de infraestructura en la zona, puesto que la inyección de dinero por parte de los capitalistas se mantuvo constante, permitiendo la florecencia y crecimiento del sector. Este

dinero, producto del boom fordista que tuvo lugar en la ciudad y en el país durante la primera mitad del siglo XX, se fijó en el territorio local, dándole forma y contribuyendo para que Poblado Centro se perfilara como un centro de comercio, donde los industriales ricos se convirtieron en clientes, patrones y dueños de la tierra (ITM, 2010).

Durante este vertiginoso proceso de desarrollo, los capitalistas quisieron mitigar el riesgo de que sus tierras perdieran valor y, para lograr tal fin, se hicieron cargo de controlar los poderes allí presentes, sentando las bases de la estratificación de la zona, donde los pobres campesinos fueron relegados a las lomas y los pobladeños a trabajar y a vender productos en el centro (Peralta, 2001). A lo largo de la primera mitad del siglo XX, se da una conquista del interior del territorio por parte de fuerzas externas, se cambia el estatus y el uso del suelo y un sistema social y económico irrumpe en el sistema presente (Knafou, 1991), modificando su identidad de forma permanente.

Como consecuencia de esto, el barrio pasaría a quedar condicionado por diversos procesos que se mantienen vigentes y se siguen reforzando hasta la fecha, entre los que se destacan la inversión privada con ánimos de fijación y reproducción de la riqueza, la segregación de grupos de acuerdo con su condición socioeconómica, la coexistencia de múltiples culturas y maneras de entender el mundo, el reconocimiento de la zona como una de ocio con una amplia oferta comercial, el reconocimiento de sus productos en toda la ciudad y su capacidad de sostenerse como un centro de desarrollo económico de Medellín, por fuera de su centro tradicional.

Estos procesos darían paso a una identidad sólida y diferenciada, la cual condicionaría cualquier intervención, interacción o iniciativa que posteriormente allí se instalara. Gracias a su génesis, el devenir de Poblado Centro siempre estaría marcado por un sello comercial, una marca de estatus, y una intención de producción y reproducción del dinero, que le permitirían establecerse, a la larga, como Zona Rosa y, más adelante, como la zona turística que conocemos actualmente.

2.2. Los Primeros Barrios, la Expulsión de los Antiguos Moradores y la Llegada de Nuevas Formas de Habitar y Consumir

El crecimiento de la ciudad de Medellín, producto del boom industrial y el nuevo régimen urbano desarrollista que se había instalado en el país, durante la primera mitad del siglo XX, llevaría a la eventual densificación, fragmentación y deterioro de su centro tradicional (Naranjo

Giraldo, 1992; Peralta, 2001). Esta misma dinámica industrial tendría como consecuencia la aparición de dos situaciones que impulsarían a las élites a buscar otros lugares de residencia por fuera del Barrio Prado: (i) la expansión comercial del centro de la ciudad y la reducción de su función residencial (ITM, 2010); (ii) la expansión del territorio y la conformación de nuevos barrios como horizonte habitacional para las élites y la emergente clase trabajadora (ITM, 2010). Gracias a estas situaciones, los industriales ricos llegarían a habitar sus fincas de El Poblado de forma fija, motivados por una permanente búsqueda de tranquilidad y seguridad (ITM, 2010), en un entorno donde su poder socioeconómico y político no se viera en riesgo.

Por otro lado, el mismo modelo desarrollista sería el responsable de impulsar la transformación social y espacial de Poblado Centro, la cual iniciaría en 1937 con la construcción del primer barrio residencial pensado para dar vivienda a la nueva clase media de profesionales trabajadores, que había aparecido con el auge industrial y estaba creciendo en la ciudad (ITM, 2010; Tettay De Fex, 2021). Este barrio fue llamado Barrio Lleras, el cual se destacaría por ser la primera urbanización de Medellín (Naranjo Giraldo, 1992), y su construcción culminaría en la década de 1940 (ITM, 2010). La construcción de este barrio fue gestada por el Estado, el Banco Central Hipotecario (BCH) y el Instituto de Crédito Central, en un lote campestre detrás de la Iglesia de San José (ITM, 2010).

Con el tiempo, esta zona ordenada, segura y limpia, que era Poblado Centro, continuaría siendo atractiva para las nuevas familias de clase media trabajadora, las cuales buscarían hacerse a una casa en el sector. Con motivo de esta demanda de propiedad raíz, durante las siguientes dos décadas, se daría la construcción de los barrios Provenza (antes finca Provenza), Manila (antes finca Manila) y Astorga (antes finca Astorga), aledaños a Poblado Centro (Naranjo Giraldo, 1992). La construcción de estos barrios fue posible gracias a la lotización de las fincas de los industriales, que tuvo lugar durante las décadas de 1940 y 1950, de la mano de una figura aprobada nacionalmente en 1921, conocida como la contribución o impuesto por valorización (ITM, 2010). Por medio de esta figura el Estado buscaba recaudar impuestos destinados a la construcción de infraestructura para conectar las ciudades como totalidades bien articuladas. Dicha contribución debía ser pagada por los dueños de las propiedades que se iban a beneficiar de la construcción de las nuevas obras de malla vial y saneamiento (Peralta, 2001).

Para el caso de Medellín, la contribución por valorización fue legitimada ideológicamente como una herramienta higienista que buscaba sanear terrenos, sin embargo, de acuerdo con Peralta

(2001), justificaba una función social menos explícita, que afectaría directamente a barrios como Poblado Centro: la de expandir el mapa de mercado del suelo urbano para permitir un mayor lucro.

Este proceso de expansión continuaría durante la década de 1950 y llevaría a la disolución de las grandes fincas en terrenos más pequeños (Peralta, 2001). Esta disolución de grandes terrenos fue posible, en primer lugar, porque muchos de los propietarios de tierras que no tenían cómo pagar la contribución por valorización, se vieron obligados a ceder porciones de sus predios al Estado o venderlos a terceros para cumplir con el pago de lo que les correspondía (Naranjo Giraldo, 1992). En segundo lugar, la división de las fincas en áreas más pequeñas se daría de manera forzosa con la construcción de una nueva malla vial que buscaba conectar los “nuevos” terrenos entre sí, favoreciendo la movilidad de los nuevos habitantes de la zona (Naranjo Giraldo, 1992), quienes ya empezaban a contar con vehículos particulares para transportarse. Por último, la principal responsable de esta disolución de los terrenos fue la mala gestión en la planeación y reglamentación de los usos del suelo, la cual fue interpretada como una oportunidad de lucro por parte de los comerciantes y especuladores de la tierra, quienes comprarían porciones de los terrenos y los revenderían por cantidades ingentes de dinero (Peralta, 2001; ITM, 2010).

Este proceso de segmentación de las fincas dio lugar a la rápida urbanización del sector por parte de individuos de estratos altos y medios, principalmente entre las décadas de 1950 y 1960, con el poder adquisitivo suficiente para comprar los “nuevos” lotes. Estos nuevos residentes eran ajenos por completo a la cotidianidad e idiosincrasia del área, mostrando que con la disolución de las fincas no se había fragmentado únicamente el espacio físico, sino también los patrones de vida de los pobladores ancestrales, llevando al desplazamiento de los pobladores originales por causas económicas “toda vez que la población nativa no estaba en disposición de pagar los costos resultantes de aquella “oleada de progreso”” (Peralta, 2001, p. 165).

La segmentación física de la tierra puso en evidencia algunos atributos de la identidad que desde su génesis han caracterizado la zona: el interés por la generación y reproducción de la riqueza, la llegada de nuevos grupos sociales que modifican las condiciones culturales de los residentes locales, el interés por el progreso y la acentuada diferenciación entre ricos y pobres.

Con la llegada de los nuevos moradores a Poblado Centro y sus barrios aledaños, la zona dejó de ser un universo pequeño donde todo el mundo se conocía, se perdió la vida barrial y la memoria se fue sepultando por un mar de cemento (Peralta, 2001). Este último punto se vio fuertemente reforzado con la construcción de las primeras urbanizaciones privadas, en la década

de 1960, en la finca Patio Bonito, las cuales permitirían a los nuevos vecinos encerrarse en sus burbujas, desplazándose al centro únicamente a consumir bienes y servicios no coincidentes con los que originalmente allí se ofertaban. Con el tiempo, de las fincas y de ese primer Poblado, lo único que quedaría serían los nombres, que conservan los barrios hasta la fecha.

Ante la inminencia del desempleo y las tensiones derivadas de los procesos de urbanización, para la década de 1970, muchos residentes, que antes fungían como pequeños comerciantes en Poblado Centro, se fueron de la zona (Naranjo Giraldo, 1992), mientras que otros buscaron reestructurar su oferta de tal forma que pudieran satisfacer las demandas de los nuevos moradores. De cara a los más pobres, asentados en las lomas, este proceso implicaría un exilio masivo, dejando a unos pocos residentes, que empezaron a ver cómo se levantaban nuevos conjuntos residenciales para clases altas al lado de sus viviendas populares (Naranjo Giraldo, 1992). Estas viviendas de clase popular pasarían a ser reconocidas, en 1989, como asentamientos populares en el Mapa de Evolución Histórica de los Asentamientos Populares, elaborado para el Plan de Desarrollo de Medellín (Naranjo Giraldo, 1992).

Por otro lado, durante este mismo periodo, el proceso de transformación espacial y social del sector se vería impulsado con mayor fuerza por parte de la inversión privada, con la fundación del Hotel Intercontinental en 1970 (Aricapa, 2004), y la inversión de la administración local en las obras 272 y 246, que abrieron las vías paralelas a la Avenida del Poblado y la Regional entre 1968 y 1972 (Naranjo Giraldo, 1992).

Adicionalmente, en 1976 se estudió la posibilidad de incrementar el número de habitantes por hectárea en la Comuna (Perfetti del Corral, 1995), llevando a que en 1977 fuera firmado el Decreto Municipal 459, el cual optaba por la densificación de El Poblado, esta decisión fue una consecuencia de la implementación del Plan Piloto de la ciudad de Medellín, formulado en 1950 por la firma norteamericana Wiener y Sert, donde se proponía la densificación del suelo de manera regularizada en diversos sectores de la ciudad, con el fin de satisfacer la demanda por vivienda producto de rápido crecimiento de la población que se venía dando desde la década de 1940 (Perfetti del Corral, 1995).

Esta densificación llevaría a la construcción de un mayor número de unidades cerradas, edificios más altos, y en general cualquier tipo de edificación orientada a la explotación del suelo por parte del sector inmobiliario (Naranjo Giraldo, 1992; ITM, 2010). Este terreno, en otras palabras, debía ser mejor aprovechado, garantizando la permanencia de los estratos más pudientes

y la evolución de la zona hacia el sector de los servicios. Las casas destinadas a vivienda unifamiliar fueron tornadas en altos edificios, las calles se llenaron de vehículos, y la fisonomía del centro de la Comuna cambió en su totalidad, concentrando múltiples usos y actividades en su suelo (ITM, 2010).

La identidad original de El Poblado, particularmente de Poblado Centro se vería reforzada por estas nuevas dinámicas de densificación del suelo por parte de moradores de clases más altas. Los conjuntos residenciales implicarían seguridad y exclusividad, aspectos fundamentales en una ciudad como Medellín, donde los conflictos por temas de narcotráfico estaban empezando a florecer. Para la década de 1980, se esperaba que El Poblado se convirtiera en el líder del sector terciario, albergando bancos, corporaciones, centros comerciales y oficinas, entre otros (Peralta, 2001).

Es posible observar que, desde su origen, la identidad de El Poblado no se ha caracterizado por dar lugar a transiciones armónicas de una forma socioespacial a otra, mediante la aplicación de prácticas de concertación democráticas. Particularmente, Poblado Centro ha sido una zona que se ha visto condicionada por lo que el capital le ha impuesto, con sus nuevas reglas de juego que no permiten oposición alguna a sus designios (Peralta, 2001). Sea por medio del cobro de impuesto por valorización, por el diálogo entre particulares que buscan lucrarse de su identidad o por decretos municipales, en el Poblado siempre se han aplicado estrategias sutiles pero efectivas de desarraigo en aras de explotar su suelo, densificándolo, introduciendo nuevas maneras de habitar, otras actividades productivas, saberes diferentes y nuevas formas de apropiación del territorio, todo esto sin encontrar un punto de acuerdo con el pasado, el cual se ha visto abruptamente arrasado con cada nuevo presente (Peralta, 2001).

Es entonces el poder adquisitivo, y no el legado de un grupo social y su cultura, el que comienza a marcar los límites entre habitantes y actividades en toda la Comuna. Esta situación parece ser un fenómeno cíclico en el sector, donde cada cierto tiempo se renuevan sus edificios y habitantes, como resultado de las relaciones entre individuos cada vez más orientadas al lucro. Este aspecto se vuelve constitutivo de la identidad del lugar, favoreciendo, eventualmente, la entrada de diversas actividades comerciales, entre ellas la del turismo, la cual, para florecer, requiere de todos los aspectos tanto físicos, como relativos a las interacciones sociales, con los que un barrio como Poblado Centro, hasta este momento, ya contaba.

2.3. Narcotráfico, Consolidación Comercial de Poblado Centro: El Éxodo y el Encierro Residencial

En la década de 1980 una nueva ola de renovación y transformación llegaría a la Comuna de El Poblado en manos de los señores del narcotráfico o narcos. Estos nuevos habitantes llegaron dispuestos a pagar precios exorbitantes por las propiedades del sector y comenzaron a proliferar las edificaciones de tipo suntuoso y los establecimientos de comercio tipo fachada (ITM, 2010).

Los narcos correspondían a una clase social “emergente” que, a través del negocio del narcotráfico, obtuvieron el poder adquisitivo suficiente para entrar en la dinámica social y los círculos de consumo propios de las clases más altas (ITM, 2010). Este grupo optó por El Poblado como su lugar de residencia, comercio y ocio, por la connotación que tenía el sector de ser el más exclusivo y costoso de la ciudad. De acuerdo con el ITM (2010), la llegada de los narcos a El Poblado forzó una especie de democratización e hibridación transterritorial del espacio local, pues estos eran mayormente personas provenientes de las clases media y baja, capaces en ese entonces de comprar cualquier propiedad por el doble o triple de su valor comercial, haciendo irresistible su venta, estimulando un proceso de encarecimiento de la zona y obligando a los ricos a compartir el mismo territorio con ellos, estando juntos pero no revueltos (Aricapa, 2004).

A parte del sector residencial, la economía del narcotráfico y sus capitales ilegales se infiltraron en la vida productiva de El Poblado, especialmente en su centro, donde empezaron a aparecer los negocios para lavar narcodólares (Peralta, 2001) y propiedades compradas con testaferreros (Aricapa, 2004). De acuerdo con Peralta:

Nuevos imaginarios de éxito y prestigio se pusieron en escena en toda la comuna y la avanzada de este estrato emergente, que pretendió en última instancia la conquista simbólica y real de los centros oficiales de poder, encontró allí (en El Poblado) uno de sus feudos principales.

Haciendo del sector uno difícil de habitar, pues la segunda ola de moradores, la de “gente bien” y gente trabajadora, no soportaba “los castillos del mal gusto, los guardaespaldas o las balaceras”. (Peralta, 2001, p. 147)

Durante este periodo se inyectó mucho dinero en el sector, llevando al desarrollo de zonas aledañas a Poblado Centro, como la “Milla de Oro”⁸. Por otra parte, también se inyectó mucho miedo e inseguridad, lo cual llevó a la construcción de conjuntos cerrados y edificios aislados, como una manera de reaccionar a la sensación constante de amenaza⁹. El aislamiento se vendió y se asimiló como símbolo de seguridad y estatus (ITM, 2010), cuestión que se expandiría por toda la ciudad durante este mismo periodo, denotando el poder de la zona de influir en las dinámicas constructivas de otros sectores de una forma transterritorial.

En el momento en el que los espacios públicos eran temidos por las personas que nada tenían que ver con el negocio de la droga, los representantes de este lucrativo negocio se encontraban invirtiendo cantidades ingentes de dinero en las zonas más comerciales de El Poblado, cuestión que llevaría a una avalancha de renovación del paisaje urbano que no respetó nada (Aricapa, 2004). La transformación comenzó en los barrios Lleras y Provenza, regándose por el borde del Parque de El Poblado, sobre la avenida 43A y subiendo por las calles 9, 10 y 10A, tornando lo que quedaba de residencial en centros de comercio y “rumbeaderos” (Aricapa, 2004), activos tanto en el día como en la noche. Este proceso, de la mano de los narcos, llevó a la consolidación forzosa y definitiva de la mayor parte del sector, en la década de 1990, como Zona Rosa (Aricapa, 2004).

En virtud de estos cambios, muchos de los residentes de los barrios aledaños al centro de la comuna se fueron. Esto llevó a que múltiples sectores de El Poblado comenzaron a ser tierra de nadie, con pocos dolientes y, peor aún, con pocas manos interesadas en delinear y trabajar por otro futuro diferente a la invasión de cemento y hormigón, presente hasta la actualidad en la zona (Peralta, 2001). La mayoría de los pobladores que ya no querían tener que vérselas con la clase emergente de El Poblado, migraron a Laureles, Estadio y otras zonas (Naranjo Giraldo, 1992),

⁸ Durante la década de 1990, la alta demanda por parte de los narcos sobre la tierra y las propiedades en El Poblado condujo al incremento del precio del suelo y de la vivienda. De acuerdo con el ITM (2010), esta demanda llevó a que los lotes colindantes con la avenida de El Poblado, desde el parque principal hasta el Club Campestre, se denominara por parte de los corredores de propiedad raíz como “la Milla de Oro”, por considerar que allí el metro cuadrado era de los más costosos en el país.

⁹ Es importante señalar que, paradójicamente, mientras que los habitantes de El Poblado se encerraban por el miedo, Medellín estaba siendo conectada con el mundo a través de la actividad del narcotráfico, gracias a su cualidad de globalizante, que sirvió para ponerla en el mapa e identificarla, hasta ese momento, como el lugar de origen de personajes como Pablo Escobar y narcóticos como la cocaína. Esto no solo otorgaría poder a la ciudad para afectar las dinámicas que tenían lugar en otras escalas, sino que dejaría, en las propiedades de los narcos, un legado material en El Poblado que hasta la fecha continúa siendo explotado por diversas agencias de turismo como atractivo turístico de Medellín (Giraldo, Van Broeck y Posada, 2014).

dando paso a una nueva ola de residentes, que buscarían contagiarse de las marcas identitarias del sector.

A fin de cuentas, la llegada de los narcos al sector llevaría a la repetición de esa constante en la identidad de El Poblado: la comercialización del suelo con fines de generación de nueva riqueza o su reproducción. Adicionalmente, estos capitales que venían del exterior comenzaron a fijarse en el lugar local, afectando de manera drástica la configuración de El Poblado como sector residencial y de su centro como núcleo comercial, tomando lo que quedaba de las casas de los antiguos pobladeños y convirtiéndolas en bares, restaurantes, tiendas, licoreras, y todo tipo de establecimiento comerciales dedicados al ocio y a la comercialización de servicios.

Como resultado de estos procesos, esa marca de calidad y estatus que el sector de Poblado Centro ostentaba desde sus orígenes, en vez de perderse, se renovó, orientándose hacia la satisfacción de las demandas de una nueva clase social, dispuesta a pagar lo que fuera por consumir lo que se le antojara. Esto llevaría al encarecimiento de los precios en toda la zona y a la comercialización de productos exclusivos para quienes los pudieran pagar, repitiendo un ciclo ya conocido en el lugar, donde la expulsión de los residentes viejos nuevamente se daba por cuestiones socioeconómicas y de diferenciación de clases sociales.

Sería una imprecisión decir que el centro de la Comuna 14 fue víctima de los procesos que allí se estaban gestando, pues de alguna manera no diferían de los mismos que tantas otras veces se habían dado. Esta renovación de tipo social y material puso en evidencia el tipo de relaciones y prácticas que se habían instalado y naturalizado en el sector desde su origen, junto con el carácter transterritorial del mismo. Retomando y haciendo una lectura de estos fenómenos desde Massey (2004), lo que se empezó a ver en Poblado Centro fue el trazo de una geografía de vínculos y contactos, de cotidianidades que estaban repercutiendo sobre lo local, y de una identidad reforzada por su misma historia. Dicha identidad impactaría de forma horizontal a otros barrios de la ciudad, a partir de relaciones transterritoriales, pues Poblado Centro no se quedó estático y encerrado, sino que se volvió un lugar de encuentro producido por unos, para el disfrute también todos los otros que contarán con el gusto y los recursos para desplazarse y consumir lo que allí se estaba produciendo.

Esta nueva configuración del espacio llevaría a la transformación definitiva del suelo de Poblado Centro en uno altamente mixturado, de uso principalmente comercial. Sentando, de esta manera, las bases de lo que Knafou (1991) denominaría el lugar pre- turístico, dado que se fueron

instalando allí todos los atributos que permitirían la conversión, sin mucha transición, del barrio en un lugar turístico. La preocupación del sector por la producción de bienes y servicios para el ocio y el disfrute de bienes y servicios costosos por parte de individuos que tuvieran con los recursos para pagar por ellos, la presencia de lugares de acomodación seguros y próximos al centro de comercio de la comuna, el fácil acceso a medios de transporte y el fuerte y dinámico aparato comercial, siempre dispuesto a cubrir las demandas de un público selecto, se convertirían en ese “patrimonio genético” del lugar que, durante las siguientes décadas, le permitirían convertirse o reinventarse como lugar turístico.

2.4. Régimen Urbano Empresarialista y Consolidación de Poblado Centro Como Zona

Rosa

Como se explicó en el capítulo anterior, para la década de 1990, Colombia estaba pasando por una dura crisis, producto de la caída del modelo industrial, la guerra contra el narcotráfico y la inestabilidad general que eso había ocasionado sobre todos los planos de la vida social y económica del país. Una de las estrategias implementadas para reaccionar a la caída de este modelo fue a través de la apertura del mercado local a un mercado internacional y la terciarización de la economía. Adicionalmente, apareció la urgencia de pensar en mejores formas de ordenar los territorios urbanos, toda vez que el modelo desarrollista, arraigado en el modelo industrial, había perdido fuerza. De esta manera, aparece el modelo de desarrollo urbano empresarialista (Harvey, 2007), el cual no respondía a una lógica de planificación urbana gerencialista, encargada de proyectar una ciudad de manera holística, sino a uno que busca operar en los sectores que generaban una mayor rentabilidad para las inversiones inmobiliarias privadas (Alzate-Navarro, 2019).

Dentro de este nuevo modelo de desarrollo urbano aparece la Ley 388 de 1997, la cual se ajusta al cambio de enfoque en la planificación urbana dentro de un contexto global, buscando otorgar autonomía a cada municipio para ordenar su territorio, de forma tal que se beneficiara la función social, ecológica y económica del mismo, y se estableciera una distribución equitativa de las cargas y los beneficios al interior de las ciudades (ITM, 2010). Esta ley promovió el desarrollo e implementación de los planes de ordenamiento territorial en Colombia, como instrumentos de planificación en el orden municipal (ITM, 2010). Medellín se convertiría en una de las primeras ciudades de Colombia en aprobar su primer Plan de Ordenamiento Territorial (POT), en el año

1999, dando paso a un nuevo periodo de reconfiguración urbanística de la ciudad y su área metropolitana.

De acuerdo con el ITM (2010), la implementación de este POT representó una revolución normativa en términos territoriales para el municipio, dado que su objetivo era el de racionalizar las intervenciones en aras de alcanzar su máximo aprovechamiento, beneficiando principalmente el desarrollo social y económico de los diferentes sectores de la ciudad. Gracias a esta racionalización en el uso del suelo, en comunas como El Poblado, fue motivada una explosión urbanística, donde se dio continuidad a un proceso de densificación de manera acelerada, sin contar con los soportes naturales, el espacio público o el equipamiento necesario para satisfacer las necesidades de los habitantes del sector (ITM, 2010). Esta situación trajo consigo conflictos sobre la ocupación y aprovechamiento del suelo, puesto que el carácter residencial de ciertos barrios de la Comuna quedó en entredicho, favoreciendo su explotación de manera coherente con las tendencias que históricamente se venían presentando en ellos (ITM, 2010). De esta forma, el corredor de la Avenida de El Poblado y sus áreas de influencia fueron señaladas como zonas donde debía favorecerse el desarrollo comercial, enfocado en la gestión empresarial y financiera (ITM, 2010).

