

Escalera al Cielo

Procesos de inserción de la Comuna 13, sector Independencias, a las dinámicas de turismo global a partir de las políticas urbanas de la ciudad de Medellín

Juan Diego Rojas Navarro

Trabajo de grado para optar al título de Antropólogo

Asesor:

Darío Blanco Arboleda

Doctor en Ciencia Social con Especialidad en Sociología

Universidad de Antioquia

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Departamento de Antropología

Medellín

2021

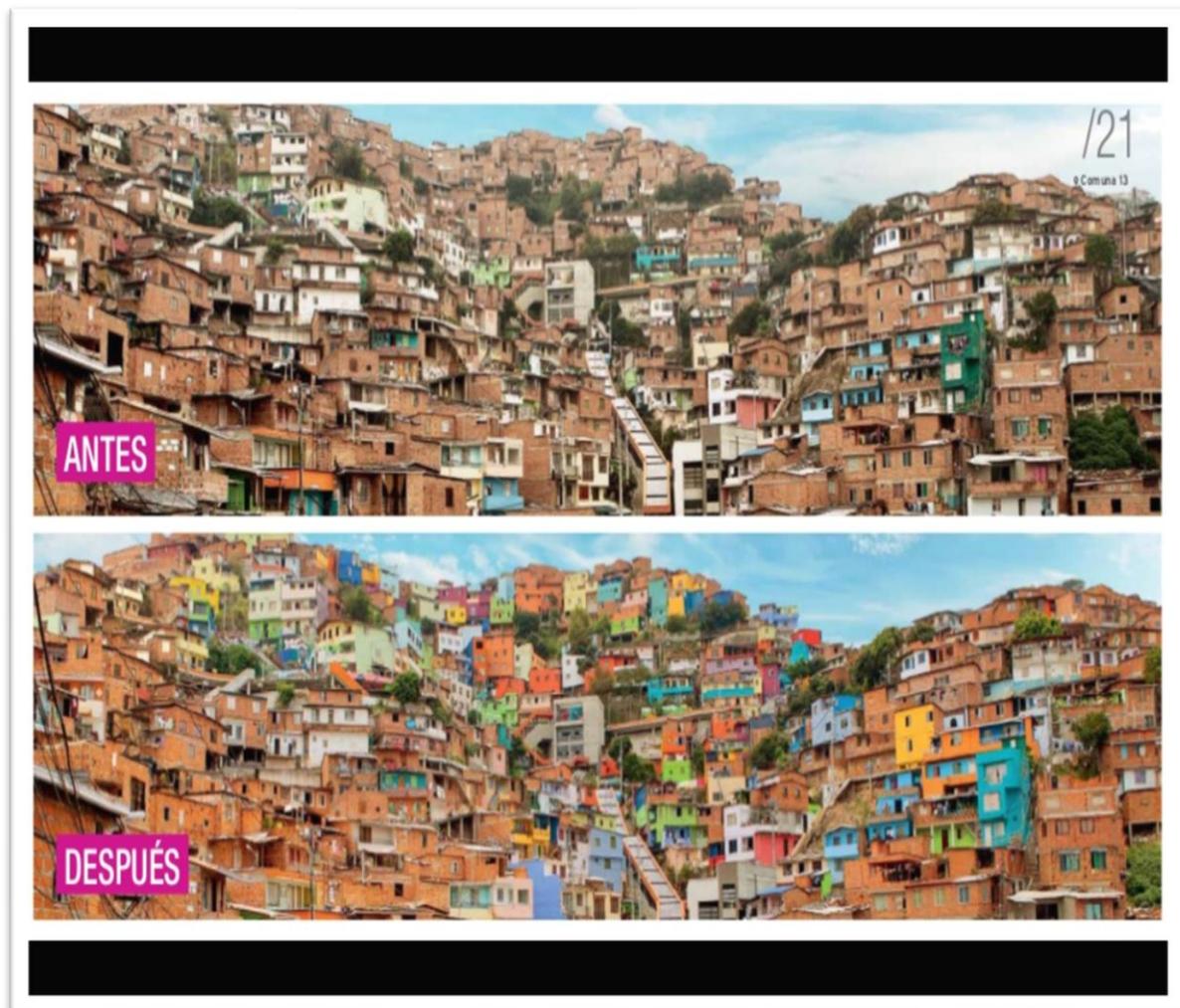


Figura 1. Escaleras Eléctricas Comuna 13 antes y después de la intervención. Fuente: Empresa de Desarrollo Urbano de Medellín

Índice General

| | |
|---|----|
| Resumen..... | 8 |
| Introducción..... | 9 |
| Contexto histórico-espacial..... | 13 |
| Aspiraciones investigativas..... | 14 |
| Cuerpo del texto..... | 15 |
| Recursos metodológicos..... | 17 |
| Pertinencias..... | 17 |
| Abrebocas conceptual..... | 17 |
| Capítulo 1: ¿Obras para la gente u obras para el turista?..... | 20 |
| Del urbanismo social al turismo espontáneo..... | 26 |
| Inversión de valores: del barrio más peligroso al más visitado..... | 33 |
| El rol de las industrias culturales: de Pharrell Williams, Maluma y otras celebridades..... | 38 |

| | |
|--|----|
| Conclusiones..... | 43 |
| Capítulo 2: Mercadeo y conflictos, discursos del “Grafitour”..... | 46 |
| Generalidades del “tour en la 13”..... | 52 |
| Engranaje logístico: cómo se venden los tours..... | 56 |
| Conflictos: roces por la <<autenticidad>>..... | 60 |
| El grafiti..... | 63 |
| Confrontaciones por homogeneizar el discurso: lo institucional vs la comunidad..... | 67 |
| Conclusiones..... | 71 |
| Capítulo 3: Cuestiones de Espacio Público y una transformación de <i>facto</i> | 73 |
| ¿Espacio público para quién?..... | 74 |
| Un turismo de transformación que aún no transforma..... | 80 |
| Conclusiones..... | 87 |
| Reflexiones finales..... | 90 |
| Bibliografía..... | 98 |

Lista de Figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1. Imagen Escaleras Eléctricas Comuna 13 antes y después de la intervención. Fuente: Empresa de Desarrollo Urbano de Medellín..... | 2 |
| Figura 2. Tabla de obras del PUI Comuna 13. Elaboración propia..... | 27 |
| Figura 3. Tabla Sesión Consejo de Medellín, Acta 014, 2012 Fragmentos donde se debate sobre el turismo durante la plenaria. Elaboración propia..... | 32 |
| Figura 4. Grafico 44 y Tabla 32. Fuente: Alcaldía de Medellín, Anuario Situr 2017..... | 38 |
| Figura 5. Tabla 30. Fuente: Alcaldía de Medellín, Anuario Situr 2018..... | 38 |
| Figura 6. Mapa (rutas tours Comuna 13). Fuente : Google maps, con algunas alteraciones propias..... | 54 |
| Figura 7. Mapa (ruta de ida Tour Casa Kolacho). Fuente: Ruta integrada 221 Moovit, con algunas alteraciones propias..... | 55 |
| Figura 8. Imagen de publicidad del grafitour. Fuente: Tripadvisor, Recuperado de: https://www.tripadvisor.co/Attraction_Review-g297478-d7178986-Reviews-Comuna_13_Graffiti_Tour-Medellin_Antioquia_Department.html | 59 |
| Figura 9. Imagen de publicidad del grafitour. Fuente: Becolombia, Recuperado de: https://becolombiatours.com/tour/graffiti-13/13/cod1/ | 60 |
| Figura 10. Cuadro valencias e imperativos del grafiti. Fuente: Armando Silva (2008, p. 32)..... | 65 |
| Figura 11. Ventas ambulantes sobre un gimnasio al aire libre. Fotografía tomada por: Juan Diego Rojas (2018)..... | 77 |
| Figura 12. Sobreocupación de espacio público en viaducto media ladera. Fotografía tomada por: Juan Diego Rojas (2018)..... | 77 |
| Figura 13. Show artístico sobre el espacio público a inicio del viaducto media ladera. Fotografía tomada por: Juan Diego Rojas (2018)..... | 77 |
| Figura 14. Pendón de alcaldía de Medellín. Fotografía tomada por: Juan Diego Rojas (2018)..... | 77 |
| Figura 15. Panfletos en inmediaciones al Parque Lleras. Fotografía tomada por: Juan Diego Rojas (2018)..... | 82 |

| | |
|---|----|
| Figura 16. Pantallazo al buscar (#Comuna13). Recuperado de: Facebook (2018)..... | 84 |
| Figura 17. Tabla desplazamiento forzado intraurbano: Comunas expulsoras 2016-2019. Fuente: Alcaldía de Medellín, Indicadores (SISC) de Seguridad y Convivencia 2016-2019..... | 85 |
| Figura 18. Homicidios por año y comuna 2016-2019. Fuente: Alcaldía de Medellín, Indicadores (SISC) de Seguridad y Convivencia 2016-2019..... | 86 |
| Figura 19. Turistas haciendo fotos con el paisaje barrial de fondo. Fotografía tomada por: Juan Diego Rojas (2018)..... | 97 |

Agradecimientos

A mi madre que si no fuera por su ejemplo ni siquiera el intento contemplaría, a cada uno de los integrantes de mi familia, especialmente a mi hijo y su madre que con el lazo imaginario que generan en mi me jalaron hasta este tramo. Al Alma Mater con quien sentimos química desde el primer momento de cercanía sin aún ser su estudiante por allá en el 2013. A mi asesor Darío Blanco Arboleda, quien cual director técnico de futbol me dio la confianza y la “10” para creerme mi propio cuento, aconsejando, liderando en los momentos nublados y compartiendo descomplicadamente su conocimiento, además de tenerme en cuenta junto a la profesora Sofía Botero con un capítulo en el libro *Un informe y siete ensayos relacionados con la patrimonialización y la ciencia abierta en la Universidad de Antioquia (2017-2027)* como hijo de este proyecto de investigación.

Al Departamento de Antropología, desde su secretaria Vicky hasta cada uno de los profesores con quienes estaré inmensamente agradecido por su gallarda labor de hacernos no solo <<profesionales>> sino conscientes. A Estiben Mosquera compañero de discusiones e ideas quien estuvo ahí ayudando, opinando y construyendo.

A cada una de las personas que hicieron parte de este proyecto investigativo y contribuyeron con su conocimiento, palabras, visiones, criterios, experiencias de vida, quienes además terminan teniendo gran rol protagónico no solo en la construcción, sino en el resultado final de este. A la Comuna 13 en general y sus gentes que a pesar de la montaña rusa que implica Colombia y Medellín siempre están dando lecciones de tenacidad y entereza.

¡Gracias!

Resumen

El actual ejercicio investigativo pretende bajo un análisis crítico abordar la gestión turística de la ciudad, que ha llevado a acondicionar sectores anteriormente

estigmatizados a convertirse en un boom global de visitas, caso Escaleras Eléctricas, en las Independencias de la Comuna 13. Esto, si bien suele atribuírsele a un carácter de origen fortuito, gracias a fuerzas sociales y culturales, como las de los colectivos sociales-artísticos del sector; a su vez está el rol de las políticas urbanas de la ciudad de Medellín atravesadas por la matriz <<urbanismo social>> que discursivamente se desprende de centrar su atención en el turismo y por el contrario delega este a los buenos resultados de su objeto urbano. Pero, por otra parte, termina estando vinculado a las lógicas de gobernanza de las ciudades-empresa hijas del modelo neoliberal, donde el *Telos* apunta hacia la internacionalización, basadas en el iconismo de sus obras, todas ellas mercadeables.

Palabras clave: Comuna 13, Escaleras Eléctricas, urbanismo social, turismo, ciudad, transformación.

Abstract:

The current research exercise aims under a critical analysis to address the tourism management of the city that has led to conditions previously stigmatized sectors to become a global boom of visits, case Electric Stairs in the Independencias, of the Comuna 13. This, while often attributed to a character of fortuitous origin, thanks to social and cultural forces, such as those of social-artistic groups in the sector; in turn is the role of the urban policies of the city of Medellin crossed by the matrix <<social urbanism>> that is often apparent from focusing its attention on tourism and on the contrary delegates this to the good results of its urban object. But on the other hand, it ends up being linked to the governance logics of the city-company daughters of the neoliberal model, where the *Telos* points towards internationalization, based on the iconism of his works, all of them marketable.

Keywords: Commune 13, Electric Stairs, social urbanism, tourism, city, transformation.

Introducción

En las últimas dos décadas se ha potenciado la idea de la bonanza turística a nivel global, casi como un nuevo petróleo, o lo que a inicios del siglo XX representaba el café para Colombia; lo cual se proyecta como una panacea que consigo vincula sinónimos de

bienestar, prosperidad, activación económica, competitividad y otro sin fin de categorías asociadas al discurso desarrollista, anexándole su calidad <<pasiva>> que disipa los conflictos que si despiertan otras actividades económicas como la explotación de los recursos naturales no renovables, de carácter industrial, entre otros.

De aquí se desprende la necesidad de gestionar desde orillas institucionales y privadas un enfoque de adaptación en las diferentes tipologías de turismo, cuantas más sean posibles en un mismo escenario mejor para sí. Y si no se cuenta con la suficiente ventaja competitiva se disponen, configuran, planifican y se crean las necesidades o atributos que permitan entrar en dicho mercado.

El turismo antes asociado a los paisajes tanto recónditos, paradisiacos, como lo tradicional del patrimonio, o aquella alteridad más otra de las otras hiperexotizada; cada vez gana abundante terreno en diferentes escenarios tan comunes como cotidianos, como lo son lo urbano, la ciudad, adaptando lo exótico de sí para generar consumo en masa. Sin dejar de lado otras categorías que encajan en el concepto global de turismo, hasta la categorización de los hoy <<clúster>> permitiendo así una agenda o portafolio claro de oferta que se incluye en turismo, el caso Medellín cuenta actualmente con ocho clústers (textil-moda, energía, salud, negocios, construcción, café, hábitat sostenible y negocios digitales) de aquí que no se piense en un solo turismo de ocio, sino se desprendan posibilidades, como turismo de: reuniones, negocios, salud, naturaleza, comunitario, entre otros. Hasta el ya común patrón de ciudad que opta por promoción de sí misma por medio de proyectos <<marca-ciudad>>, con miras a la mercantilización de sí misma.

Medellín es claro ejemplo de un agresivo proyecto de ciudad que se ha consolidado en los últimos 25 años, intentando ganar un espacio dentro de las lógicas de figuración y turismo global en la que la disposición urbana es parte protagónica del discurso a ofertar turísticamente.

Incluyendo dentro de sus planes de desarrollo la competitividad, la internacionalización y el turismo, no solo desde la agenda municipal, sino también desde la departamental, donde específicamente en el año 1995 se da inclusión a dichos proyectos en los acuerdos municipales y se crea la <<consejería económica>> donde se rastreaban empresas internacionales en la ciudad. Y en consecuencia cada Plan de Desarrollo posterior recalca la postulación de la ciudad como un punto ideal para

invertir, visitar, vivir y hacer negocios, pero es específicamente desde el Plan de Desarrollo de 1998-2001 donde se habla textualmente del turismo:

Posicionamiento de la Imagen de la Ciudad y Fortalecimiento del Turismo. Para la administración es fundamental fortalecer la función pública de promoción nacional e internacional de la ciudad. Basados en este ACUERDO 14 DE 1998 113 concepto se pretende que Medellín para el año 2000 se encuentre posicionada como una ciudad de alta calidad en la prestación de servicios. (Concejo de Medellín, 1998).

Ya para este momento se presupuestaba una plataforma al citymarketing, si bien la ciudad se propone en sus inicios de internacionalización como un imán para las inversiones extranjeras y los negocios, es de esta forma como pretendía fomentar el voz a voz de Medellín como un proyecto de ciudad turística en todas los escenarios posibles del turismo (negocios, inversiones, urbano, cultural, de naturaleza, etc.).

En el Plan de Desarrollo 2001-2003 se habla de la creación de la Consejería para la internacionalización de Medellín. Con el objetivo de acercar vínculos entre ciudades y promocionar la ciudad internacionalmente. Además, junto a la continuación del “Proyecto Cities”, que buscaba “(...) establecer convenios de cooperación técnica y de alianzas estratégicas que favorezcan la ciudad de Medellín y la conduzcan a una posición de excelencia en el concierto mundial” (Concejo de Medellín, 2001, p.64).

Echeverría y Bravo exponen al Plan de Desarrollo (2004-2007) en las siguientes palabras:

A partir de 2004 se estructura una amplia estrategia de internacionalización de la ciudad (articulada en la Línea 5) orientada a -aumentar los niveles de negocios internacionales de los sectores económicos estratégicos (y) captar mayores recursos de cooperación internacional para apalancar proyectos estratégicos del Plan de Desarrollo. Apoyo a la internacionalización de los clúster estratégicos, construir una marca de ciudad que genere confianza en el ámbito internacional, fortalecer la cultura ciudadana en los procesos de internacionalización son, entre otras, acciones a desarrollar mediante los

programas establecidos en el Plan de Desarrollo (Echeverría y Bravo, 2009, p.212).

Este periodo administrativo es concebido dentro de la temporalidad del proyecto de ciudad global como uno de los más significativos, no solo por sus esfuerzos en materia de internacionalización a partir de seis ejes: las relaciones internacionales, los negocios internacionales, el mercadeo territorial, la cultura para la internacionalización, el fortalecimiento institucional y la cooperación internacional. Si no, por ser el periodo donde surge la figura del urbanismo social como discurso y slogan agrupador de lo anterior, sin estar formalmente vinculado así, con el cual la ciudad va a empezar a posicionarse internacionalmente como una ciudad que deja atrás aspectos negativos gracias a la inversión e inclusión social por medio de las obras urbanas que además se entendían pertinentes en el marco del objetivo de convertirse en un epicentro internacional moderno.

Además, de la solidificación de figuras con un rol importante en tal proyección internacional de ciudad como lo hace ver Hernán Pineda (2016):

Uno de los logros a resaltar en este periodo es el fortalecimiento institucional para la internacionalización, mediante proyectos banderas en el gobierno local de la época, como la Agencia para la Cooperación Internacional, Medellín Convention Bureau y el Centro Internacional de Convenciones que se consolidó en el año 2004 como la Sociedad plaza Mayor S.A. mediante Acuerdo 077 del Concejo de Medellín. Echeverri y Bravo hacen referencia al mercadeo de la ciudad en este periodo, resaltando que (p. 88).

Por su parte, en el mismo periodo, pero desde la gobernación de Aníbal Gaviria se estaba creando la <<comisión tripartita>> como una estrategia conjunta entre la Gobernación de Antioquia, la Alcaldía de Medellín y el Área Metropolitana en donde se propone converger dichos intereses que invitan a establecer mercados internacionales en la ciudad o viceversa. Olga Zapata (2015) lo presenta así:

Para la internacionalización y posicionamiento estratégico de Antioquia, a través de la articulación de sus agendas territoriales. También se iniciaron acciones que buscaron potenciar a Medellín, entre ellas, los clústeres, las sedes universitarias subregionales, el fomento a los emprendimientos. 49 3 La Comisión

Tripartita se ha consolidado como la instancia intergubernamental encargada de liderar la política regional de competitividad y productividad del departamento, así como la internacionalización de la región antioqueña. Para ello, propone lineamientos y políticas que son implementadas en el territorio, algunas de las cuales, con el consenso de los sectores gubernamentales, empresariales y privados, aprovechando la participación activa que en esta instancia encuentran los empresarios antioqueños y el sector privado representados por organizaciones como la Cámara de Comercio y Proantioquia (P. 49).