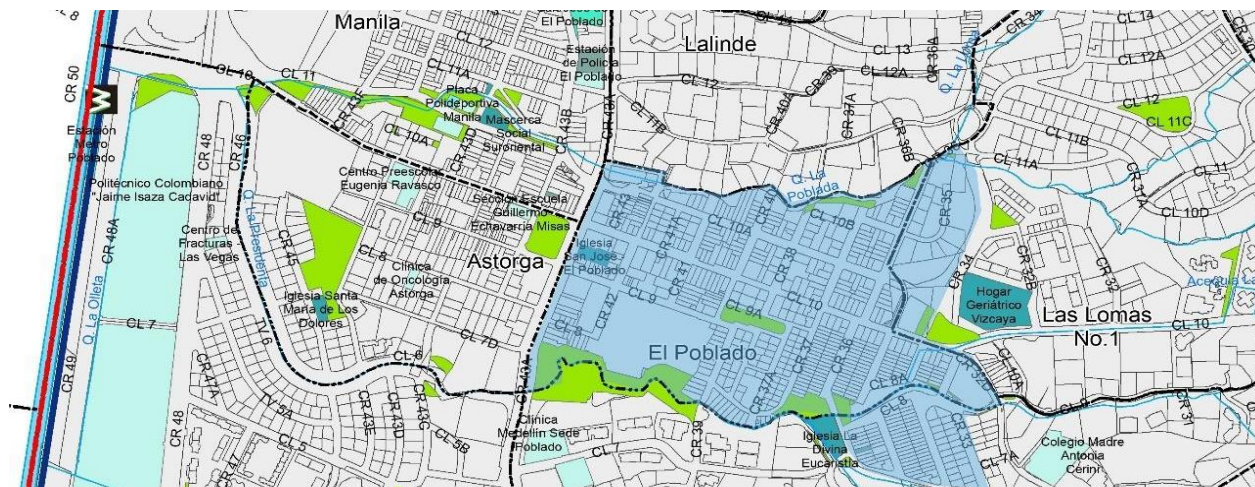
Para el caso de Poblado Centro, se ve cómo este barrio fue establecido desde 1999 como una centralidad zonal, atravesada por un corredor estructurante (Avenida 43A o Avenida de El Poblado), destinada al uso mixturado de su suelo, presentando una alta densidad en la ocupación de este y deficiencia en la asignación de espacios públicos para el uso colectivo (Alcaldía de Medellín, 1999). Es así como, en la zona, quedó en manos de actores privados la tarea de proporcionar espacios de recreación y ocio para los habitantes del sector. Si bien esta situación se venía dando de manera orgánica durante las últimas décadas, con el POT de 1999 se reafirmaron este tipo de tendencias como hechos soportados por una política pública, marcando al centro de El Poblado de manera definitiva como la Zona Rosa de la ciudad, donde el control de sus dinámicas territoriales dependería de actores privados y no de la municipalidad.

Esta etiqueta, trajo consigo múltiples implicaciones: (i) una delimitación geográfica de la zona, como se puede ver en la Figura 2, reconocible por todos los habitantes de la ciudad; (ii) la consolidación y el reconocimiento del sector como uno de uso comercial, recreativo, ideal para el encuentro de un público joven con buena capacidad adquisitiva; (iii) el eventual crecimiento del sector, producto de la acción de diversos actores privados en busca de obtener rentabilidad a partir

de la explotación de este suelo, teniendo como consecuencia adicional la continua expulsión de los residentes por parte de un nuevo grupo de habitantes y comerciantes en la zona.

Figura 2

Mapa de delimitación de Zona Rosa de El Poblado



Nota. El área azul corresponde a la Zona Rosa, de acuerdo con lo indicado por Ospina Zapata (2021). Este mapa parte de una elaboración propia, retomando un mapa de Catastro de la Alcaldía de Medellín.

Con el tiempo, el proceso de expulsión de los residentes de la zona se completó de manera generalizada, negando las directrices del POT relativas al uso mixturado del suelo, quedando el sector zonificado bajo un perfil comercial y recreativo. De esta manera, se refuerza el carácter comercial de la Zona Rosa de El Poblado, y aparece la necesidad de implementar estrategias de organización social y política para la protección de los comerciantes, como los nuevos habitantes del sector, cuestión que dio lugar a una agremiación, bajo la forma de corporación. Es así como nace, en el 2001¹⁰, la Corporación Zona Rosa, la cual tiene por objetivo representar a los comerciantes del sector ante la administración pública, al velar por sus intereses (L.G. Orjuela, comunicación personal, 26 de junio de 2020).

Gran parte del trabajo de la Corporación se ha centrado, desde su origen, en garantizar las condiciones de seguridad, orden público, levantamiento de infraestructura y mantenimiento del ornato y el espacio público, cuestiones fundamentales para que el sector continúe siendo uno de

¹⁰ De acuerdo con Tettay De Fex (2021), la Corporación Zona Rosa nace como una iniciativa para proteger a los comerciantes del sector y evitar su deterioro, después de la explosión del carro bomba que se instaló en el Parque Lleras en mayo del 2001.

los “mejores” de la ciudad, previniendo que el capital invertido en él pierda valor (L.G. Orjuela, comunicación personal, 26 de junio de 2020). Por otro lado, de acuerdo con lo expuesto por su director ejecutivo, Luis Guillermo Orjuela, desde su fundación la Corporación ha buscado alinearse con lo propuesto por la administración local en sus planes de desarrollo turístico, de tal manera que los comerciantes puedan beneficiarse con el crecimiento de la actividad en el sector (L.G. Orjuela, comunicación personal, 26 de junio de 2020).

Es en el primer Plan de Desarrollo Turístico de la ciudad de Medellín, propuesto en el año 2000, donde se señala la Zona Rosa de El Poblado como una de vital importancia para el desarrollo turístico de la ciudad, sugiriendo de esta manera que el POT de 1999 debía ajustar el tratamiento que se le estaba dando a la misma (Cámara de Comercio de Medellín, 2000), no solo como una centralidad de gran importancia para el desarrollo económico, potenciando la terciarización de su comercio, sino incluyéndola como Zona de Desarrollo Turístico Prioritario, de acuerdo con lo permitido por la Ley 300 de 1996. Es así como, se motiva la transformación de la Zona Rosa de acuerdo con este parámetro, proponiendo la ejecución de mejoras integrales sobre el rector, consolidándolo como un lugar de concentración turística, garantizando su buena conexión por diferentes medios de transporte con otras zonas de la ciudad y actualizando su realidad normativa y proyecciones futuras a partir de la lectura y aprovechamiento de las dinámicas que realmente estaban teniendo lugar en ella (Cámara de Comercio de Medellín, 2000).

Se puede concluir que, la emergencia de la Zona Rosa de Medellín como lugar turístico parte primero de unas dinámicas que se dieron de forma orgánica en él, producto de su historia y la identidad que se ha conformado con los cruces que han tenido lugar a lo largo del tiempo. Posteriormente, se racionaliza la identidad del lugar, identificando su potencial, en aras de explotarlo como fuente de generación de dinero, bajo una lógica administrativa empresarialista. Una vez es racionalizado el lugar, es inventado el sitio turístico, de acuerdo con lo expuesto por Knafou (1991), como uno donde predomina la preocupación por la producción de bienes y servicios orientados a la turistificación del lugar, facilitando su acceso a través de un aparato comercial y de transporte funcional y bien conectado. Esta invención del sitio turístico se encuentra amparada bajo aspectos legales, cuya única pretensión es la de contribuir con la libre explotación del sector y la transformación de su suelo con la finalidad de incentivar su consumo como producto turístico para una sociedad global que llega de manera temporal a ocupar el territorio local.

2.5. Las Nuevas Formas Socioespaciales de la Zona Rosa Como Zona de Desarrollo

Turístico Prioritario

Habiéndose consolidado como Zona Rosa, y como sector óptimo para el desarrollo turístico, el proceso de transformación espacial y turistificación generalizada de Poblado Centro empezó a darse de forma continua y posteriormente acelerada. Este proceso fue impulsado, a principios del siglo XXI, por la voluntad de la administración del entonces alcalde de Medellín, Juan Gómez Martínez, y diversos comerciantes adscritos a la Cámara de Comercio de la ciudad, de explotar a la urbe como “Producto Turístico con Vocación de Destino”, es decir, que pudiera ser posicionado como un producto independiente, generador de viajes en Colombia (Cámara de Comercio de Medellín, 2000, p. 13). Este interés se derivó de los resultados obtenidos del referenciado informe Monitor para la competitividad, que mostraban en el turismo un sector con potencial de desarrollo económico interesante para la ciudad.

Para el año 2000, la administración local empezó a hablar de la importancia de crear un micro- clúster¹¹ de turismo, vinculado principalmente con los sectores de negocios múltiples y entretenimiento (Cámara de Comercio de Medellín, 2000), como una estrategia para atraer viajeros pertenecientes a industrias afines con las existentes en Medellín. Es así como se propone la idea de convertir a la ciudad en el recinto para la celebración de ferias y eventos relacionados con industrias en las que Medellín tuviera conocimiento (Cámara de Comercio de Medellín, 2000). En otras palabras, si la industria textil en Medellín era importante, se buscaría la captación de eventos y ferias de textiles, de talla tanto nacional como mundial, que obligaran la llegada de viajeros a la ciudad, e impulsarían el crecimiento de la industria turística a nivel local y regional.

Gracias a la generación de este micro- clúster, es puesto en marcha un mecanismo publicitario fuerte y una estrategia comercial orientada a posicionar a Medellín como una ciudad de eventos, lo cual permitiría la eventual fundación del Medellín Convention & Visitors Bureau, en el año 2005, y de Plaza Mayor, en el año 2006, la creación del Sistema de Información Turística (SITUR), en el año 2007 (Brida, Rodríguez Brindis y Mejía-Alzate, 2021) y la fundación de los primeros Puestos de Información turística (PIT's) de la ciudad durante el mismo año (Concejo de

¹¹ Se entiende por micro- clúster al modelo orientado a pequeños mercados que es consistente con las demandas de competitividad globales. La teoría de clúster para un micro mercado ofrece una alternativa para potencializar el crecimiento económico regional, que “parece estar hecha a la medida del desarrollo del turismo, cuando el producto regional requiere de la combinación de muchos servicios para entregar la experiencia que el turista está buscando” (Michael, 2003, pág. 133).

Medellín, 2017a). Estas iniciativas impactarían de manera directa a la comuna de El Poblado y la Zona Rosa, dado que allí se encontraba la mayor parte de la infraestructura hotelera de la ciudad, ávida de ser ocupada. De esta manera, el Bureau se encargaría de atraer a los viajeros de negocios, Plaza Mayor soportaría los eventos, la SITUR mediría el comportamiento del turismo como actividad económica y el barrio El Poblado tendría como función hospedar y entretener a los viajeros, satisfaciendo sus necesidades primarias y de ocio, fungiendo de esta forma como un importante nodo dentro de un esquema de relaciones de influencia mutua entre territorios, es decir, transterritoriales.

El intercambio de flujos entre diferentes escalas dio paso a la consolidación definitiva de El Poblado y su Zona Rosa como el lugar turístico de mayor importancia en los subsecuentes planes de desarrollo turístico de la ciudad y del Valle de Aburrá¹². Su carácter de Zona de Desarrollo Turístico prioritario continuaría siendo reforzada con el crecimiento anual y estable de la industria turística en la ciudad. Este crecimiento se debió en gran medida (i) al incremento de la actividad del viaje a nivel mundial (Nieto et al., 2016), (ii) a la gestión comercial del Bureau para captar eventos culturales, deportivos y de negocios (Tamayo, 2019), y (iii) a la popularización de Medellín como destino de ocio, próximo a zonas rurales atractivas (Alcaldía de Medellín, 2018), apetecible por individuos mayormente entre los 18 y 39 años (Medellín Digital, 2019).

Adicionalmente, este intercambio de flujos ha permitido la aparición de nuevas formas socioespaciales, las cuales han dotado de características especiales y diferenciables a la zona. Estas nuevas formas socioespaciales se encuentran definidas por el crecimiento de la hotelería, las nuevas formas de ocupación del espacio público, la aparición de una nueva oferta comercial, el incremento en la comercialización de drogas, sexo y la densificación del tráfico vehicular en el barrio.

La aparición de estas nuevas formas funge como la cristalización de una historia de intercambios y renovaciones del paisaje urbano del sector, donde siempre ha primado el interés por la generación de capital a partir de la explotación del suelo urbano y su reproducción en la forma de inversiones privadas. Estas formas se han materializado de tal manera que el paisaje de la Zona Rosa se ha visto intervenido en su forma, pero no en su esencia. Las tensiones entre los pobladores que estaban y los que llegan permanecen, presentando únicamente variaciones entre

¹² En los planes de desarrollo turístico de Medellín de los años 2011-2016 y 2018-2024, la Zona Rosa de El Poblado es reconocida como la responsable de albergar a la mayor cantidad de turistas en Medellín, siendo destacada no solo como un sector geográficamente delimitado, sino como una marca o referente clave para el turismo local, reconocible dentro y fuera de la ciudad.

los tipos de actores que se cruzan y dominan, como se puede ver en la Tabla 1, mas no en el patrón de cambio constante de tenencia del suelo por parte de quien quiera lucrarse de él. De esta manera, se continúa con la perpetuación de un ciclo de renovación constante, donde se ha orquestado la instalación de la actividad turística en la zona como una manera de iniciar un nuevo ciclo de explotación del suelo, fijación del capital y reproducción de este.

Tabla 1

Síntesis de actores, formas socioespaciales, hitos y relaciones por periodo en Poblado Centro

Periodo	Año	Actores principales	Forma socio-espacial dominante	Lógica en construcción espacial	Hitos	Relación con otras escalas
	Siglo XVII	Nuevos residentes: Corona de España. Residentes originales: indígenas.	Finca.	Aprovechar tierras para cultivos de pancoger.	Relocalizar indígenas. Adjudicar tierras a españoles. Nuevo nombre de la zona.	Local/Región Para explotar tierra de la zona, se relocalizan a los indígenas que allí se habían asentado.
Inicios del lugar	1843-1865	Nuevos residentes: Pobladeños. Iglesia. Policía.	Caserío.	Autogestión de caserío. Vigilancia y supervisión del Estado para asegurar crecimiento formal.	Nacimiento de Poblado Centro alrededor de templo. El Poblado es corregimiento.	Nación/Local Controles de La República para regular la vida en el sector.
	1876	Pobladeños. Iglesia.	Parroquia.	Cuidado de territorio para ser elevados a parroquia.	Elevación a parroquia independiente de Medellín.	Local/Local Alivio del centro de Medellín por separación eclesiástica.
Periodo	Año	Actores principales	Forma socio-	Lógica en construcción espacial	Hitos	Relación con otras escalas

		espacial dominante				
Se establece una identidad elitista	Inicio Siglo XX	Pobladeños. Nuevos residentes temporales: Industriales ricos.	Manzanas de familias. Fincas de recreo.	Casas para familias junto a templo. Parque para la vida social y el intercambio comercial. Edificaciones para servicios públicos.	Crecimiento de las familias. Llegada de los industriales ricos a la zona.	Local/Local El Poblado como zona de descanso de los habitantes del centro tradicional.
	1930- 1950	Pobladeños. Nuevos residentes: Campesinos migrantes. Industriales ricos.	Caseríos populares. Centro de comercio. Fincas de residencia.	Invasión de las lomas. Desarrollo de infraestructura del centro. Explotación de fincas.	Llegada de campesinos a las lomas y asentamientos populares. Auge industrial. Establecer bases para la estratificación en la zona. Abandono del Barrio Prado de Medellín y llegada de los industriales ricos a El Poblado como nueva morada.	Local/Local cambios en el Centro de Medellín que llevaron al traslado de los ricos a El Poblado. Región/Local Convergen diversas culturas que afectan el desarrollo de la zona. Nación/Local Inyección de dinero del auge industrial.
	1932- 1950	Pobladeños. Estado. Nuevos residentes: Clase media.	Conjunto residencial abierto con base a damero español. Centro de comercio.	Modelo urbano desarrollista. Vivienda para atender demanda de clase media. Impuesto de valorización e incremento en el costo del suelo.	Construcción del Barrio Lleras Lotización de fincas para urbanizar. Inclusión de El Poblado como zona urbana de Medellín.	Local/Local El Poblado como zona de residencia apetecible para la clase media.

Periodo	Año	Actores principales	Forma socio-espacial dominante	Lógica en construcción espacial	Hitos	Relación con otras escalas
Se establece un mercado especulativo del suelo	1950-1960	Pobladeños. Especulador e Inversionista de la tierra Nuevos residentes: Clase media/alta.	Conjunto residencial suburbano cerrado y abierto, tipo casa campestre. Centro de comercio para residentes.	Disolución de fincas en pequeños lotes. Poca regulación de uso del suelo. Vías y conjuntos residenciales.	Construcción de primeros conjuntos residenciales cerrados en finca Patio Bonito.	Local/Local El Poblado reconocible en toda la ciudad como lugar ideal para residencia de clases medias y altas.
	1970-1989	Estado. Pobladeños de las lomas. Inversionista privado. Nuevos residentes: Clase media/alta.	Conjunto residencial cerrado en tránsito a edificios en altura. Centro de comercio de alta gama para la ciudad. Hotel.	Densificación del suelo de las lomas. Propiedad privada de alta gama. Vías arteria paralelas al río en la zona. Inversión privada en industria de servicios y comercial.	Encarecer de la zona. Expulsión de residentes de lomas y centro. Reconocer valor histórico de barrios populares. Construcción de Hotel Intercontinental.	Local/Local El Poblado bien conectado con el resto de la ciudad y reconocido como lugar prestigioso.
Se legitima y delimita la Zona Rosa como zona Pre-turística	1980-1999	Residentes de clase media/alta. Nuevos residentes: Narcos. Comerciante.	Conjunto residencial cerrado y en altura. Emergencia de una zona de restaurantes, bares y discotecas: Zona Rosa.	Edificios suntuosos. Comercio tipo fachada. Comercio de lujo. Alta mixtura del suelo del Centro de la Comuna y alrededor de la Avenida de El Poblado.	Capitales ilegales entran a vida productiva. Exilio de los residentes hacia otras zonas. Aparece "Milla de Oro" y "Zona Rosa".	Local/Local El Poblado es para ocio de alto nivel. Local/Nación El Poblado es residencia de los narcos Local/Global Medellín es dentro de narcotráfico.
	1997	Estado Nacional		POT. Autonomía territorial para planear la zona.	Establecimiento de Ley 388 de 1997	Nación/Local Decreto de estado incide en barrio.

Periodo	Año	Actores principales	Forma socio-espacial dominante	Lógica en construcción espacial	Hitos	Relación con otras escalas
Se legitima y delimita la Zona Rosa como zona Pre-turística	1999	Alcaldía de Medellín	Conjunto residencial cerrado y en altura. Emergencia de una zona de restaurantes, bares y discotecas: Zona Rosa.	Explosión urbanística y comercial de la Comuna.	Se firma POT de 1999 y se reconoce al Centro de El Poblado como lugar de mixtura media con importancia para el desarrollo económico de la zona, cuya oferta debe ser terciarizada.	Local/Local: El POT como instrumento de planeación avala sea mixturado el Centro y densificado el suelo de la comuna.
	2000	Alcaldía de Medellín Cámara de Comercio	Zona de hotelería, restaurantes, boutiques, bares. Emergencia de espacio pre-turístico.	Inversión en servicios de turismo y comercio de alta gama. Mantener barrio seguro y cuidado. Vías de acceso. Infraestructura y servicios para recibir viajeros de reuniones y vacacionales.	Consolidación de la Zona Rosa como ZDTP, de acuerdo con Leu 300 de 1996. Nace micro-clúster de turismo.	Local/Global Reconocimiento de El Poblado como la zona turística. Local/Global Conectar a Medellín con el mundo a través del turismo, con El Poblado como centro de servicios.
Explosión de la Zona Rosa como Zona Turística	2001	Comerciante (nuevos y viejos)	Crece Zona Rosa y se consolida zona pre-turística.	Explosión comercial de Poblado Centro.	Fundación Corporación Zona Rosa	Local/Local Poblado Centro tiene una de las mejores ofertas comerciales de la ciudad.

Periodo	Año	Actores principales	Forma socio-espacial dominante	Lógica en construcción espacial	Hitos	Relación con otras escalas
Explosión de la Zona Rosa como Zona Turística	2006-2008	Alcaldía de Medellín Cámara de Comercio		Incremento de infraestructura hotelera. Medellín como ciudad de Eventos y El Poblado como centro de productos y servicios de turismo.	Fundación del Bureau y de Plaza Mayor. Creación de Clúster de TNFC.	Región/Local Aumento de oferta turística en El Poblado gracias a iniciativas de Alcaldía y Cámara de Comercio.
	2016	Concejo de Medellín	Crece Zona Rosa como zona turística, con presencia de Parahotelaría Hotelaría informal	Utilización irregular de residencias próximas a Zona Rosa.	Discusiones en el Concejo de Medellín sobre problemas vinculados con el turismo.	Local/Global Medellín reconocido por turismo sexual, drogas, ecoturismo y arte urbano. La Zona Rosa reconocida como la mejor zona para hospedarse.

2.5.1. Nuevas Formas de Acomodación en El Poblado

Como ya ha sido expuesto en este trabajo, con la llegada de viajeros a un territorio, aparece la demanda por lugares de acomodación temporal. Esto, lleva a la aparición de una oferta hotelera, dado que el capital siempre buscará cómo reproducirse, fijarse y expandirse a partir de estas demandas.

En el caso de Medellín, el incremento en la afluencia de viajeros, motivada inicialmente por el Clúster de TNFC, y posteriormente por los viajes con fines de ocio (Alcaldía de Medellín, 2018), ha llevado al crecimiento de la industria de la acomodación formal en Poblado Centro y los barrios aledaños a la zona, como Lalinde y Las Lomas 1 y 2.

Las consecuencias en el incremento de la demanda por acomodación hotelera pueden ser vistas en cifras emitidas por la administración local. De acuerdo con el primer Plan de Desarrollo Turístico de Medellín (Cámara de Comercio de Medellín, 2000), para el año 2000, la ciudad contaba con 60 hoteles aproximadamente, localizados en su mayoría en los barrios El Poblado y Estadio. Según la Alcaldía de Medellín, para el año 2010, había en Medellín 4.069 habitaciones

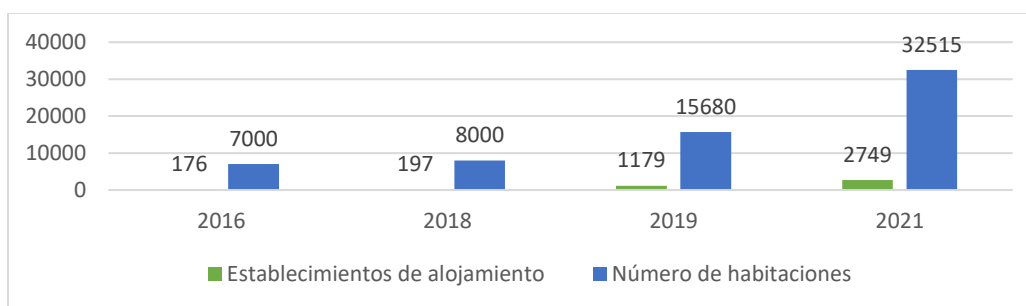
hoteleras disponibles en la ciudad, estando 2.678 de ellas ubicadas en El Poblado (Alcaldía de Medellín, 2011).

De acuerdo con Telemedellín (2019), para el año 2016, COTELCO tenía contabilizados en Medellín 176 hoteles con más de 7.000 habitaciones; en 2018, el número de hoteles activos era de 197, con más de 8.000 habitaciones disponibles (ACI, 2018); y para el 2019, la ciudad contaba con 15.680 habitaciones de hotel disponibles para recibir visitantes¹³ (Telemedellín, 2019), con aproximadamente 1.179 lugares de acomodación formal disponibles (Medellín Digital, 2019). En la actualidad, en Medellín funcionan “2.749 establecimientos de alojamiento, entre albergues, apartahoteles, apartamento turístico, campamento, centro vacacional, alojamiento rural, hostel, hotel, entre otros, que ofrecen en total 32.515 habitaciones” (Jiménez, 2021).