Para el periodo 2008-2011 surge la iniciativa “Ciudad con proyección regional y global” como continuidad a la administración anterior en su esfuerzo por figurar internacionalmente, manteniendo la misma columna vertebral, agregándole textualmente un interés directo por fomentar turismo y búsqueda por ser receptor de grandes eventos como se logró con <<Los IX juegos suramericanos Medellín 2010>>. Además de una consolidación de capital público-privado liderada por <<Medellín Convention & Visitors Bureau>> para el mercadeo de ciudad a gran escala con el objetivo de promocionar la ciudad, algo que también se había basado desde la administración anterior.

En cuanto al Plan de Desarrollo de 2012-2015 se destaca el componente <<Medellín ciudad conectada con el mundo>> con el reiterativo fin de articular la ciudad a dinámicas, regionales, nacionales e internacionales, explorando posibilidades de inversión, comercio, competitividad, turismo y desarrollo económico. De igual manera en el año 2013, mediante Acuerdo 078 del Concejo de Medellín, se aprueba la política pública denominada <<Medellín ciudad de turismo corporativo: Grandes eventos y eventos de conocimiento>> como vehículo para establecer a la ciudad como un destino de negocios, que por estos días era como se proyectaba la ciudad, la más recomendada para invertir o desarrollar macro negocios.

En el año 2015 de acuerdo al acuerdo 20 del Concejo de Medellín se creó la Política Pública de Turismo en la ciudad enfocado en lineamientos como: gestión territorial, competitividad sectorial y del destino, conectividad competitiva, promoción y mercadeo del destino. A su vez direcciono algunas tipologías de lo que sería el turismo que se propone la ciudad: de reuniones (MICE- meetings, incentives, conferences and exhibitions), de salud y bienestar, de naturaleza, comunitario y cultural. Junto a la oficialización de SITUR como observatorio de la actividad turística en la ciudad de manera formal y el ya reiterado mercadeo y promoción de la ciudad.

En el caso del periodo administrativo 2016-2019 asumida ya como una ciudad innovadora que se renueva constantemente, en su Plan de Desarrollo y su programa de internacionalización se asume a partir de su posición como transformada urbana y socialmente mediante iniciativas innovadoras. Dándole mérito al proyecto internacionalizador de los últimos periodos administrativos proponiéndose reforzarlo con la construcción y consolidación de una marca ciudad, la promoción de ciudad como destino turístico, como destino de inversión, grandes eventos, gestionando alianzas de cooperación internacional , fortaleciendo la Red de Antioqueños en el Exterior (Sospaisa), investigación científica y desarrollo tecnológico, apoyo a semilleros y grupos de investigación y la internacionalización del sistema de educación superior.

Es así como la internacionalización se ha convertido en una constante en los planes de desarrollo municipal, sustentado en el proyecto modernizador de ciudad que deja atrás capítulos violentos y se adjunta a si misma su carácter de <<transformación>> basándose en obras urbanas como los (P. U. I) enmarcados en el continuado discurso de ciudad <<Urbanismo Social>> del que se supeditan reconocimientos que le permiten a la ciudad ser modelo a seguir y epicentro de visitantes en su mayoría extranjeros.

Contexto histórico-espacial

Por otra parte, a modo de contexto, San Javier o Comuna 13, es una de las 16 Comunas que conforman el área urbana de la Ciudad de Medellín, y a esta pertenecen 21 barrios, está ubicada en el costado centro-occidental de la Ciudad, con aproximadamente 140. 758 ¹habitantes. Desde mediados del siglo XX debido a la violencia bipartidista rural y a la dinámica de migración rural a centros urbanos en busca de mejores opciones de vida, este sector de la ciudad se convirtió en el lugar de asentamiento de muchas de esas familias, posteriormente entre 1970 y la década de 1980 se vivían procesos de desplazamiento al interior de la ciudad por dinámicas de violencia intraurbana, lo cual precipitó nuevos asentamientos “ilegales” en este sector.

Para ese entonces las condiciones de saneamiento y salubridad eran precarias, sumado al ser una zona de alto riesgo de deslizamiento por su topografía, esto además del periodo de conflicto suscitado por el auge del narcotráfico en Colombia y específicamente

¹ Tomado de: Perfil Demográfico por barrio Comuna 13 San Javier 2016 – 2020.

en Medellín, sede del <<Cartel de Medellín>> eran parte del paisaje cotidiano por esos días. A finales de los años ochenta y comienzos de los noventa la Comuna 13 experimentó el fenómeno de las milicias de guerrillas urbanas, lo cual convirtió este territorio en un sitio de constante tensión, primero por el temor de la población civil, la posterior aparición de grupos paramilitares, por último los esfuerzos del Estado para recuperar el territorio, de aquí se sigue la avalancha de intervenciones militares en este sector (Primavera, Otoño I, Contrafuego, Marfil, Otoño II, Águila, Horizonte, Metro, Mariscal, Potestad, Antorcha, Saturno y Orión) siendo el año 2002 uno de los más violentos y traumáticos para la población que vio en dos operaciones militares <<Orión y Mariscal>> evidentes violaciones a los derechos humanos, como también la evidente unión de esfuerzos entre agentes del Estado y los grupos paramilitares que desencadenó (Corporación Jurídica Libertad, 2012) más de 350 detenciones arbitrarias, 80 heridos, 17 homicidios, 71 ejecuciones a civiles fuera de combate, 12 personas torturadas y más de 90 desaparecidas.

Si bien el resultado de todas las intervenciones militares fue la erradicación de la presencia de milicias guerrilleras en el territorio, la consecuente hegemonía cayó en manos de grupos paramilitares hasta la mutación de los aún vigentes <<combos armados>> grupos de jóvenes armados y organizados que se reparten el territorio y las rentas ilegales de este (vacunas extorsivas, tráfico de drogas, sicariato, desplazamiento forzado) apadrinados por organizaciones delictivas de mayor calibre que estos, sugiriendo un mapa de tensiones constantes por luchas de poder que desemboca en enfrentamientos armados o calmas pactadas.

Aspiraciones investigativas

Ahora bien, aterrizando el contexto anterior al objetivo que mueve esta investigación se centra en la pregunta por ¿Cómo se han dado los procesos de inserción y posicionamiento de la Comuna 13 en las dinámicas de turismo global? Situándonos específicamente en la obra Escaleras Eléctricas y los contiguos Viaductos que hacen parte del P. U. I. de la Comuna 13. En lo que más allá de proponerse analizar la actividad turística como tal, es plantearse interrogantes de como un sector anteriormente concebido como deprimido, problemático, tanto en aspectos sociales, de seguridad, infraestructura. Logra ser hoy el sitio más visitado de la ciudad y competidor a la par con escenarios tradicionalmente turísticos y sólidamente posicionados a nivel nacional.

Además de desarrollar bajo que premisas simbólicas y discursivas se logra establecer una oferta turística en la que se hallan diferentes contradicciones, que se activan y desactivan de acuerdo con la conveniencia de las partes participes como lo son la población, la institucionalidad, el consumidor y las obras de infraestructura materializadas en el territorio.

Cuerpo del texto

En la primera parte del texto se problematiza la noción <<Urbanismo Social>> crucial en el proyecto discursivo de ciudad y en el proyecto físico-urbano, que se entrelaza con las esforzadas apuestas por la internacionalización de la ciudad y su afán por construirse globalmente no solo para locales, sino como una invitación para el capital extranjero, de lo cual surgen pertinentes preguntas como ¿es este un proyecto de ciudad para locales o visitantes? Por otra parte, se intenta evidenciar la opaca intencionalidad de las obras con fin turístico desde el discurso oficial en etapa previa a su conclusión total, que se hacen ver como obras funcionales para la comunidad y su disfrute, que como en el caso de las Escaleras Eléctricas y los Viaductos de Media Ladera en la Comuna 13 se potencian “espontáneamente” gracias al fruto de la internacionalización de la ciudad, como sucedió con el *VII Foro Urbano Mundial* que presento el P. U. I de este sector como uno de sus mayores logros en dicho foro y su posterior explotación como paisaje de rodajes por las industrias culturales.

En la segunda y tercera parte, se aborda el papel de los esfuerzos comunitarios desde los colectivos socio-culturales del sector que desde incluso mucho antes de las obras realizaban recorridos guiados, pero una vez concluidas las obras ejercieron un aprovechamiento de estas desembocando en una competitiva sobreoferta de servicios en su mayoría informales, desatando conflictos entre sí, exageraciones y variaciones discursivas entorno al pasado violento y el paisaje barrial pintoresco ya transformado, sumado a una desbordada apropiación del espacio público que se creía era para el disfrute mismo de la comunidad según el argumento de las obras, pero termina siendo un sobreocupado espacio público mercantilizado, desplazando así el disfrute de la comunidad.

Así mismo, la administración de la ciudad si bien es recurrente sus esfuerzos continuados por la internacionalización y la conclusión de obras planificadas para la comunidad, aunque indirectamente para el visitante, asume una posición del deber cumplido, pero desconcertada al ver el resultado final y los conflictos surgidos en términos de la trialectica Lefebvriana de espacios (concebido, vivido y percibido) en el cual es evidente la imposibilidad por querer regular o monopolizar algo que ellos mismos <<concebieron>> pero no visualizaron el resultado final y su desarrollo. Sin embargo, si se establece y reproduce una transformación desde arriba que se intenta generalizar y oficializar como tipología y razón de la movilización de extranjeros a la ciudad de Medellín, omitiendo las reales casusas que movilizan al turista a la ciudad, tal como sucede con su constante relacionamiento con Pablo Escobar, drogas de calidad y muchísimo más baratas que en sus lugares de origen, mujeres y un pasado violento, lo anterior repotenciado por los imaginarios suscitados por industrias culturales, específicamente lo referente a lo audiovisual.

Recursos metodológicos

Este producto final se logró gracias a dos etapas previas a la escritura, la primera, de proyección y revisión de bases de datos y la segunda, de trabajo de campo durante aproximadamente cuatro meses, gracias al método etnográfico, junto a diferentes técnicas de investigación como: entrevistas semiestructuradas, fotografía, diario de campo, observación, al igual que el provechoso uso etnográfico de las herramientas virtuales (portales web). Esto en relación con personas de la comunidad, funcionarios públicos, comerciantes, guías. Además de la participación en diferentes tours como turista.

Pertinencias

Por otra parte, la reflexión crítica que se propone con este tema es visibilizar la relación del proyecto modernizador de ciudad vinculada al turismo con un fin económico netamente enfocado a estar a la altura de grandes capitales.

De aquí la pertinencia de este trabajo investigativo que no solo pretende engrosar estudios con un enfoque urbano en la ciudad de Medellín, sino, poner en la lupa la retórica-práctica resultado del urbanismo social, que no son recientes, como se ha podido evidenciar con diferentes investigaciones académicas. Tal es el caso de muchos de los trabajos de grado resultados de la Maestría de Estudios Urbanos Regionales que ofrece la

Universidad Nacional, Sede Medellín. Así, como es necesario visibilizar lo que sucede en las Independencias de la Comuna San Javier con la obra Escaleras Eléctricas y sus Viaductos complementarios desde este enfoque, dado que es de manifiesto nuevas dinámicas sociales una vez estalla el boom turístico en la zona, lo cual si bien ha sido abordado incipientemente desde los últimos tres años, muchos de estos enfoques ha sido más desde una mirada lejana del enfoque urbano y si desde las resignificaciones sociales o la resiliencia de la comunidad.

Esto no quiere decir que el actual trabajo tenga la intención de destruir, negativizar o echar por la borda dichos procesos de construcción de ciudad, pero sí abordar desde un análisis crítico, sin romanticismos algunas cuestiones válidas para pensarnos como ciudad, como urbanitas y como parte de la construcción de esta. De igual forma se aclara que cuando se habla de las relaciones locales-visitantes, o de una ciudad para locales o visitantes, no se está abogando desde los discursos micropatrioteristas que cierran puertas a cualquier posibilidad de contacto con el otro cayendo en xenofobias y filiaciones ultra-locales, sino, escudriñar la amalgama que sugieren tales proyecciones.

Abrebocas Conceptual

Para la Organización Mundial de Turismo (OTM):” El turismo es la suma de relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales” (OTM citado por De La Torre 1980). Sin embargo, más allá de realizar una arqueología del turismo y su teoría desde la antropología o las ciencias sociales, lo que se pretende es alejarse de la concepción del turismo como un simple intercambio de bienes y servicios o un hecho económico como tal, sin tampoco negar tal carácter, lo que se pretende es ver sus enfoques pertinentes, como un hecho social complejo que implica adentrarse en la escenificación prefabricada y premeditada para ser útil o consumible dentro de las lógicas de mercado global, sin importar si una ciudad debe reconstruirse a sí misma para re-encarnar en tales lógicas.

De aquí se sigue la idea de (Lloyd y Clark 2000) de una ciudad como “máquina de diversiones” donde sus propios residentes encarnen a la par el rol de turistas, consumiendo escenificaciones de la historia y espectacularizando el mínimo detalle cotidiano conduciendo a una desrealización de la realidad (Augé 1997) revalidando la noción de una <<ciudad vitrina>> (Vargas Zuluaga, 2013) o tematización (Fagerlande, 2017) soportada en la ambientación de ciertos espacios de la ciudad ideados para el

consumo y placer de los individuos, enmarcados en espacios conceptualizados dirigidos a determinado tipo de disfrute.

Aunque, sin negar también el rol siempre emergente contrario al orden globalizador, donde surgen alternativas <<desde abajo>> (García Canclini, 2004) en las que suelen estar presentes propuestas de minorías, replanteando, problematizando o incluso deconstruyendo el orden establecido, como el <<patrimonio>> y el espacio concebido.

De tal forma, la ciudad que engloba el turismo como uno de sus productos y excusas para reconstruirse y validar su proyecto urbano, es la ciudad neoliberal que se construye desde arriba y para los de arriba, basada en los <excedentes de capital>> (Harvey, 2008) y la deuda como financiador. Así, la idea de ciudad de (Park, 1999) “sin tener plena conciencia de la naturaleza de su obra, al crear la ciudad, el hombre se recrea a sí mismo” (p. 115). Esta planeación de ciudad y re-creación queda sujeta a los deseos de los planeadores y “embellecedores” de los espacios de ciudad, lo que líneas anteriores se plantea como una escenificación de ciudad, o puesta en escena, que en medio del agite rutinario, los ires y venires de la cotidianidad ciudadana también convierte al ciudadano, aparte de turista, en actor, ya sea de reparto, o protagónicos.

Medellín y el caso Escaleras Eléctricas en el sector las independencias, permite ser ubicado dentro de ese encuadre conceptual, donde este sector de la ciudad se convierte precisamente en una atracción de diversión, basado en su paisaje estético barrial colorido, cual galería de arte urbana por sus grafitis, junto a la impresionante envergadura de la obra de unas escaleras eléctricas dentro de ese paisaje, sumado a la narrativa de un pasado violento (Giraldo, Van Broeck y Posada, 2014) exotizado y ahora mercadeado, sustentado en un proyecto de <<transformación>> de ciudad a partir de la renovación urbana desarrollado por el cuasi patentado discurso del <<Urbanismo Social>> y el combustible de la internacionalización como logro para la captación e interés del capital financiero extranjero, una idea de ciudad consolidada globalmente y no traída a la vanguardia por Medellín, sino al contrario, cada vez más común y uniforme como sucede con los ya conocidos distritos culturales, áreas creativas o distritos creativos .

Capítulo 1: ¿Obras para la gente u obras para el turista?

Resumen:

El actual capítulo propone discutir en un inicio la figura de Urbanismo Social primero como discurso, posteriormente como una política continuista en las diferentes administraciones de la ciudad, deviniendo en ideología y argumento de la gestión pública local. Planteando interrogantes que hacen pensar si ¿tal proyecto de ciudad es pensado para el residente o el visitante? A partir de ahondar en algunas señales que muestran al urbanismo social como un proyecto en doble sentido que se circunscribe en el ciudadano, pero a su vez apunta a un turismo que pretende presentarse “espontáneo” por la efectividad y calidad de las obras. Finalizando con la capitalización del paisaje transformado en el sector las Independencias de la Comuna 13 por su exposición en el

VII Foro Urbano Mundial y su consecuente uso en rodajes de material audiovisual por industrias culturales que fungen como autoridad e invitan al disfrute de dicho paisaje como un atributo turístico.

Palabras claves: urbanismo social, turismo, Comuna 13, industrias culturales.

Abstract:

The current chapter proposes to discuss at first the figure of Social Urbanism first as a discourse, later as a continuing policy in the different administrations of the city, turning around in ideology and argument of local public management. Raising questions that make us think about whether such a city project is intended for the resident or visitor? From delving into some signals that show social urbanism as a two-way project that is confined to the citizen, but in turn points to a tourism that aims to present itself "spontaneous" for the effectiveness and quality of the works. Ending with the capitalization of the landscape transformed in the sector the Independences of Comuna 13 for its exhibition at the VII World Urban Forum and its consequent use in filming audiovisual material by cultural industries that serve as authority and invite the enjoyment of said landscape as a tourist attribute.

Keywords: social urbanism, tourism, Commune 13, cultural industries.

En los últimos 15 años la ciudad de Medellín ha pasado a ser el paradigma no solo a nivel nacional, sino internacional como modelo urbano a seguir por sus diferentes apuestas en materia de infraestructura, una ciudad que le apunta a la mejora de la calidad de vida a partir de la transformación de los espacios públicos, no solo en términos prácticos, también estéticos, desde el discurso institucional, esto se da gracias a lo que se propone como *Urbanismo Social*.

Sin embargo, no hay un consenso exacto sobre el surgimiento de la categoría, aunque se le atribuye al periodo en que la ciudad fue administrada por el alcalde Sergio Fajardo entre los años 2004-2007, quien hacia parte de proyectos políticos alternativos frente a los partidos políticos tradicionales, y quien posteriormente influenció una secuencia de su apuesta política con administraciones posteriores, periodos donde se materializo el reconocimiento al *Urbanismo Social*.

Ahora bien, la problematización de dicho paradigma se da en el marco de lo que se asume como la evidencia o resultados efectivos de la transformación de la ciudad, no solo en términos físicos o estéticos, sino sociales, es decir, un proyecto que se entiende por la opinión pública en general como viable en el que se da prueba de una gestión transparente en la que se ejecuta y se atacan problemas, se solucionan de raíz y también se da un proceso de inclusión al paradigma de ciudad a aquellos espacios y sujetos que antes se encontraban en situación de invisibilidad con respecto al estado.