Adicionalmente, la mayor parte de los grandes proyectos de infraestructura hotelera planteados en la ciudad, se encuentran proyectados en la Zona Rosa de El Poblado y en los barrios próximos a la misma, como lo es El Tesoro (Jiménez, 2021). Sin embargo, al revisar la Figura 3, se puede ver cómo ha aumentado el número de habitaciones disponibles, pero el tamaño de los establecimientos de alojamiento se ha reducido. Entre los años 2016 y 2018, un establecimiento contaba con un promedio de 40 habitaciones, aproximadamente. Mientras que, para el año 2021, en promedio, se calcula que un establecimiento tiene aproximadamente 12 habitaciones.

Figura 3

Establecimientos de alojamiento y habitaciones disponibles en Medellín entre 2016 y 2021



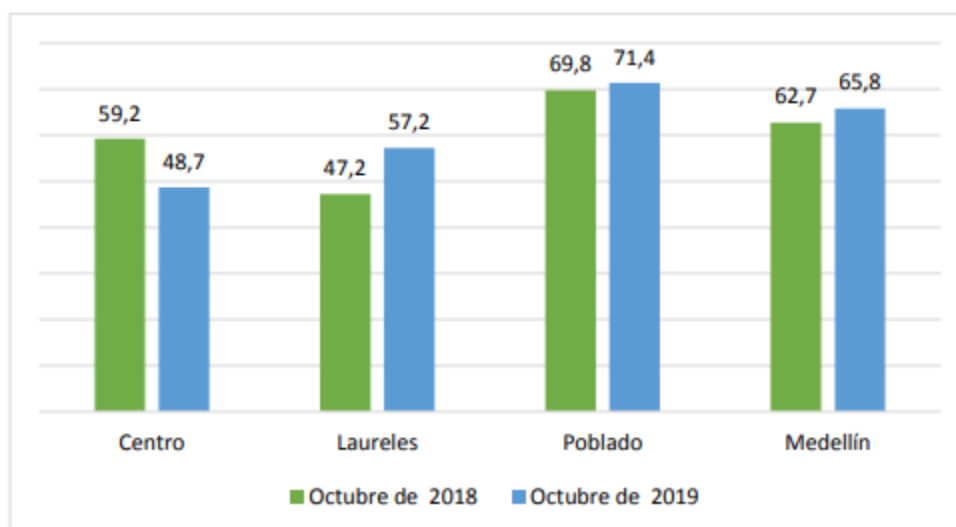
Nota. Esta tabla es de elaboración propia, con base a datos de la ACI (2018), Telemedellín (2019), Medellín Digital (2019) y Jiménez (2021).

¹³ De acuerdo con la ACI (2018), en 2018 COTELCO reportó que Antioquia fue que más invirtió en la construcción de hoteles en Colombia, con 674.048 millones de pesos, “afectando directamente la generación de empleo, ya que las cifras muestran que en Medellín 56.640 trabajadores fueron empleados por hoteles, generando desarrollo social y económico para la ciudad y la región”.

Por otro lado, cuando se revisa la ocupación hotelera en la Zona Rosa y los barrios aledaños, se evidencia que esta es la más alta de la ciudad, como se puede observar en la Figura 4. Cabe destacar que, los datos aquí presentados corresponden únicamente a establecimientos que cuentan con Registro Nacional de Turismo¹⁴ (RNT) (Medellín Digital, 2019), es decir, se habla aquí exclusivamente de la acomodación u hotelería formal, mas no de las propiedades utilizadas para hotelería informal o parahotelería.

Figura 4

Porcentaje de ocupación hotelera por zonas de Medellín



Nota. Datos tomados del informe mensual de la SITUR, octubre 2019.

La hotelería informal fue definida por Norman Harry Posada (Concejo de Medellín, 2016a) como el “crecimiento desmedido de hoteles, hostales, moteles y residencias que incumplen las licencias o normas urbanísticas”. Adicionalmente, entran dentro de esta clasificación los apartamentos privados que no cuentan con RNT y prestan servicios de alojamiento temporal, favorecidos por el uso de aplicaciones como Airbnb, donde cualquier individuo puede ofrecer su propiedad para alquilarla por unos días, sin necesidad de contar con intermediarios.

En el caso de la hotelería informal existe un vacío normativo, por el cual un individuo puede rentar su apartamento de manera irregular, toda vez que dicha renta sea por un periodo

¹⁴ Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (s.f.), el Registro Nacional de Turismo permite establecer un mecanismo de identificación y regulación de los prestadores de servicios turísticos, así mismo, es un sistema de información para el sector turístico. No contar con este registro lleva a la clausura del establecimiento por parte de la alcaldía local.

mayor a 30 días. Este vacío existe debido a la Ley 1558 de 2012, la cual modifica la Ley 300 de 1996 y la Ley 1101 de 2006, y tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística (Concejo de Medellín, 2016a). De acuerdo con Patricia, una administradora de diferentes copropiedades en el barrio Provenza de El Poblado:

“Ese decreto dice que, si yo tengo una vivienda y se la alquilo a una persona natural o jurídica por menos de 30 días, me considero un prestador de servicios turísticos. Y, si yo voy a ser un prestador de servicios turísticos, tengo que tramitar el Registro Nacional de Turismo, para el cual requiero que la copropiedad donde se encuentra la vivienda reforme el reglamento de propiedad horizontal y acepte por mayoría (el 70%) que esos apartamentos van a ser utilizados para eso. (...) La misma ley dice que, si se renta la propiedad por más de 31 días, entonces ya no se es un prestador de servicios turísticos”. (Patricia, comunicación personal, 26 de septiembre de 2020)

Muchos dueños de propiedades utilizadas para la hotelería informal se valen de este vacío, rentando sus propiedades una vez al mes, por períodos de 31 días o varias veces al mes de manera irregular, corriendo el riesgo de ser denunciados y sellados. Cuestión que no ocurre de manera frecuente, según Patricia (comunicación personal, 26 de septiembre de 2020), pues la mayoría de estas propiedades se encuentran en el interior de edificios o conjuntos residenciales, con vigilancia y administración privada, lugares donde la Policía no puede intervenir de manera cabal. También puede pasar que una persona natural arriende una propiedad por medio de una agencia de manera regular, y se dedique a subarrendarla de manera irregular por períodos inferiores a 30 días (Concejo Medellín, 2016a), cuestión que evita que las autoridades locales puedan identificar de manera eficiente la situación real de uso de la propiedad.

En el caso de la parahotelería, se pone en evidencia algo que el Concejo de Medellín (2016a) ha denominado como “formas del turismo tóxico para la ciudad”. Dado que se trata de la utilización irregular de apartamentos en unidades residenciales, como lugares de alojamiento temporal para llevar a cabo prácticas ilegales, donde tiene lugar todo un mercado de explotación sexual, venta y consumo de drogas (Concejo de Medellín, 2016a). Aquí, nuevamente es visible un vacío normativo, donde no puede intervenir la policía, pues se trata de propiedad privada, y tampoco pueden acceder las autoridades encargadas de regular las actividades turísticas, pues no existe ningún tipo de registro que vincule a las propiedades y las personas que se encuentran

delinquiendo dentro de ellas con la industria turística. Los únicos individuos que podrían intervenir allí son los vigilantes o administradores de los conjuntos residenciales, quienes están autorizados para llamar la atención de los inquilinos y sancionarlos (Concejo de Medellín, 2016a).

El uso irregular de propiedades privadas, destinadas a uso residencial, como hospedaje temporal para viajeros, ha detonado innumerables tensiones en toda la comuna de El Poblado, principalmente en el perímetro de la Zona Rosa, en Provenza y en los barrios colindantes con la misma. Una de las principales tensiones es ocasionada por la compra masiva, y por debajo de su valor comercial, de apartamentos en edificios viejos del sector. La venta de una propiedad residencial a un empresario de propiedad raíz orientada a la explotación turística, implica la llegada periódica de viajeros a las copropiedades. Estos viajeros pueden tener un buen comportamiento, o como diría C. Calle (comunicación persona, 12 de mayo de 2020) “pueden empezar a tratar las propiedades como burdeles y *perratearse*¹⁵ el edificio”, afectando la calidad de vida de los residentes restantes, quienes por miedo a que su propiedad pierda valor con la turistificación, proceden a vender también sus propiedades, hasta que los edificios cambian, indefectiblemente, la razón de uso de su suelo y se convierten en propiedades de uso comercial.

Este proceso conlleva la expulsión de los pocos residentes que viven próximos a la Zona Rosa. Nuevamente, se repite un patrón de recambio poblacional en el sector, permitiendo la entrada de una nueva ola de habitantes, donde lo que prima es la producción y la reproducción de capitales privados. Nuevamente, se ve cómo las nuevas formas de acomodación se encuentran condicionadas por la identidad del lugar, su historia y los procesos que repetitivamente se han dado por más de un siglo en el territorio. Estas nuevas formas materiales que toma el espacio son producto de relaciones sociales, donde los vínculos más fuertes hasta la fecha parecen ser los comerciales, y el interés de los individuos vinculados con el territorio gira en torno al intercambio monetario.

2.6. Conclusión del Capítulo 2

El Poblado primero se consolida como un territorio rural, con un suelo rico, una parroquia autogestionada por los habitantes de la zona, una buena calidad de vida y una activa y reconocida oferta comercial. Con el paso del tiempo, estos primeros atributos se acentuaron, trayendo consigo

¹⁵ De acuerdo con el diccionario de colombianismos del Instituto Caro y Cuervo (2018), el verbo perratear significa “rebajar algo de calidad”. De igual manera, según Contreras Hernández (2011), perratear también alude a boicotear o sabotear algo.

diversas olas de residentes, todos ellos en busca de beneficiarse del consumo de El Poblado, primero como un lugar residencial y posteriormente como uno de explotación comercial, especialmente por parte del sector inmobiliario.

Por otro lado, su topografía irregular y diversa dio paso a la llegada de grupos igualmente diversos, cuestión que contribuyó con la construcción de la identidad del territorio como uno pluricultural, donde los diferentes grupos de habitantes se relacionaban entre sí con fines laborales de explotación del suelo, en una especie de relación simbiótica, donde el vendedor necesitaba al comprador, el trabajador de la tierra al terrateniente y el rentista al arrendatario. Las dinámicas derivadas de estos patrones de vida y los tipos de relaciones inmersos en ellos se han mantenido con el tiempo.

De esta manera, el fuerte desarrollo comercial de la zona, la identificación de su suelo como uno que podía ser explotado económicamente, y la propensión al recambio de sus habitantes, estimulado por aspectos principalmente relacionados con la generación de dinero, llevaron a que eventualmente el centro de El Poblado se quedara sin habitantes y pasara a ser un lugar plenamente comercial, de intercambio no solo de bienes por dinero, sino de saberes y vivencias. Este cambio se ve en la variación del número de propiedades con uso residencial en el Barrio Lleras, por ejemplo, donde originalmente se contaba con 45 propiedades de uso residencial (Tettay De Fex, 2021), y hoy en día solo dos propiedades alrededor del parque siguen sirviendo como vivienda (C. Ramírez, comunicación personal, 18 de junio de 2020).

Todo esto llevó a que Poblado Centro pasara de ser un lugar residencial a uno comercial y luego a uno pre-turístico, con una rica oferta de bienes y servicios de alta calidad, buenas vías de acceso al resto de la ciudad y al municipio de Envigado, y una clara preocupación del grueso de propietarios e inversionistas por generar capital y valorizarlo. Poblado Centro, gracias a su historia de cruces e intercambios entre diferentes actores y territorios, logró sentar las bases para con el tiempo convertirse, sin mucha dificultad, en un lugar turístico y transterritorial, capaz de afectar con sus procesos las dinámicas de la ciudad entera, gracias a su cualidad de centralidad económica orientada a satisfacer las demandas de una población foránea.

Ese Poblado turístico más que de una invasión, habla de una historia donde “la globalización neoliberal” (Massey, 2004) ha sido orquestada desde su interior y no ha sido simplemente impuesta desde afuera para transformarlo de manera abrupta y radical. El Poblado turistificado habla de una variación en la oferta comercial que se impuso con el fin de fijar un flujo

de dinero a partir de la satisfacción de una serie de demandas y requerimientos de una nueva ola de habitantes foráneos, es decir, habla de un territorio que se acomoda y transita entre formas socioespaciales, sin concertar democráticamente el cambio, enfocándose principalmente en relaciones mercantiles que conllevan la producción y reproducción de capital.

3. Efectos de la Fijación y Crecimiento del Turismo en Poblado Centro Desde la Perspectiva de los Actores

Hasta ahora, se han identificado cuáles fueron las causas que llevaron a que el turismo llegara a Colombia y se instalara en Medellín, como una actividad económica, del sector terciario, alternativa a la producción industrial. Adicionalmente, fue explorada la historia de El Poblado, particularmente de su centro, con el ánimo de mostrar las características propias de su identidad que dieron pie para la consolidación de una amplia oferta comercial pre-turística en su suelo y la posterior fijación del turismo y turistificación del mismo.

El presente capítulo busca describir cuáles son las principales consecuencias políticas, económicas, sociales y espaciales derivadas de los procesos de turistificación en la Zona Rosa de El Poblado. Para tal fin, este capítulo se vale de un enfoque metodológico cualitativo, dentro del cual prima el acceso a fuentes conversacionales, en la forma de entrevistas; documentales, en forma de actas del Concejo de Medellín, artículos de prensa; y la observación no participativa de la interacción en redes sociales de turistas con no turistas y sus comentarios sobre Poblado Centro. Para esta última herramienta, se hizo seguimiento periódico por un año a las discusiones de los miembros de grupo, identificando los temas más comúnmente tratados, las percepciones, experiencias e iniciativas comerciales orientadas al turismo en barrios como El Poblado y Laureles.

Se buscó construir los datos a partir de las voces de individuos pertenecientes a cuatro categorías de actores: representantes de la administración local, comerciantes, residentes y turistas. Dado que este capítulo se centra en ver las consecuencias de la llegada del turismo al barrio, se planteó una estrategia metodológica que abarcara la mirada de quienes habitan el barrio de forma cotidiana, o se encuentran interesados por su desarrollo y lo que pueden de allí tomar.

Con el fin de hacer un análisis concreto de lo que ha acontecido y continúa aconteciendo con relación al turismo en el barrio de El Poblado, la información recolectada de las fuentes fue sistematizada por grupos de actores representativos. De esta manera, cada una de las secciones de este capítulo da cuenta de las decisiones, percepciones, intereses y tensiones identificadas para cada uno de estos grupos, vinculados con la actividad económica del turismo en el territorio local.

En la primera parte del capítulo se expone la perspectiva general de la administración local, relativa al turismo. Se muestra lo que este grupo de actores ha pretendido con la actividad turística en la ciudad, como oportunidad de desarrollo económico. Aparece aquí la importancia de generar

estrategias de marketing territorial para la atracción de visitantes, y la necesidad de generar alianzas con el sector privado en aras de proveer la infraestructura necesaria para recibir al turista. En términos generales, aparecen situaciones sin atender, que hacen del turismo en El Poblado insostenible. Sin embargo, la menguada participación política de los actores del sector, hacen que su gobernabilidad se dificulte y no tengan cabida real las figuras de control o autoridad que la administración pretende, desde el interior del territorio.

En la segunda parte de este capítulo, se presenta la perspectiva de los comerciantes. Este grupo de actores se presenta como uno más o menos organizado, cuyo interés fundamental gira en torno a generar las condiciones necesarias para que Poblado Centro y su Zona Rosa puedan ser consumidos como productos turísticos. Es así como los comerciantes se posicionan como un grupo que toma las decisiones desde el interior sobre el devenir del sector.

En tercer lugar, aparece la perspectiva de los turistas como esos nuevos residentes que han llegado a ocupar temporalmente o hacer negocios en el barrio. Aquí, se ve cómo el comercio ha pasado a ocupar lo que antes era residencial, primero de forma gradual y en la actualidad de forma avasalladora. Aparece el Parque Lleras como el epicentro del proceso de densificación comercial y turistificación del suelo, como un no-lugar cuya área de incidencia se expande en la medida en la que crece la demanda por más espacios y servicios para el turismo y el ocio.

Al finalizar este capítulo, se presentan conclusiones producto de la información recopilada desde la perspectiva de los actores y la obtenida de manera particular a lo largo de la investigación. Todo esto con el fin de poner en evidencia las contradicciones que pueden tener lugar a la hora de conciliar los intereses de producción y reproducción del capital sobre un territorio dado, a partir de su explotación a través de una actividad como lo es el turismo.

3.1. Antecedentes y Perspectiva General de la Administración Local Relativa al Turismo en Medellín

Desde la década de 1990, con ayuda del informe Monitor para la competitividad de Medellín, la administración local comenzó a identificar en el turismo una oportunidad de desarrollo económico importante, dado que se trata de una industria que, desde la década de 1980, ha mostrado un crecimiento constante a nivel global, representando 0.476 billones de dólares (USD) para el PIB mundial en el año 2000 (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2001), 5,16 billones en el 2006, y 9,17 billones para el año 2019 (Statista, 2021). Gracias a esto, y ante la

crisis industrial, los entes administrativos de Medellín decidieron centrar su visión relacionada con el turismo local en posicionar a la ciudad como un destino de ferias, convenciones y eventos (Concejo de Medellín, 2011, 2017a), con la intención de aprovechar las ventajas competitivas con las que contaba el territorio, cuya explotación no implicaba una gran inversión económica¹⁶.

Las discusiones abiertas al público sobre turismo iniciaron con el Concejo de Medellín en el año 2008, motivadas por la creación del Clúster de TNFC (Concejo de Medellín, 2011), y fueron retomadas periódicamente desde el año 2011, con el propósito de revisar los avances y el impacto de dicho clúster sobre el desarrollo económico de la ciudad (Concejo de Medellín, 2011, 2017a). Adicionalmente, estas discusiones han buscado la generación y posterior evaluación de cumplimiento de la Política Pública de Turismo municipal, propuesta en el año 2015, implementada en el 2016 y reformada en el 2017.

Durante las diferentes sesiones del Concejo de Medellín han sido citados a comparecer los diversos entes y agremiaciones vinculados con la actividad turística de la ciudad. De esta manera, se han entablado conversaciones con representantes de la Subsecretaría de Turismo, la ANATO, COTELCO, el Viceministerio de Turismo, la Oficina de Fomento Turístico del Departamento de Antioquia, el Bureau, la Agencia de Cooperación Internacional (denominada de ahora en adelante ACI) y la dirección del Clúster de TNFC (Concejo de Medellín, 2011, 2017a), entre otros actores políticos importantes de Medellín y Antioquia.

Uno de los puntos sobre los cuales se ha dedicado especial atención es la aclaración de los roles que deben cumplir cada una de las instituciones que hacen parte de la estructura encargada de la gobernanza¹⁷ del turismo en Medellín. De esta forma, y de acuerdo con la Figura 5, se reconoce a la Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía de Medellín como la encargada de direccionar a la Subsecretaría de Turismo¹⁸, la cual debe velar por el desarrollo de la actividad

¹⁶ Es decir, pensar en Medellín como destino de turismo familiar no era procedente, dado que para llegar a este punto era necesario hacer inversión en experiencias atractivas para niños (Concejo de Medellín, 2011). Sin embargo, pensar en Medellín como destino de negocios y cultura resultaba sencillo, puesto que ya existía una oferta de infraestructura para el soporte de ferias y eventos (el Palacio de Exposiciones), y varias alternativas para el consumo de atractivos culturales, como museos.

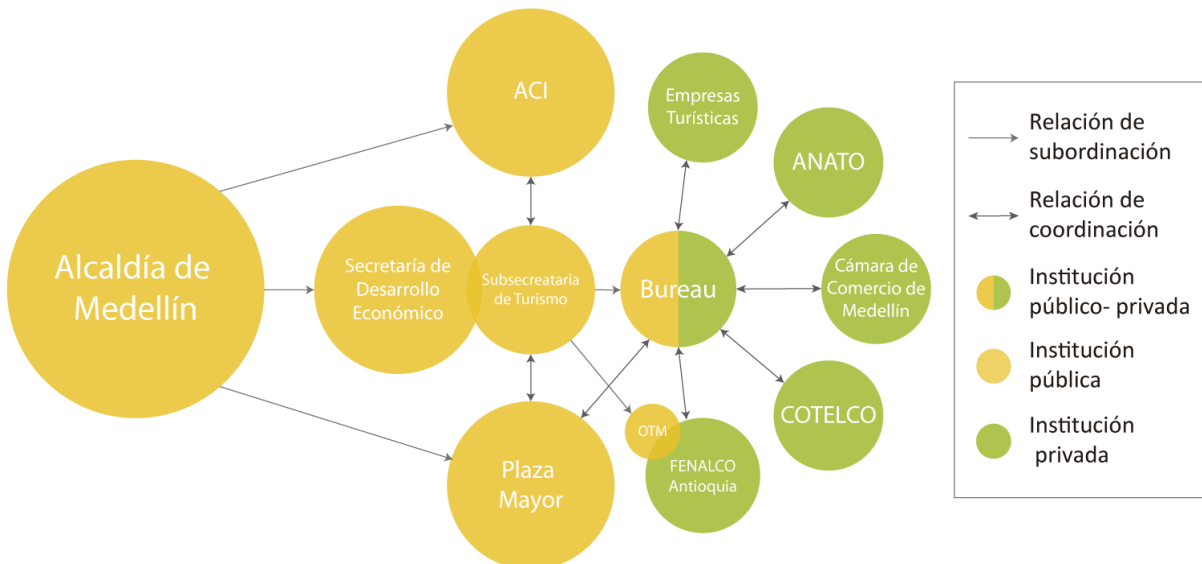
¹⁷ Entendiendo el concepto de gobernanza como “la realización de relaciones políticas entre diversos actores involucrados en el proceso de decidir, ejecutar y evaluar decisiones sobre asuntos de interés público” (Whittingham, 2010). De acuerdo con Whittingham (2010), este proceso puede ser caracterizado como un juego de poder, donde la competencia y la cooperación coexisten como reglas posibles; y que incluye instituciones tanto formales como informales.

¹⁸ En un principio, la Subsecretaría de Turismo estuvo vinculada a la Secretaría de Cultura, viendo el turismo como una actividad relacionada con la explotación de espacios culturales como atractivo turístico (Concejo de Medellín, 2011). Posteriormente, pasa a ser parte de la Secretaría de Desarrollo Económico, reconociendo importancia e impacto que tiene el sector del turismo y el significativo aporte que este otorga al desarrollo económico local y regional. De esta forma, la actividad turística es dimensionada

turística en la ciudad (Concejo de Medellín, 2011), garantizando que sea competitiva y bien promocionada (Concejo de Medellín, 2017a).

Figura 5

Estructura de instituciones responsables por la gobernanza del turismo en Medellín



Nota. Elaboración propia a partir de datos tomados del Acta 230 del marzo 23 de 2017 del Concejo de Medellín.

Por su parte, Fenalco Antioquia es el encargado, desde el 2014, de operar el Observatorio Turístico de Medellín (OTM), antes denominado Sistema de Indicadores Turísticos (SITUR) (Fenalco Antioquia, s.f.). En cuanto a la ACI, esta es la responsable de generar relaciones estrechas con diferentes países, con fines de cooperación e inversión internacional (Concejo de Medellín, 2011). En el caso de Plaza Mayor, se reconoce como el recinto necesario para poder recibir y albergar a diferentes eventos (Concejo de Medellín, 2011). El Bureau cuenta con la tarea de posicionar a Medellín como destino de alta calidad para la realización ferias y eventos (Concejo de Medellín, 2011). La ANATO es la encargada de agremiar a las agencias de viajes y turismo (ANATO, s.f.), y COTELCO se encarga de agrupar y regular al gremio hotelero (COTELCO, s.f.).