¿Qué es *Urbanismo Social*? Se puede entender como un discurso político de transformación urbana que conlleva a una posterior transformación social, integrando con su narrativa de renovación en términos de infraestructura y arquitectura en espacios de la ciudad anteriormente estigmatizados o marginalizados, aunque se alude de manera global a la ciudad, donde los proyectos se llevan a cabo de manera integral, es decir, no solo unilateralmente, sino con la participación de la comunidad, normalmente la implementación de estos proyectos se soportan en la idea de devolverles algo a las comunidades con las que el estado ha tenido un rol ausente, dando así por entendido que los recursos se usan y se usan bien por medio de la inmediata gestión y así mismo se da un proceso de inclusión de comunidades no tenidas en cuenta, que también son participes del proceso de proyectos.

De aquí se siguen las sensaciones que el urbanismo social como práctica y discurso transmite a los conciudadanos en términos de una política eficiente y transparente en la que se aprovechan los dineros públicos, se ven las obras y se da paso a una idoneidad en términos de competitividad y vanguardismo a niveles globales, de esta forma una ciudad como Medellín no tendría por qué envidiarle espacios urbanos a ciudades del norte global, así se tumbaría por si sola la visión de que las ciudades pertenecientes al sur global hagan parte de un imaginario de subdesarrollo o desventaja con las ciudades modernas, es por esto que al romper dicho paradigma y equipararse a las ciudades del primer mundo se habla de una ciudad emergente e *innovadora*, aunque en este punto cabría subrayar si se es en términos globales, o simplemente en términos de halagos a la ciudad que se está poniendo al día o casi a la par de las otras, *innovadora* en el sur global, o sea, un modelo en la región del subdesarrollo que invita a las otras a ser y a hacer lo que esta ha hecho.

Esta categoría si bien surge de manera reiterativa en la retórica política de la ciudad en el periodo 2004-2007 es hasta el Plan de Desarrollo del periodo 2008-2011 en donde

se oficializa la categoría como un pilar del proyecto político de la ciudad que además se da en continuidad al periodo anterior a pesar de no haber hecho parte textual del Plan de Desarrollo municipal de dicho gobierno:

El Plan define como modelo de intervención del territorio el enfoque de urbanismo social el cual comprende simultáneamente la transformación física, la intervención social, la gestión institucional y la participación comunitaria. El urbanismo social ha propiciado en Medellín la inclusión de amplias zonas de la ciudad hasta ahora marginadas del desarrollo y ha dignificado los espacios y lugares que habitan los más pobres. En esta estrategia, fundamental para promover la equidad territorial, se privilegia la acción del Estado en las zonas periféricas de la ciudad, las más vulnerables desde el punto de vista social, ambiental y político, donde se evidencian los menores índices de desarrollo humano y calidad de vida (Alcaldía de Medellín, 2008).

En consecuencia, Montoya. N (2014) nos hace ver que, a pesar del andamiaje discursivo del *Urbanismo Social*, técnicamente se podría interpretar como una respuesta a la Ley 388 de 1997 “Ley de Desarrollo Territorial” en la que cada municipio debe formular sus planes de ordenamiento territorial “el conjunto de objetivos, directrices, políticas, estrategias, metas, programas, actuaciones y normas adoptadas para orientar y administrar el desarrollo físico del territorio y la utilización del suelo”. (Artículo 9, ley 388 de 1997). Sin embargo, es tangible no solo la simple aplicación de la ley en el formato del *Urbanismo Social*, sino como se construye un discurso mediante el cual se legitiman las intervenciones espaciales en zonas donde se pretende un proceso de transformaciones, sin necesariamente estar adscrito a las premisas de la planeación, las estrategias o el ordenamiento territorial, es decir, se ejecuta una idea y se legitima solo por la envergadura de la intervención y de facto se asume la transformación, esto se puede evidenciar en los casos de: los paseos urbanos, las U. V. A. S (unidades de vida articulada), los parques biblioteca y en el caso específico de este trabajo las Escaleras Eléctricas y los viaductos en La Comuna 13.

Dicho concepto como forma de representar el discurso de la inclusión social, este como construcción constante dentro de la comunidad que vivencian las transformaciones urbanas en su cotidianidad, (Ascher , 2004) presenta esta teoría en un contexto a nivel mundial como el modelo de transformación urbana integral en el sentido de la diversidad

de actores que participan, la cual comprende, simultáneamente, intervenciones físicas y espaciales, pero también de gestión social e institucional, el *modelo de gestión urbana contemporáneo*, el cual parece ya fijo en el contexto de Medellín, viene transitando en una línea de estrategias homogéneas diseñadas para toda la ciudad, a estrategias de intervención territorial.

Esta no solo es huella identificable en las edificaciones físicas, es también representación mental de un proceso social y cultural en el territorio. De esta manera, la capital Antioqueña ha tenido cambios físicos y sociales, el primero se ha vivido desde equipamientos deportivos, recreativos, culturales, educativos, de salud y transporte, desde la perspectiva social se ha transformado la imagen de la capital Antioqueña, lo cual ha permitido desarrollar sectores con atributos que captan atenciones internacionales no solo en el marco turístico, sino de consultas urbanas, eventos, entre otros. En sitios no convencionales como lo son los lugares donde se desarrollan las obras.

El concepto no solo sirve para el desarrollo de infraestructuras en la ciudad, según (Echeverri y Orsini, 2010) esta teoría de renovación urbana, siempre parte del discurso de mejorar la imagen de la metrópolis como una oportunidad que representa de ante mano la inclusión social y construcción colectiva del reencuentro y la reconciliación que hará la sociedad. El urbanismo social es presentado como la política pública con la cual la Administración Estatal intervendrá los lugares que por sus menores índices de calidad de vida requieren atención para reducir las profundas deudas sociales acumuladas durante décadas.

Por otra parte en (Quinchia, 2013) con su análisis de discurso entorno al *Urbanismo Social* pone en discusión tal categoría en base a las contradicciones que esta genera evidenciando un abuso discursivo del mismo, donde se entiende como un discurso ideológico que conlleva a unas claras relaciones de poder donde la excusa de la intervención urbanística en las zonas antes abandonadas estatalmente hacen parte de una negociación en la que al ser intervenidas pasan a ser entendidas como zonas recuperadas y controladas, las cuales al volver a ser parte de la ciudad idealizada, mediante la noción de inclusión significa como ciudadanos ser portadores de la responsabilidad y del civismo que requiere y ser parte de las lógicas económicas que permite tal oportunidad.

Así mismo, este enfoque urbanístico, de acuerdo con lo que se ha dicho en referencia a la influencia del modelo Barcelona y los postulados del nuevo urbanismo, a pesar de

que no se inscribe, dogmáticamente, en ninguna escuela o teoría, al orientarse por las particularidades y exigencias de la realidad local es cercano, también, al denominado urbanismo contextual (Martin, 2013).

Entonces, el *Urbanismo Social* termina siendo un confidente apropiado para el desarrollo urbano y humano que se incorpora al análisis de esta categoría para dar testimonio de la relevancia que tiene lo social en las luchas de las transformaciones urbanas. Esta propuesta lleva la marca de otro en su fase práctica, entra en lo social en el ámbito del lenguaje; una vez expresado a la comunidad su constante exaltación es ya una especie de discurso que el sujeto mantiene consigo mismo. Se considera entonces y en relación a lo expresado anteriormente, que el *Urbanismo Social*, es un territorio, esencialmente, político y este reclama, cada vez más su lugar en la política y en aras a ello la participación es un reclamo imperativo, de allí se puede entender, el modelo de intervención urbana en Medellín comienza a ser reconocido ,internacionalmente, como una de las experiencias más avanzadas en cuanto a la integralidad de una política pública dirigida a la rehabilitación de asentamientos precarios en zonas urbanas caracterizadas por altos índices de inseguridad, y a su plena integración física y social a la vida urbana. Superando los lastres de la violencia descontrolada que la estigmatizó como un lugar inseguro, la ciudad más innovadora del mundo, es hoy un laboratorio viviente de un nuevo paradigma de planeación y gestión territorial que promueve la convergencia explícita entre la planeación, el mejoramiento urbano, las políticas de seguridad ciudadana y cohesión social (Velásquez, 2011).

De la misma manera (Brand, 2013) nos llama la atención sobre la explosión que ha tenido el *Urbanismo Social* en su afán por ser reconocido e incluido en los planes de desarrollo municipales, muy centrado en el Estado, reclama ser considerado. Hacer esta formulación en una norma jurídica de tal importancia, da cuenta de un intento por racionalizar y formalizar el discurso que la Administración municipal venía posicionando desde 2004 con el entonces anteriormente nombrado alcalde Sergio Fajardo Valderrama a la cabeza.

Definido en estos términos, el denominado *Urbanismo Social* pareciera estar gestionando una nueva manera de administrar la ciudad, que se muestra y se promociona como un modelo innovador nunca ensayado en el contexto local; sin embargo, los orígenes del discurso y la práctica del urbanismo social se encuentran, tal y como se ha

señalado de manera explícita e implícita por la Administración municipal, en la adaptación a las necesidades locales del modelo Barcelona.

Esto puede ser confirmado por la movilidad entre Barcelona y Medellín de algunos de los servidores públicos que tuvieron a su cargo la puesta en marcha del modelo y por el léxico compartido entre ambas experiencias: acupuntura urbana, nuevas centralidades, valor democrático del espacio público, para mencionar solo las más empleadas.

A fin de avanzar en la comprensión de lo que entendemos por urbanismo social y sus manifestaciones en la era de la modernización urbana, es interesante evidenciar como dicho discurso ha sido mantenido en las diferentes administraciones hasta la fecha, es decir, se ha convertido en una marca registrada de la ciudad y ha sido respetada y continuada sin importar los tintes políticos, no solo a nivel local, sino gubernamental por los diferentes actores, además que ha sido parte de consideraciones de otras ciudades que han visto en Medellín y su *Urbanismo Social* un modelo y un consultor en materia urbana.

De acuerdo con lo anterior, en un principio se despliega en un nivel local o incluso comunal, se vale de renovaciones de las zonas marginales que permiten reconstruir un espacio agradable para el turismo, sin reconocerse para tal función, pretendiendo que por el resultado positivo de las obras y las sensaciones de admiración transmitidas por estas se presupone que espontáneamente se dé una plataforma para el halago internacional que inevitablemente conduce al turismo. Lo voluble del concepto, permite su flexibilidad y su uso para distintos roles, no tiene que ver nada con el pasado, ya que por definición el pasado es atraso, siempre se solventa en la búsqueda de un sentido práctico de impacto a partir de la innovación.

Del urbanismo social al turismo espontaneo

Más allá de hacer un recorrido por el *Urbanismo Social* y sus diferentes gestiones en la ciudad es necesario encuadrar en este acápite un aterrizaje al caso de La Comuna 13 y específicamente a la obra Escaleras Eléctricas y los viaductos media ladera en el sector las independencias, a esto se le puede añadir otras obras complementarias que si bien no están relacionadas directamente con el sector Las Independencias se podrían entender indirectamente como parte de un marco armónico en la que un elemento conecta al otro o al menos se solventan en las transformaciones paisajísticas del contexto general de la Comuna, que a su vez terminan siendo los vehículos que propician la gestación de un

centro de atracción turístico dentro de la cotidianidad urbana como lo son: El parque biblioteca San Javier, El Paseo Urbano de la carrera 99, La U. V. A y Casa de Justicia en el sector 20 de julio, la Pantalla de Agua, y los diferentes escenarios deportivos.

Cabe decir, que un antecedente a tener en cuenta en torno a cómo se dan a cabo los procesos o cómo se ejecutan es el rol del E. D. U (Empresa de Desarrollo Urbano) la cual nace el 20 de febrero de 2002, mediante Decreto 158 de la Alcaldía de Medellín como una entidad de orden municipal con patrimonio propio y autonomía financiera y administrativa, aclarando que no nace de la nada, sino siendo una mutación de la anterior *Promotora Inmobiliaria de Medellín*.

La entidad pasa a ser el vehículo realizador de la narrativa transformadora de ciudad y reproductora de tales slogans, en este caso lo hace mediante los P. U. I (Proyectos Urbanos Integrales) que se definen desde el E. D. U como una metodología:

El Proyecto Urbano Integral es un instrumento de intervención urbana que abarca las dimensiones de lo físico, lo social y lo institucional, con el fin de resolver problemáticas específicas sobre un territorio definido, colocando todas las herramientas del desarrollo de forma simultánea en función del área de intervención² (Blogspot *proyectos urbanos integrales*, 2010).

Actualmente la ciudad cuenta con cinco P. U. I. en los sectores (Nororiental, Noroccidental, Centroriental, Iguaná y Comuna 13) en la Comuna 13 este consistió en la adecuación de los siguientes espacios:

Figura 2. Tabla de obras del PUI Comuna 13. Elaboración propia

| | | | | | |
|--------------------------------|----------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|------------------------------------|------------------------|
| 1.Parque Biblioteca San Javier | 5.Paseo Urbano Carrera 99 | 9.Unidad Deportiva Antonio Nariño | 13.Casa para el adulto mayor | 17.Parque conmemorativo El Socorro | 21.Parque de los niños |
| 2.Parque de La Paz | 6.Paseo Urbano Carrera 109 | 10.Reversadero Independencias 1 | 14.Unidad deportiva El Salado | 18.Obras de estabilización | 22.Parque Ambiental |
| 3.Escaleras Eléctricas | 7.Paseo Urbano Calle 49 | 11.Reversadero Independencias 2 | 15.Colegio La Independencia | 19.Unidad deportiva El Socorro | 23.Conexión senderos |

² Tomado de: <http://proyectosurbanosintegrales.blogspot.com/p/que-es-el-pui.html>

| | | | | | |
|------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|------------------------|---------------------------|--|
| 4.Vía Conectividad El Salado | 8.Colegio Benedikta Zur Nieden | 12.Viaducto de media ladera 1 | 16.Casa de la Justicia | 20.Parque de Las Terrazas | |
|------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|------------------------|---------------------------|--|

En la narrativa del E. D. U como entidad encargada de transformar la ciudad, los P. U. I cuentan con una conceptualización como la anterior a la que se le suman unos componentes que son: *Social, institucional y físico*.

Lo *Social* hace referencia a las dificultades que plantea un territorio en relación con la convivencia, la falta de oportunidades y violencia, de acuerdo con esto los P. U. I entran a mediar a partir de una inclusión de la comunidad en la participación de los proyectos en sus diferentes etapas, formulación y aprobación de proyectos por medio de diseños participativos y talleres.

En cuanto a lo *institucional* se da por sentado la ausencia del estado en dichos entornos y la difícil relación comunidad-control institucional lo cual se contrarresta con acciones articuladas entre colectivos sociales del sector, sector privado, organizaciones nacionales e internacionales y ONG.

Respecto al componente *Físico* se resalta la deficiencia en temas de espacio público, hábitat, bajas condiciones de medio ambiente y se atacan mediante la construcción y mejoramiento de espacios públicos, viviendas, edificios públicos, parques y recuperación de medio ambiente.

Los P. U. I actúan como una herramienta diagnóstica del E. D. U para identificar problemas en su clasificación trinomial (*Social, Institucional y Física*) y así mismo entra a resolver tales problemas, siendo su aspecto bandera el trabajo articulado con la comunidad, la comunidad adopta un rol activo a la par de los demás participantes según este modelo de trabajo.

A los anteriores proyectos habría que resaltar uno de gran importancia en todo este conjunto de elementos que propician la atención en un sector emergente y es la presencia desde marzo del 2008 la línea (J) de metro cable articulada al ya existente sistema metro que en su momento era el segundo de la ciudad junto al del sector de Santo Domingo en el sector nororiental de la ciudad, es decir, se da una plataforma en términos de movilidad que se suma a las obras ya nombradas anteriormente, siendo una obra no convencional en

la región como lo son los cables aéreos como un medio más del sistema integrado de transporte público de la ciudad, o sea, un medio del que los ciudadanos parte de esta comunidad harán uso en su cotidianidad y en sus rutinas diarias de movilidad, que sin embargo, no deja de tener un impacto en lo estético en todos los niveles, lo cual se convierte en una visita o paso obligado en la ciudad para atestiguar la envergadura de la obra.

Es pertinente en este punto empezar a abordar interrogantes que surgen a lo largo de esta estela de proyectos y procesos administrativos de ciudad y es ¿termina siendo el turismo en este sector un factor espontáneo? O ¿termina siendo una apuesta intencional del proyecto de ciudad que tenía en mente las administraciones del discurso *U. S?*

De aquí se parte también de otros interrogantes como ¿son las obras para el residente o el visitante? Sin embargo, las administraciones y el sector institucional en general han sido categóricos al decir que el turismo no estaba planificado o considerado en sus planes, aunque esto no quiere decir que cuando las obras hablan por sí solas por su alta calidad e impacto positivo es inevitable que eso suceda por el efecto de atracción que estas generan. Así lo transmite un arquitecto participante del proyecto Escaleras Eléctricas:

lo principal que hay que decir es que el proyecto no fue pensado para el turismo, fue pensado desde la necesidad social, territorial de esa comunidad, en temas de movilidad, accesibilidad, inseguridad, desde esos componentes el equipo de diseño pensó en un proyecto que atendiera todas esas necesidades...no solo cumpliendo una finalidad en temas de movilidad, sino dotar ese sector de espacios públicos que antes no había, puntos de encuentro, en ningún momento se pensó “vamos a hacer unas escaleras eléctricas para que sea el sector más visitado, para impulsar el turismo” “no” digamos que todo se fue dando de acuerdo al comportamiento de la gente, yo diría que fue tan potente e imponente, tan bien pensado que por sí solo se fue vendiendo (Entrevista funcionario del E. D. U, 2019).

Y es que es necesario ahondar en este punto ya que es precisamente el caso de la obra Escaleras Eléctricas en el sector Las Independencias, porque es a partir de esta obra que se propician unas nuevas dinámicas importantes en el sector.

Por su parte, otro funcionario del E. D. U da constancia del ejercicio cocreativo que se pone a prueba en estos proyectos, donde se da a entender que dicho proyecto es

básicamente planteado y aprobado por la comunidad en conjunto con las demás dependencias que son parte de los proyectos:

Los proyectos que se construyeron allá en la comuna 13, los diseños por ejemplo de las escaleras eléctricas, no nacen de la idea de un político, ni de un gran arquitecto, fue un trabajo de co-creación, nosotros en el E.D.U tenemos un programa de diseños participativos y hay un insumo muy importante que son los talleres imaginarios y nos vamos con el equipo interdisciplinario de ingenieros, arquitectos, sociólogos, antropólogos, trabajadores sociales, comunicadores sociales, al territorio, para que las comunidades a través de un formato que tenemos nosotros escriban o nos dibujen como se ven en esos territorios y en esos procesos de creación con la comunidad se analizan varias variables entendiendo también la población vulnerable que hay allá (Entrevista funcionario 2 del E. D. U, 2019).

Es decir, da la sensación que antes de ejecutarse la obra se barajan propuestas o posibilidades de obras y la comunidad fuese la que escoge democráticamente, lo cual se ajusta como parte del sustrato discursivo del *Urbanismo Social* donde el rol de la comunidad juega un papel protagónico no solo en el beneficio del resultado de las obras, sino en la decisión y desarrollo de proyectos. Esto mismo se evidencia en el relato de uno de los guías que realiza tours a turistas justo cuando termina el recorrido en la parte alta de las escaleras:

Vienen al barrio y les hacen una reunión a unas personas y les dicen: a ustedes les van a hacer un proyecto ¿Qué escogen? ¿Escaleras eléctricas, un metro cable o una vía para carros? La gente hizo su reunión a un lado y empezó a decir “los políticos acá siempre vienen, prometen, ganan y se desaparecen, la plata se la van a robar. Votemos todos por una escalera eléctrica, eso menos que lo van a hacer, eso solo se ve en un centro comercial” la gente se puso de acuerdo, escribió su voto en un papel blanco y vean el resultado de su incredulidad (Narración de guía de Free Tour, 2019).

Sin embargo, parece que la idea de las Escaleras Eléctricas era una decisión tomada desde mucho antes y queda sin certeza saber que tan determinante era la opinión de la comunidad, puesto que una de las cabezas líderes que participo en el proyecto decía que venía pensando la idea desde el año 2004 y se la propuso al alcalde de entonces Sergio Fajardo, sin embargo cuando lo hizo dicho periodo ya no alcanzaba a hacer partícipe tal idea y le sugirió plantearla al mandatario siguiente que con seguridad iba a seguir

desarrollando el entonces incipiente P. U. I. a su vez dicha persona reconoce que la idea es basada en las escaleras de Barcelona que conducen al Park Güell. En el siguiente fragmento de una entrevista hecha al ingeniero que ideó la obra se puede evidenciar:

En 2007 finalizaba el cuatrienio de Sergio Fajardo y quería resultados. Por esos días la idea de las escaleras de Barcelona era muy fuerte en César Hernández. “En un recorrido que hicimos el arquitecto Óscar Santana y yo nos dijimos de repente: esta vaina (las escaleras) hay que hacerla aquí. Nos sentamos, él hizo los primeros trazos y cuando sacamos algunos rayones dijimos: para esto toca es contratar a un arquitecto loco”. A Fajardo le gustó la idea, pero su periodo estaba por terminar. Le sugirió a Hernández que se la presentara a su sucesor: Alonso Salazar. Así lo hizo en abril de 2008. -Queremos continuar los PUI- le dijo el nuevo alcalde al ingeniero Hernández-. ¿Qué plan montamos en la Comuna 13? -Alcalde, después de pensar para esa zona, lo que sirve son unas escaleras eléctricas – respondió. -¿Cómo? ¿No será mejor un plan de vivienda? – preguntó Salazar incrédulo ante la idea. “Le expliqué bien todo esto que llevaba haciendo en cuatro años. Al comienzo me miraba como extrañado, pero después le fue gustando la idea. Le mostré un mapa urbano y los trazados de las escaleras para romper los guetos. Le dije también que cualquier alcalde hacía colegios, hospitales o parques, pero que él podría hacer algo inédito que rompiera la composición social y la reconstruyera, reduciendo la violencia y entregándole a la comuna una obra que le hiciera sentir lo que quizá nunca antes habían sentido: orgullo” (Diario Kien y ke, 2013³).

Lo inédito, lo no antes hecho es efectivamente lo que tiene un impacto, precisamente por la novedad del hecho y el carácter impresionista, la obra se inició en marzo del año 2011 y tuvo una primera inauguración en diciembre del mismo año, su costo inicial se preveía en \$7.000 millones, pero la cifra se terminó redondeando en \$12.000 millones, su mantenimiento mensual se presupuestó en aproximadamente \$74 millones, se realizó en un espacio de 2.400 metros cuadrados que incluye los viaductos, se benefician más de doce mil personas en temas de accesibilidad al territorio por cuenta de las pendientes y la difícil topografía del sector, que no contaba con suficientes recorridos y espacios para vehículos, se compraron más de 40 predios, contó con más de 210 actividades con la participación de más de diez mil personas de la comunidad en los procesos de

³ Tomado de: <https://www.kienyke.com/historias/el-hombre-que-sembro-una-escalera-electrica-en-la-comuna-13>

socialización y se llevó a la comunidad a que conociera escaleras eléctricas en diferentes lugares de la ciudad como un ejercicio pedagógico (Sesión Consejo de Medellín, Acta 014, 2012).

Por otra parte, si bien se ha venido resaltando testimonios recientes que nos transmiten que el turismo no era un tema premeditado o una intención de las obras, en una Sesión Plenaria correspondiente al Acta 014 del Consejo de Medellín en el mes de enero del 2012 con el fin de: << *Realizar un recorrido en la obra “Senderos de Conexión Independencias I”–Escaleras eléctricas al aire libre en la Comuna 13, para conocer sus avances y Funcionamiento, además de invitar a la Gerente del EDU, la doctora Margarita Ángel Bernal, para que dé respuesta ante los corporados del Honorable Concejo a las siguientes preguntas*>>. Se evidencia que a pesar de que la obra estaba fresca e incluso hacía falta una conclusión total de esta, ya se discutían y se tomaban apuntes en relación con el turismo al sector, es decir había una posible previsión del impacto del proyecto en temas turísticos.

Figura 3. Tabla Sesión Consejo de Medellín, Acta 014, 2012 Fragmentos donde se debate sobre el turismo durante la plenaria. Elaboración propia

- Habría que pensar en el tema de la publicidad y el de *turismo* cómo se van a manejar, debido a que las Independencias es uno de los barrios que hoy se encuentra con un fuerte conflicto por parte de los jóvenes que están generando miedo en la ciudad hacia ese territorio. Tenemos un antecedente muy cercano con el paro de los comerciantes (pp. 17).
- este proyecto nos pone como referente ante el mundo porque no olvidemos que son las primeras escaleras eléctricas sociales. Hay escalares en Brasil pero de *turismo* para subir al Cristo del Corcovado y hay en Chile, pero este es un proyecto social (pp. 21).
- Estoy seguro que cuando empiece a llegar *turismo*, la gente va a respetar porque uno ve la sonrisa de los niños y ancianos en la comuna y de las personas que realmente tenemos que defender (pp. 21).
- Uno va a Río de Janeiro y saben qué le dicen: ‘Metámonos en la ruta esta de la diversión, del *turismo*’.
 - ‘¿Adónde vamos? Vamos al cerro El Corcovado, al cerro Pan de Azúcar y a las favelas’.
 - ‘¿Qué son las favelas?’.
 - ‘Las comunas de nosotros’.
 Hay una favela por excelencia en Río de Janeiro, que es Rosigna. Rosigna es la Comuna 13. Le cobran a uno por llevarlo allá a ver lo que uno ve aquí todos los días. Y ahora, con escaleras eléctricas. Lo que creo es que eso tiene que tener, como dicen los brasileros, ‘aseguranza’. Si no, ¿para qué? (pp. 39-40).

Si bien se está pensando en clave de las preocupaciones que genera el tema de la seguridad en el sector por cuenta de las disputas territoriales en tales fechas, junto a las dudas que deja si está o no preparada la comunidad para ser receptores del turismo, también se hace una comparación con lo que es el modelo Brasileño que es uno de los primeros en incursionar en el turismo en las favelas, haciéndose incluso un paralelo entre las favelas y en este caso la comuna, no solo por sus condiciones de vida, sino por sus condiciones geográficas y estéticas en las que se podía replicar el modelo.

Lo cual deja abierta la discusión o al menos hay unas sensaciones sobre el doble sentido del *Urbanismo Social* que en este caso a través de sus herramientas no solo discursivas, sino a su vez prácticas como lo son el E. D. U y los P. U. I y toda la metodología que se presupone hace parte de los proyectos y el resultado de los mismos apuntan hacia una inevitable captación de atención por parte de la opinión pública, junto a la ya lograda aprobación de la comunidad local y la comunidad internacional que posteriormente ve en Medellín un destino en el que se evidencia un cambio lo avala y se propaga la idea de ciudad global con espacios modernizados incluso en el más marginal de sus barrios donde por lo impactante de tales resultados es a su vez viable como escenarios receptores de turismo.

Inversión de valores: del barrio más peligroso al más visitado

La Comuna 13 y en específico el sector que rodea las independencias donde se ubican las Escaleras Eléctricas, ha sido cargada constantemente con estigmas de todo tipo, sobre todo en materia violenta por la carga histórica que comprende desde la época de esplendor del narcotráfico en los años setentas y ochentas, la ocupación de milicias urbanas de grupos de izquierda, las posteriores intervenciones militares cuestionadas por violaciones de derechos humanos con colaboración de grupos paramilitares, el control de grupos paramilitares y la diversificación de combos armados a lo largo y ancho de toda la comuna, lo cual todo sumado da como resultado escenarios de enfrentamientos constantes.

Ya en el acápite anterior se evidenció cómo incluso en la época en que se inauguró la obra Escaleras Eléctricas y los viaductos de media ladera se debatía en el Consejo Municipal sobre las preocupaciones que había en materia de seguridad en el sector, es decir, las confrontaciones violentas aún estaban presentes en el 2012, entonces ¿Cómo un sector con un panorama y unos antecedentes negativos logro invertir tales valores? ¿Cómo se revierte el estigma?

En este punto, surgen muchos valores a tener en cuenta en esta nueva reconfiguración de significados, donde juegan un papel importante desde cada posición los respectivos elementos.

Cabe hacer un paréntesis necesario, los medios de comunicación masiva, por tradición han tenido la tendencia primero a descontextualizar la noción *Comuna*, lo cual hace que los públicos masivos asocien tal noción con valores negativos como: violencia,

marginalidad, pobreza, delincuencia e incluso con un aspecto muy similar a las favelas brasileñas, con ese mismo paisaje físico de viviendas asentadas en alta montaña sin planeación previa a su construcción. Esta asociación comúnmente reproducida por dichos medios omiten que la noción *Comuna* es simplemente una categoría sectorial-administrativa de la ciudad en la que se configuran todos los sectores de la ciudad, es decir, toda la ciudad está compuesta por *comunas* y a cada *comuna* le corresponden unos barrios o sectores, de ese modo, así como existe la Comuna 13 en el centro-occidente de la ciudad que cuenta con aproximadamente 20 barrios, muchos de ellos estrato 1 y 2 con condiciones de vida muy precarias en diferentes sectores, también el Poblado es una *Comuna*, explícitamente la Comuna 14 a la que pertenecen diferentes sectores, muchos de estos en niveles de estratificación 5 y 6 en el sur de la ciudad.

Es importante la anterior mención porque cuando se hace ecos de las transformaciones de las que es partícipe Medellín, estas no se reducen a ser nombradas es sus sitios específicos como los barrios o sectores, no se hablan de las Escaleras Eléctricas de las Independencias, se habla de las Escaleras Eléctricas de la Comuna 13, o sea, toda la carga simbólica de la noción *Comuna* recae sobre sí misma.

Y es que precisamente si bien son diferentes los procesos que hacen parte de la nueva lupa global que genera la Comuna 13 y sus Escaleras Eléctricas, uno de estos factores que sirven como herramienta para invertir las cargas históricas es la misma violencia, es decir, un sector que ha estado sumergido en un contexto violento constantemente, puede explotar sus propias experiencias dentro de ese marco, al cual se le suman las adecuaciones urbanas de primer nivel. Así lo exponen Giraldo, Van Broeck y Posada, (2014):

Convertir a estos lugares de dolor en centro de turismo ha generado una fuerte polémica y discusión relacionadas con las implicaciones de mostrar estos lugares y contar estas historias, dado que ello involucra no solo recordar los hechos ocurridos, sino que de alguna manera se puede estar violentando el sentimiento de las comunidades que habitan el lugar en la actualidad, y de aquellos que han sido cercanos a los hechos y quieren olvidar ese pasado. Pero también está la otra visión que reclama el derecho a dejar testimonio y conocer la historia de los acontecimientos. (Giraldo, Van Broeck y Posada, 2014: 120).

“si no puedes con tu enemigo únete a el” dice el adagio popular, en este caso es aplicable, ya que a pesar de todos los esfuerzos por cambiar la imagen de un país y una región con tantos estigmas a causa del conflicto armado y el narcotráfico, precisamente es eso mismo un producto explotable, tal como pasa con algunas zonas de Europa reconocidas por un turismo anclado a un pasado traumático y violento como las zonas de campos de concentración Nazi o la memoria de la Europa comunista como en Rumania, es decir, dinámicas de turismo y memoria o como bien lo dice Prats también :

Esto nos ha habituado también a convertir la realidad en espectáculo, es decir a que todo (incluso la guerra y la miseria) podamos contemplarlo como espectadores, a la vez que la economía de mercado nos ha acostumbrado a que todo (también la guerra y la miseria) pueda convertirse en artículo de consumo (aunque sea también como espectáculo), es decir, se pueda adquirir con dinero (Prats, 1997: 40-41).

Sumado a esto, hay una serie de hechos que desde la administración 2004-2007 del entonces Alcalde Sergio Fajardo en adelante van a potenciar la visibilización y el eco de Medellín como un nuevo destino turístico en diferentes aspectos como: negocios, salud, reuniones y donde asomaba una nueva tipología “Transformación”, tal boom se daba gracia a diferentes reconocimientos a nivel internacional. Ya Montoya. N (2014) había realizado un recuento de estas menciones:

Medellín inicia el siglo xxi con una publicitada transformación que hoy tiene a los especialistas en políticas urbanas de todo el mundo, pendientes de los procesos de la ciudad. El caso, más conocido como el “modelo Medellín”, así denominado en 2008 por la Organización de Estados Americanos en su xxxviii Asamblea General, da cuenta de una “ciudad que se está transformando”, por lo que la misma organización estableció un observatorio para registrar, documentar y replicar la experiencia (Brand, 2013, p. 4). Esta transformación, además ha sido registrada por periodistas económicos y políticos, grandes líderes mundiales, empresarios, prensa especializada en moda, construcción, alimentos y turismo. De manera que, en los últimos años, han aparecido notas periodísticas en The New York Times, The Washington Post, Newsweek, Business Week; El País, El Mundo, La Vanguardia; Televisión Española y la Cadena Ser, de España; CNN, BBC, La Nación de Argentina, The Banker, Veja, The Guardian, Foreign Policy, entre otros. Además de los constantes artículos que hablan de su transformación,

la ciudad ha sido galardonada y elogiada por algunos concursos internacionales, entre ellos el Premio Global Knowledge Partnership 2007, por su Red de Bibliotecas; el Premio Internacional de Hábitat Dubai 2008; el Premio City to City Barcelona FAD 2009, por el proyecto “Medellín, la más educada”, premio que otorga la entidad catalana Foment de les Arts Decoratives y que se convirtió en un reconocimiento que resaltó la iniciativa de política pública urbana para transformar y mejorar la calidad de vida en la ciudad. En esta dirección, el reconocimiento más reciente concedido a la ciudad fue el de la ciudad más innovadora del mundo, entregado en marzo de 2013 por Citi y The Wall Street Journal (Montoya. N, 2014, p. 209).

En ese mismo escenario en el que se propagaban rumores de una ciudad milagro que se rehacía en un modo efectivo contra las adversidades que el devenir histórico le había sorteado con la violencia, el narcotráfico y la desesperanza que los ciudadanos tenían en las instituciones, de otro modo en el año 2014 la ciudad sería sede de un evento clave en esta lógica solidificadora de la idea a la materia, como lo fue el *VII Foro Urbano Mundial*, un espacio de impacto global por la cantidad de visitantes que tuvo en su marco, alrededor de 10.000 visitantes entre los que se encontraban delegaciones como: comunidad académica, arquitectos, urbanistas, diplomáticos, administraciones públicas, entre otros. En dicho evento la E. D. U contó con gran protagonismo como ponente y representantes del *Urbanismo Social* en Medellín, por su rol como diseñadores y ejecutores de los proyectos.

La importancia del evento radica en la cantidad de visitantes con la que contó la ciudad en una misma fecha y su carácter, en ese contexto, internacional, todos estos visitantes en su mayoría adjuntos a delegaciones harían parte de los recorridos guiados por la E. D. U en los que serían testigos de las transformaciones de la ciudad, entre ellas obviamente uno de sus casos más exitosos, el de la Comuna 13 y su P. U. I donde las Escaleras Eléctricas son la cereza en el postre, esta visita a parte de evidenciar con la comunidad internacional y una comunidad específica especializada en el ámbito de lo urbano; la efectividad y materialización del *Urbanismo Social*. Pero, también es necesario abordar este hecho como una potenciación en cuanto a cómo la comunidad puede entender un posible capital a explotar y se prepara para adoptar su rol de anfitrión ante una posible puerta de entrada a visitas masivas o turismo, dado que dicha visita puso a prueba la comunidad del sector con un ejercicio similar, al cual respondió de manera

favorable a las visitas y como efectivamente se terminó repotenciando a partir desde ese momento a pasos agigantados.

Según S. I. T. U. R (Sistema de Indicadores Turísticos Medellín-Antioquia) solo hasta el año 2016 se empezó a incluir a las Escaleras Eléctricas dentro de los sitios de interés turístico de la ciudad, a pesar de que estas ya estaban en función desde el año 2012, es decir, si bien pudo haber una activación previa del turismo en este sector, aun no era contemplado como un atributo visible hasta tal fecha, en la que se ve un crecimiento progresivo como según el Anuario Situr (2018) no lo muestra:

En 2018, las escaleras eléctricas de la Comuna 13 recibieron 166.593 visitantes, de los cuales un 27.8% fueron nacionales o locales y el 72,2% restantes fueron extranjeros, se observa un crecimiento del 183,1% siendo el sitio de interés con mejor desempeño en variación con respecto al año anterior, lo que refleja claramente el incremento de llegada de extranjeros que ha estado experimentando la ciudad en los últimos años (Anuario Situr, 2018, p. 40).

Gráfico 44. Medellín. Ingreso de visitantes a las escaleras eléctricas comuna 13, 2016-2017



Tabla 32. Medellín. Ingreso de visitantes a sitios de interés y parques, 2014-2017

| Sitio | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | Var.% 16/17 |
|-----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------|
| Parque Arví | 733.118 | 816.942 | 866.838 | 897.454 | 3,5 |
| Parque Norte | 393.042 | 505.654 | 348.358 | 468.792 | 34,6 |
| Zoológico | 270.453 | 311.569 | 321.677 | 331.360 | 3,0 |
| Parque Juan Pablo | 359.934 | 295.122 | 296.509 | 281.334 | -5,1 |
| Santuario Madre Laura | | | | 72.889 | |
| Escaleras eléctricas | | | | 58.844 | |
| Total | 1.756.547 | 1.929.287 | 1.833.382 | 2.110.673 | 15,1 |

Figura 4. Gráfico 44 y Tabla 32. Fuente: Alcaldía de Medellín, Anuario Situr 2017

Tabla 30. Ingreso de visitantes a sitios de interés y parques, 2017-2018, Medellín.

| | 2017 | 2018 | Var. % |
|-----------------------------|------------------|------------------|----------------|
| Parque Arvi | 897.454 | 952.508 | ▲ 6,1% |
| Parque Norte | 468.792 | 549.670 | ▲ 17,3% |
| Aeroparque Juan Pablo II | 281.334 | 280.738 | ▼ -0,2% |
| Zoológico de SantaFé | 331.360 | 313.828 | ▼ -5,3% |
| Escaleras electricas | 58.844 | 166.593 | ▲ 183,1% |
| Santuario de la Madre Laura | 0 | 39.090 | ▲ -- |
| Total | 2.037.784 | 2.302.427 | ▲ 13,0% |

Figura 5. Tabla 30. Fuente: Alcaldía de Medellín, Anuario Situr 2018

El rol de las industrias culturales: de Pharrell Williams, Maluma y otras celebridades

Desde el año 2012 al 2014 se llevó a cabo en la ciudad una estrategia llamada *Medellín Se Pinta de Vida*⁴ con el liderazgo de la primera dama en el periodo 2012-2015 correspondiente al alcalde Aníbal Gaviria, con el auspicio de las fundaciones Pintuco, Orbis y el Isvimed, la estrategia consistía en la intervención de algunas fachadas de casas en diferentes puntos de la ciudad y en algunas columnas del Sistema Metro de Medellín con pintura o grafitis como una forma de “darle vida” a esos espacios y llenarlos de color y en el caso del grafiti como una forma de desmitificar al grafiti o grafiteros en la ciudad.