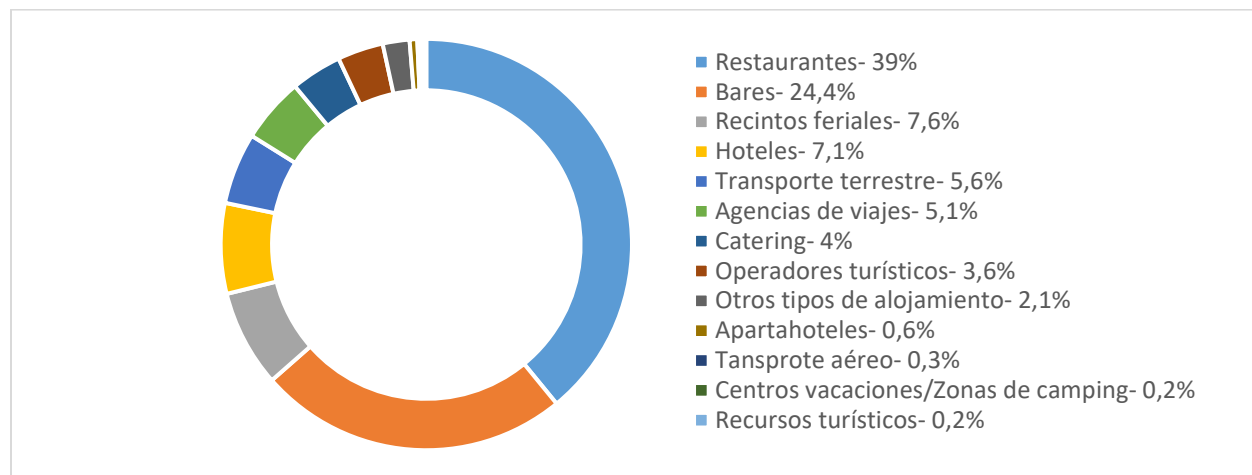
En relación con la Cámara de Comercio de Medellín, esta se hace cargo de impulsar la estrategia clúster de la ciudad (Cámara de Comercio, 2009). Allí se encuentra registrado el Clúster de TNFC, el cual se encarga de agrupar a las empresas del sector turístico e industrias

como una actividad empresarial, generadora de valor y susceptible de constituirse como oferta diferenciada (Concejo de Medellín, 2011).

complementarias (ver Figura 6), que se encuentran concentradas geográficamente en una misma zona (Concejo de Medellín, 2011). En el año 2016, se calculaba que en Medellín 7.320 empresas se encontraban vinculadas al Clúster de TNFC, con activos por cerca de 1.183 millones de dólares (USD) (Concejo de Medellín, 2017a).

Figura 6

Porcentaje de participación por tipo de empresa en el Clúster de TNFC de Medellín, para el año 2016



Nota. Elaboración propia con datos tomados del Acta 230 del marzo 23 de 2017, del Concejo de Medellín.

Adicionalmente, el Clúster de TNFC es reconocido como uno de los más importantes para la administración local, dado que se cruza con los demás clústeres del municipio, puesto que es el responsable de traer visitantes a ferias y eventos que pueden contribuir con el desarrollo económico de las demás industrias de la ciudad y la región (textil, energía, salud, educación, entre otros) (Concejo de Medellín, 2011).

Gracias al reconocimiento del turismo como una oportunidad de desarrollo dentro de un nuevo modelo económico de servicios, tanto la administración local como los inversionistas privados decidieron invertir en él, constituyendo gremios, instituciones y alianzas público-privadas, que han permitido la consolidación de la actividad turística en la ciudad y la turistificación de algunos centros específicos, como lo son El Poblado, Laureles, La Candelaria, La Comuna 13, entre otros. Este giro ha traído consigo cambios para el paisaje de la ciudad, producto de la búsqueda constante por el aumento de una oferta turística atractiva que se traduzca

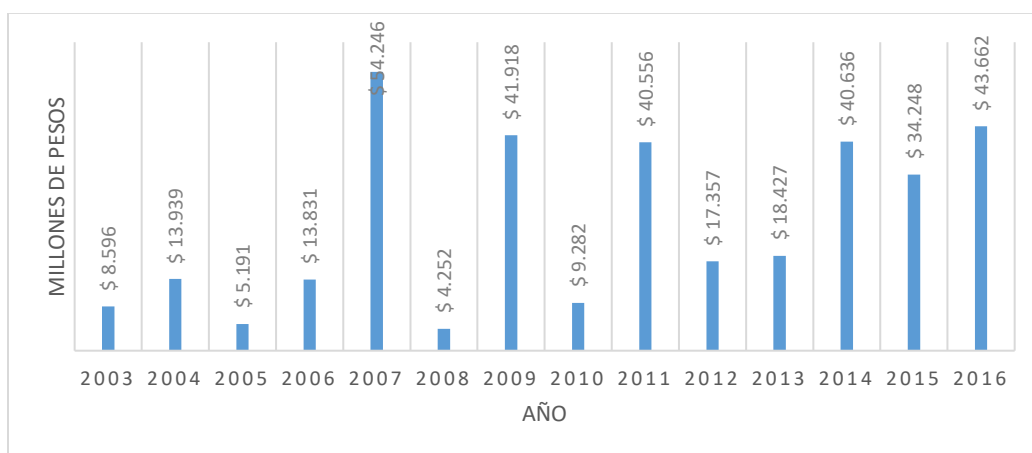
en la captación de más visitantes, por ende, en una mayor circulación y fijación de capital en el suelo local. Dentro de este escenario, se ve cómo los cambios de la ciudad, relacionados con el turismo, y la inversión que se ha realizado para turistificar ciertas zonas, son producto de decisiones políticas y no de accidentes (Concejo de Medellín, 2011).

En este punto, se hace hincapié en la inversión promoción y desarrollo de infraestructura para la acomodación formal de huéspedes, y la importancia de incrementar el número de rutas internacionales que vuelan sin escalas a Medellín, permitiendo que la ciudad continúe siendo la segunda en conectividad del país, por encima de Cali y Cartagena (Concejo de Medellín, 2017a). Aparecen también convenios con la Cámara de Comercio de Medellín para la capacitación en bilingüismo para prestadores de servicios turísticos (Concejo de Medellín, 2011). Todo esto con el fin de garantizar el paso, la permanencia temporal extendida y el consumo por parte de viajeros en la ciudad (N. Ángel, comunicación personal, 14 de julio de 2020).

Los efectos de estas decisiones pueden ser evidenciados en la Figura 7 donde se presenta la cantidad de millones invertidos en Medellín anualmente por parte de las empresas privadas pertenecientes al Clúster de TNFC, desde el 2003 hasta el año 2016 (Concejo de Medellín, 2017a). Las cuales se han adherido a la identificación del turismo como una actividad lucrativa.

Figura 7

Millones de pesos invertidos anualmente en Clúster de TNFC por parte del sector privado, entre los años 2003 y 2016



Nota. Elaboración propia con datos tomados del Acta 230 del marzo 23 de 2017. Concejo de Medellín.

Por otro lado, ha existido una preocupación recurrente en el discurso de la administración local, orientada hacia el tipo de imagen que debe proyectar la ciudad de Medellín al mundo. Es por esto que, una de las decisiones políticas más importantes tomadas por la Alcaldía de Medellín y sus entes asociados fue la de invertir en campañas de mercadeo para cambiar la imagen de Medellín, alejando su nombre de cualquier tipo de asociación con la historia violenta de la ciudad (Concejo de Medellín, 2011).

La inversión en esta estrategia de marketing territorial comenzó a darse con la fundación de la ACI en el año 2002 (ACI, s.f.), viéndose reforzada en el 2004 con el plan de desarrollo para Medellín, propuesto durante la administración de Sergio Fajardo, en el cual se indicaba que se debía hacer de Medellín una marca que generara confianza a nivel internacional para los negocios y la cooperación, bajo la pretensión de integrar más a la ciudad con el mundo (Concejo de Medellín, 2004). Para el año 2010, la Alcaldía de Medellín, a través de la Subsecretaría de Turismo y con apoyo del Bureau, lanza el evento de Marca de ciudad: la nueva primavera de Medellín, buscando promocionar a la ciudad como un destino imperdible (Concejo de Medellín, 2011). Esta estrategia terminaría por consolidarse oficialmente mediante el Acuerdo 40 de 2015, con la creación del concurso de Marca de Ciudad (Concejo de Medellín, 2015b, 2017a), el cual tenía por objeto:

Establecer una marca que identifique a Medellín y sus habitantes, teniendo en cuenta su contexto histórico, cultural, económico, social, ambiental y antropológico, posicionando la imagen de ciudad en el ámbito nacional e internacional y que construya positivamente en la cultura de todos sus habitantes. (Concejo de Medellín, 2015b)

La inversión en una marca de ciudad y en estrategias de marketing territorial, de la mano de la inversión pública y privada en infraestructura, llevaron a que la ciudad se posicionara como el segundo destino de negocios más importante del país y el tercer mayor destino vacacional de la nación (Concejo de Medellín, 2011). De acuerdo con la Alcaldía de Medellín (2021), la transformación de la imagen de la ciudad se ha traducido en un mayor flujo de visitantes, la generación de empleo, el desarrollo económico y social, y el mejoramiento de la calidad de vida de las personas.

Fuera del seguimiento que se ha buscado hacer a la estrategia clúster, el incentivo permanente por inversión en infraestructura para el turismo y el cambio de la imagen de la ciudad, que busca dar cuenta de su historia de transformación, otro de los puntos que aparecen como

críticos para la administración local de Medellín es el desarrollo de un turismo sostenible y libre de delitos (Concejo de Medellín, 2017b). Esto se ve en las múltiples directrices planteadas en la Política Pública de Turismo de Medellín, orientadas a la mitigación del impacto de las actividades ilegales e informales que se desprenden del desarrollo de la industria turística, tales como la trata de personas, la explotación y comercialización sexual de niños, niñas y adolescentes, el microtráfico de drogas, el desarrollo informal de emprendimientos vinculados con la industria turística (como la hotelería informal y la parahotelería), y la evasión de impuestos (Concejo de Medellín, 2015a, 2017b).

Hasta la fecha, son claras las preocupaciones y el seguimiento que se le ha hecho al crecimiento y desarrollo de la industria turística en Medellín. Adicionalmente, la administración ha manifestado interés visible por contabilizar los beneficios económicos que el turismo ha traído consigo para la ciudad. Sin embargo, pese a que los problemas vinculados con el turismo se encuentran visibilizados en múltiples discusiones del Consejo de Medellín y en la Política Pública de Turismo, estos continúan sin ser resueltos de forma contundente, viéndose afectados de esta manera, las zonas turistificadas de la ciudad, tales como El Poblado.

3.2. Efectos de las Decisiones de la Administración Local en el Proceso de Turistificación de Poblado Centro y la Zona Rosa

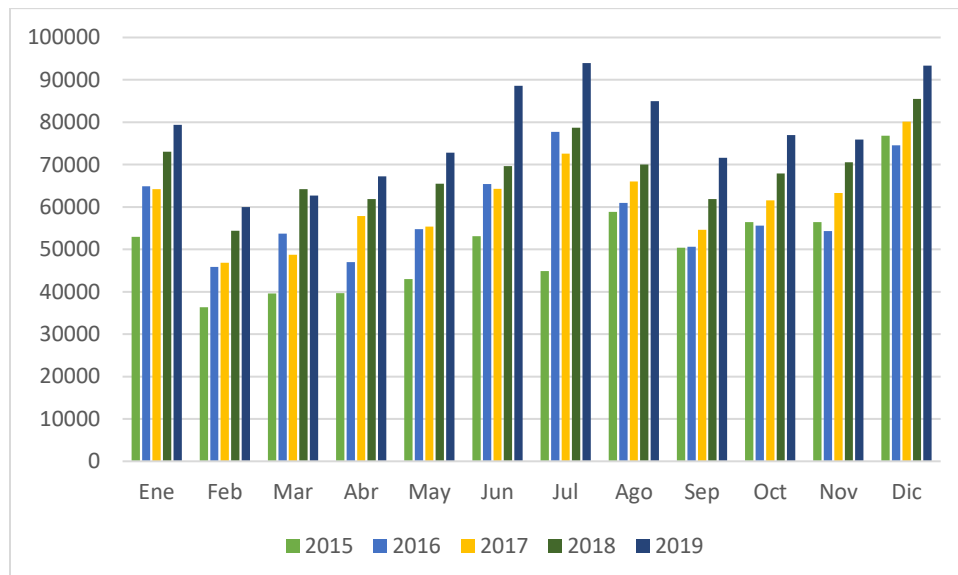
Para entender de qué manera la identificación del turismo como una oportunidad de desarrollo económico para Medellín ha llevado a que la administración local haya tomado diversas decisiones que, de una manera u otra, han afectado la configuración de sectores como Poblado Centro y la Zona Rosa, llevándolos a su turistificación, es necesario retomar varias situaciones que se han dado de forma escalonada y a veces paralela en el tiempo.

En primer lugar, aparecen los POT de 2000, 2006 y 2014, como un documentos en donde se muestra la transición gradual de Poblado Centro como un centro económico de media importancia a uno de gran importancia para el desarrollo económico de la ciudad (actual Polígono Z5_CN4_9) (Alcaldía de Medellín, 2014), cuyo suelo se encuentra consolidado como uno de alta mixtura, donde predomina el uso comercial del mismo y sobre el que recae parcialmente la responsabilidad de desarrollo económico de la ciudad, por fuera del centro tradicional (Alcaldía de Medellín, 2014).

En adición a esto, gracias a la implementación de estrategias de marketing territorial, ejecutadas de la mano de instituciones como el Bureau, Plaza Mayor y la ACI, financiadas por un presupuesto municipal que se renueva anualmente (Concejo de Medellín, 2021), se evidencia un incremento constante en el número de turistas *MICE*¹⁹ y vacacionales, situación que ha llevado a que Medellín se convierta en un popular destino de viaje, en donde, como se puede ver en la Figura 8, las cifras de turismo receptivo incrementan anualmente (N. Ángel, comunicación personal, 14 de julio de 2020).

Figura 8

Ingreso mensual de visitantes totales por punto de control Aeropuerto José María Córdova 2015-2019



Nota. Adaptado de Gráfico 12. Evolución ingreso mensual de visitantes totales por punto de control migratorio Aeropuerto José María Córdova 2015-2019. Anuario 2019. Observatorio Turístico de Medellín, 2020. Obra de dominio público.

Otro punto que debe ser tenido en cuenta es el reconocimiento de El Poblado, por parte de El Plan Estratégico de Turismo 2018- 2024, como el lugar predilecto por los viajeros para hospedarse y pasar su tiempo de ocio. Cuestión que se ha traducido en un incremento de la

¹⁹ El término MICE, por sus siglas en inglés, significa Meetings, Incentives, Conferences, and Events. Es un tipo de turismo orientado a reuniones, incentivos, conferencias y eventos. Es decir, el viaje está motivado por la participación en cualquier tipo de evento corporativo con fines profesionales (Euroforum, 2020).

demanda por establecimientos prestadores de servicios turísticos en la zona, derivada del incremento en la afluencia de viajeros que llegan a Medellín. Ante esta creciente demanda, los inversionistas, tanto nacionales como internacionales, han levantado nuevos establecimientos, en la forma de hospedajes, restaurantes y prestadores de servicios turísticos en la zona, que sirvan para atender al creciente mercado de turistas que continúa llegando todos los días a la zona.

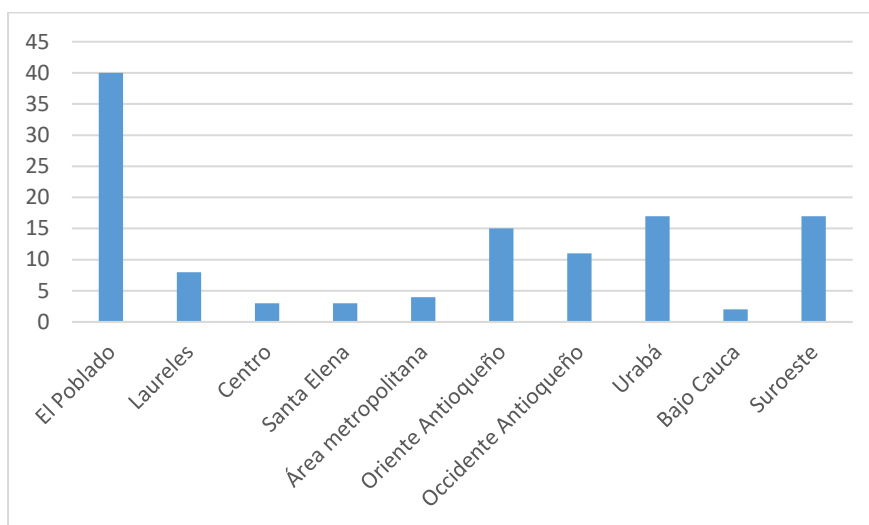
Estas iniciativas de inversión privada son estimuladas por la administración local (Concejo de Medellín, 2017a), la cual considera que es responsabilidad de los privados desarrollar la industria turística, pagar impuestos y así generar dinero que pueda ser utilizado para invertir en el desarrollo de la ciudad (Concejo de Medellín, 2016a). Sin embargo, se presenta una situación en donde El Poblado es, de manera paradójica, el lugar en donde se presenta una mayor concentración de establecimientos de alojamiento en la ciudad, pero en donde se da el índice más bajo de portadores de licencias urbanísticas y RNT. Esto quiere decir que, el índice de evasión de impuestos en la zona es el mayor de Medellín en establecimientos de alojamiento temporal (Concejo de Medellín, 2016a).

Otra iniciativa de la administración local que juega un papel fundamental dentro del proceso de transformación de Poblado Centro y la Zona Rosa es la implementación de la estrategia clúster, la cual estimula el principio de concentración geográfica de empresas pertenecientes a una misma industria e industrias complementarias (Cámara de Comercio de Medellín, 2009). De esta manera, en este sector se observa una de las mayores concentraciones de establecimientos de comercio vinculados con la industria turística en la ciudad.

Algunos datos que ayudan a entender la manera cómo el turismo se ha tomado al barrio se pueden ver en la información recopilada por el Capítulo Antioquia- Chocó de COTELCO, donde la comuna de El Poblado agrupa el mayor número de establecimientos de alojamiento afiliados al gremio hotelero, incluso por encima de algunas de las zonas más turísticas de la región (COTELCO; 2021), como se puede ver en la Figura 9.

Figura 9

Número de establecimiento afiliados a COTELCO en 2020, Capítulo Antioquia- Chocó



Nota. Elaboración propia con datos de COTELCO (2021).

De los 40 establecimientos en El Poblado afiliados a COTELCO, para el año 2020, 14 se encuentran localizados en la Zona Rosa²⁰ y 7 en sus alrededores²¹. Adicionalmente, de los 11 miembros de la junta directiva de COTELCO Capítulo Antioquia- Chocó, 3 son voceros de El Poblado, ocupando la mayor representación por parte de un territorio en dicha junta (COTELCO, 2021).

Por fuera de los afiliados a COTELCO, en Poblado Centro se encuentran, por lo menos, 70 establecimientos más de acomodación para viajeros²², para un total de 91 establecimientos

²⁰ Se encuentran aquí listados The Charlee Lifestyle Hotel, Soy Local House, Hostal Lleras Calle 8, Hotel Du Parc Boutique Medellín, Hotel Epic Boutique, Celestino Hotel Botánico, Hotel Haven, Hotel Moet, Hotel Click Clak, Aparta Suite Torre Poblado, Hostal Casa Ram, Florencia Plaza Hotel & Hostal, The Somos y Stanza (COTELCO, 2021).

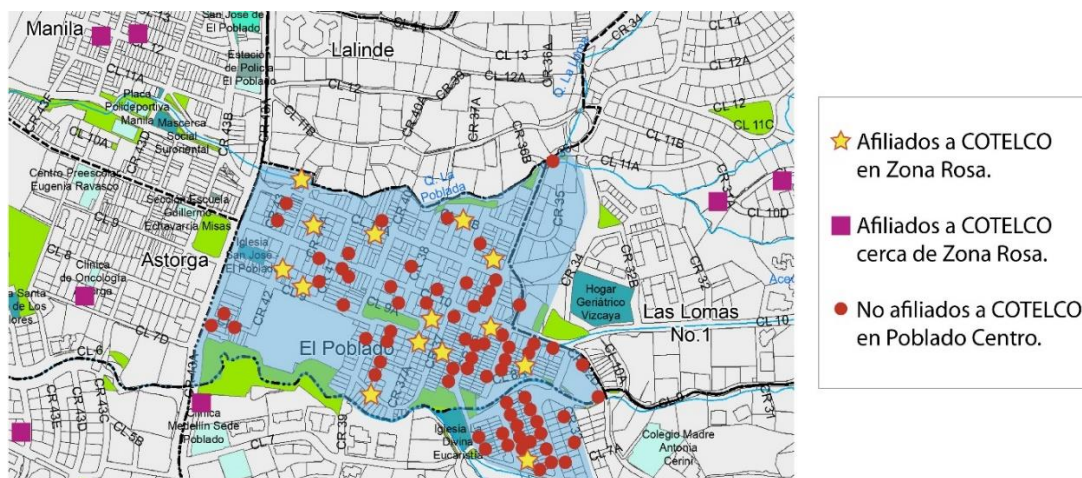
²¹ Hacen parte de este conteo los siguientes establecimientos: Purple Monkey, The Sugar Cane, El Cielo Hotel, Hotel Dann Carlton Belfor, Hotel Sites, Café Hotel By Lars y Hotel Loma Verde (COTELCO, 2021).

²² Después de revisar las plataformas de Google Maps y TripAdvisor, se obtuvieron datos sobre la presencia de los siguientes establecimientos de alojamiento formal (hoteles, hostales y apartahoteles) localizados en Poblado Centro: Poblado Suites, Oasis Suites by Lifeafar, Poblado Brownstone, Hostal La Presidenta, Hostel Rango Boutique, Hotel Dix, Apartamento Lleras 10º, Hotel Calle 10 Express, Hotel Lleras 10, El Jardín de la 10, Lleras Green Hotel, Hotel Casa Lleras, 1 Million suites, Lleras Park Concept, Europa Suites Medellín, Paris Luxury Suites, Marquee Hotel, Tierra Primavera Hostel, Hotel Loup, Hostal Mandala, Hotel Lleras Express, Hotel Zona A Medellín, Hotel Madeiro, Hotel Merlott Lleras, Hostel Relax 10, MEMPHIS HOSTAL, Hostal Casa Provenza OPEN, Viktory Boutique, 14 Urban Hotel, Mardi Hostel, Hotel Restaurante Veler, Antique House Hostel, Hostal Jardín de Provenza, Ayenda 1230 Paradise Lleras, GEO hostel, The MYNT, Hospedería Monticelo, Selina Medellín, Yolo Hostel Medellín, Samán Hostel Medellín, Friends to Be, PROVENZA LOFTS, Hotel Art Medellín, Christian Bed and Breakfast Hostel, Rusty Pelican, Tiger Hostel & Bar, Diez Hotel Categoría Colombia, Nakúa: Stay & Work – Provenza apartamento turístico, Bacano Poblado, Casa Kiwi, La Playa Hostel & Rooftop, Hotel Acqua Medellín, Hotel La Fleur, 35th Station Hostel – Bar, MALOKA HOSTEL MEDELLIN, M.S. Hotel Natura Express, Casa Del Reloj, Macarena Hostel, Cocobamboo Hotel, Casa Provenza Apartments, Primavera Hotel, Element Hotel, In House, Hostels Colombia, Hostal Porton de Provenza, The Garden Of Blues Hostel, Medellín hostel, Tamarindo B&B y Hotel Park 10.

formales para alojamiento, solo dentro del perímetro de la Zona Rosa, como se ve en la Figura 10, haciéndola el sector que mayor oferta de acomodación formal presenta en Medellín (Alcaldía de Medellín, 2018).

Figura 10

Mapa de establecimientos de acomodación afiliados y no afiliados a COTELCO en Zona Rosa, para 2021



Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de COTELCO (2021), Google Maps y TripAdvisor.

El incremento en la oferta comercial de Poblado Centro ha movilizad el desarrollo económico del sector, a la vez que ha acelerado el proceso de expulsión de los residentes y la aparición de actividades irregulares vinculadas con la actividad turística, dentro de las cuales se destacan la trata de personas, la parahoteloría, el microtráfico, la inseguridad generalizada en el sector y la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes. Según N. Ángel (comunicación personal, 14 de julio de 2020), el problema no es la aparición de estas actividades, puesto que son inherentes al desarrollo de la industria turística en cualquier parte del mundo. El problema es que no se tiene la capacidad para recibir el volumen de turismo que está llegando al sector (o a la ciudad) de forma sostenible.