⁴ Véase: <https://www.youtube.com/watch?v=Ph9k7hrS4PU>.

Dicha estrategia se incluyó en la Comuna 13 en el sector de las Independencias justo en viviendas aledañas a las Escaleras Eléctricas donde se plasmó un mosaico de colores en las fachadas de las casas y se “embelleció” el sector en un ejercicio armónico con las obras anteriores. La E. D. U fue la entidad encargada de coordinar y asesorar toda la logística de la estrategia y da la coincidencia que los mayores esfuerzos en materializar la idea hayan sido en vísperas al VII Foro Urbano Mundial en el año 2014, aunque se deja en claro por parte de las diferentes instituciones que no hay ninguna relación entre lo uno y lo otro, es decir, no es un intento por querer maquillar sectores de la ciudad para el evento que contaría con visitas internacionales. Así lo expone un funcionario E. D. U (2019):

Si, el tema de la intervención del color de las escaleras eléctricas, se dio en el marco del foro urbano que hubo en la ciudad, eso fue en la administración 2012-2015, eso fue si no estoy mal en el 2013, algo así, entonces para esa zona se hizo un trabajo de color que no solo cumpliera una función estética, sino una función social y de eso no hemos venido dando cuenta a medida que va pasando el tiempo que se han acabado problemas de convivencia que se vivía en la zona a partir de la intervención de los colores, porque ¿Qué pasaba allí en la zona? Digamos que había un entorno de unas obras pública de muy buena calidad, pero había problemas de convivencia con el tema de escombros, basuras.

Nosotros a partir de las intervenciones en color evidenciamos que por ejemplo una persona veía que su casa estaba bonita y la de su vecino también estaba pintada y la de su vecino también estaba arreglada, ya no le sacaba y le dejaba la basura o el mueble que ya no le servía, entonces eso nos ayudó a resolver una serie de conflictos que son normales en la vida de barrio, pero a partir de la intervención en color empezamos a evidenciar que esto fue mermando (Entrevista funcionario 2 del E. D. U, 2019).

Uno de los argumentos de *Medellín se Pinta de Vida* era “dignificar” y llenar de “vida”⁵ y “alegría” por medio del color los espacios y fachadas que anteriormente eran

⁵ Vale la pena resaltar una crítica que hace el de las casas y se les «lleva calidad de vida» a la comunidad, el comediante lo llama «haciendo más digerible la pobreza de los otros» «mira que diferencia, sigue con goteras, sin luz y sin cloacas, pero ahora es más colorida y menos dañina a la vista de quienes no viven aquí». Humorista argentino Peter Capusotto en uno de sus performances, donde se burla de esta tendencia en barrios marginales en donde se pintan las fachadas

muy grises o “tristes” y así se impactaría la vida de las personas generando más sentido de pertenencia y apropiación de sus espacios.

Este hecho y el posterior Foro Urbano Mundial se pueden entender como un aparato visibilizador de la zona que a pesar de contar con un equipamiento importante en temas de adecuaciones urbanas aun no tenía un impacto tan significativo en temas de volumen turístico o visitas en este sector de la ciudad, sin embargo, a partir de estos elementos se dan unas posibilidades que se pueden entender como re-potenciadoras aparte de los esfuerzos institucionales en obras e intervenciones, como lo son el uso del paisaje del sector Escaleras Eléctricas en materiales audiovisuales como videos musicales de artistas con un impacto global.

Este matrimonio entre las empresas privadas y el sector público (García Canclini, 2001) lo define como una alianza por abrir nuevos mercados donde la administración pública va a encargarse de lo “tradicional” patrimonial y la iniciativa privada de generar nuevas tendencias o alternativas modernizadoras de “cultura”, es decir, proyectos frescos como un ejercicio por lograr el más Cosmopolita de los resultados.

No es gratis que desde el año 2014 la Escaleras eléctricas han contado con un espacio en los videos oficiales anuales de la *Feria de las Flores* donde se muestran algunos de los orgullos o representaciones de la *cultura paisa*, un contenido que es de carácter institucional.

Como también, a partir del mismo año 2014 se dio una preferencia predilecta por el sector las Independencias con sus nuevas obras e intervenciones urbanas; como una locación para el rodaje de videoclips musicales por artistas con importante volumen de atención.

Por ejemplo, en el mes de junio del 2014 el artista Jorge Villamizar con colaboraciones de Maluma y Elvis Crespo en la plataforma audiovisual *YouTube* actualizo el videoclip *Te Viví* que a la fecha de hoy (noviembre, 2020) cuenta con más de 17 millones de reproducciones y más de 1.200 comentarios y parte de su contenido es realizado en el sector de las Escaleras eléctricas con el paisaje de las fachadas coloridas de fondo. En marzo del 2015 Nicky Jam en colaboración con Enrique Iglesias lanzaron su video *El Perdón* que se desarrolla en el contexto ambientado por las Escaleras Eléctricas y su paisaje de fondo con callejuelas y vistas panorámicas a la ciudad, que al

día de hoy cuenta con alrededor de 1 billón 300 millones de reproducciones y 94.000 comentarios. En julio del 2015 Pharrell Williams un reconocido productor y artista Estado Unidense oficializó en la misma plataforma su videoclip *Freedom* en el que una postal del paisaje del sector colorido de las Escaleras Eléctricas y barrios aledaños tiene un espacio en suspensión por al menos 5 segundos, el video cuenta actualmente con 106 millones de reproducciones y 21.000 comentarios. En noviembre del 2017 se publicó un video en formato de cortometraje en el que incluía varios videos en colaboración con otros artistas urbanos donde también hay escenas rodadas en el sector las Independencias de San Javier, contando con casi 24 millones de vistas y 26.000 comentarios. Por otra parte, Juanes también haría lo suyo en mayo del 2018 cuando compartió su video *Pa Dentro* que actualmente cuenta con 60 millones de reproducciones y la mayoría de las tomas se realizaron en calles del sector las Independencias, llegando a más de 8.000 comentarios en su video. En mayo del 2019 de nuevo Maluma compartiría su nueva producción visual titulada *11pm* que gran parte se desarrolla en callejones y calles del ya reiterativo sector las Independencias que cuenta ya con más de 648 millones de visualizaciones en YouTube y 45.000 comentarios.

El hecho que no uno o dos, sino un importante volumen de figuras públicas con gran capacidad de persuasión escoja dicho lugar como su locación o paisaje de fondo en sus productos visuales tiene una importancia más allá de lo casual y es en generar espontanea o intencionalmente un nuevo paradigma de apetito en el espectador por ese mismo sitio en el que estuvo su ídolo, sobre todo si ese sitio es mucho más asequible que una playa paradisiaca elegida como locación por alguno de los artistas en mención, lo cual reduce la posibilidad del espectador de estar en ese mismo sitio.

Adorno y Horkheimer (1988) nos hablaban sobre la mezcla de *Cultura* y distracción dando como resultado las industrias culturales; eso mismo que opacó el paradigma renacentista de arte (cine, radio, música, deporte, entre otros) haciendo énfasis en *Cultura* como todo lo que se afecte o vaya en contra de la naturaleza misma de su noción, es decir, como la “masa” suele adjetivar su concepto. Todo con un fin placentero o de diversión, representado por lo que para ellos ha existido antes del mismo concepto y por lo que aunque se cree está en crisis por la era industrializada, resulta al contrario más adaptable por sus nuevos formatos a escenarios capitalistas donde precisamente es esa diversión la que los individuos parte del engranaje de la era capitalista-industrial van a buscar en su tiempo libre.

Aquí es posible vincular esta idea a las anteriores menciones sobre el uso del sector de las Escaleras Eléctricas en las Independencias como locaciones para videos musicales, donde este uso se hace como un paisaje de fondo de los artistas ya mencionados, muchos de estos contando con millones de seguidores en sus distintas redes sociales y con sus respectivas cantidades de reproducciones en dichos videos. Tales repeticiones se pueden entender como la forma en la que se reproduce una especie de invitación en las personas por experimentar o verse en la posición en la que los representan los artistas. Adorno y Horkheimer, (1988) así lo sugieren:

Incluso cuando el espectáculo no se hace por cuenta de la publicidad de las firmas interesadas, sino por la del sistema en su totalidad. El amusement mismo se alinea entre los ideales, toma el lugar de los bienes elevados que expulsa definitivamente de la cabeza de las masas repitiéndolos en forma aún más estereotipadas que las frases publicitarias pagadas por los interesados. La interioridad, la forma subjetivamente limitada de la verdad, ha estado siempre —mucho más que lo que se imagina— sujeta a los patrones externos (Adorno y Horkheimer, 1988, p. 13-14).

Es decir, un intento de mimesis en términos de Aristóteles generada primero por el carácter que de por sí ya genera el artista como una autoridad y su capacidad de persuasión y a parte por su constante mensaje repetitivo audiovisualmente al reproducirse su contenido que hace vincularlo al sitio en cuestión, generando en los espectadores deseos por replicar o vivenciar lo que este proyecta en sus contenidos, desde seguramente copiar su apariencia hasta estar en los mismos sitios, sin necesariamente estar auspiciados o con un carácter propagandístico intencional del lugar.

Otra variante consiste en considerar la tendencia de personajes famosos como cantantes al escoger el sector las Independencias como locación o paisaje de fondo en sus videos con un efecto “involuntario” publicitario sin sugerirse que sea algo premeditado con las instituciones públicas, la empresa privada o administraciones, sin embargo, entendiendo que a partir de la *autoridad* como estrategia dentro de *Publicidad* donde si bien intencionalmente se usa una figura que cuente con una capacidad de persuasión o movilización instantánea así se asegura una efectividad en la demanda de X o Y producto. En un trabajo de grado de maestría en Estética Zapata. M (2013) nos lo aclara de esta forma:

En busca del efecto de autoridad, la publicidad acude al notorio respaldo de las marcas, a la experiencia de expertos, a la reconocida trayectoria de personajes famosos o populares, a la calidad de los productos, desde allí, el mensaje publicitario augura protección y profesa seguridad, habla a favor de la admiración e incluso no duda en retar o cuestionar al espectador y el discurso parece fundamentarse en argumentos sólidos, así se llevan a cabo las estrategias de poder (Zapata, M, 2013, p. 127).

Para finalizar, se plantea la influencia del uso repetitivo de un paisaje en este caso urbano y a su vez con un pasado que tiene una carga simbólica ya mencionada, pero que ahora aparte de ser un escenario transformado, se puede evidenciar la potenciación que le da a su vez al concepto de *Urbanismo Social* en el sentido de convertirse en un atributo cosmopolita revalidado por el uso de las figuras públicas o celebridades para su producción en el marco de *industria cultural* y convertido en una invitación en replicar para la diversión o disfrute del espectador o como diría García Canclini: *Las industrias culturales, las mismas que clausuraron esas ilusiones en la producción artística, las rehabilitan en un sistema paralela de publicidad y difusión [...] recurso complementario destinado a “garantizar la verosimilitud de la experiencia artística en el momento de consumo* (2001, p. 77-78).

Es por eso que se plantea dichos usos y explotaciones del lugar en las producciones audiovisuales como un factor importante a la hora de entender como inician los procesos o se fortalece una nueva idea alternativa de lugar como un atributo turístico en la ciudad y posteriormente se convierte en un sitio concurrido.

Conclusiones

La flexibilidad a la que se presta el uso de la categoría Urbanismo Social permite su uso no solo como capital discursivo, ideológico, sino, como una respuesta articulable a cualquier pregunta o problema. Incluso con fines propagandísticos, la resonancia que emite como <<slogan>> inclusivo de la mejora de vida social en los intereses de la planeación urbana, sumado a los ecos propagandísticos que dan fiabilidad de sus resultados es lo que convierten al Urbanismo Social en una especie de marca registrada adjudicada a Medellín.

Lo cual además se consolida con su carácter replicativo en otras ciudades, adjudicándole un carácter paradigmático y ejemplo a seguir. Sin embargo lo ambiguo de este ejemplo es que si bien es un modelo publicitado y felicitado en medios del norte

global, a su vez, es un paradigma a seguir en lugares del sur global, es decir, Medellín y su Urbanismo Social más allá de ser un <<paradigma>> mundial en propaganda, es un paradigma aplicable solo regionalmente en los sitios convencionalmente contrarios a la vanguardia urbana de las ciudades de norte global, donde Medellín viene a ser una más, incluso dentro de la misma Latinoamérica.

La idea de cómo obras publicas arquitectónicamente <<impresionantes>> en lugares estigmatizados, y una teorización desde la planeación de como arquitectónicamente las obras pueden cambiar vidas y pueden mejorar el tejido social es parte de las concepciones de esta apuesta urbana, que paradójicamente plantea las obras para la gente, pero si bien se muestra indiferente al fin turístico, a su vez es consciente y pareciera este su fin último, no solo este, sino su aptitud para ser considerada una ciudad a la altura de ciudades del <<primer mundo>> y captar su atención para cosechar su proceso de <<internacionalización>> siendo sede de eventos masivos o concebirse como una ciudad de negocios e inversiones de capital extranjero .

En este sentido vale la pena agregarle al Urbanismo Social un carácter más para pensar y es su carácter pedagógico que negocia con la ciudadanía su <<inclusión>> en las obras, lo cual también queda en cuestión de acuerdo al presente capítulo; pero dicha inclusión viene a cambio de comportamientos adecuados, además de recuperar en estos ciudadanos a nuevos contribuyentes, ya sea de impuestos prediales, en sectores anteriormente no declarantes, o de nuevos usuarios de servicios públicos (energía, agua, saneamiento) que anteriormente también eran auto gestionados por la comunidad ilegalmente.

Así, una sola categoría adjunta casi un plan de gobierno que supone resolver problemáticas: sociales, físico-urbanas, educativas, ciudadanas, de seguridad, entre otras.

Es por eso que es plausible percibir al Urbanismo Social como una matriz ejecutora del proyecto internacionalizador de Medellín que ve en sí un fin modernizador para gestionar resultados, que en este caso no son las obras, ni su efecto positivo en los ciudadanos o solucionador de problemas, sino, un conjunto de adecuaciones que permiten consolidar la ciudad dentro sus objetivos de ser un escenario <<internacional>> como sucedió con el ser sede de los *IX Juegos Suramericanos* en el año 2010 y el *VII Foro Urbano Mundial* en el año 2014 y su constante candidatura para cualquier evento masivo, ferias, o el publicitarse como una de las ciudades ideales para hacer negocios.

La necesidad por desvincularse del atraso, lo anticuado, o como muchos reafirman “que los europeos y gringos dejen de vernos como indios con taparrabos” pareciese ser uno de los móviles de tal matriz actualizadora de ciudad y de comportamientos ciudadanos dignos de visitas de talla internacional, por lo cual la des-estigmatización de lugares como la Comuna 13 se materializa no solo con las obras del P. U. I de ese sector, sino, con la visita masiva internacional que reconfirma la ya no necesaria carga negativa del lugar, además de su uso como paisaje de fondo en rodajes por industrias culturales que actúan como autoridad e invitación al disfrute de dicho paisaje, al igual que las visitas de delegaciones; re-potenciando el carácter turístico del lugar y reduciendo el estigma. Gestionando así un patrimonio otro que hace pensar en la comunidad nuevas formas de capitalización a partir de su propio estigma y su paisaje transformado.

Reafirmando así la gestión del Urbanismo Social como un artífice de la museificación de la ciudad o una ciudad <<parque de diversiones>> en la que en diferentes rincones hay atracciones e invitación al consumo y sus transeúntes o peatones se convierten en usuarios y los locales o pertenecientes a la comunidad en cuestión en servidores de dicho consumo.

Capítulo 2: Mercadeo y conflictos, discursos del “Grafitour”

Resumen:

El actual capítulo presenta reflexiones sobre elementos como: una memoria histórica, un territorio en específico, unas obras públicas, sumado a los grafitis se convierten en discurso y a su vez en bienes de consumo a partir de una revalorización simbólica sintetizada en “tours” turísticos que involucran una serie de actores (comunidad,

colectivos culturales, agencias turísticas, sector hotelero, administración local) enfocados en un mismo interés, el turismo en las Independencias de la Comuna 13, generando además una serie de contradicciones y disputas entre sí.

Palabras Clave: Comuna 13, tours, grafiti, autenticidad, contradicciones.

Abstract:

The current chapter presents reflections on elements such as: a historical memory, a specific territory, public works, together with graffiti become discourse and in turn consumer goods from a symbolic revaluation synthesized in tourist "tours" involving a number of actors (community, cultural groups, tourist agencies, hotel sector, local administration) focused on the same interest, tourism in the Independencias of Comuna 13, also generating a series of contradictions and disputes with each other.

Keywords: Comuna 13, tours, graffiti, authenticity, contradictions.

En el contexto histórico de la Comuna 13 se ha gestionado como proceso orgánico a modo de respuesta y resistencia un actor importante en muchos aspectos, el de las organizaciones sociales y culturales, haciendo activismo en sus diferentes iniciativas. Unas contestatarias, otras demandantes de garantías en diferentes aspectos, reclamantes de procesos aun inconclusos, sin verdad ni reparación y otras, con enfoques artísticos y culturales como una opción para atraer la juventud y alejarla de las vías ilegales. Convergiendo todas en su interés por fortalecer el tejido social y la no repetición de los sucesos que aun dejan huellas de trauma en la comunidad.

Mucho antes de la articulación público-privada, del discurso rehabilitador de ciudad y de la capitalización de este sector de la ciudad por las industrias culturales, entre el año 2009 y 2010 tímidamente uno de estos tantos colectivos sociales <<Casa Kolacho>> un colectivo artístico enfocado en el hip-hop y sus elementos (Grafiti, beatmaker, Mc y breakdance). Sin aun ser formalmente Casa Kolacho, ya sus líderes eran buscados por medio de la fundación <<Mi Sangre>> del Artista Juanes para realizar itinerantemente recorridos guiados a delegaciones diplomáticas norteamericanas, a lo cual, por medio del grafiti en las diferentes paredes del sector el (6) en el barrio el Salado narraban en un

ejercicio de memoria para la no repetición de los diferentes hechos de violencia, olvido, estigma y a su vez resiliencia a los que se ha enfrentado la comunidad.