La emergencia de estas actividades ha llevado a diversas reacciones por parte de la administración local, dentro de las cuales se identifica (i) la creación de la Comisión Accidental N°325 en 2013, dedicada a estudiar, hacer seguimiento y elaborar un informe sobre parahoteloría en Medellín (Concejo de Medellín, 2014); (ii) el desarrollo de numerosas plenarias en el Concejo

de Medellín, entre los años 2008 y 2021, dedicadas a debatir sobre el tema con representantes del sector turístico; (iii), la implementación y posterior modificación de una Política Pública de Turismo en 2015, reactiva a las problemáticas derivadas de la informalidad con la que se estaba desarrollando el turismo en la ciudad; (iv) la regulación de las alturas, el uso de fachadas y los retiros de los edificios en el Polígono del Poblado en el POT de 2014, con el fin de garantizar que no se dieran apropiaciones irregulares de espacio público y se mantuviera uniformidad paisajística en la zona (Alcaldía de Medellín, 2014); (v) el lanzamiento de diversas campañas con fines educativos, preventivos y de regulatorios, contra prácticas delictivas relacionadas con el turismo en El Poblado, como la de #NoPermito en 2015, o el pacto ciudadano “Con vos tejemos la red protectora para niños niñas y adolescentes” en el Parque Lleras, en 2017 (Concejo de Medellín, 2016b).

Pese a los esfuerzos realizados, la administración local reconoce la dificultad para desarrollar un turismo libre de delitos en Medellín e insiste en la importancia del trabajo colectivo con las autoridades nacionales, los inversionistas, los centros de educación y todos los gremios y asociaciones comerciales, para resolver de manera cabal la problemática del turismo delictivo en la ciudad, particularmente en El Poblado (Concejo de Medellín, 2017a).

3.2.1. Prostitución, Trata de Personas y Explotación Sexual de Niños, Niñas y Adolescentes

En primer lugar, es importante reconocer que, desde la Secretaría de Inclusión Social, Familia y Derechos Humanos, se establecen diferencias conceptuales sobre la actividad de la prostitución, la trata de personas y la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes. Aclarando que, la prostitución en Colombia no es un delito, pero, la trata de personas y la explotación sexual de menores sí lo son (Concejo de Medellín, 2016c). Para este último punto, la Policía Nacional también indica que, de acuerdo con la ley, en Colombia no se puede judicializar a ningún individuo que sostenga una relación sexual con una persona mayor de 14 años. Por este motivo, las principales actividades que se deben emprender frente a esta situación son las de educación, comunicación y prevención (Concejo de Medellín, 2016a).

Al revisar lo que acontece en la Comuna de El Poblado, se identifica de manera generalizada que existe allí un problema de comercio sexual vinculado al turismo, el cual se traduce periódicamente en actos de violencia y abuso hacia las personas prestadoras de servicios sexuales. Aquí, se identifica a El Parque Lleras como un lugar crítico (Concejo de Medellín, 2016b), que se encuentra desbordado de delitos sexuales y donde se tratan de tomar medidas, pero

muchos de los negocios se rehúsan a acatar las normas y los problemas se toman hasta las calles (Concejo de Medellín, 2016c).

El barrio es apreciado en este escenario desde su carácter transterritorial, en la medida en la que en él se concentran actores, vinculados con la prostitución y el tráfico de drogas, provenientes de diversos barrios de la ciudad, principalmente periféricos, dando lugar a hibridaciones tanto dentro como fuera de su territorio, producto de los cruces entre territorios. Es así como los referentes propios de El Poblado son trasladados a otros barrios de Medellín y El Poblado mismo es transformado a partir de lo que proviene de otros territorios, llevando a la construcción de geografías complejas, que según la opinión dominante en medios locales se interpreta como “deterioro social” del barrio (ver: Teleantioquia Noticias. 2018, 3m35s).

Por otro lado, cuando se revisa la situación de explotación sexual de menores de edad, se encuentra una relación estrecha entre la prostitución y las redes criminales de la ciudad, pues de acuerdo con lo investigado por el Concejo de Medellín (2016a, 2016c), son los proxenetas los que estimulan el consumo de drogas en los menores, con el fin de volverlos adictos, para que sean capaces de resistir el comercio sexual, y a la vez los preparan para que sean vendedores de las drogas que consumen y se las puedan vender a sus clientes.

Con la llegada del turismo a El Poblado, la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes se tornó en un tema prioritario para la administración pública que, antes de que las calles alrededor del Parque Lleras se llenaran de menores de edad, no se contemplaba con tanta seriedad (Concejo de Medellín, 2016c). Pese a que se han llevado a cabo algunas redadas (como la operación Jaque El Americano, por explotación sexual en el año 2016), se han sellados algunos establecimientos por explotación sexual de niños, niñas y adolescentes (Concejo de Medellín, 2016c), y a la fecha se encuentra prohibido para los menores de edad frecuentar la Zona Rosa de El Poblado entre las 7:00 p.m y las 5:00 a.m. todos los días (Ospina Zapata, 2021), las medidas tomadas por los representantes de la administración municipal continúan siendo ineficientes, destinando un mayor presupuesto para la promoción de la ciudad, sobre la prevención y la reparación de los daños dejados por el turismo²³ (Concejo de Medellín, 2016a).

²³ En sesión plenaria ordinaria N°024 del año 2016, la concejala Daniela Maturana indica que se ha identificado a El Parque Lleras como un punto crítico para la prostitución de menores. Adicionalmente, denuncia que en Medellín se hacen estrategias de comercialización de la ciudad y se mantiene Plaza Mayor lleno, pero no se articulan los organismos vinculados a la industria turística para la promoción de un turismo libre de delitos sexuales (Concejo de Medellín, 2016b).

Estas estrategias de promoción de la ciudad buscan eliminar la estigmatización reciente que se ha generado alrededor de Poblado Centro como uno de los “burdeles más grandes de Medellín” (Concejo de Medellín, 2016c), o el sitio por excelencia para consumir drogas (Concejo de Medellín, 2016c).

3.2.2. La Dificultad Para Controlar la Parahotelería en El Poblado

La primera vez que se discute, desde la administración pública de Medellín, el tema de la parahotelería es en el año 2013, cuando se conforma la Comisión Accidental N°325, encargada de estudiar y hacerle seguimiento a esta actividad, con el fin de poder informar posteriormente acerca de su comportamiento (Concejo de Medellín, 2014).

Para el año 2014, El Poblado había sido identificada como la Comuna con mayor incidencia de la parahotelería en Medellín (Concejo de Medellín, 2014), reconociendo que allí este fenómeno se había fijado con mayor facilidad por la falta de promoción de lazos de confianza entre vecinos y copropietarios de inmuebles destinados a vivienda familiar ubicados en urbanizaciones (Concejo de Medellín, 2014). Para el año 2016, se calcula que más de 60 apartamentos en el sector eran utilizados para parahotelería (Concejo de Medellín, 2016a).

El control de esta problemática en El Poblado (y en Medellín, en general), se hace difícil por múltiples razones. La principal de ellas es la imposibilidad para llevar un conteo del número de propiedades residenciales que se utilizan para fines diferentes al uso residencial, dado que existen infinidad de apartamentos que se alquilan por días o por semanas en las diferentes unidades violando el régimen de copropiedad horizontal, y no existe una normativa clara o una entidad encargada de llevar este control en Medellín (Concejo de Medellín, 2016c). A esto se le suma que la mayoría de los ciudadanos desconocen la normatividad vigente sobre turismo y desconfían, de forma generalizada, de las acciones que puede emprender la administración local, razón por la cual no hacen denuncias de manera frecuente sobre este delito (Concejo de Medellín, 2014).

Por otro lado, la disparidad de criterios entre las diferentes autoridades (Inspectores de policía, jueces, Ministerio de Comercio, Industria Turismo y Policía de Turismo), y demás actores involucrados (COTELCO, la Lonja de Propiedad Raíz y Cámara de Comercio), hacen que sea

Durante la misma plenaria, el director de la Corporación Zona Rosa, Luis Guillermo Orjuela, intervino para reflexionar sobre los programas de prevención y control del turismo con fines de explotación sexual en Poblado Centro como unos que debían desarrollarse de forma consistente y no solo para que fueran noticia. Orjuela indicaba que los operativos en el Parque Lleras duraban un día o un fin de semana, y se hacían cada dos o tres meses (Concejo de Medellín, 2016b).

Actualmente, desde la Corporación Zona Rosa se celebra la medida que prohíbe el ingreso de menores de edad al sector durante la noche, como una que favorece al establecimiento de comercio (Ospina Zapata, 2021).

complicado regular el problema (Concejo de Medellín, 2016a). A esto se le suman la dificultad de llevar a cabo procesos administrativos para procesar a personas o entidades que comenten este delito, puesto que los trámites son engorrosos y demorados para imponer las sanciones descritas en la Ley 820 de 2003 a las inmobiliarias o agencias de arrendamiento que la incumplen (Concejo de Medellín, 2014).

De esta forma, la administración local ha buscado descargar a COTELCO la responsabilidad de impulsar una reforma de sanciones de la mano del RNT, en el que se exijan unas condiciones mínimas de infraestructura y de servicios para entrar a la formalidad en el sector (Concejo de Medellín, 2014). Adicionalmente, ha solicitado a la Lonja Propiedad Raíz que ejerza un mayor control sobre las agencias inmobiliarias de la ciudad, siendo esta entidad la responsable de la agrupación de más del 50% de ellas en Medellín (Concejo de Medellín, 2014).

En general, este es un fenómeno difícil de combatir, porque la mayoría de las personas no ven en la parahotelería un delito, sino un fenómeno turístico afín a la hotelería informal (Concejo de Medellín, 2016a). Por otro lado, en Colombia existen vacíos en las leyes que regulan la prestación de servicios de turismo, que hacen débil, confusa y de diversa interpretación las actuaciones de las autoridades administrativas y judiciales; así como la de la ciudadanía (Concejo de Medellín, 2014). Este vacío normativo hace que ninguna forma de Policía (nacional o de turismo) pueda intervenir, y toda la responsabilidad recaiga sobre los vigilantes y administradores de los conjuntos residenciales (Concejo de Medellín, 2016a).

3.2.3. La Lucha por un Turismo Libre de Delitos

Desde el año 2013 iniciaron las acciones para mitigar el impacto negativo del turismo en la ciudad, a partir de un estudio exploratorio descriptivo de la dinámica delictiva del tráfico de estupefacientes, la trata de personas, la explotación sexual comercial asociada a viajes y turismo en Medellín (Concejo de Medellín, 2017a). Este estudio, realizado de la mano de las Naciones Unidas y la Oficina contra la Droga y el Delito (UNODC), demostró cómo para muchos turistas extranjeros el atractivo de venir a Medellín era el comercio sexual, incluida la explotación de niños y niñas, y la unión de estas actividades con el consumo de drogas a muy bajo costo (Concejo de Medellín, 2017a).

Gracias a estos resultados, y posterior a la creación de una Política Pública de Turismo, en el 2018, la Secretaría de Desarrollo Económico y la Subsecretaría de Turismo de la Alcaldía de Medellín, con el apoyo de la UNODC instalaron formalmente la Red de Turismo Responsable y

Libre de Delitos de Medellín (Oficina contra la Droga y el Delito de las Naciones Unidas [UNODC], 2018), con el objetivo de coordinar a los diferentes sectores para disminuir los delitos en contextos de viajes y turismo, particularmente los relacionados a la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes (UNDOC, 2018).

Es así como, la lucha contra los delitos asociados con el turismo en la ciudad, de acuerdo con la Subsecretaría de Turismo de Medellín, ha tratado de involucrar a los prestadores de servicios turísticos (principalmente hoteles, hostales, aeropuertos y terminales), bares y restaurantes. Adicionalmente, desde la Secretaría de Inclusión Social se estableció una línea para denunciar delitos asociados con la explotación sexual de menores (Alcaldía de Medellín, 2021).

En términos generales, las medidas que se han tomado desde la administración pública para mitigar el impacto negativo del turismo en Medellín buscan estar alineadas con lo que la Organización Mundial del Turismo (OMT) plantea (Concejo de Medellín, 2016a). Estas medidas quedaron formuladas en la modificación que se le hizo a la Política Pública de Turismo de Medellín en 2017 (Concejo de Medellín, 2017c) y posteriormente en el Plan Estratégico de Turismo de Medellín 2018-2024 - Por un turismo responsable, competitivo y libre de delitos. Es así como, desde la administración pública se agregan componentes de planificación turística a la Política Pública, que permitan la implementación continua de lo estipulado en la política pública.

Sin embargo, emprender estas acciones en El Poblado no ha resultado del todo exitoso, principalmente por la falta de corresponsabilidad entre actores, ya que algunos de ellos se benefician del turismo insostenible y buscan que permanezca de esta manera (Concejo de Medellín, 2016c).

3.3. Los Intereses de los Comerciantes Sobre los Efectos del Turismo en la Zona Rosa de El Poblado

El turismo es una industria que se encarga de comercializar un territorio como producto de consumo . En este sentido, es una actividad esencialmente comercial en la que entran en juego múltiples actores encargados de proveer productos y/o servicios que faciliten el consumo de un lugar específico (Urry, 1995).

Como ya se ha explorado en este trabajo, la llegada del turismo a Poblado Centro se dio de una manera fluida y sin transiciones traumáticas, dado que este territorio ya se había consolidado a lo largo del tiempo como un lugar pre-turístico, es decir, como un entorno en donde convergían

numerosos establecimientos de comercio, con una amplia oferta de productos y servicios afines con aquellos típicos de la industria turística.

Como consecuencia de esto, los comerciantes en Poblado Centro se presentan como un grupo importante y numeroso, que ha optado por estrategias de autoorganización y cuya voz predomina en la zona sobre la de los pocos residentes que aún resisten (C. Ramírez, comunicación personal, 18 de junio de 2020). La organización más reconocida del sector, encargada de agrupar a los comerciantes de Poblado Centro y barrios aledaños dentro de la misma comuna, es la Corporación Zona Rosa. Esta corporación fue fundada en el año 2001, gracias a la iniciativa de los mismos empresarios de El Poblado, quienes querían contar un espacio de protección frente a los problemas de seguridad de la zona (Tettay De Fex, 2021) y representación ante la administración pública (L.G. Orjuela, comunicación personal, 26 de junio de 2020). Desde su fundación, la corporación ha intercedido para garantizar mejores condiciones para los establecimientos comerciales, tanto de día como de noche, haciendo solicitudes ante la Alcaldía de Medellín para ampliar el horario de atención de los establecimientos nocturnos, a cambio de comprometerse con mantener la seguridad de la zona (Corporación Zona Rosa, 2004). Por otra parte, en sus primeras actuaciones se registra el trabajo mancomunado con los residentes de Poblado Centro, con el propósito de mitigar el impacto generado por parte de los establecimientos de comercio sobre la calidad de vida de los habitantes del sector (Corporación Zona Rosa, 2005).

Con el paso del tiempo, la eventual retirada de los residentes de Poblado Centro, el crecimiento de la oferta comercial y la llegada del turismo a la zona, las prioridades de la Corporación han cambiado. Esto se evidencia en la participación de su director ejecutivo, Luis Guillermo Orjuela en diversas sesiones del Concejo de Medellín (2016c), durante las cuales expone las preocupaciones de los comerciantes, relacionadas con la imagen que se está generando en torno al Parque Lleras, como un lugar de turismo orientado hacia la explotación sexual y el consumo de drogas. A lo largo de los años Orjuela ha reiterado en sus intervenciones el compromiso por parte de los comerciantes para garantizar que el turismo en la zona sea libre de delitos, ofreciendo las pantallas del Parque Lleras para hacer campañas de difusión, que permitan el ataque directo a la problemática (Concejo de Medellín 2016b). Adicionalmente, señala que no existe un compromiso sostenido en el tiempo por parte de las autoridades, indicando que los comerciantes “No necesitamos que haya una campaña de un fin de semana, sino que sea permanente y con el compromiso de todos”. (Concejo de Medellín 2016b; Ospina Zapata, 2021).

Por fuera de la Corporación Zona Rosa, existen otras agrupaciones de empresarios que trabajan con la industria turística en Poblado Centro. Entre ellas se encuentra la Red de Hostales de Medellín y Antioquia. Esta entidad tiene por misión “representar los intereses de los empresarios del sector Hostales de Medellín y Antioquia a través de proyectos que permitan incrementar la competitividad, fortalecer y proyectar la imagen del gremio, así como generar estándares de servicio” (Red de Hostales de Medellín y Antioquia, s.f.). Uno de sus intereses más grandes es el reconocimiento de Medellín como una ciudad que tiene mucho para mostrar y vender, por fuera de la prostitución y el narcotráfico. En este sentido, la organización ha manifestado su interés por la realización de campañas de supervisión y control en la Zona Rosa (Concejo de Medellín, 2016a). Sin embargo, se sienten atacados por parte de la administración municipal, la cual sella establecimientos sin corroborar que en ellos realmente están teniendo lugar casos de explotación sexual de niños, niñas y adolescentes, trata de personas, o cualquier otro tipo de actividad ilegal (Concejo de Medellín, 2016a).

De acuerdo con Natalia Cobo, actual coordinadora de la Red de Hostales, los delitos cometidos en hostales en El Poblado son cada vez menos. Según Cobo, estos delitos cada vez tienen lugar de manera más corriente en los lugares de hospedaje ilegales (Gente, 2021). Estas afirmaciones dan algunas pistas sobre la existencia de dos actividades comerciales altamente lucrativas y populares en la zona, que no solo van en contra de la ley, sino que también se han convertido en competencia para los hoteles y hostales de Medellín: la parahotelaría y la hotelaría informal.

Tanto la hotelaría informal, como la parahotelaría, son negocios en donde entran en juego agencias de arrendamiento, proxenetas, falsificadores de documentos y empresarios nacionales e internacionales (Concejo de Medellín, 2016a). Esencialmente, la hotelaría informal alude al uso turístico de propiedades registradas para uso residencial, las cuales evaden impuestos al no tener RNT. Normalmente, operan bajo la modalidad de subarriendo, es decir, una persona natural arrienda la propiedad y se compromete a darle uso residencial y a pagar un canon determinado, sin embargo, esta persona al mismo tiempo la subarrienda para estancias temporales. De esta forma, garantiza que legalmente en el contrato aparezca que la destinación del arriendo es residencial, pese a que el uso que le está dando a la propiedad es comercial (Concejo de Medellín, 2016a).

Para el caso de la parahotelaría, esta puede contener a la hotelaría informal, cuando el esquema descrito en el párrafo anterior tiene lugar, pero en su interior tienen lugar actividades

como la explotación sexual, la trata de personas, le trabajo forzado o el narcotráfico (Concejo de Medellín, 2016a).

Es importante aclarar que, tanto la parahotelería como la hotelería informal en Poblado Centro son actividades que tienen lugar al interior de propiedades que originalmente fueron pensadas para uso residencial (Concejo de Medellín, 2016a). Tomarse una propiedad dentro de una copropiedad para explotarla comercialmente con fines de turismo, conlleva a la expulsión gradual de los demás residentes de la copropiedad y al eventual cambio en el uso del suelo de la totalidad de la edificación. Es así como, de acuerdo con Patricia (comunicación personal, 26 de septiembre de 2020), y C. Calle (comunicación personal, 12 de mayo de 2020), residentes de Poblado Centro entrevistadas para este trabajo, esta situación es la que más ha acelerado la expulsión de los residentes que quedaban en la zona, principalmente de Provenza, y una de las más difíciles de controlar por parte de las autoridades municipales, pues estas no pueden ingresar a las propiedades privadas sin órdenes de allanamiento. Es por esto que, la responsabilidad de mantener la seguridad ha recaído sobre los residentes, quienes eventualmente, por miedo, deciden dejar la copropiedad y venderla.

Otra de las razones por las cuales se dificulta en gran medida controlar este tipo de negocios es que, la responsabilidad del cuidado de las copropiedades muchas veces recae sobre los vigilantes. De acuerdo con el concejal Bernardo Alejandro Guerra Hoyos, a veces los vigilantes de los edificios se encargan de incentivar la parahotelería para ganar comisiones sobre esto (Concejo de Medellín, 2014), convirtiéndose de esta forma el afán de lucro en el mayor obstáculo para regular la actividad desde el interior de las copropiedades.

Adicional a todo esto, la informalidad de la hotelería, con fines de lucro privado, también puede ser vista cuando se construye un establecimiento con fines de alojamiento turístico, falsificando las licencias urbanísticas y haciendo caso omiso a lo establecido en el POT de 2014 (Concejo de Medellín, 2016a). En este caso, la Comuna de El Poblado es la que mayor índice presenta de hospedajes funcionando sin haber tramitado licencias urbanísticas. Se estimaba que para el año 2016, el 90.5% de los hoteles y hostales de la Comuna 14 habían sido construidos incumpliendo con las normas urbanísticas y sin tramitar ningún tipo de licencia (Concejo de Medellín, 2016a).

Frente al panorama general relativo a los establecimientos dedicados al hospedaje en El Poblado se puede concluir que la ausencia de los residentes y la falta de control por parte de los

diferentes entes municipales, vinculados con temas de turismo y urbanismo, ha hecho que los comerciantes se apropien del territorio y lo intervengan de acuerdo con sus intereses económicos. Por otro lado, es de interés de los comerciantes del sector contar con numerosos establecimientos de hospedaje a su alrededor, con una alta ocupación, puesto que esto significa más flujo de personas consumiendo, por lo tanto, una mayor oportunidad de lucro.

Se plantea una paradoja: la solución queda en manos del problema. Pues la solución a los problemas de inseguridad y comercio ilegal queda en manos de los propios comerciantes que son en gran parte responsables de esta situación. Deben velar por la seguridad de la zona, reportando a la administración local sobre cualquier irregularidad, a la vez que velan por sus ganancias económicas. Aparecen de esta manera múltiples interrogantes: ¿Será que lo que se busca cambiar en el sector es únicamente su imagen para vender más o realmente se quieren atacar los problemas de raíz? ¿En manos de quién debe recaer el control y la regularización de las dinámicas de la zona? ¿A quiénes corresponde hacerse cargo de la gobernanza de un territorio turistificado, como lo es Poblado Centro?

3.4. Los Nuevos Residentes y Tensiones que el Turismo ha Traído a El Poblado

La expulsión de los residentes de El Poblado Centro es un proceso que inició desde la década de 1990, con la llegada de los establecimientos comerciales y su proliferación en el sector. A la fecha, de acuerdo con C. Ramírez (comunicación personal, 18 de junio de 2020) (ex edil de la JAL de El Poblado), de las 45 propiedades construidas para uso residencial alrededor del Parque Lleras, únicamente dos no han sido convertidas en establecimientos de comercio²⁴. Esto hace que este grupo poblacional en su expresión tradicional sea el que cuente con menos representación en el centro del barrio.

A la fecha, es posible encontrar pocos residentes en la parte más alta de la Zona Rosa, en el sector de Provenza. No obstante, la mayoría de ellos se han retirado de sus predios ante la presión que ha supuesto la llegada del alto tráfico y congestión vehicular, el ruido, los vendedores ambulantes, la hotelería informal, la parahotelería, la prostitución y la inseguridad de la zona (Tettay De Fex, 2021).

Los primeros registros de malestar por parte de los residentes relativos a la llegada del comercio datan de 1992, cuando el periódico Vivir en El Poblado (Arias, 2021) recopiló varios

²⁴ Una de ellas se encuentra en la Cra 39 # 7-100 y la otra en la Cl 9 A 37-02.

reclamos recibidos por parte de quienes residían alrededor de los 115 establecimientos de comercio que ya se habían instalado en la zona (Tettay De Fex, 2021). Estos reclamos redundaban en la idea de que Poblado Centro se había convertido en un parqueadero (Arias, 2021). Como reacción a esto, en 1994, el Parque Lleras fue remodelado, y con eso se buscó conciliar los intereses de los comerciantes con los de los residentes, dándole lugar a todo el mundo (Arias, 2021)

Con el tiempo fueron instalados parquímetros, elevadas las aceras (Barajas, 2021). De acuerdo con Alexander Barajas (2021), hasta este momento de la historia, en el centro de El Poblado todavía “había cierto sabor de comunidad doliente, activa y comprometida. Que quería seguir disfrutando de su barrio de siempre y se esforzaba por coexistir en armonía con el comercio, el urbanismo, los carros, las valorizaciones apabullantes”.

Con la llegada de los narcos a la zona, llegaron los problemas de violencia vinculados a ellos, cuestión que llevó a que en 2001 fuera detonada una bomba en el Parque Lleras, causando la muerte de ocho personas y 144 heridos (Zuluaga, 2021). Una de las reacciones que se dio por parte de los habitantes del sector fue la conformación de la Corporación Zona Rosa, cuestión que deja entrever que, para este momento de la historia, existía ya una participación política importante por parte de los comerciantes del sector, por encima de los residentes.

Eventualmente, comenzaron a aparecer las quejas relacionadas con el ruido. De esta manera, se registran acciones realizadas por los miembros de la Corporación Zona Rosa, con las que se pretendía medir el ruido de los establecimientos comerciales y llegar a un acuerdo con los residentes para mitigarlo, en caso de que fuera necesario. Para el año 2005, el periódico Vivir en El Poblado deja registrado la falta de participación de los vecinos de los locales en estos temas (no se presentan los residentes cuando son citados) y las acciones emprendidas por parte de los comerciantes y la policía (Vivir en El Poblado, 2005).

Las tensiones derivadas por el ruido persisten con la llegada del turismo a la zona. Esto se evidencia con la llegada del Hotel Charlee al sector, el cual fue denunciado por los vecinos del sector múltiples veces, por el ruido que se producía en las *rumbas*²⁵ del hotel (Vivir en El Poblado, 2011). Con la llegada del Charlee a la zona aparecen también las denuncias por la ocupación ilegal del espacio público y la construcción de infraestructura para el turismo sin licencias urbanísticas (Vivir en El Poblado, 2011).

²⁵ El diccionario AsiHablamos.com (2021), define la palabra rumba como “fiesta” dentro de la jerga colombiana.

No tomaría mucho tiempo para que las que alguna vez fueron casas pasaran a ser establecimientos de comercio, completando el proceso de cambio de habitantes de la zona de manera generalizada. Los comerciantes pasaron a ser los dolientes del sector y a impulsar todo tipo de proyectos de desarrollo de infraestructura pública y cultural que ayudaran a combatir las problemáticas sociales del sector, como lo son la peatonalización algunas de las vías de la Zona Rosa, la introducción temporal del urbanismo táctico²⁶, con colores, materas y sillas en el sector en el año 2017; o una nueva reforma del Parque Lleras aprobada en 2021 (Arias, 2021).

Una vez el comercio de la zona pasó a orientarse al turismo, los nuevos habitantes de la zona pasaron a ser los turistas. Este nuevo grupo social se caracterizó por venir de “afuera” y ser capaz de reconocer múltiples imágenes vagas y ambiguas, pero a la vez concretas y estructurantes del espacio social y político local (Penchaszadeh, 2008), sin relacionarse de manera profunda con la historia del barrio y su identidad original, sino con su presente inmediato. Esta situación ha llevado a la construcción de múltiples ideas sobre el sector y sus dinámicas, las cuales han quedado, en su mayoría, consignadas en redes sociales o blogs de viaje. En estos espacios virtuales se indica, de forma generalizada, que El Poblado es el lugar más popular para los turistas en Medellín, y que dentro de su perímetro es difícil recordar que un viajero está en Colombia, pues su oferta e infraestructura se encuentra altamente internacionalizada.

Adicionalmente, Poblado Centro es percibido por muchos turistas como el barrio más seguro de Medellín, donde se recomienda hospedarse, pues está lleno de bares, cafés, restaurantes, hoteles y discotecas, siendo el mejor lugar de la ciudad. Por otra parte, algunas de las opiniones en redes como TripAdvisor dan cuenta de las problemáticas derivadas del turismo en la zona, mostrando la postura de turistas y ciudadanos de Medellín.

Dentro de los puntos de vista de los turistas como nuevos habitantes de la zona se destaca la percepción del barrio como uno rico en oferta comercial, con propuestas interesantes y un ambiente entretenido para el turista. No obstante, se le percibe como un lugar inseguro, donde pulula la prostitución y las drogas.

²⁶ La Organización de las Naciones Unidas (2021) define al urbanismo táctico como un proceso colaborativo para recuperar el espacio público y maximizar su valor para el disfrute por parte de las comunidades. Este proceso se realiza a través de intervenciones ligeras, de bajo costo y rápida implementación para la mejora de los espacios. En esto se diferencia del gran urbanismo que pretende transformar toda una ciudad o urbe a partir de intervenciones urbanas estructurantes.

Al hacer un ejercicio de observación no participativa en el grupo *Medellin Expat and Tourist Info*. (Medellin Expat and Tourist Info, s.f.), el grupo más grande en Facebook de extranjeros en Medellín, y buscar las palabras “El Poblado”, la mayoría de las publicaciones muestran propiedades para alquilar, completamente amobladas, mínimo por un mes. Ninguna de estas publicaciones ofrece inmuebles por menos de 30 días, pues para ellos sería necesario cambiar el uso de la propiedad a comercial y solicitar el RNT, lo cual implicaría modificar la razón social de la edificación completa y el pago de los respectivos impuestos, derivados de la prestación de servicios turísticos. De esta forma, se visibiliza la popularidad de este negocio entre personas naturales extranjeras.

El recorrido por el espacio virtual pone en evidencia las problemáticas del espacio físico. Es normal encontrar recomendaciones entre extranjeros para “no dar papaya” en el sector o extremar todo tipo de medidas a la hora de conocer una mujer en la zona, pues lo más seguro es que sea una prostituta. Estas recomendaciones en vez de reducir, con el paso del tiempo se han incrementado, dando cuenta de que la imagen que el discurso institucional se ha encargado de posicionar sobre Medellín no es concordante con el que circula entre los “nuevos residentes” de la zona.

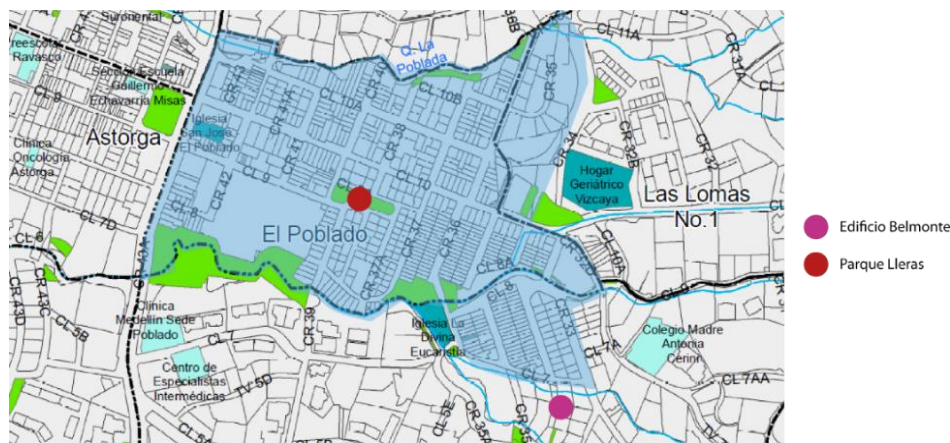
3.4.1. Penetrar, Desunir y Expulsar: Cómo el Turismo se Sale de la Zona Rosa y Arrasa con mi Casa. La Historia de Carolina Calle

En este apartado se quiere compartir un resumen de la transcripción de la entrevista realizada a C. Calle (comunicación personal, 12 de mayo de 2020), una residente de la Zona Rosa, expulsada por la llegada del turismo y la hotelería informal:

Yo vivía en la Cra 34 5G-102, en el Edificio Belmonte (ver Figura 11). Antes del año 2012 ver gringos en la zona no era normal. Mis amigas me decían que yo vivía en la mejor parte de Medellín. Eran cafecitos y no había tanta gente.

Figura 11

Ubicación de Edificio Belmonte, El Poblado



Nota. El área azul corresponde a la Zona Rosa, de acuerdo con lo indicado por Ospina Zapata (2021).

Mi edificio era uno de esos de ladrillitos, de esos viejos, pequeños, de apartamentos sencillos, amplios y con doble altura. Quedaba junto a la quebrada, tenía muchos árboles, todos en el edificio nos conocíamos, pues solo eran 6 apartamentos.

Cuando yo era niña esa calle era ciega, no estaba abierta la 34. Yo jugaba, montaba en patines, salía a la quebrada. No había muchos niños. No era muy concurrido. Era muy tranquilo.

Poco a poco eso se volvió una avenida. Cambió demasiado. Pasó de ser una calle ciega a una calle con semáforo. Con la llegada del semáforo llega el ruido, los pitos de los carros, los vendedores ambulantes, de personas pidiendo limosna. Ya no había paz y calma. Hasta ahí eran dinámicas locales, uno se termina adaptando al ruido y se vuelve parte del paisaje.

Entre el 2013 y el 2014 todo empezó a cambiar. En mi cuadra no había negocios, ni hostales. El primer hostel fue Casa Kiwi, de ahí salían los gringos que iban a jugar a la cancha (la de la Iglesia del Verbo Divino). Empezó en esa cuadra, luego la de encima, yo iba a un bar que se llamaba La Miscelánea, que después también se volvió un hostel. Empezaron a pasar los meses y cada mes uno veía una casa que se vendía y que empezaban a construir. Y luego hostales, hostales, hostales, comederos, comederos, comederos, bares, bares.

Creo que el cambio tuvo que ver con el Parque Lleras y la rumba. Como ahí estaba la rumba, buscaron lugares cercanos. Todo empieza con la transformación del parque Lleras y eso empieza a subir.

(...)

Nosotros tuvimos siempre los mismos vecinos, hasta que se fueron (...). Llegó una pareja joven (...), estuvieron en el edificio un tiempo, duraron 1 año y medio. Los demás vecinos llevaban ahí desde el 2000.

Esta pareja compró y un día le vendió a Brad²⁷, por ahí en el 2014-2015. Eso prendió las alarmas en el edificio, esta gente le vendió a un gringo, esto se va a volver horrible. Se prendieron las alarmas porque pensamos que se iba a volver un burdel. Al principio yo los calmé. Pero eso generó miedo e inseguridad.

Al mes, los del piso de arriba le vendieron a Brad también, él los contactó. Lo que hizo fue generar pánico en el edificio, porque ya tenía 2 de 6 apartamentos. El miedo era que, si tenía más de la mitad de los apartamentos, le iba a cambiar el uso al suelo y eso se iba a volver un hotel.

Como nadie estaba vendiendo, nadie sabía los precios del mercado. Las vecinas de arriba llegaron felices porque les ofrecieron 800 millones (por un apto de 190 m²), porque creyeron que era mucho. Como todo fue tan rápido y querían irse del apartamento por el miedo, se fueron felices.

Eso empezó a asustar más a los que quedamos.

Brad pidió una cita con mi papá y le dijo que le compraba el apartamento. Llegó una mañana y ofreció lo mismo que a las vecinas de arriba. Mi papá le dijo que no. Brad le respondió “tarde o temprano me van a tener que vender”. Eso me pareció violento y colonizador. En ese momento me dio rabia.

Sabíamos que era de una empresa, que era Casacol y que era canadiense. En ese momento no sabíamos nada. Nos metimos a la página y vimos que ofrecía propiedades aquí con rentabilidad de no sé cuánto porcentaje.

²⁷ Brad Hinkelman es el fundador y dueño de la empresa Casacol, la cual se dedica desde el año 2008 a invertir en propiedades en Medellín que puedan ser vendidas a inversionistas en el extranjero como apartahoteles para rentas de períodos cortos. Una vez la propiedad es vendida, Casacol toma la administración de la misma, la promociona para arrendamiento y cobra una comisión de servicio al inversionista/dueño de la propiedad (Casacol, s.f.).

Según lo que yo vi, ellos son como una agencia que atrae clientes extranjeros para venderles apartamentos y administrárselos. No importa cómo, pero ellos mantienen el apartamento arrendado. Era una especie de Airbnb pero más privado, entonces él era un intermediario.

(...)

Los que quedábamos nos unimos y decíamos que íbamos a ser súper fuertes. No nos dejemos llenar de miedo. Nos fuimos de vacaciones un mes y cuando volvimos nos enteramos de que otra familia le había vendido a él. Ya eran 3 contra 3.

Ahí empezaron las transformaciones. Se vendía un apartamento y empezaban a entrar trabajadores. El día a día era de martillos, cambiaban todo... quedaban apartamentos muy lindos, muy modernos, pero hay un punto donde se perdía el patrimonio. Ya no hay nada de lo que era ese edificio.

Eso era como un *modus operandi*. Buscaban edificios viejos, pequeños, que pudieran remodelar. Creo que buscaban también esa facilidad de penetrar, desunir y expulsar. Era una estrategia. Éramos débiles en ese sentido, porque una unidad no se va a prestar para esas cosas. Pero un edificio pequeño es más fácil de penetrar. Es más fácil comprar 6 apartamentos que 20 o 30. Era entrar para dañar, para que todos se vayan.

2015-2017 los que quedábamos resistimos. Nos dimos cuenta de que la ley de propiedad horizontal decía que debía tener la mitad más uno para poder cambiarlo todo. Él no podía hacer lo que le diera la gana con eso. Todavía teníamos cierto control de ciertas cosas.

Se tomaban como un mes para remodelar cada apartamento. Y ya empezábamos a ver que llegaban los turistas. Hubo de todo, llegaban familias, grupos de empresarios. Había gente de todo tipo. Como un *parche* de amigos que estaban de vacaciones o parejas. Hubo algunos que vivieron un tiempo. Al final tuvo que ir la policía de migración.

Después empezaron las cosas pesadas. Me acuerdo de que iba subiendo las escaleras y ya encontré una bolsa de *crystal*²⁸, una droga que yo ni siquiera conocía. Ya entré en razón y vi que no eran prejuicios de mis papás y los vecinos, sino que sí... Empezamos a ver viejas entrando a las 2 am. Como no había portero, se escuchaba todo. La gente conversando, riéndose, borrachos, una vez rompieron un vidrio de la portería.

²⁸ Metanfetamina (National Institute on Drug Abuse, 2019)

Poco a poco se fue dañando el ambiente. En el 2017 solo quedábamos 2. Una vecina vendió, no a Brad sino a otros.

El último día de las velitas me acuerdo de que estábamos las dos familias que dábamos afuera y llegó un taxi. Se bajaron dos manes gringos, rapados, típicos gringos, con dos viejas de minifalda y escote, una botella de licor en la mano, todos ebrios, nos pasaron por encima y nosotros ahí como “hola”. Ahí, ya dije estos son los nuevos vecinos. Eso lo hace pensar a uno muchas cosas del turismo.

Nosotros fuimos los últimos en salir. Imagínate por cuánta gente pasarían esas llaves. Ya habían robado en dos apartamentos. A los que se fueron antes de nosotros, les robaron. Cuando empezaron a robar dijeron “qué desgracia, vámonos de acá”.

Dijimos, bueno, vendamos en este momento que estamos como en el *boom*. Pero a Casacol nunca. Por el trato, la actitud. (...) Hubo varias cosas, como que ellos estaban insistiendo para quedarse con la administración del edificio y poder alquilar más. Sin el uso comercial, ellos únicamente podían alquilar una vez al mes a una persona. Pero, para ser rentable, necesitaban poder alquilar más de una vez al mes y a más personas.

Por esa época, estuvo el boom de que estaban utilizando los apartamentos para fines de parahotelería, y por el barrio sellaron varios apartamentos que estaban haciendo lo mismo. Entonces ellos se cuidaban de eso.

Ellos les ofrecían a sus inversionistas muchísimo dinero, en la página prometían una rentabilidad impresionante. Como no nos pudieron sacar, únicamente les estaba rentando lo que da el alquiler una vez al mes y tal vez eso, para esos inversionistas, no representaba mucho dinero.

Yo me encontré a un inversionista visitando su apartamento, viendo qué estaba pasando, porque su propiedad no le estaba dando la rentabilidad que quería. Seguro habló con Casacol y le explicaron que nosotros no queríamos vender y le pidió una cita a mi papá para comprarle el apartamento. Los dueños reales estaban super inconformes con Casacol, porque no les estaba dando la rentabilidad y con los robos, retiraron su propiedad de Casacol.

Al final le vendimos a Far international. Vendimos por 700 millones, muy *achantados* por todo lo que nos había dicho Brad, que ofrecía 500 por el apartamento.

Después un tío pasó, al tiempo y vio que lo estaban vendiendo nuestro apartamento, por 1.500 millones de pesos (C. Calle, comunicación personal, 12 de mayo de 2020).

Al revisar este tipo de historias, se pone en evidencia cómo las dinámicas de un territorio se expanden y difunden en el espacio, trayendo consigo transformaciones que afectan de fondo las relaciones entre las personas y las personas y su espacio. En este caso, El Parque Lleras funge como un centro de desarrollo económico que, al turistificarse, comienza a regarse por fuera de su delimitación oficial (de acuerdo con lo planteado por el POT), llevando consigo nuevas dinámicas a territorios residenciales donde existe una débil gobernanza y un tejido comunitario debilitado por los mismos procesos históricos que fueron expuestos en el Capítulo 2 de este trabajo.

Esta entrevista deja ver las tensiones entre comerciantes, la administración y los residentes de la zona, como una forma de relacionamiento entre actores que ha tenido lugar a lo largo del tiempo y de forma reciente. Estas tensiones continúan sin ser resueltas, cuestión que lleva a plantearse numerosas preguntas sobre el futuro de Poblado Centro, donde se hace difícil identificar si la dinámica de la turistificación del territorio, bajo formas formales e informales, continuará expandiéndose o será detenida.

3.5. Conclusión del Capítulo 3

Las transformaciones de Poblado Centro vinculadas con el fenómeno de turismo han tenido lugar como producto de los cruces entre actores y lo que estos cruces han dado como resultado. Aquí, las decisiones políticas que se han tomado por fuera del territorio, sumadas a las decisiones económicas que han tenido lugar en su interior, han llevado a la turistificación de su suelo, trayendo consigo numerosas situaciones problemáticas para unos actores y beneficiosas para otros.

Dentro de todo este análisis, aparece la administración pública como un actor clave que no reside en el sector, pero tiene la posibilidad de cambiarlo desde afuera, dando cuenta de los efectos que una escala puede tener sobre otra. Por otro lado, la turistificación de El Poblado ha llevado a la confrontación de posturas entre actores pertenecientes a la administración pública, dentro de los cuales se destacan instituciones dedicadas a su acérrima promoción, sin que les preocupe qué pasa con el turista una vez que llegue a la ciudad y la zona, y otras cuya principal preocupación es el rastreo de sus actividades, para evitar que tengan lugar acciones ilegales o contraproducentes para los habitantes del sector. Este desencuentro en el manejo pone en evidencia no solo la desarticulación entre miembros de la administración pública frente al tema del turismo en el barrio,

sino también la prioridad que se le da a la permanencia de la actividad en el sector, como motor de desarrollo económico, independientemente de las consecuencias que eso traiga.

Por otra parte, la ausencia de un proceso claro de gobernanza local del territorio permite que al final este espacio quede bajo control de un capital internacional disperso entre medianos y pequeños empresarios, ligados al turismo y a los bienes raíces, de manera tanto legal como ilegal. Estos empresarios se han visto beneficiados de los vacíos y omisiones de las actuales políticas públicas, cuya acción continúa siendo reactiva y no preventiva.

Adicionalmente, emergen otras industrias que se benefician de la falta de claridad en los procesos de gobernanza y gobernabilidad del sector, como lo son las del comercio sexual y de drogas, las cuales ven en la demanda por sus productos y servicios por parte de los turistas una posibilidad de lucro, cuestión que les lleva a depender del turismo para su subsistencia. La falta de controles para limitar las demandas provenientes de los turistas, ha traído consigo consecuencias sociales que trascienden los límites del barrio, como es el caso de la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes, traídos de otras partes de la ciudad para atender la demanda de sus servicios en el sector de Poblado Centro.

La identidad dinámica de Poblado Centro, producto de su historia y de las relaciones y tensiones que tienen lugar entre los múltiples actores que se encuentran inmersos en su territorio, ha llevado a que los efectos de un no-lugar²⁹ como el Parque Lleras se expandan más allá de sus límites oficiales, haciendo que las dinámicas que originalmente se daban de forma exclusiva a sus alrededores, tengan lugar por fuera de ellos, a partir de relaciones entre escalas horizontales y verticales. Esta expansión ha llevado a que, en sus cercanías se genere un mercado agresivo de la propiedad raíz, que busca expulsar a los antiguos residentes, cambiando en términos reales (no oficiales) los usos del suelo, transformando los barrios aledaños a la Zona Rosa en parte del distrito turístico de El Poblado, donde la vida común, con sus estancias prolongadas, pasa a ser reemplazada por la permanencia temporal de viajeros en busca de experiencias fugaces. Esto lleva a concluir que, las dinámicas dentro del territorio local ya no dependen de las acciones de sus actores originales, sino que han pasado a ser controladas por redes de capital transescalar, en la medida en la que se identifica como un lugar turístico producido y delimitado en función de

²⁹ En este sentido, el Parque Lleras es considerado un no-lugar desde la perspectiva de Auge (1992), al ser un parque constituido con relación a ciertos fines (turismo, comercio, ocio), y a las relaciones que ciertos individuos mantienen con él como espacio donde reina la actualidad y la urgencia del momento presente individual, solitario, provisional y efímero.

intereses privados (donde se articulan agentes nacionales, regionales, locales e internacionales) y de poderes - políticas públicas económicas que intentan obtener beneficios económicos para la ciudad, como un todo, a la vez que procuran ordenar un poco el caos o nuevo orden no barrial o comunitario que el turismo induce.

En términos de las relaciones que lo definen como lugar/territorio, por fuera de lo netamente cartográfico, el lugar turístico en El Poblado emerge como imaginario y escala socio-espacial, resultante de la conjunción de procesos materiales reales y discursividades. De esta manera, su identidad no es un producto estático derivado de relaciones horizontales con otros territorios, y las transformaciones que en él se han dado no han dependido exclusivamente de fenómenos internos y aislados.

En este sentido, desde la cotidianidad inmediata observable, el barrio de El Poblado opera como microescala, conectada a una red de escalas regionales, nacionales e internacionales, en el presente, pero también subyace a él una trayectoria histórica socio-espacial propia que ayuda a comprender e grado sumo la propensión o facilidad a la turistificación de este espacio, que hace posible que este proceso transescalar se de allí de modo más intenso y duradero que en otros lugares de la urbe y la región.

4. Conclusión general

Este trabajo tuvo como propósito examinar los modos en que el proceso de turistificación ha incidido en la transformación espacial del barrio Poblado Centro, a partir de la aplicación de una metodología cualitativa, donde primó la revisión documental, el desarrollo de entrevistas, la construcción de cartografías, tablas y gráficos, y la observación no participante, como herramientas que hicieron posible entender qué permitió que el turismo llegara, se fijara y expandiera en el país, la ciudad de Medellín y el barrio El Poblado. Aquí, es entendido el territorio como uno cuya identidad y configuración se derivan de procesos que tienen lugar tanto dentro como fuera de él, a partir de relaciones de afectación mutua con otros espacios. Por otra parte, se buscó revisar cómo los flujos de capital global se fijan en un territorio local, modificando sus formas y trayendo consigo múltiples consecuencias, producto de los procesos de turistificación.

Aparece el cambio en los modelos de desarrollo económico del mundo, y luego de Colombia, como uno que incide en la manera cómo se configuran las formas de relacionamiento social y se piensa el territorio. En este sentido, al revisar el modelo económico industrial, que primó en el país hasta entrada la década de 1980, se aprecian unas formas de relacionamiento social que divergen de aquellas vinculadas al modelo de desarrollo económico de servicios, centrado en el turismo. De esta manera, se ven en el modelo fordista formas de relacionamiento y asociación masiva, con características de homogeneidad, que se tradujeron en la aparición de sindicatos y barrios obreros. Por su parte, las formas de relacionamiento vinculadas con la industria turística aparecen como heterogéneas y no estandarizables, predominando el contacto fugaz, efímero, frágil y fragmentado entre individuos. Esto permite ver cómo existen formas sociales emergentes, asociadas a cada dinámica de desarrollo económico, que tienden a afectar la configuración espacial del territorio donde se instalan.

La emergencia de nuevas formas sociales en Medellín dependió del cambio en su modelo de desarrollo económico, afectando primordialmente a barrios como El Poblado, planteados en sus inicios para fungir como zonas residenciales de la clase media trabajadora, y convertidos luego en centralidades para la explotación de una economía de servicios. Esta situación puso en evidencia primero a la ciudad y luego al barrio como territorios que no operan de manera independiente al capital, sino de forma interdependiente y transescalar, es decir, en relación con aquello que

acontece por fuera de sus límites geográficos y vinculados directamente a los fenómenos de transición entre modelos económicos presentes a nivel global.