Como un antecedente a la capacidad movilizadora de Casa Kolacho también hay que subrayar el festival <<Revolución sin muertos>> en el 2004 articulados con la <<Red de Hip Hop la Elite>> una convergencia de colectivos culturales de la Comuna 13, que a pesar de aun no estar formalmente consolidados como colectivo, algunos de sus miembros hacían parte de la logística del evento, justo en épocas donde se vivía mayor violencia, cercanas al año 2002 marcado por las más significativas intervenciones militares en el sector, evento que se planeaba precisamente como una forma en que se apelaba a otros vehículos para salvaguardar la juventud, como en este caso, escenarios de exposiciones artísticas y culturales.

Sin embargo, lo que empezó primero con la organización de eventos en la comuna en el marco de constantes hechos violentos como una forma de protesta para las juventudes, más tarde serían recorridos guiados en sitios “grafiteados” como el Parque Biblioteca de San Javier, el Cementerio y el sector <<El 6>> a delegaciones diplomáticas, posteriormente se movería al sector las Independencias una vez materializadas las obras del P. U. I en ese sector, añadiendo un capital más al portafolio ofertado, de igual manera sus grafitis iban a ser parte del nuevo paisaje, generándose así una ruta establecida, que gracias los procesos nombrados en el capítulo anterior posibilitarían pensar el turismo como una opción.

Ya los recorridos no solo se harían por visitas de delegaciones diplomáticas extranjeras o por medio de fundaciones, sino, se vería en el poblado y su zona de hoteles y hostales un sector captador de gente que desinteresadamente fuera a ver lo que estaba sucediendo en la Comuna 13 por medio del <<Grafitour>> cuyo eco era cada vez más fuerte a nivel local, nacional y ahora global.

En ese momento, cuando Casa Kolacho ve en el <<Grafitour>> una herramienta no solo económica, sino transformadora, no en un sentido utópico, pero si al menos en una iniciativa por intentar invertir cargas negativas vinculadas a la Comuna 13 por medio de todo el aparataje del Hip hop, sin tener la intención de negar las cosas negativas que aún siguen sucediendo en el lugar, es cuando sucede lo que ellos describen un “efecto bola de nieve”.

Eso que se empezó haciendo como un trabajo social se fue replicando cada vez más al punto que ya no eran ellos los únicos que prestaban estos servicios, ya que surgían más “compañías” como entre ellos se llaman y así mismo una oferta y demanda, todo un conglomerado de bienes y servicios en un lugar que aún no estaba suficientemente preparado para cubrir la cantidad de demanda, pero aun así intentaba hacerlo valiéndose sobre todo por medio de la informalidad y de alguna que otra medio formalidad.

Ya se contaba con lo más importante, que a su vez se entiende como lo más complicado de lograr, un escenario adecuado, una idea (la impulsada por Casa Kolacho) sumado a la atención y agenda de los turistas que visitaban Medellín, ahora solo era cuestión de la comunidad, a quienes no les fue muy difícil asumir ese rol.

Así como Casa Kolacho ya tenía su portafolio de servicios entorno al turismo, aunque sin haber sido su prioridad, puesto que para ellos fue solo algo que “se dio” pero aclaran que no deja de ser una herramienta útil para los procesos que llevan como la pedagogía alrededor del Hip hop, sus talleres, sus iniciativas, el brindar un espacio a la comunidad gratuitamente y todo su sostenimiento, además de su claro carácter político, no necesariamente desde orillas ideológicas, pero sí desde una posición no imparcial por el contexto histórico del lugar.

Así mismo, surgieron diferentes iniciativas similares que vieron en replicar ese recorrido, su narrativa, el paisaje, las obras, el grafiti como una forma de capitalización, afinando el discurso, puliéndolo y convirtiéndolo en algo apetecible para el turista, ya no necesariamente en el hacer énfasis en el carácter político, pero si como rutinas con un dinamismo económico en el que se generaban competencias en la oferta, una agigantada demanda y así, nuevas posibilidades económicas.

No hay un consenso específico de la activación del sector como una opción turística en la que gran parte de residentes e incluso no residentes del sector apostarían como una nueva opción económica, puesto que por parte de las mismas autoridades administrativas prácticamente pasó desapercibido este boom, pero en lo que sí hay acuerdo es que fue posterior al Foro Urbano Internacional (2014) siendo el año 2016 cuando se evidenció en el sector el flujo de un nuevo peatón cada vez más común, el visitante extranjero, que era notorio no solo frecuentemente en las calles de la Comuna 13, sino a su vez en el sistema de transporte metro, el cual se sumaba a los ajetreos de las horas picos en las que locales se movilizan, generándose así una gran congestión.

Ahora bien, al hacer un rastreo para asegurarse del periodo en que este nuevo fenómeno en la zona logra masificarse y que tan visible era ya como un interés académico, es claro que siempre que se consulte sobre la Comuna 13, la mayor producción bibliográfica va a ser entorno a la violencia, desaparición forzada, territorio, derechos humanos o incluso organizaciones sociales, pero es poco lo que hay sobre esta nueva alternativa de análisis (el turismo en la zona) precisamente por lo reciente del fenómeno, evidente desde el 2015 en adelante, sobre todo en ⁶trabajos de grado unos de pregrado y otros de maestría, informes administrativos, pero si sobre todo artículos de prensa y como parte de un formato cada vez más constante los contenidos digitales de “influencers” a modo de crónica en el lugar.

Ahora bien, ¿a partir de que o como se generan estas narrativas que terminan siendo mercancías? ¿Cuál es el efecto bola de nieve?

El papel de los pioneros de los recorridos quienes también llevan a cabo procesos de activismo, en este caso no solo a partir de un esfuerzo por garantizar la salvaguarda del tejido social, sino como un actor vinculado al territorio, puesto que es en él, del que se valen para construir y proyectar sus narrativas artísticas o como ellos mismo lo plantean “que sean los muros por medio del grafiti los que narren historias” es decir, un territorio dotado de significados a partir de un elemento artístico o creativo. Apoyados en lo que ya Manuel Delgado (2011) había planteado con respecto al espacio público y estos colectivos:

El activismo de este tipo de movimientos se expresa de modo análogo: generación de pequeñas o grandes burbujas de lucidez [...] que pueden ser especialmente espectaculares, que ponen en acento en la creatividad y que toman prestados elementos de la fiesta popular o de la performance artística. (2011, p. 54-55).

Es decir, estos procesos en su mayoría bien intencionados, que giran alrededor del arte y la creatividad como un ente dinamizador y transformador, proponen un punto de partida, pero a su vez hay que resaltar que se ven enfrentados a la incertidumbre del

⁶ Jaimes, J. A. (2015) Naef, P. (2018) Rojas, L, D. Henao, D. García, & J. C. Monroy. (2017) López-Zapata, L. V., Sepúlveda, W. M., & Gómez-Gómez, J. S. (2018) Álvarez López, C. (2019) Informe Situr (2019) Laura Upegui Castro (2019) J. D. Rojas, Blanco. D (2020) Daniela Franco Pedraza (2020) Johny Enrique Acosta Arteta (2020).

devenir mismo en sus proyectos a futuro, sin una planificación previa y por una excesiva autonomía misma.

Claro está que la complejidad de este caso va más allá, este fenómeno que es admirado por muchos, tomado incluso como ejemplo de transformación, resiliencia y modelo “comunitario” hacia nuevas soluciones económicas para la comunidad, donde convergen diferentes actores, sin necesariamente estar conectados unos con otros, y si al contrario, donde se evidencia una fragmentación de *modus*, es lo que termina generando desacuerdos y especies de conflictos de intereses entre sí, contradicciones, pujas de “originalidad”. Aunque al final aparentemente todos se benefician.

Todo coincide en el territorio que es donde suceden las cosas y una vez dada su “apropiación”, es decir, una apropiación <<simbólica>> a la que todos tienen derecho, pero a la vez no, puesto que a partir de unas condiciones dadas es que se da una idoneidad para usufructuar el territorio apropiado no solo en términos físicos, sino discursivos, aunque en la práctica no es así, en ese sentido habría que vincular la idea de tales narrativas de vida a la del territorio apropiado, donde se percibe una reciprocidad y se sigue de esta relación unos sentidos y unos significados, así lo presenta Giménez, G (2001):

Se trata de un concepto extraordinariamente importante, no sólo para entender las identidades sociales territorializadas, como las de los grupos étnicos, por ejemplo, sino también para encuadrar adecuadamente los fenómenos del arraigo, del apego y del sentimiento de pertenencia socioterritorial. (p.6).

Toda esta nueva configuración urbana de gente y espacio, la <<localización>> de unos elementos que se responden entre sí dando a entender una pertenencia es lo que vendría a generar dichos procesos de territorialidad en términos de (Giménez, G, 2001) generando discursos alrededor de tales elementos que en últimas vienen a ser los productos para proponer Salazar, N (2006):

El resurgimiento cultural suele ser un proceso de «creación de lugar» por medio del cual pueden localizarse de manera consciente las identidades como estrategia para atraer estructuras de economía política que vinculen a los actores locales con marcos geográficos más amplios y fuentes de poder más distantes. Los pobladores locales pueden apropiarse el turismo y usarlo de manera simbólica para

construir cultura, tradición e identidad. Estas nuevas identidades se promueven con el fin de atraer extranjeros (p. 109).

Es así como la lógica mercantilista de significados alrededor de: cultura, tradición e identidad en los sitios de turismo convencionales donde se ofertan como lo exótico, en el caso de la Comuna 13 se traducen al contexto histórico del territorio, la inscripción al sitio que se traduce en la pertenencia, sumado a las transformaciones urbanas, junto a las transformaciones sociales atravesadas por la creatividad, donde aún genera sensibilidades al auto-atribuírselas y dadas de *facto* como resultado del apoyo público-privado, pero por otra vía gestionadas por el activismo social y creativo de colectivos en la zona, quienes propiciaron los grafitis, cada uno de ellos con una significación y exposición en el sector, los cuales fueron la motivación de los primeros recorridos y siguen siendo la conceptualización en la que se solventan los tours.

Este papel de gestores autónomos y creativos atraedores de masa en la zona se puede vincular a la idea de propiciadores como lo plantea (Neil Smith, 2012, 191) de un <<aspecto kitsch>> seguramente no en términos de gentrificación en el sitio específico, puesto que no es evidente un aburguesamiento del lugar como tal, pero sí de acondicionamiento estético como termina complementándose con la presencia de cafés, artistas, artesanías, tiendas de souvenirs, hostales, wifi libre, oferta bilingüe, galerías, performances al aire libre, junto con leves sensaciones de decadencia o peligro en la zona, siendo todo este conjunto configurador del paisaje seductor para importantes cantidades de masas visitantes y consumidoras.

A pesar de lo evidentemente fragmentado en cuanto al direccionamiento o planificación de la activación del fenómeno turístico en este sector por parte de sus actores, no deja de ser interesante como se ajusta a ciertos paradigmas de ciudad, sobre todo en esta nueva tendencia por usufructuar la creatividad, el arte, el arte urbano antes estigmatizado, la juventud y cierta sensación liberal en rincones de la ciudad, ya que es uno de los modelos alternativos dinamizadores de nuevas posibilidades de economía, además asumido como una suerte de efecto “rehabilitador” en sitios anteriormente degradados, (Richard Florida, 2002) ha sido quien mejor ha, no solo proyectado, sino, vendido exitosamente este modelo de *Industrias y Ciudades Creativas* en diferentes

ciudades del mundo, sobre todo en ciudades del norte global, que posteriormente son conocidos como <<Distritos culturales>>.

De aquí se sigue que el efecto “bola de nieve” como los mismos integrantes de Casa Kolacho llaman al fenómeno turístico vivido actualmente en la Comuna 13 que se “salió de las manos”, gestados en un inicio por ellos mismos en su rol de colectivo social-artístico involuntariamente desencadena desbordada y desordenadamente tal efecto, con el resultado de diversos discursos aprendidos, a partir de un contexto histórico, un territorio y unas intervenciones tanto públicas, privadas y otras creativas para la venta, pero con un mismo interés, el económico.

Generalidades del “tour en la 13”

El punto de encuentro entre guías y turistas es la Estación de metro en San Javier, normalmente congestionado no por el afluente turístico, sino por la movilidad de los usuarios, tanto en el acceso principal de la estación sobre la carrera 99; como por la entrada peatonal que conecta directamente con la plataforma de acceso a las cabinas de metrocables (en dicho puente peatonal solo se encuentran quienes tomen el tour con Casa Kolacho); atravesando de igual forma la calle San Juan y conduciendo directamente hasta el Parque Biblioteca de San Javier.

Los tours tienen unos horarios establecidos (9:00 AM y 2:00 PM) tienen una duración de aproximadamente entre 3 y 4 horas y en ambas salidas de la estación están situados los diferentes guías, muchos de ellos con camisetas alusivas al tour, al sector (Comuna 13) o simplemente a palabras de la jerga cotidiana (Sisas, Chimba, Estamos Melos, paisa) o camisetas de un solo color con el nombre de la compañía encargada del tour.

Muchos de estos guías cuentan con su micrófono y parlante portátil que facilita mucho más la narración durante los recorridos, otros no, al igual que un desenvolvimiento claro en el manejo de grupos, mientras que otros más incipientes aún se muestran con timidez a la hora de hablar y generar empatía con los turistas, quienes en las horas ya establecidas se agrupan en las afueras de la estación confundidos por cuál compañía optar, en su mayoría los que llegan sin algún plan, a diferencia de los que ya saben que compañía o guía buscan por recomendación de otros turistas o calificaciones en páginas web.

El tour para quienes se encuentran autónomamente en la estación y hacen su “contrato” informal directamente entre guía y turista tiene un valor de \$30.000 (US \$9⁷) en español y \$50.000 (US \$15) mientras que hay otros formatos de tour basados o filiados a modelos globales (Free Zippy Tour, Free Walking Tour) que se dan en distintas ciudades del mundo e incluso en distintas parte de la misma Medellín donde el aporte es voluntario al finalizarse, todos se pagan al final y hasta el momento los únicos que cuentan con pago electrónico son Casa Kolacho.

Es clara la distinción entre guías de compañías con una reputación o acreditación importante con respecto al resto de guías que no tienen la misma maquinaria y reputación y se valen a su vez de los turistas que se quedan fuera de los grupos grandes de las compañías con mayor reputación ya sea porque llegan después que estas se van, o porque ven muy voluminosos los tours y prefieren algo más cercano entre el guía, algunos de ellos tratan de usar una escarapela que los certifica como guías avalados, otros como estudiantes de turismo y otros simplemente se presentan como guías locales que vivieron el conflicto e incluso ofrecen pasar por sus casas para así comprobar su condición “local”.

La cantidad de guías “autónomos” que no están vinculados a ninguna compañía supera los 15 con respecto a las compañías acreditadas que son aproximadamente 5 y de estas se dividen diferentes grupos por idioma (español, inglés) es decir, dichos guías al no ser aún lo suficientemente reconocidos a pesar de ser mayoría funcionan por la “sobra” que dejan las compañías acreditadas.

Ahora bien, el objetivo una vez reunidos y acordados es movilizarse al sitio de interés, las Independencias que es donde están las Escaleras Eléctricas y los grafitis, durante este recorrido cada compañía o guía tiene su propia ruta o al menos tratan de diferenciarse unos de otros para no sentirse iguales, aunque ese esfuerzo no es tan claro ya que no hay más de 3 vías para llegar a ese destino y en muchos puntos del recorrido se encuentran entre sí, como al final termina sucediendo por obviedad en las Escaleras y los Viaductos de media ladera, algunos incluso en el transcurso de ida se van en un bus integrado que comparten con la gente de la comunidad que también lo usa, y se devuelven a pie terminando en la sede cultural como lo hace Casa Kolacho, otros aclaran que el tour finaliza en la parte alta de las Escaleras Eléctricas después de una breve despedida (Free Zippy Tour cuenta con una sede en las independencias donde a modo de reunión finaliza

⁷ Aproximado valor de cambio entre peso colombiano y dólar americano el 10/12/2020.

Durante el trayecto los guías hacen breves pausas donde logran la atención total de los turistas para su discurso, en diferentes parajes invitan a la captura de fotografías, al igual que hacen recomendaciones como no contribuir a la mendicidad con niños, dan un contexto histórico del sector bajo de San Javier, mientras unos pasan por el cementerio de San Javier, otros lo hacen por la Pantalla de Agua o la U. V. A del 20 de Julio hasta desembocar en las independencias.

El discurso varía entre el contexto histórico de la Comuna, algo de historia de Colombia, presentación de obras de infraestructura, violencia, operaciones militares, historias o anécdotas personales de los guías, transformación y exposición de grafitis.

Es claro en muchos puntos los acuerdos establecidos entre guías o compañías con algunos comerciantes en el trayecto, donde se hacen breves paradas para consumo de los turistas o como se aclara al inicio de algunos que <<incluye hidratación>> que normalmente es una crema (helado de fruta) de igual forma sucede con el grupo de baile <<Black and White>> que realiza un performance de breakdance frente al balcón del viaducto y al que todos los guías sitúan sus grupos de turistas para verlos y al final el que quiera contribuye voluntariamente, así mismo pasa con algunos cafés, tiendas, galerías, entre otros.

A diferencia de Casa Kolacho que tiene su propia sede física casi en frente de la estación del metro y quienes acompañan a sus grupos en los trayectos de ida y vuelta que además se hace en ruta integrada (bus) el resto de los tours finaliza en las Independencias, así los turistas en el trayecto de vuelta a la estación metro experimentan transitar ese recorrido por ellos mismos un tanto desubicados, algunos tratando de adivinar el camino.

Hay otras variaciones en tours que son más privadas y cuentan con medios de transporte como vans o pequeños buses que provienen del poblado directamente a las Independencias, o vienen de hacer otros recorridos en otros puntos de la ciudad como parte de un combo, estas dinámicas surgen como resultado del trabajo entre agencias de viajes y hostales u hoteles que normalmente están direccionados por unos guías que no son locales pero ya saben el libreto del tour y lo narran en el idioma requerido, como también hay agencias que tienen sus acuerdos con guías locales.

Engranaje logístico: cómo se venden los tours

Al ser relativamente reciente la explosión de la Comuna 13 como destino turístico, esto plantea una logística tardía con respecto al cómo se articulan actores dentro del proceso de la oferta de este nuevo atractivo, además de cuales serían dichos actores, es así como después de un trabajo etnográfico con hostales del sector Manila en el poblado, que básicamente es un complejo de hostales, un acercamiento a páginas web, algunas agencias turísticas establecidas alrededor del Parque el Poblado y los guías locales se establecen ideas del engranaje entre estos actores, además de tarifas, preferencias y pistas sobre tiempos en los que se acrecentó la preferencia en este sitio.