La propensión para la fijación de un nuevo modelo económico en el territorio de Poblado Centro habla de una historia donde se ha incitado desde el interior del territorio la entrada y fijación de capital foráneo, llevando a un proceso de transformación que le convertiría primero en Zona Rosa pre-turística y luego en el distrito turístico de Medellín. Se ve entonces cómo El Poblado turistificado habla de una variación en la oferta comercial, desarrollada para satisfacer demandas y requerimientos de una nueva ola de habitantes extranjeros, cuyas formas de relacionamiento son fugaces, heterogéneas y frágiles, y ponen de manifiesto la tendencia del territorio a transitar entre formas socioespaciales, con base a relaciones mercantiles, orientadas a la producción y reproducción de capital en la forma de dinero.

Poblado Centro se presenta como un territorio en donde se conecta a Medellín con el mundo a través de la actividad del turismo. Cuestión que ha llevado a la intervención de su paisaje con el fin de satisfacer las necesidades y demandas del gusto del público foráneo que en él se instala de forma periódica y fugaz. La presencia de este público no solo se ha traducido en cambios en la infraestructura, también ha traído consigo la aparición de nuevas formas de relacionamiento social e intercambio comercial, en donde el grueso de los habitantes de la ciudad ha visto en el visitante un potencial económico importante, buscando adaptarse a sus preferencias y venderle lo que solicite, captando su dinero y fijándolo en el suelo local.

El incremento en el número de turistas en la zona también ha implicado el crecimiento de la demanda de bienes y servicios turísticos legales, ilegales, formales e informales. Esto ha llevado a que los habitantes de Medellín, que han estado dispuestos a satisfacer estas demandas, se desplacen al territorio o inviertan en él, haciendo del barrio no solo un espacio transescalar, sino también uno transterritorial. Esta situación deja ver un punto relevante identificado en este trabajo: Poblado Centro se sitúa como una importante centralidad, que conecta a Medellín con el mundo y a su vez se conecta e incide en lo que acontece con otras partes de la ciudad.

Esta particularidad sobre el incremento en la llegada de turistas y la turistificación de El Poblado es el resultado de un largo proceso durante el cual, tanto los actores públicos como privados, han buscado garantizar la confluencia de las variables necesarias para la fijación del turismo como actividad global en el territorio local. Dentro de estas variables se encuentra el desarrollo de infraestructura para recibir y satisfacer las necesidades del viajero; el desarrollo de

instalaciones, tecnología y servicios de transporte, que favorezcan la fácil llegada de individuos al sector; la implementación de estrategias y tecnologías de las comunicaciones, que permitan al viajero conocer el territorio y sus atractivos de manera anticipada; y las condiciones de seguridad ideales para que cualquier visitante pueda pasar su tiempo libre y gastar su dinero de forma cómoda.

Como epicentro de esta situación, es identificado el Parque Lleras, el cual da cuenta del proceso de transformación del sector, y da testimonio de la identidad que se ha consolidado en la zona como producto esta historia, como una donde se propende por el fuerte desarrollo comercial, a partir de la explotación económica del suelo, y el recambio de habitantes estimulado por aspectos relacionados con la producción y reproducción de dinero, a partir de la generación de una vasta oferta comercial. Esta identidad, se reconoce como la razón fundamental que ha permitido que el turismo se instale en El Poblado, sin mucha dificultad y se haya expandido desde el centro de la Comuna, hasta varios de sus barrios.

Aquí, se hace pertinente señalar que la visión de Medellín sobre el turismo, como una oportunidad de desarrollo económico, ha incidido en la forma como el barrio se relaciona con esta industria. Consecuentemente, el matiz económico aparece como uno central para el desarrollo del turismo en la ciudad, dejando de lado otros puntos importantes, de corte medioambiental y social, necesarios para la permanencia de la industria en el territorio en el en el largo plazo. Esta situación ha llevado a que en Poblado Centro la mayoría de los actores se concentren en explotar los beneficios económicos derivados del turismo, restando importancia a las consecuencias que este proceso de turistificación trae para las comunidades locales y la ciudad, en general, trayendo consigo tensiones y delitos.

Velar por el desarrollo de una industria turística sostenible y libre de delitos en Poblado Centro parece un imposible hasta la fecha, dado que no se cuenta en el sector con residentes que puedan presentar sus quejas ante la administración pública, primando la presencia pequeños y medianos empresarios, ligados al turismo y a los bienes raíces, de manera tanto legal como ilegal, donde muchos de ellos se benefician de los vacíos y omisiones de las actuales políticas públicas, cuya acción continúa siendo reactiva y no preventiva. De este modo, la gobernabilidad del territorio queda en entredicho y las dinámicas que en él se dan comienzan a expandirse, en la medida en la que la demanda por el turismo y la presencia de comerciantes en el sector crece, y la ausencia de controles municipales permanece.

Dentro de este escenario, el turismo aparece en sí como una actividad con la capacidad de traer tensiones sobre el barrio, en la medida en la que no es regulada por entes gubernamentales o residentes del sector, permitiendo ver que no es el turista en sí mismo el responsable de la transformación del territorio local, sino que es la identificación de sus demandas como una oportunidad de lucro y la falta de control a la hora de satisfacerlas lo que se torna en un factor detonante de cambio sobre la configuración de El Poblado. En este sentido, lo que recae sobre el territorio, según N. Ángel (2020) son los problemas típicos asociados con el turismo en cualquier parte del mundo, entendido que las demandas del turista no pueden ser controladas, pero sí se puede regular cuáles y cómo se satisfacen.

Es así como Poblado Centro se reconoce como un barrio controlado por el capital, que ha encontrado en la industria turística una nueva forma de producir dinero, en gran medida de forma irregular pero rentable. Aquí se pone en evidencia que las formas que ha tomado el turismo en el barrio dependen de lo que el capital global le imponga, de acuerdo con sus demandas. Esto quiere decir que, en la medida en la que la actividad turística evolucione en el mundo, también lo hará El Poblado, dada su cualidad de transescalar. Adicionalmente, estas transformaciones al interior del barrio afectarán otros lugares de la ciudad y se mezclarán con sus dinámicas, como resultado de su carácter transterritorial. De esta forma, el barrio El Poblado se presenta como efecto de la globalidad y causa de sus relaciones próximas con otros espacios, adaptándose, desde su identidad, a las condiciones que mejor le convengan para prolongar un patrón que se renueva por ciclos, donde ha primado desde su origen el afán por la producción y reproducción de dinero.

Referencias

- Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín. (s.f.) *Quiénes somos*.
<https://www.acimedellin.org/quienes-somos/#/1497556199732-04bc4afb-e64b>
- Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín. (9 de julio de 2018). *Grandes cadenas hoteleras llegan a Medellín*. <https://bit.ly/3og01IS>
- Alcaldía de Medellín. (1999). *Acuerdo 62 de 1999. Por medio del cual se adopta el Plan de Ordenamiento Territorial para el Municipio de Medellín*.
- Alcaldía de Medellín. (2011). *Plan de Desarrollo Turístico. Medellín 2011 - 2016*.
<https://bit.ly/3odFUVq>
- Alcaldía de Medellín. (2012). *El Nuevo POT. Una ciudad para la gente, una ciudad para la vida. Gestión participativa*. <https://bit.ly/3ND9Jtl>
- Alcaldía de Medellín. (2014). *Acuerdo 48 de 2014 "Por medio del cual se adopta la revisión y ajuste de largo plazo del Plan de Ordenamiento Territorial del Municipio de Medellín y se dictan otras disposiciones complementarias"*. Medellín: Gaceta Oficial 4267.
- Alcaldía de Medellín. (2018). *Plan Estratégico de Turismo 2018-2024- Por un turismo responsable, competitivo y transformador*. <https://bit.ly/3xTCnyH>
- Alcaldía de Medellín. (14 de agosto de 2021). *La Alcaldía de Medellín adelantó acción de protección contra la explotación sexual y comercial de niñas, niños y adolescentes en el Centro*. <https://bit.ly/3leWUIV>
- Álvarez Morales, V. (2003). De las sociedades de negocios al "Sindicato Antioqueño". Un camino centenario. En C. Dávila, *Empresas y empresarios en la historia de Colombia. Siglos XIX-XX. Una colección de estudios recientes* (pp. 213-246). Editorial Norma, Ediciones Uniandes.
- Alzate-Navarro, Á. M. (2019). Produciendo la ciudad formal: geografías urbanas de la contribución por valorización en El Poblado, Medellín (1951-2014). *Cuadernos de Vivienda y Urbanismo*, 12(24). <https://orcid.org/0000-0001-5512-9360>
- Arias, C. (25 de noviembre de 2021). El Lleras y sus reformas. *Vivir en El Poblado*. <https://bit.ly/3lv85NO>
- Aricapa, R. (2004). El paisaje se cubre de asfalto. En R. Aricapa, *Medellín es así* (p. 187). Universidad de Antioquia.

- Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo. (s.f.). *¿Quiénes somos?*
<https://anato.org/quienes-somos/>
- Asociación Hotelera y Turística de Colombia. (s.f.). *Quiénes somos.*
<https://www.cotelco.org/quienes-somos>
- Asociación Hotelera y Turística de Colombia. (2021). *Informe de Gestión 2020*. Asamblea general ordinaria de afiliados 2021. COTELCO Capítulo Antioquia- Chocó.
- Auge, M. (1992). *Non-lieux. Introduction á une anthropologie de la surmodenité*. Edition de Seuil.
- Barajas, A. (25 de noviembre de 2021). 30 años a la rueda de la congestión en El Poblado. *Vivir en El Poblado*. <https://bit.ly/3lvJYyi>
- Benavides, G. F. (2015). Las políticas públicas del turismo receptivo colombiano. *Suma de Negocios*, 6(13), 66-73. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.005>
- Bonilla, J. (2013). Nuevas tendencias del turismo y las tecnologías de información y las comunicaciones. *Anuario Turismo y sociedad*, 14(2013), 33-45.
- Bonilla Uribe, M. J. y Martínez Gallego, M. A. (2009). *Análisis de la metodología para evaluar la competitividad: caso Foro Económico Mundial y realidad empresarial colombiana* [trabajo de grado de maestría, Universidad del Rosario]. Repositorio U Rosario. <https://bit.ly/3InenJg>
- Brenner, N. (2019). *New Urban Spaces: Urban Theory and the Scale Question*. Oxford University Press.
- Brida, J. G., Rodríguez Brindis, M. y Mejía-Alzate, M. L. (2021). La contribución del turismo al crecimiento económico de la ciudad de Medellín – Colombia. *Revista de Economía del Rosario*, 24(1), 1-23. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/economia/a.8926>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (1996). *Creación de la ventaja competitiva para Colombia*. Cámara de Comercio de Bogotá.
- Cámara de Comercio de Medellín. (1995). *Informe Monitor. La ventaja competitiva de Medellín*. Cámara de Comercio de Medellín.
- Cámara de Comercio de Medellín. (2000). *Plan de Desarrollo Turístico de Medellín 2000- 2009*: Alcaldía de Medellín.
- Cámara de Comercio de Medellín. (2009). *El avance de la estrategia Clúster en Medellín y Antioquia*. (Documento Comunidad Clúster No. 5). Alcaldía de Medellín. <https://bit.ly/3DktBL8>

- Cámara de Comercio de Medellín. (s.f.). *Clúster Turismo de Negocios*. Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. Recuperado el 2 de diciembre de 2021 de <https://bit.ly/3piDDYI>
- Cardona Martínez, G. (1988). Apuntes sobre el salario mínimo. *Revista Facultad de Derecho y Ciencias Políticas* (82), 91-98.
- Caro y Cuervo (2018). *Diccionario de Colombianismos*. Instituto Caro y Cuervo.
- Casacol. (s.f.). *About Casacol*. <https://en.casacol.co/about-us/>
- Colombia. Congreso de la República. (1931). *Ley 86 de 1931 (26 de junio): por la cual se fomenta el turismo en el territorio de la República*. Diario Oficial n.º 21745. <https://bit.ly/31csKzn>
- Colombia. Congreso de la República. (1945). *Ley 6 de 1945 (19 de febrero): por la cual se dictan algunas disposiciones sobre convenciones de trabajo, asociaciones profesionales, conflictos colectivos y jurisdicción especial de trabajo*. Diario Oficial n.º 25790. <https://bit.ly/3lusKRY>
- Colombia. Congreso de la República. (1996). *Ley 300 de 1996: por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones*. Diario Oficial n.º 42845. <https://bit.ly/3EgFPG2>
- Colombia. Ministerio de Justicia. (1918). *Ley 11 de 1918 (19 de agosto): Sobre propaganda a los productos de exportación colombianos*. Diario Oficial n.º 16468. <https://bit.ly/3omyTln>
- Colombia. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (s.f.). *¿Qué es el Registro Nacional de Turismo?* Mincomercio. <https://bit.ly/3oi1IPw>
- Colombia. Presidencia de la República. (1949). *Decreto 3871 De 1949 (6 de diciembre): por el cual se fija el salario mínimo, se crea la prima de beneficio, se modifica el Decreto número 2474 de 1948 y se dictan otras disposiciones*. Diario Oficial n.º 27186. <https://bit.ly/3xM1B1Z>
- Colombia. Presidencia de la República. (1950). *Decreto 2663 de 1950 (09 de septiembre): Sobre Código Sustantivo del Trabajo*. Diario Oficial n.º 27409. <https://bit.ly/3oeDDJr>
- Concejo de Medellín (2004). *Acuerdo N.º003 de 2004. Por el cual se adopta El Plan de Desarrollo 2004- 2007 “Medellín, Compromiso de toda la Ciudadanía”*. Gaceta Oficial. Año XIV n.º 2096. <https://bit.ly/3En0KHF>
- Concejo de Medellín. (2011). *Acta 612 de Marzo 23 de 2011*. Sesión Plenaria Ordinaria. Medellín.
- Concejo de Medellín. (2014). *Acta 407 de Marzo 15 de 2014*. Sesión Plenaria Ordinaria. Medellín
- Concejo de Medellín (2015a). *Acuerdo 20 de 2015. Por el cual se adopta la Política Pública de Turismo para el Municipio de Medellín*. Gaceta Oficial n.º 4330. <https://bit.ly/3xUM6VC>

- Concejo de Medellín (2015b). *Acuerdo 40 de 2015. Por medio del cual se crea “El Concurso Marca de Ciudad” en el Municipio de Medellín.* Gaceta Oficial n.º 4352. <https://bit.ly/3psQxTw>
- Concejo de Medellín. (2016b). *Acta 024 de Febero 02 de 2016.* (Sesión Plenaria Ordinaria).
- Concejo de Medellín. (2016c). *Acta 154 de Octubre 20 de 2016.* (Sesión Plenaria Ordinaria).
- Concejo de Medellín. (2016a). *Acta 178 de Noviembre 18 de 2016.* (Sesión Plenaria Ordinaria).
- Concejo de Medellín. (2017a). *Acta 230 de Marzo 23 de 2017.* (Sesión Plenaria Ordinaria).
- Concejo de Medellín. (2017). *Acta 249 de Abril 21 de 2017.* (Sesión Plenaria Ordinaria).
- Concejo de Medellín. (2017). *Acta 356 de Octubre 29 de 2017.* (Sesión Plenaria Ordinaria).
- Concejo de Medellín. (11 de noviembre de 2021). *Concejales continúan estudiando presupuesto por dependencias para 2022.* <https://bit.ly/3G7Kxq6>
- Contreras Hernández, N.R. (2011). Debate sobre los estudios del parlache. *Forma y Función*, 24(1), 187-195.
- Corporación Zona Rosa. (18 de mayo de 2005). Circular #022 / Problemas de la zona, vecinos y comerciantes. *Corporación Zona Rosa.* <https://bit.ly/31tBUa8>
- Corporación Zona Rosa. (6 de diciembre de 2004). Carta al Alcalde. *Corporación Zona Rosa.* <https://bit.ly/31o7lmo>
- Echavarría, J. J., Villamizar, M. y González, J. (2006). El Proceso Colombiano de Desindustrialización. *Borradores de Economía*, 361. <https://doi.org/10.32468/be.361>
- El Tiempo. (09 de mayo de 1994). *ANATO y Gobierno discuten las políticas del turismo.* <https://bit.ly/3IbnigK>
- El Tiempo. (12 de mayo de 1994). *Turismo está en la mira de los candidatos.* <https://bit.ly/3ruloly>
- El Tiempo. (09 de octubre de 2018). *Cuando Bogotá entró en la era de la aviación.* <https://bit.ly/2ZISW3G>
- Espinar, E. (2017). Gentrificación y turistificación. Memòria del Treball de Fi de Grau. Universitat de les Illes Balears.
- Euroforum. (9 de marzo de 2020). *El segmento MICE en turismo: todo lo que debes saber.* <https://bit.ly/31oLlrN>
- Fenalco Antioquia. (s.f.). *Conoce más del Observatorio Turístico de Medellín.* Fenalco Antioquia. <https://bit.ly/31tBwZe>
- Ford Motor Company. (s.f.). *Acerca de Ford.* <https://www.ford.es/acerca-de-ford/historia>

- Galvis González, J. A. (2015). Antecedentes, teorías y concepciones sobre el salario. *Revista Académica e Institucional*, (95), 71-88.
- Giraldo, C., Van Broeck, A.M. y Posada, L. (2014). El pasado polémico de los años ochenta como atractivo turístico en Medellín, Colombia. *Anuario Turismo y Sociedad*, 15, 101-114. <https://doi.org/10.18601/01207555.n15.06>.
- González Cano, M. (2013). El comienzo del transporte aéreo sanitario en España. De la campaña del norte de África (1909-27) al Servicio de Búsqueda y Salvamento (1955). *Sanidad Militar*, 69(4), 276-282. <http://dx.doi.org/10.4321/S1887-85712013000400009>
- González Jaramillo, D. (23 de agosto de 2021). ¿Turistas están cumpliendo las normas y leyes en los hoteles de El Poblado? *Gente*. <https://bit.ly/3DdpuAA>
- Gossain, J. (31 de diciembre de 2020). *La apasionante historia del Tío Sam y la palabra 'gringo'*. El Tiempo. <https://bit.ly/3EPA6qV>
- Haesbaert, R. (2007). Território e multiterritorialidade: um debate. *GEOgraphia*, 9(17). <https://doi.org/10.22409/GEOgraphia2007.v9i17.a13531>
- Harvey, D. (2007). *Espacios del capital. Hacia una geografía crítica*. Akal.
- Instituto Tecnológico Metropolitano [ITM]. (2010). *Estudio socioeconómico de El Poblado*. (Convenio Interadministrativo 02 de 2009 FONVAL- ITM). Centro de Estudios Ciudad de Medellín.
- Jiménez, F. A. (21 de septiembre de 2021). Ocupación hotelera de 60,7% en Medellín. *El Colombiano*. <https://bit.ly/3liDQ6i>
- Knafou, R. (1991). L'invention du lieu touristique : la passation d'un contrat et le surgissement simultané d'un nouveau territoire. *Revue de géographie alpine*, 79(4), 11-19. <https://doi.org/10.3406/rga.1991.3624>
- León Vargas, K. (s.f.). *Historia de la aviación en Colombia, 1911 – 1950*. Banco de la República de Colombia. <https://bit.ly/3DiDOY0>
- Lipietz, A. (1994, 13-14 de abril). *El posfordismo y sus espacios. Las relaciones capital- trabajo en el mundo* [seminario intensivo de investigación]. Programa de Investigaciones Económicas sobre Tecnología, Trabajo y Empleo. Buenos Aires, Argentina.
- Márquez López, L. y Padilla Cobos, E. (2008). Desindustrialización, terciarización y estructura: un debate conceptual necesario. *Cuadernos del CENDES*, 25(69), 21-45.
- Massey, D. (2004). Lugar, identidad y geografías de la responsabilidad en un mundo en proceso de globalización. *Treballs de la Societat Catalana de Geografia*, 57, 77-84.

- Medellín Digital. (2019). *Coyuntura económica Medellín – noviembre 2019*. Alcaldía de Medellín.
<https://bit.ly/3ohSsee>
- Medellin Expat and Tourist Info. (s.f.). *Discussion* [Medellin Expat and Tourist Info.]. Facebook.
<https://bit.ly/3pt0BMe>
- Menchero Sánchez, M. (2018). Colombia en posconflicto: ¿turismo para la paz o paz para el turismo? *Araucaria. Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades*, 20(39), 415-438. <https://dx.doi.org/10.12795/araucaria.2018.i39.20>
- Michael, E. J. (2003). Tourism Micro-Clusters. *Tourism Economics*, 9(2), 133–145.
<https://doi.org/10.5367/000000003101298312>
- Moreno Riveros, M. (1981). Algunos aspectos históricos de la hotelería en Colombia. *Boletín de la Sociedad Geográfica de Colombia*, 35(116), 1-8.
- Naranjo Giraldo, G. E. (1992). *Medellín en Zonas* (Monografía). Corporación Región.
- National Institute on Drug Abuse. (mayo de 2019). *¿Qué es la metanfetamina?* NIH.
<https://bit.ly/3G700qs>
- Nieto, J.L., Román, I.M., Bonillo Muñoz, D. y Paulova, N. (2016). El turismo a nivel mundial. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2(1), 129-144.
- Oficina contra la Droga y el Delito de las Naciones Unidas. (14 de marzo de 2018). *Alcaldía de Medellín y UNODC se unen por el Turismo Responsable y Libre de Delito*. UNODC.
<https://bit.ly/3dd5Bzd>
- Oficina de Turismo y Fomento. (2005). *Estatutos completos con reformas que indican objeto, aportes no reembolsables, excedentes no distribuidos, y cargos directivos*. Medellín Convention & Visitors Bureau.
- Organización de las Naciones Unidas (2021). *Urbanismo táctico: elemento clave en la recuperación post-pandemia*. ONU Hábitat.
- Organización Mundial del Turismo. (2001). *Boom turístico del milenio en el año 2000*. Noticias de la Organización Mundial del Turismo.
- Ospina Zapata, G. (18 de septiembre de 2021). Prohibida la zona rosa de El Poblado para menores de edad. *El Colombiano*. <https://bit.ly/3priVWp>
- Penchaszadeh, A.P. (2008). La cuestión del extranjero. *Una mirada desde la teoría de Simmel. Revista Colombiana de Sociología*, 31. 51- 67.

- Peralta, J. A. (2001). *Los paisajes que han tejido nuestra historia. Evolución histórica del entorno ambiental y social de El Poblado*. Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- Perfetti del Corral, V. (1995). *Las transformaciones de la estructura urbana de Medellín. La Colonia, el ensanche y el plan regulador* [Tesis Doctoral, Escuela Superior de Arquitectura de Madrid]. Archivo Digital UPM. <https://bit.ly/31rfNI7>
- Perfetti, V. (marzo de 2012). La ciudad de 1913. *Universo Centro*. <https://bit.ly/31cKtqt>
- Personería de Medellín (24 de agosto de 2020). *Observatorio de turismo*. <https://bit.ly/3y04UTv>
- Plaza Mayor. (s.f.). *Historia*. Plaza Mayor Medellín. <https://plazamayor.com.co/historia/>
- Procolombia. (s.f.). *Historia de Marca Colombia*. Recuperado el 02 de marzo de 2020 de <https://www.colombia.co/marca-colombia/quienes-somos/historia-de-la-marca/historia-de-marca-colombia/>
- Ramírez, M. C., y Giraldo, M. V. (2009). *Balance sobre el Plan Estratégico de Medellín y el Área Metropolitana. Informe final*. (Contrato No. 4600017294 de 2009). <https://bit.ly/3xKCJaW>
- Red de Hostales de Medellín y Antioquia. (s.f.). *Inicio* [Red Hostels – Medellín, Antioquia]. Facebook. <https://bit.ly/3IfXNed>
- Revista Turbo. (26 de julio de 2018). *Este fue el primer auto que llegó a Colombia*. <https://bit.ly/3IheMg4>
- Rodríguez Araújo, E. (2010). Los orígenes de la desindustrialización colombiana. *Apuntes del CENES*, 29(50), 43-72.
- Sánchez Jabba, A. (2013). La reinención de Medellín. *Lecturas de Economía*, (78), 185 - 227.
- Sandoval Carvajal, J. D. (2017). *¡A todo color! Turismo, urbanización y usos urbanos de la fotografía en Medellín, 1940-1980* [trabajo de grado de maestría, Universidad de Antioquia]. Repositorio institucional Universidad de Antioquia. <http://hdl.handle.net/10495/8729>
- Sanmartín Sáez, J. (2019). Análisis del discurso, ideología y neologismos: turismofobia, turistización y turistificación en el punto de mira. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 78(2019), 63-90. <https://doi.org/10.5209/clac.64372>
- Statista. (20 de noviembre de 2021). Evolución de la aportación del sector turístico al PIB en el mundo de 2013 a 2020. *Statista*. <https://bit.ly/3GbAccC>
- Solano, S. P. (2010). Formas salariales y salario justo en el Caribe Colombiano, 1850 - 1930. *Amauta*, 8(15), 158-181.

- Tamayo, D. P. (6 de junio de 2019). Sí hay habitaciones para tanto turista en Medellín. *Vivir en El Poblado*. <https://bit.ly/3EmxYqi>
- Teleantioquia Noticias (24 de mayo de 2018). Parque Lleras, Turismo Sexual, la preocupación de la comunidad [Archivo de Video]. YouTube. <https://bit.ly/3wEv3bG>
- Telemedellín. (21 de Enero de 2019). *Sector hotelero de Medellín ha crecido en los últimos 2 años*. <https://bit.ly/3dhmJDH>
- Tettay De Fex, J.P. (25 de noviembre de 2021). *Zona Rosa, de amores y odios*. Vivir en El Poblado. <https://bit.ly/3DkbAwo>
- Toro, G. (2003). La política pública de turismo en Colombia. *Anuario Turismo y sociedad*, 2(2003), 9-16.
- Urry, J. (1995). *Consuming Places*. Routledge
- Vallejo-Zamudio, L. E. (2014). La desindustrialización en Colombia. *Apuntes del CENES*, 33(57), 7-8. <https://doi.org/10.19053/22565779.2902>
- Vivir en El Poblado (24 de mayo de 2005). *Propuestas para disminuir el ruido*. <https://bit.ly/31nVi91>
- Vivir en EL Poblado. (18 de junio de 2011). *Barrio El Poblado, el centro de El Poblado*. <https://bit.ly/31skHOE>
- Vivir en El Poblado (18 de junio de 2011). *El Poblado Mapa* [Imagen]. <https://bit.ly/31skHOE>
- Vivir en El Poblado (20 de agosto de 2011). *Insonorizado el Hotel The Charlee por quejas de vecinos*. Vivir en El Poblado. <https://bit.ly/32VcdAi>
- Whittingham, M. V. (2010). ¿Qué es la gobernanza y para qué sirve?. *RAI Revista Análisis Internacional*, 2(12), 219-235.
- Zuluaga, M. (25 de noviembre de 2021). *Seguridad, un intangible que añoramos*. Vivir en El Poblado. <https://bit.ly/3pk5vvi>

Anexos

Anexo 1. Referencias revisadas para elaboración de Capítulo 1.

Anexo 2. Listado de entrevistas realizadas.

Anexo 3. Normativa consultada.

Anexo 1. Referencias revisadas para elaboración del Capítulo 1

#	Referencia	Usada
1	Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín. (s.f.) <i>Quiénes somos</i> . ACI Medellín. Recuperado el 2 de diciembre de 2021 de https://www.acimedellin.org/quienes-somos/#/1497556199732-04bc4afb-e64b	Sí
2	Alcaldía de Medellín. (2012). <i>Plan de Desarrollo Turístico. Medellín 2011 - 2016</i> . https://bit.ly/3odFUVq	Sí
3	Alcaldía de Medellín. (2018). <i>Plan Estratégico de Turismo 2018-2024- Por un turismo responsable, competitivo y transformador</i> . https://bit.ly/3xTCnyH	Sí
4	Altamira Vega, R. y Muñoz Vivas, X. (2007). El turismo como motor de crecimiento económico. <i>Anuario Jurídico y Económico Escurialense</i> , 40, 677-710.	No
5	Álvarez Morales, V. (2003). De las sociedades de negocios al "Sindicato Antioqueño". Un camino centenario. En C. Dávila, <i>Empresas y empresarios en la historia de Colombia. Siglos XIX-XX. Una colección de estudios recientes</i> (pp. 213-246). Editorial Norma, Ediciones Uniandes.	Sí
6	Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo. (s.f.). <i>¿Quiénes somos?</i> . Recuperado el 2 de marzo de 2020 de https://anato.org/quienes-somos/	Sí
7	Asociación Hotelera y Turística de Colombia. (s.f.). <i>Quiénes somos</i> . Recuperado el 2 de marzo de 2020 de https://www.cotelco.org/quienes-somos	Sí
8	Benavides, G. F. (2015). <i>Las políticas públicas del turismo receptivo colombiano</i> . Suma de Negocios, 6(13), 66-73. https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.005	Sí
9	Bonilla, J. (2013). Nuevas tendencias del turismo y las tecnologías de información y las comunicaciones. <i>Anuario Turismo y sociedad</i> , 14(2013), 33-45.	Sí
10	Bonilla Uribe, M. J. y Martínez Gallego, M. A. (2009). <i>Análisis de la metodología para evaluar la competitividad: caso Foro Económico Mundial y realidad empresarial colombiana</i> [trabajo de grado de maestría, Universidad del Rosario]. Repositorio U Rosario. https://bit.ly/3InenJg	Sí
11	Calle Vaquero, M. de la. (2019). Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. <i>Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles</i> , 83(2829), 1-40. http://dx.doi.org/10.21138/bage.2829	No
12	Cámara de Comercio de Bogotá. (1996). <i>Creación de la ventaja competitiva para Colombia</i> . Cámara de Comercio de Bogotá.	Sí
13	Cámara de Comercio de Medellín. (1995). <i>Informe Monitor. La ventaja competitiva de Medellín</i> . Cámara de Comercio de Medellín.	Sí

#	Referencia	Usada
14	Cámara de Comercio de Medellín. (2009). <i>El avance de la estrategia Clúster en Medellín y Antioquia</i> . (Documento Comunidad Clúster No. 5). Alcaldía de Medellín. https://bit.ly/3DktBL8	Sí
15	Cámara de Comercio de Medellín. (s.f.). <i>Clúster Turismo de Negocios</i> . Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. Recuperado el 2 de diciembre de 2021 de https://bit.ly/3piDDY1	Sí
16	Cardona Martínez, G. (1988). Apuntes sobre el salario mínimo. <i>Revista Facultad de Derecho y Ciencias Políticas</i> (82), 91-98.	Sí
17	Castillo-Palacio, M., Harrill, R., Zúñiga-Collazos, A. (2017). Back from the brink: Social transformation and developing tourism in postconflict Medellín, Colombia. <i>Worldwide Hospitality and Tourism Themes</i> , 9(3), 300-315. https://doi.org/10.1108/WHATT-02-2017-0012	No
18	Concejo de Medellín (2015). <i>Acuerdo 20 de 2015. Por el cual se adopta la Política Pública de Turismo para el Municipio de Medellín</i> . Gaceta Oficial n.º 4330. https://bit.ly/3xUM6VC	Sí
19	Congreso de la República Colombia. (26 de junio de 1931). <i>Ley 86 de 1931. Por la cual se fomenta el turismo en el territorio de la República</i> . Diario Oficial n.º 21745. https://bit.ly/31csKzn	Sí
20	Congreso de la República de Colombia. (19 de febrero de 1945). <i>Ley 6 de 1945. Por la cual se dictan algunas disposiciones sobre convenciones de trabajo, asociaciones profesionales, conflictos colectivos y jurisdicción especial de trabajo</i> . Diario Oficial n.º 25790. https://bit.ly/3lusKRY	Sí
21	Congreso de la República de Colombia (1996). <i>Ley 300 de 1996. Por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones</i> . Diario Oficial n.º 42845. https://bit.ly/3EgFPG2	Sí
22	Diniz Carvalho, K., y Moquete Guzmán, S.J. (2011). El turismo en la dinámica territorial. ¿Lógica global, desarrollo local? <i>Estudios y Perspectivas en Turismo</i> , 20(2),441-461.	No
23	Echavarría, J. J., Villamizar, M. y González, J. (2006). El Proceso Colombiano de Desindustrialización. <i>Borradores de Economía</i> , 361. https://doi.org/10.32468/be.361	Sí
24	El Tiempo. (09 de mayo de 1994). <i>ANATO y Gobierno discuten las políticas del turismo</i> . https://bit.ly/3IbnigK	Sí
25	El Tiempo. (12 de mayo de 1994). <i>Turismo está en la mira de los candidatos</i> . https://bit.ly/3ruloly	Sí
26	El Tiempo. (09 de octubre de 2018). <i>Cuando Bogotá entró en la era de la aviación</i> . https://bit.ly/2ZISW3G	Sí

#	Referencia	Usada
27	Fainstein, S. S. (2005). Cities and Diversity: Should We Want It? Can We Plan for It? <i>Urban Affairs Review</i> , 41(1), 3–19. https://doi.org/10.1177/1078087405278968	No
28	Ford Motor Company. (s.f.). <i>Acerca de Ford</i> . https://bit.ly/3DnmRMt	Sí
29	Galvis González, J. A. (2015). Antecedentes, teorías y concepciones sobre el salario. <i>Revista Académica e Institucional</i> , (95), 71-88.	Sí
30	Gil, J., Sequera, J. (2018). Expansión de la ciudad turística y nuevas resistencias. El caso de Airbnb en Madrid. <i>EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales</i> , (41), 15-32. https://doi.org/10.5944/empiria.41.2018.22602	No
31	González Cano, M. (2013). El comienzo del transporte aéreo sanitario en España. De la campaña del norte de África (1909-27) al Servicio de Búsqueda y Salvamento (1955). <i>Sanidad Militar</i> , 69(4), 276-282. http://dx.doi.org/10.4321/S1887-85712013000400009	Sí
32	Hernandez-Garcia, J. (2013). Slum tourism, city branding and social urbanism: the case of Medellín, Colombia. <i>Journal of Place Management and Development</i> , 6 (1), 43-51. https://doi.org/10.1108/17538331311306122	No
33	León Vargas, K. (s.f.). <i>Historia de la aviación en Colombia, 1911 – 1950</i> . Banco de la República de Colombia. Recuperado el 2 de marzo de 2020 de https://bit.ly/3DiDOYo	Sí
34	Lipietz, A. (1994, 13-14 de abril). <i>El posfordismo y sus espacios. Las relaciones capital- trabajo en el mundo</i> [seminario intensivo de investigación]. Programa de Investigaciones Económicas sobre Tecnología, Trabajo y Empleo. Buenos Aires, Argentina.	Sí
35	Márquez López, L. y Padilla Cobos, E. (2008). Desindustrialización, terciarización y estructura: un debate conceptual necesario. <i>Cuadernos del CENDES</i> , 25(69), 21-45.	Sí
36	Menchero Sánchez, M. (2018). Colombia en posconflicto: ¿turismo para la paz o paz para el turismo? <i>Araucaria. Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades</i> , 20(39), 415-438. https://dx.doi.org/10.12795/araucaria.2018.i39.20	Sí
37	Mendes, L. (2017). Gentrificação turística em Lisboa: neoliberalismo, financeirização e urbanismo austeritário em tempos de pós-crise capitalista 2008-2009. <i>Cadernos Metrópole</i> , 19(39), 479-512. https://doi.org/10.1590/2236-9996.2017-3906	No
38	Ministerio de Justicia (19 de agosto de 1918). <i>Ley 11 de 1918. Sobre propaganda a los productos de exportación colombianos</i> . Diario Oficial n.º 16468. https://bit.ly/3omyTln	Sí
39	Ministerio de Relaciones Exteriores. (15 de febrero de 2018). <i>Resolución Número 1128 de 14 de febrero de 2018. Por la cual se dictan disposiciones sobre exención de visas y se derogan las Resoluciones 439 de 2016, 5622 de 2017 y 6771 de 2017</i> . Diario Oficial n.º 50508. https://bit.ly/3xLPHVX	No
40	Moreno Riveros, M. (1981). Algunos aspectos históricos de la hotelería en Colombia. <i>Boletín de la Sociedad Geográfica de Colombia</i> , 35(116), 1-8.	Sí

#	Referencia	Usada
41	Muñoz Arroyave, E.A. (2018). Procesos de territorialización de la globalización a través del turismo. Análisis de las relaciones global-local que promueve este fenómeno. <i>El Ágora USB</i> , 18(2). 557-572. http://dx.doi.org/10.21500/16578031.3835	No
42	Naef, P. (2016). Touring the 'comuna': memory and transformation in Medellín, Colombia. <i>Journal of Tourism and Cultural Change</i> , 1-18. http://dx.doi.org/10.1080/14766825.2016.1246555	No
43	N. Ángel, comunicación personal, 14 de julio de 2020 (entrevista).	Sí
44	Oficina de Turismo y Fomento. (2005). <i>Estatutos completos con reformas que indican objeto, aportes no reembolsables, excedentes no distribuidos, y cargos directivos</i> . Medellín Convention & Visitors Bureau.	Sí
45	Organización Mundial del Turismo. (21 de diciembre de 2001). <i>Código Ético Mundial para el Turismo. Por un Turismo Responsable</i> . Naciones Unidas. https://bit.ly/3Elxgtq	No
46	Organización Mundial del Turismo. (27 de marzo de 2019). <i>Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2018</i> . UNWTO. https://doi.org/10.18111/9789284419890	No
47	Osorio, J. El sistema-mundo de Wallerstein y su transformación. Una lectura crítica. <i>Argumentos. Estudios Críticos De La Sociedad</i> , 28(77), 129-156.	No
48	Perfetti, V. (marzo de 2012). La ciudad de 1913. <i>Universo Centro</i> . https://bit.ly/31cKtqt	Sí
49	Personería de Medellín (24 de agosto de 2020). <i>Observatorio de turismo</i> . https://bit.ly/3y04UTv	Sí
50	Plaza Mayor. (s.f.). <i>Historia</i> . Plaza Mayor Medellín. https://plazamayor.com.co/historia/	Sí
51	Ponce Mendoza, U. (2001). Economías de signos y espacios: Sobre el capitalismo de la posorganización. <i>Región y sociedad</i> , 13(22), 185-191.	No
52	Presidencia de la República de Colombia (6 de diciembre de 1949). <i>Decreto 3871 De 1949. Por el cual se fija el salario mínimo, se crea la prima de beneficio, se modifica el Decreto número 2474 de 1948 y se dictan otras disposiciones</i> . Diario Oficial n.º 27186. https://bit.ly/3xM1B1Z	Sí
53	Presidencia de la República de Colombia. (09 de septiembre de 1950.). <i>Decreto 2663 de 1950. Sobre Código Sustantivo del Trabajo</i> . Diario Oficial n.º 27409. https://bit.ly/3oeDDJr	Sí
54	Procolombia. (s.f.). <i>Historia de Marca Colombia</i> . Recuperado el 02 de marzo de 2020 de https://www.colombia.co/marca-colombia/quienes-somos/historia-de-la-marca/historia-de-marca-colombia/	Sí
55	Quiceno Toro, N., y Sanín Naranjo, P. (2009). Estigmas territoriales y distinciones sociales: Configuraciones espaciales en la ciudad de Medellín. <i>Anagramas</i> , 7(14), 114-132.	No

#	Referencia	Usada
56	Ramírez, M. C., y Giraldo, M. V. (2009). <i>Balance sobre el Plan Estratégico de Medellín y el Área Metropolitana. Informe final.</i> (Contrato No. 4600017294 de 2009). https://bit.ly/3xKCJaW	Sí
57	Revista Turbo. (26 de julio de 2018). <i>Este fue el primer auto que llegó a Colombia.</i> https://bit.ly/3IheMg4	Sí
58	Richards, G. (2016). El turismo y la ciudad: ¿hacia nuevos modelos? <i>CIDOB d'Afers Internacionals</i> , (113), 71-87.	No
59	Rodríguez Araújo, E. (2010). Los orígenes de la desindustrialización colombiana. <i>Apuntes del CENES</i> , 29(50), 43-72.	Sí
60	Sánchez Jabba, A. (2013). La reinención de Medellín. <i>Lecturas de Economía</i> , (78), 185 - 227.	Sí
61	Sancllemente Téllez, J.C. (2010). La colonización antioqueña, el emprendimiento y su aporte a la competitividad regional y nacional. <i>Estudios gerenciales</i> , 26(114), 119-147.	No
62	Sandoval Carvajal, J. D. (2017). <i>¡A todo color! Turismo, urbanización y usos urbanos de la fotografía en Medellín, 1940-1980</i> [trabajo de grado de maestría, Universidad de Antioquia]. Repositorio institucional Universidad de Antioquia. http://hdl.handle.net/10495/8729	Sí
63	Sanmartín Sáez, J. (2019). Análisis del discurso, ideología y neologismos: turismofobia, turistización y turistificación en el punto de mira. <i>Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación</i> , 78(2019), 63-90. https://doi.org/10.5209/clac.64372	Sí
64	Sequera, J., y Nofre, J. (2018). Shaken, not stirred. New debates on touristification and the limits of gentrification. <i>City. Analysis of Urban Change, Theory, Action</i> , 22(5-6), 843-855. https://doi.org/10.1080/13604813.2018.1548819	No
65	Solano, S. P. (2010). Formas salariales y salario justo en el Caribe Colombiano, 1850 - 1930. <i>Amauta</i> , 8(15), 158-181.	Sí
66	Toro, G. (2003). La política pública de turismo en Colombia. <i>Anuario Turismo y sociedad</i> , 2(2003), 9-16.	Sí
67	Urán A, O. A., Betancur B., M. S., y Stienen, Á. (2001). <i>Globalización: cadenas productivas & redes de acción colectiva: reconfiguración territorial y nuevas formas de pobreza y riqueza en Medellín y el Valle de Aburrá.</i> IPC, Instituto Popular de Capacitación y Tercer Mundo.	No
68	Valencia Cárdenas, M., Vanegas López, J. G., Correa Morales, J. C., y Restrepo Morales, J. A. (2017). Comparación de pronósticos para la dinámica del turismo en Medellín, Colombia. <i>Lecturas De Economía</i> , (86), 199-230. https://doi.org/10.17533/udea.le.n86a08	No

#	Referencia	Usada
69	Vallejo-Zamudio, L. E. (2014). La desindustrialización en Colombia. <i>Apuntes del CENES</i> , 33(57), 7-8. https://doi.org/10.19053/22565779.2902	Sí

Nota. Para la construcción del Capítulo 1 de este trabajo, fueron revisadas 69 fuentes: 68 documentales y 1 entrevista (comunicación personal). La selección de las fuentes se hizo teniendo como premisa el cumplimiento del primer objetivo específico propuesto para este trabajo, el cual consistía en identificar los factores globales y locales que permitieron la fijación y crecimiento del turismo en Medellín y continúan impulsando la transformación espacial de la ciudad. En este sentido, solo fueron utilizadas fuentes que permitieran hacer un rastreo histórico- relacional, que dieran pie para identificar cómo llegó la actividad del turismo a Medellín, y cuáles fueron los eventos y cruces que se dieron a nivel global, nacional y local para que el turismo se instalara y floreciera en la ciudad.

Por otro lado, las fuentes descartadas, en su mayoría, abordan la llegada del fenómeno del turismo desde estudios económicos y perspectivas teóricas que no son afines con la propuesta para este trabajo de investigación, como lo son la comprensión de los procesos de turistificación de Medellín desde el planteamiento de oposición entre centro y periferia, o la comprensión de los procesos de transformación espacial de un territorio como producto de la gentrificación. Esto se debe a que, este trabajo se centra en una postura teórica que busca dilucidar cómo un territorio local puede ser afectado por la incidencia de flujos de capital global que se instalan en él, a partir de relaciones entre escalas, permitiendo entender la configuración del lugar local a partir de su relacionamiento transescalar.

Finalmente, se revisaron productos de investigación sobre la llegada, fijación y crecimiento del turismo en otros lugares del mundo. Estos productos fueron descartados, pues no contribuían a la exploración de la historia local del territorio colombiano, particularmente, de la ciudad de Medellín.

Anexo 2 Listado de entrevistas realizadas

Fecha	Entrevistado	Temas tratados
12/05/2020	Residente Barrio Provenza	Historia de desplazamiento de vivienda por llegada de turismo al sector.
13/05/2020	Guía turístico de Medellín (empleado por Palenque Tours).	Tipos de turistas que llegan a Medellín, gasto promedio, lugar de hospedaje y percepciones sobre el turismo en El Poblado y Medellín.
14/05/2020	Gerente y fundador de operador turístico más grande de Medellín.	Historia de su llegada a Medellín como turista que se quedó en la ciudad. Relacionamiento con residentes y comerciantes de El Poblado. Tipo de turista que llega a Medellín. Tensiones que identifica en relación con el turismo en la ciudad. El “capitalismo paisa”.
18/06/2020	Edil de la JAL de El Poblado (hasta 2019). Presidente de asoediles.	Tipo de turismo que llega a El Poblado. Tensiones con los residentes y denuncias vigentes. Parahoteloría y hotelería informal. Legalidad y formalidad del turismo. Relacionamiento con administración pública.
25/06/2020	Representante de Mesa Verde de El Poblado	Problemas de levantamiento de infraestructura de forma irregular para uso comercial en El Poblado. Tensiones entre residentes de barrios aledaños al Lleras y comerciantes. Reacciones de la administración municipal frente al turismo en El Poblado.
26/06/2020	Empleado Hotel Merlot- El Poblado	Tipo de turista que atiende. Relacionamiento con parahoteloría y hotelería informal. Problemas vinculados al turismo en la zona.
26/06/2020	Director Ejecutivo de la Corporación Zona Rosa	Historia, misión y visión de la Corporación Zona Rosa. Comerciantes vinculados. Perspectivas frente al turismo. Relacionamiento y tensiones con la administración pública y los residentes del barrio El Poblado.

Fecha	Entrevistado	Temas tratados
14/07/2020	Directora de Mercadeo y Comunicaciones del Greater Medellín Convention & Visitors Bureau	Historia, misión, visión y objetivos del Bureau. Turismo MICE. Estrategia Clúster. Estrategias de marketing territorial. Problemas relacionados con el turismo. Relación de la institución con la administración municipal, otras instituciones público-privadas y los operadores turísticos.
26/09/2020	Administradora de propiedades en Barrio Provenza	Problemáticas relacionadas con el turismo en El Poblado. Normativa vigente para regular hotelería informal y parahotelería.

Anexo 3 Normativa consultada

Año	Instancia Nacional		Norma
1918	Ministerio de Justicia	de	Ley 11 de 1918. Sobre propaganda a los productos de exportación colombianos. Diario Oficial n.º 16468.
1931	Congreso de la República Colombia	de la	Ley 86 de 1931. Por la cual se fomenta el turismo en el territorio de la República. Diario Oficial n.º 21745.
1945	Congreso de la República Colombia	de la	Ley 6 de 1945. Por la cual se dictan algunas disposiciones sobre convenciones de trabajo, asociaciones profesionales, conflictos colectivos y jurisdicción especial de trabajo. Diario Oficial n.º 25790.
1949	Presidencia de la República Colombia	de la	Decreto 3871 De 1949. Por el cual se fija el salario mínimo, se crea la prima de beneficio, se modifica el Decreto número 2474 de 1948 y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial n.º 27186.
1950	Presidencia de la República Colombia	de la	Decreto 2663 de 1950. Sobre Código Sustantivo del Trabajo. Diario Oficial n.º 27409
1996	Congreso de la República Colombia	de la	Ley 300 de 1996. Por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial n.º 42845.
Año	Instancia Municipal		Norma
1999	Alcaldía de Medellín	de	Acuerdo 62 de 1999. Por medio del cual se adopta el Plan de Ordenamiento Territorial para el Municipio de Medellín.
2004	Concejo de Medellín	de	Acuerdo N.º003 de 2004. Por el cual se adopta El Plan de Desarrollo 2004- 2007 “Medellín, Compromiso de toda la Ciudadanía”. Gaceta Oficial. Año XIV n.º 2096.
2014	Alcaldía de Medellín	de	Acuerdo 48 de 2014 "Por medio del cual se adopta la revisión y ajuste de largo plazo del Plan de Ordenamiento Territorial del Municipio de Medellín y se dictan otras disposiciones complementarias". Medellín: Gaceta Oficial 4267.
2015	Concejo de Medellín	de	Acuerdo 20 de 2015. Por el cual se adopta la Política Pública de Turismo para el Municipio de Medellín. Gaceta Oficial n.º 4330.
2015	Concejo de Medellín	de	Acuerdo 40 de 2015. Por medio del cual se crea “El Concurso Marca de Ciudad” en el Municipio de Medellín. Gaceta Oficial n.º 4352.