No es en vano subrayar lo cada vez autónomo e inasistido que se ha convertido el ser turista en estos tiempos gracias herramientas como el internet con diferentes plataformas y aplicaciones, lo cual en algún punto hace pensar que se puede prescindir del apoyo humano para este tipo de actividad y esto se puede evidenciar en plataformas como Tripadvisor, Air Bnb, Booking, Google Maps, solo por nombrar las más usadas.

De hecho Tripadvisor funciona como buscador, reservador, recomendador de sitios o eventos de interés, basado en comentarios y calificaciones de experiencias vividas por viajeros o turistas, lo cual permite al viajero planificar su viaje de acuerdo a las recomendaciones y calificaciones de dicha web que se puede entender como la más influyente en el turista.

Ahora bien, respecto a la cadena en la que se ofertan los tours no hay que tomar por sentado que entre más sea el valor es porque hay más intermediarios, ya que se basa también en la reputación de agencias y sus modos, se parte del precio estandarizado (\$30.000 o \$50.000) de los tours para quienes acudan de forma autónoma directa con estos, a diferencia de los <<Free>> tours que se basan en el formato no gratuito, sino en los aportes voluntarios.

Los hoteles u hostales ubicados en el sector Manila en el Poblado, funciona como un incipiente complejo de hospedajes para turistas, acompañado de restaurantes, bares, cafés, en un ambiente muy vintage, además fresco, situado en el Poblado, pero a la vez lejos del ruido y caos de sus zonas de más congestión y ruido, o sea, más tranquilo. Los hoteles u hostales la gran mayoría no lleva más de tres años de funcionamiento y para ellos el fenómeno Comuna 13 también es relativamente nuevo, entendiéndose que se empezó a

ofrecer más por el pedido de los huéspedes que por iniciativa misma, puesto que desconocían el fenómeno, se oferta hace aproximadamente dos años por medio de agencias como: Top ten, City Tour, Maxitour, Cercoltur, Becolombia y Turismomedellin, en valores como \$70.000 (US \$21) otros en \$60.000 (US \$18) pero este valor total no es para ellos, ya que solo comisionan el 15% de dicho valor, aunque de igual manera hay hostales y hoteles que tienen vínculo directo con guías o compañías y remiten a los turistas directamente sin cobrar comisión alguna.

Entorno a las agencias, estas basan sus precios dependiendo de la cantidad de intermediarios u operadores y a su vez del prestigio que gocen, al comienzo muchas de estas agencias veían incluso con desconfianza el tema de los Tours en la Comuna 13, por ser agencias localizadas en el Poblado y estar acostumbradas a ofrecer la oferta tradicional de los valores patrimoniales de la ciudad (Pueblito Paisa, Parque Botero, Museos, Piedra del Peñol) sin embargo, al ver cómo fue escalando el nuevo destino se incluyó dentro de su portafolio, primero una vez semanalmente lo cual aumentó al ver la demanda, hasta que se convirtió en algo diario e incluso dos veces por día.

Esto refleja un aumento de valores, ya sea por quienes ofrecen planes o combos u otras que prefieren acaparar el mercado directamente evitándose intermediarios ejecutando por si mismos desde el transporte, hasta la guianza de los tours de principio a fin.

Los valores varían, por ejemplo Flytour (\$90.000 y \$140.000) Open Tours (\$30.000 y \$50.000) Turibus (\$87.000 y \$100.000) Becolombia (\$60.000) Top10 Tours (\$60.000) Aero Turex (\$65.000) Turismomedellin (\$87.000) valores por persona, el punto de encuentro es el Parque el Poblado con antelación de allí se dirigen hacia San Javier, la mayoría en vans o buses de las mismas agencias, otros hacen uso del metro (Becolombia) y la guianza se extiende incluso durante el uso del sistema de transporte (cabe aclarar que el metro no permite ningún tipo de actividad económica en sus diferentes sistemas de transporte) la mayoría de estas agencias en sus buses hacen una segunda parada en la carrera 70 con estadio en búsqueda de crecer su grupo de turistas y de ahí siguen hasta las Independencias, estas negociaciones entre agencias incluyen obviamente la guianza en el sector las Independencias, el viaje de vuelta hasta el Parque el Poblado, una especie de seguro médico, además de la <<hidratación>> ya tradicional del tour que es la crema <<helado de fruta>>.

Para las agencias al igual que hoteles y hostales no hay un consenso sobre desde cuando se estableció la Comuna 13 como destino turístico, para unos hace dos, tres o cuatro años, más como reacción a no dejarse tomar ventaja en un nuevo mercado con mucha demanda, pero al que miraban con escepticismo por el estigma que carga, además de los constantes protagonismos en los medios de comunicación en relación a problemas de orden público que veían desde la otra orilla de la ciudad y al que no estaban seguros de exponer turistas, sin embargo el tour es uno de los favoritos en ventas que se hacen en convenios con empresas, fondos de empleados, excursiones de colegios o turistas más conservadores que optan por la asesoría y servicios de las agencias y no de las autónomas plataformas y aplicaciones digitales.

En cuanto a las páginas web, estas funcionan como un proyector prefabricador de la experiencia que viviría el turista, unos planteando el ejercicio no como un recorrido normal, sino imprimiendo emociones o adrenalinas por ser uno de los considerados barrios “más violentos”, el tono asustador disminuye al narrar la transformación que vivió el sector gracias a las obras públicas, el arte urbano y el Hip hop. Otros prometen desmitificar la carga negativa con la que carga la Comuna, narrar costumbres y aspectos de la cotidianidad de los habitantes, hablar sin tapujos desde la experiencia de guías locales que vivieron todas las épocas del conflicto. Así como en otros se ofrece las paredes coloridas, el barrio más grande con grafitis y se aconseja llevar dinero en efectivo ya que consideran complejo el acceso a pago electrónico.

Las imágenes con las que se promocionan virtualmente los tours suelen ser las mismas, una postal del paisaje colorido de las Independencias que contiene por obviedad las Escaleras eléctricas, acompañada de algunas imágenes de turistas felices en ese mismo paisaje.



Figura 8. Imagen de publicidad del grafitour. Fuente: Tripadvisor, Recuperado de: https://www.tripadvisor.co/Attraction_Review-g297478-d7178986-Reviews-Comuna_13_Graffiti_Tour-Medellin_Antioquia_Department.html

Includes Metro transportation fees, English - Spanish Guidance - Local Snack.
Meeting point BeColombia Office on 10th street.
Recommendations light clothes (shorts and t-shirt)

Precio por persona: \$60,000

Las reservas estan disponibles a partir de las 08:35 hasta las 08:40 horas.

Figura 9. Imagen de publicidad del grafitour. Fuente: Becolombia, Recuperado de: <https://becolombiatours.com/tour/graffiti-13/13/cod1/>

Conflictos: roces por la <<autenticidad>>

En un nicho de relaciones como las que sugiere el nuevo mercado de bienes establecido en la Comuna 13, en el que convergen diferentes actores, unos indirectamente, otros directamente en el escenario específico y alrededor de un mismo interés, el económico, es normal que haya roces, discordias entre sí.

Si bien todo este mercadeo de bienes simbólicos, discursos, memorias se plantean en un espacio de todos, como se dijo líneas más arriba, no necesariamente se interpreta así por algunos actores, claramente, nadie tiene más derechos de propiedad en este comercio que alguien en particular, sin embargo, es claro cuando entre actores hay desacuerdos y susceptibilidades heridas a raíz de la competencia en la actividad económica.

Al haberse acrecentado el turismo como se dio en el sector, invitando a la comunidad a optar por esta opción como una alternativa económica, esto desarrollo una mecánica y automatización en los discursos de los habitantes del sector, quien al ver que unos usufructuaban una memoria, sumado el decifraje de los grafitis, no vieron muy lejos el hacer lo mismo, partiendo de que nadie es propietario de dichos bienes ofertados.

Si bien todos los actores reconocen a Casa Kolacho como pioneros de los tours y estos mismos se distancian de los demás tours al dejar claro que son un ejercicio político de memoria y no repetición, son conscientes de la forma en la que se replicó este ejercicio masivamente, como lo expresa uno de sus integrantes:

Por ejemplo Free Tour eso es una empresa que llego allá, se metió, educó dos guías de allá pa poderse meter, dicen unas barbaridades, de hecho ellos tocaron la puerta a Casa Kolacho para ver qué era lo que nosotros decíamos, muchos llegaban así callados y hacían el tour con Casa Kolacho, cosas así como pa 'ellos educarse también y ver lo que se dice y pasa con muchas empresas así, ya hoy en día ya lo hace cualquiera (Entrevista integrante Casa Kolacho, 2019).

A partir de dicho modelo de trabajo es que se dan la multiplicidad de ofertas y a su vez de contenidos siendo a grandes rasgos el resto de los tours muy semejantes, pero también con tendencia a la deformación discursiva y la exageración.

Es común que niños, jóvenes y personas adultas del sector que quieran hacer un ingreso extra se ofrezcan como guías libremente sin ser parte de ninguna compañía o

convenio con las agencias turísticas “también hay guías que no saben la historia, y se ganan los pesos por decir mentiras, por ejemplo el tema de los niños, que explican algunos grafitis para recibir propinas o bailan” (Entrevista comerciante ambulante, 2019). Usando como herramienta su empatía, por eso mismo en el sector hay una suerte de fiebre por estudiar y certificarse como guía turístico en el Sena, otros juiciosamente acuden a itinerantes talleres de inglés voluntarios que imparten extranjeros en el sector ya que los tours en inglés son más costosos que en español.

Sin embargo, para otros, creen que a pesar de que nadie es dueño de dicho mercado de bienes que se lleva al aire libre, en el espacio público, plantean que hay quienes no son idóneos para ser guías ya que o son foráneos o no cuentan con la experiencia de la memoria que narran:

Mientras que hay una pila de muchachos por ahí bregando a ser guías y me pregunta a mí la gente ¿el sí puede ser guía? no puede ser guía porque tiene 14 años, no formó parte de la violencia y no formó parte de la transformación porque no quiere estudiar, son niños de la calle, entonces yo lo que digo es que ellos que le pueden contar a un turista.

A mí me indigna ver venezolanos haciendo tures acá, venezolanos metiéndole mentiras a la gente, yo en estos días por lo menos, yo si le dije a una “el día que usted vaya a hablar que en esta calle hay muertos, salgo y la hago quedar mal” porque yo viví toda mi vida acá y esto era un camino pequeño y si algo eran los muchachos conscientes con nosotros y nosotros teníamos una sana convivencia, ellos por su lado nosotros por el nuestro, nos respetaron tanto que nunca mataron en frente de nosotros, porque yo siempre veía los muertos abajo en el 20 de julio... a mí me da rabia cuando oigo a una persona decir que aquí era un tinal de muertos (Entrevista habitante del sector, 2019).

Esta cuestión nos remite hacia un conflicto por la autenticidad del discurso y de quien lo emite, como de una cuasi cuestión de *propiedad intelectual* en algunos casos; esa autenticidad se mide en variables tales como si el guía es y siempre ha sido del sector, si vivió los tiempos del conflicto, si formó parte de la transformación, es decir solo personas

locales que no se hayan movido del sector al menos desde el año 2002 serían quienes podrían brindar una autenticidad en dicho mercado.

Lo cual también se presenta en otros planos como el comercio, donde se señala al comerciante que se cree no pertenece al sector, o como sucede con los dos negocios de cremas de helados más concurridos (“Cremas Doña Alba” y “Cremas Doña Consuelo”) y a la vez “rivalizados” desde que “Cremas Doña Consuelo” que están en la desembocadura de las Escaleras Eléctricas y en su pendón publicitario expone a forma de evidencia una collage de fotografías de personajes famosos en su negocio y se presentan ante los turistas como “las originales”, mientras que “Cremas Doña Alba” defienden ese rotulo diciendo: “Mi mamá empezó hace tantos años y la receta es de ella, mientras que los otros son más recientes y se copiaron de la receta, y dicen que ellos son los originales, cuando acá un día vinieron probaron una crema”.

Para (Heinich, 2012, p. 256) autenticidad «remite al origen» por su parte (Frigolé, 2014) plantea “la autenticidad define una calidad por relación o asociación con un origen. La referencia común a origen crea una sinonimia entre patrimonio y autenticidad” (p. 40) mientras que (Comaroff, J y L, 2011, 50) dan pistas sobre un nuevo rol más ajustado a la posmodernidad del que ya no importa que tan autentico sea con tal que brinde experiencias nuevas que satisfagan al consumidor:

El notorio desplazamiento de la producción de valor de lo material a lo inmaterial —la venta de conocimientos y propiedad intelectual, la venta de experiencia, afectos y modos de autoproducción— indica que han ingresado al mercado dominios de la existencia que otrora le eran ajenos (p. 50)

Lo cual se podría reforzar con la noción *imaginario de la autenticidad* de (Frigolé, 2014, p. 39) que se reduce a *capital*, similar a la idea de (Cunin y Rinaudo, 2013) de la autenticidad como puesta en escena y artículos de consumo, es decir, por más que todos los actores unos a otros se adjudiquen atributos o falta de atributo de la <<autenticidad>> en este caso pretendiendo un tipo de garantía como autoridad, la <<autenticidad>> es más una condición ideológica que cada vez se deconstruye a sí misma y su carácter pierde relevancia con tal que beneficie o brinde sensaciones de satisfacción, sin embargo sigue estando presente en los imaginarios de quienes trazan dichos conflictos, conflictos de los que turistas no se dan por enterados.

El grafiti

Si bien el grafiti es el concepto en el que se solventa la oferta del sector las Independencias como paisaje turístico, también lo es como la herramienta de la que se valieron artistas locales vinculados a los movimientos culturales para llevar a cabo otras formas no solo de comunicar, también de proyectar la construcción de su realidad o al menos de esa realidad o versión que quieren contar, es necesario señalar cómo se instrumentaliza esa herramienta, cómo se potencia y valida desde lo institucional, se juega y se mercantiliza con ella, pero a su vez como en otros escenarios surgen narrativas contradictorias frente al grafiti en la ciudad cuando este cruza su intención comercial o el proyecto de ciudad y se hace desde sus espontaneas raíces asociadas con lo bombardeante, anónimo o ilegal.

Para (Armando Silva, 2008) el grafiti es una estructura sociolectal que desde sus inicios más que una vocación <<comunicacional>> estaba ligado a los límites locales de comunidades específicas, al que le adjudicaba siete <<valencias>> o caracteres que hacen al grafiti lo que es: “marginalidad (V1), anonimato (V2), espontaneidad (V3), escenicidad (V4), velocidad (V5), precariedad (V6) y fugacidad (V7)” (p. 27). Entendidas como la carga semántica del mensaje.

Ahora bien, si por una parte al grafiti se le asigna un cuasi fundamentalismo sobre su carácter, tales como: la ilegalidad, el ser parte del ramaje del <<Hip Hop>> su carácter satírico o panfletario, sumado a las siete *valencias* mencionadas por Silva, García Canclini (2001) nos lo presenta así:

Sus referencias sexuales, políticas o estéticas son maneras de enunciar el modo de vida y de pensamiento de un grupo que no dispone de circuitos comerciales, políticos o massmediáticos para expresarse, pero que a través del grafiti afirma su estilo. Su trazo manual, espontáneo, se opone estructuralmente a las leyendas políticas o publicitarias "bien" pintadas o impresas, y desafía esos lenguajes institucionalizados cuando los altera. El grafiti afirma el territorio pero desestructura las colecciones de bienes materiales y simbólicos (p. 314).

Sin embargo, el mismo (Silva , 2006) nos aclara que el grafiti en sus diferentes espacios y momentos, o sea, sus contextos, tiene sus variantes, el de Paris (primer momento) y New York (segundo momento), ha de diferenciarse si se compara al tercer

momento del grafiti, como él lo llama, el Latinoamericano en los ochentas vinculado a épocas de luchas en países como Colombia, Perú, Ecuador de tradición guerrillera y un refrescamiento <<estilístico-plástico>> por parte de los movimientos estudiantiles que instrumentalizan y exponen esta nueva herramienta de protesta tomada de lo <<cultural y artístico>> propiciando así una expansión por el globo sur.

Vale la pena hacer aclaración sobre dicho fundamentalismo inscrito en el grafiti, puesto que más allá de funcionar rigurosamente con sus casi lineamientos pragmáticos derivados de lo ideológico, es claro que hay distanciamientos entre el grafiti-arte europeo (antiautoritario, utópico, macro) o norteamericano (metro, barrios marginales, delimitador de espacios, micro) en ocasiones ambos tienden a perfilarse con fines comerciales con respecto al grafiti Latinoamericano.

De igual forma, (Silva, 2006) nos muestra un antecedente importante del uso del grafiti, como en Sao Pablo, Brasil en 1990 que se da un hecho interesante con respecto a la movida grafitera convergiendo el grafiti-arte y el grafiti político con la intención de consolidar en la ciudad una <<expresión mural>> y <<recuperar espacios> llamado *Projeto Passagem da Consolacao*, que además gestionaría el <<Sindicato de Grafiteros>> y sería un proyecto articulado entre autoridades municipales y los artistas locales.

Ahora bien, volviendo a (García Canclini, 2001) más que desestructurar los bienes materiales y simbólicos, se podría sugerir en el caso de la Comuna 13 que se crean nuevos escenarios de dichos bienes, en el marco del Hip Hop como discurso, la pedagogía del grafiti como una de sus ramas a emplear con la comunidad y su desembocado uso mercantil como resultado de tales disposiciones.

| Figura No. 1 Correspondencias entre Valencias e Imperativos | |
|--|----------------|
| Valencias | Imperativos |
| Marginalidad | Comunicacional |
| Anonimato | Ideológico |
| Espontaneidad | Psicológico |
| Escenicidad | Estético |
| Precariedad | Económico |
| Velocidad | Social |

Fuente: Armando Silva

Figura 10. Cuadro valencias e imperativos del grafiti. Fuente: Armando Silva (2008, p. 32)

De acuerdo a este cuadro de (Silva, 2008) nos remite al contexto de los grafitis en las Independencias que al menos en discurso tienen un contenido político y una intencionalidad “que las paredes narren historias” al igual que unas <<bases>> conceptuales de lo que para ellos es el grafiti, inscritas dentro de la definición global del mismo, sin embargo, en cuanto a las *valencias* se podría discutir algunos caracteres que más allá de descalificar o no el grafiti de este sector se podría encuadrar dentro de las conveniencias afinadas junto al discurso con objetivo en lo económico como las *valencias*: anonimato (ya no son anónimos los grafiteros, incluso su firma están en los grafitis junto con sus redes sociales), espontaneidad (hay una planificación previa al grafiti e incluso acuerdos entre instituciones como la E. D. U y los artistas), velocidad (no está presente la presión de hacerlo en el menor tiempo posible como en el caso de lo anónimo), nos hace pensar que como el mismo Silva no lo expone:

Si hablamos de comunicación estética del graffiti podemos suponerla entonces, desde ya, como una tendencia del graffiti en la cual las condiciones operativas priman sobre la propiamente preoperativas. Esto quiere decir, que la inclinación por un graffiti-arte tiende a liberar al graffiti de las condiciones ideológicas y subjetivas a las cuales se enfrenta por naturaleza social, y que al ser estas condiciones estructurales, tal liberación puede conducir a la descalificación del graffiti, para que tal figura-ción grafitográfica entre a formar parte de otra clase de enunciados, como por ejemplo el arte. En otras palabras, el graffiti-arte puede devenir en objeto-arte, antes que en texto graffiti, si bien puede seguir existiendo

una fuerte zona de ambigüedad, o sea de texto en transición, que puede hacer difícil su cualificación (p. 33-34)

O sea, esta denotación más que invitar a la descalificación de un grafiti u otro, se trata de aclarar el carácter ya no <<ideológico>> y al contrario direccionado al grafiti-arte que como el mismo Silva apunta está más cerca de la publicidad y el consumo visual, intentándole agregar un contenido o definición discursiva seguramente intentando equilibrar la falta <<ideológica>>.

Esto se puede percibir en algunas situaciones del contexto, como en los tipos de grafitis pagados y no pagados en paredes públicas y privadas, por medio de contratos de obra pública. Así como, la mayoría de los grafitis se les ha asignado un significado alrededor de temas resilientes, étnicos, territoriales, transformador, entre otros. A su vez, hay casos extraordinarios como el “un guía mientras hace el recorrido a 2 personas les explica el significado de un grafiti del rostro de un joven, dice ser el resultado de una petición de la familia al morir el muchacho en un accidente de tránsito” (Sistematización diario de campo, p. 46).

Lo que sí está claro es que los grafitis son producto de un grupo pequeño de artistas, algunos vinculados a los colectivos como Casa Kolacho, otros independientes, incluso invitados internacionalmente, acondicionando así un espacio tematizado que se refuerza con las explicaciones extendidas de sus grafitis que normalmente esconden más de una imagen, o las dimensiones se aumentan al cambiar de ángulos y son explotados por el que se aprenda dichas significaciones. O como sucede al final del tour con Casa Kolacho en la sede cultural en la que hay un mural de madera en la que los turistas al finalizar el recorrido experimentan con un aerosol lo que es hacer un grafiti, grafiti, convirtiéndose así en un nuevo bien simbólico y material avalado incluso por el ala administrativa que a manera de empatía se incluye en estas movidas al ver el éxito que generaron <<autónomamente>> como en el programa ya mencionado <<Medellín se pinta de vida>> que buscaba des-estigmatizar los grafiteros y darle un reconocimiento a su arte por medio de la disposición de espacios acordados para plasmar su arte.

Algo que no deja de sembrar sensaciones paradójicas, puesto que así como el sector institucional busca afiliarse a la nueva aceptación popular del grafiti en la Comuna 13 y la expansión misma en rincones de la ciudad por medio de trabajo articulado entre artistas-municipio, sigue existiendo el estigma por parte de dichas autoridades al grafiti

cuando este se hace desde la naturaleza misma del grafiti como ha sucedido en algunas vagones del metro anónimamente en sus bodegas de estacionamiento en horario fuera de servicio en los años (2016, 2017, 2019, 2020⁸) haciendo llamados al no vandalismo y al cuidado del patrimonio ciudadano.

En ese sentido se plantean desde lo administrativo unas áreas definidas para cierto tipo de prácticas como en este caso la Comuna 13 si es un espacio adecuado para los grafitis e incluso museificado en parte gracias a estos, y otras en las que dichas prácticas no encajan y no son avaladas, así el <<des-estigma>> planteado con programas como <<Medellín se pinta de vida>> se ve incapaz de aplicarse al ver desafiado el *espacio abstracto* en términos de (Lefebvre, 2013) como el espacio de los aparatajes dominantes y de especialistas por el *espacio vivido* el de las personas del común y sus diferentes valores simbólicos.

Confrontaciones por homogeneizar el discurso: lo institucional vs la comunidad

De acuerdo al contexto histórico de la Comuna 13 y el costado barrial donde está ubicado el sector las independencias, siempre ha existido una relación un tanto conflictiva entre la comunidad y el sector institucional, no solo por las intervenciones militares a las que se vieron enfrentados, sino, por ser concebidos por mucho tiempo atrás como invasores de predios en los que se asentaron de forma irregular, que además, sumado a la situación de seguridad impedía las condiciones básicas de saneamiento (red de servicios públicos, alcantarillado) de aquí que la única opción de la población para solventar esas necesidades básicas era el apoyo que los mismos grupos armados del sector previo al año 2002 implementaban ilegalmente en la comunidad: conectándose a redes de energía y agua por si mismos sin registro alguno, haciendo pequeñas obras como planchas de concreto, escalones, mercados, entre otros. Es decir, la no presencia del estado, se veía suplida a medias por estos grupos armados.

Posteriormente al trauma social causado por las intervenciones militares en su mayoría llevadas a cabo en el año 2002, cuestionadas por organizaciones de derechos

⁸<https://www.elcolombiano.com/antioquia/movilidad/pintan-grafitis-en-un-tren-del-metro-de-medellin-ME3710925>

<https://www.elcolombiano.com/antioquia/nuevo-graffiti-en-el-metro-de-medellin-JH6009759>

https://caracol.com.co/emisora/2019/08/28/medellin/1566944015_365842.html

<https://www.minuto30.com/medellin/con-pintura-negra-danaron-uno-de-los-vagones-del-metro-de-medellin/1089186/>

humanos por ser ejecutadas con clara evidencia de apoyos paramilitares junto con la fuerza pública, esto aumento aún más la desconfianza de la población civil con el sector público, que se vio medianamente aliviada una vez ejecutadas las obras y el aumento de las visitas turísticas al sector que trajo beneficios a unos y otros.

Sin embargo, no deja de haber frases nostálgicas de la época de las milicias como “eso no sucedía con las milicias” “esa gente ayudaba y mantenía bien el barrio” “ellos nos pusieron esto y lo otro, nos daban mercados” etc.

Una vez el *Urbanismo Social* se convierte en discurso incluso en la comunidad, estos comienzan a avalar gradualmente algunos de los mismos sucesos traumáticos relacionados con la fuerza pública y las autoridades administrativas, aceptándolos como parte de un proceso de mejora y de recuperación del territorio:

Usted sabe que esto es con respecto a la transformación después de la operación Orión las empresas entran a tomar posesión de los territorios, entra empresas públicas a poner contadores de energía.

Ya ahora de que venga tanto turista uno sabe que es normal, los programas que ha tenido Medellín que son los parques, como uno siempre ha visto que Medellín es una de las ciudades más emprendedoras con respecto a eso y yo por lo menos he oído el comentario de muchas personas que vienen acá y dicen “en Medellín roban pero no tanto” porque es que usted ve ciudades que se roban todo lo de los impuestos y son las ciudades deterioradas y acá nosotros vemos que la plata de los impuestos se ve (Entrevista habitante del sector, 2019).

En ese sentido, esa recuperación del territorio está mediada por las obras y por la instalación de servicios públicos en el sector, o sea, por la negociación que convierte en *civiles* a la comunidad y a su vez bienvenidos a su nuevo rol de ciudadano incluido, con nuevas condiciones como la de *contribuyente* que así mismo le acarrearán esa bienvenida.

Mucha de esta mediana aceptación entre la comunidad y la institucionalidad no ha sido tan directamente como se plantea, ha sido más bien mediado por figuras lateralizadas, como en este caso el mismo E. D. U. En el que la comunidad ve una institución que las hace sentir participe, los escucha e incluye, propiciando el P. U. I de ese sector. Pero que no se ve igualmente percibida con otras figuras institucionales como la misma Alcaldía o

la dependencia de que ahora puntualmente tendría más interés, la Subsecretaría de Turismo.

La Subsecretaría de Turismo ve con ojos desconcertados lo que sucede con el nuevo turismo del sector las independencias, sobre todo por temas de formalización de las diferentes prácticas, no solo entorno a los guías, sino de las mismas economías emergentes alrededor del tema, el ideal de un relacionamiento adecuado entre el cliente (turista) y su anfitrión (comunidad) toda la logística implicada que a su vez le deja preocupaciones por la posición de la comunidad:

fue un proceso difícil en Comuna 13 porque ellos empezaron a recibir al turismo y de una vez fue un boom que se dio, entonces a nosotros no nos dio tiempo como administración de hacer proceso de planificación y si a eso le sumamos que ha habido una resistencia a lo que es la administración pública entonces, rezaga mucho más esos resultados, entonces, ahora todavía seguimos trabajando por fortalecer y corregir unas cosas que hay por ahí pendientes (Entrevista funcionario Subsecretaría de Turismo, 2019).

Así mismo, por parte dicha dependencia se expresan deseos por intentar consensuar el tema discursivo, no solo en cuanto a la multiplicidad discursiva que termina siendo en ocasiones incluso contradictoria, sino a cambiar la oferta de ese discurso que perciben “trillado” de víctimas o victimizante, que según ellos reafirma un actor “pobrecito” y deja a los turistas una imagen preocupante frente a estos, en vez de porque no posibilitar otros discursos más “esperanzadores”:

Pero entonces, ahora sí es empezar a cambiar el discurso victimizante que es general, vos te podés ir pa tal parte y es “no es que a mí me habían dejado los de la convivir” o “a mí me toca pagar vacuna” “o es que a mí no sé qué” o “a mí me mataron dos hijos” y todos somos víctimas directos o indirectos, el asunto ahí es como contamos también la ciudad desde otro punto de vista que no sea tan victimizante, porque todo el mundo va a decir “que pesar allá viven tan mal” cómo es posible que en Europa todavía haya gente que piense que aquí vivimos con taparrabos” pero también depende mucho de ese discurso (Entrevista funcionario Subsecretaría de Turismo, 2019).

A quienes hacen parte de la oferta y la comunidad misma, esto lo perciben unos como el “cómo debe ser” y otros como un interés normal generado repentinamente por el logro comunal que ha sucedido con el turismo en el sector, despertando así intereses políticos con ánimos de privatización disfrazada de “regulación” o “formalización”, algo que entienden paradójico, puesto que fueron los mismos procesos informales de la comunidad que posicionaron el sector como sitio turístico:

La misma alcaldía, ellos están viendo como un ingreso, toda la parte desde gobernación, alcaldía dirán “eso hay que cogerlo” privatizar más que todo, pero eso no va a pasar, ellos le pusieron ese título “comunitario” pero yo lo veo más como “somos personas organizadas que estamos haciendo algo por el bien de la comunidad” creería uno, ya veremos a la larga como va a ser la cosa (Entrevista integrante Casa Kolacho, 2019).

Como a su vez hay quienes optan por no contribuir a los mismos discursos como lo plantea la Subsecretaria de Turismo “victimizantes” que contribuyen a la lastima y opacan la “transformación” y aspectos positivos de Medellín “a los hijos míos, ellos ya no les gusta hablar de la parte mala de la Comuna 13, ellos hablan más de la parte buena” (Entrevista madre de un guía, 2019).

La E. D. U por su parte, siente que cumplió su parte que era la de hacer su gestión en la ejecución de las obras, pero creen que al haberse relacionado con la comunidad, ellos los siguen viendo como un mediador o al menos un actor que los entiende más que la misma alcaldía, no solo por los proyectos, sino por la incorporación a muchos de estos proyectos sobre todo en el tema de las fachadas y grafitis a gente que hace parte del turismo en la zona, de ahí, que sean buscados como mediadores en algunas problemáticas en las que no se quiere acudir directamente a la Alcaldía o la misma Subsecretaria de Turismo por no sentirse afines con ellos:

Se le salió de las manos a la alcaldía el tema de los guías locales, ya van más de 100. Los mismos guías locales se han acercado al E. D. U a pedir ayuda porque no saben cómo manejar el tema. Los guías nos reconocen que no se saben la historia, pero dicen cualquier cosa para dejar satisfecho “al man que me está preguntando”. Se van con una imagen diferente a lo que la ciudad es. Trabajaron con los guías y demás secretarias para *afinar el discurso*. Ellos contaban lo que querían, desconocían las bases sociales del proyecto, no sabían que era *p.u.i. urbanismo social*. A hoy no se sabe cuál ha sido la estrategia que ha llevado la

secretaría de turismo para que sí se cuente lo que se debe contar. (Sin exagerar) (Relacionan el barrio con Pablo Escobar) Hay reuniones constantes (hace 10 meses) los primeros 10 grupos [...] la gente del barrio asumió que eso no era solo de ellos, y que ellos también sabían la historia y también la podían contar (aumentando el número de guías, sumándole agencias de turismo que no saben nada) (Entrevista funcionario del E. D. U, 2019).

Todo este panorama de contradicciones entre los unos y los otros, demuestra la desarticulación entre sí mismos, además de los choques de intereses entre sí, cada uno defendiendo sus posiciones y en este caso las “autoridades” intentando ejercer presión o al menos intentando entrar al juego por medio de la regulación y ojala afinación de un producto homogéneo para evitar contribuir al “como nos ven afuera” que deja aún más sensaciones de confusión cuando se conoce la apuesta de la administración del Alcalde Federico Gutiérrez en el periodo 2016-2019 <<Medellín Abraza su Historia⁹>> una campaña por contrapuntear la mala imagen sembrada por las narcoseries y la apología de algunos artistas al narcotráfico que visitan la ciudad como Wiz Khalifa que en marzo del 2017 visitó Medellín y publicó una foto en sus redes sociales en la tumba de Pablo Escobar, al igual que Farruko quien en una de sus canciones <<Amarte Duro>> dice: "Esto que yo siento es puro como la coca 'e Medallo. Y no soy Pablo, pero tú sabe' lo que te hablo" (con ambos artistas el alcalde entabló discusiones en Twitter) Lo contradictorio es que la campaña nace con el interés de hacer una narración de los episodios de violencia del pasado dejados por el narcotráfico desde la posición y el sufrimiento de las víctimas, es decir, desde el mismo discurso “victimizante” que la Subsecretaría de Turismo quería evitar en la Comuna 13 y les hubiese gustado entrar a al menos moldear.

Conclusiones

El paradigma *turismo Comuna 13* se puede sugerir abordarlo como un desafío al orden patrimonial establecido, es decir, se adelanta a la posibilidad de una consensuada versión oficial hegemónica y homogénea, al darse de forma desbordada y desordenada, en la que si bien hay unos puntos de partida, figuras de referencia, marcos, discursos y mecánicas aparentemente establecidas en su funcionamiento, a su vez flexibiliza la

⁹ Vease: <https://www.museocasadelamemoria.gov.co/medellin-abraza-su-historia/#:~:text=Medell%C3%ADn%20abraza%20su%20historia%20es,de%20sus%20horas%20m%C3%A1s%20oscuras.&text=El%20derribo%20del%20derruido%20edificio,de%20inflexi%C3%B3n%20en%20nuestra%20historia.>

multiplicidad de discursos, el reforzamiento y deformación de los mismos, para brindar al turista la satisfacción de oír lo que quería oír y ver lo que de manera prefabricada pretendía ver como parte del paisaje publicitado, además de reafirmarse al converger en el mismo sitio los volúmenes de visitantes que hacen presencia, generando un efecto espejo entre si dando sensaciones de estar en un escenario turístico masificado.

Valdría la pena hacer uso en todo lo expuesto de la triada conceptual en (Lefebvre, 2013) de espacios (percibido, concebido, vivido) para cerrar la idea de las confrontaciones entre cada uno de estas a partir de los intereses propios de si, donde las presiones del espacio *concebido* de los expertos y administradores intentan no solo regular un fenómeno que si bien en sus inicios pretendían con ojos de turismo sin decirlo claramente, el estallido desapercibido gestionado por diferentes agentes toma por sorpresa tardíamente estos agentes con deseo de sobreponer un discurso oficial, un establecer un orden sobre los espacios *vivido* y *percibido*, el primero ya maniobrado y dotado de símbolos por sus habitantes los mismo que de él se valen para mercadearlo (como sucede con la memoria del lugar, las obras públicas y los grafitis) y el segundo en el que convergen la cotidianidad misma de sus mismos habitantes que entre si llevan a cabo sus diferentes relaciones de trabajo, sus conflictos sociales (comercio, conflictos, autenticidad, vida diaria del residente).

Capítulo 3: Cuestiones de Espacio Público y una transformación de *facto*

Resumen:

En el actual capítulo se abordarán algunos planteamientos que surgen entorno al espacio público en el sector las Independencias en la Comuna 13 de Medellín. Donde el

discurso institucional plantea una intención, pero el resultado final deviene en un desbordado apropiamiento del espacio público una vez instalado el turismo en el sector, generando así diferentes dinámicas, conflictos y reclamos. Además, se pretende discutir lo que suscita el empleo de la categoría <<transformación>> en la que se pretende solventar el discurso oficial de ciudad, alrededor del turismo en las Independencias y la ciudad. Una transformación asumida sin reparo, ligada al éxito de las obras de remodelación urbana en la ciudad, pretendiendo ubicarse forzosamente en la consciencia colectiva del turista, omitiendo a su vez los reales móviles que propician la visita de extranjeros a la ciudad, direccionados al morbo del pasado, la violencia, el narcotráfico y su configuración en una <<cultura-narco>>.

Palabras Clave: espacio público, apropiación, transformación, voyerismo, turismo.

Abstract:

The current chapter will address some approaches that arise around public space in the Independencias sector in Comuna 13 of Medellin. Where institutional discourse proposes an intention, but the result becomes an overflowing appropriation of public space once tourism is installed in the sector, thus generating different dynamics, conflicts and claims. In addition, it is intended to discuss what raises the use of the <<transformation>> category, in which it is intended to solve the official discourse of the city, around tourism in the Independences and the city. A transformation assumed without qualms, linked to the success of urban remodeling works in the city, seeking to be forcibly placed in the collective consciousness of the tourist, omitting in turn the real mobiles that encourage the visit of foreigners to the city, directed to the morbidity of the past, violence, drug trafficking and its configuration in a <<narco-culture>>.

Keywords: public space, appropriation, transformation, voyeurism, tourism.

¿Espacio público para quién?

Uno de los argumentos en los que se solventaron las intervenciones hechas en el sector las Independencias era la carencia de espacios públicos y esa necesidad es

precisamente lo que el P. U. I con su componente *físico* ya abordado en el primer capítulo, pretendía remediar:

digamos que el P.U.I se compone de 3 momentos claves o aspectos, el aspecto físico, como construimos espacios públicos de calidad y llevamos equipamientos de calidad en zonas donde hay déficit de espacio público y también hay precariedad y bajos índices de calidad de vida (Entrevista funcionario 2 del E. D. U, 2019).

Es decir, se presenta como una alternativa para solucionar la falta de espacios públicos en el sector debido al apiñamiento de este por su carácter geográfico, que no contaba con espacios amplios, la dotación de estos espacios se proyecta para el disfrute y uso de la comunidad por medio de construcciones de plazoletas, viaductos, miradores, bloques de cemento que simulan mesas y sillas, gimnasios al aire libre, parques.

“Es el tema de urbanismo, urbanismo y paisajismo, no solo cumpliendo una finalidad en temas de movilidad, sino dotar ese sector de espacios públicos que antes no había, puntos de encuentro” (Entrevista funcionario del E. D. U, 2019). Sin embargo, con la detonación del turismo como una nueva posibilidad económica en el sector, los espacios públicos pensados para el disfrute de la comunidad que surgían a partir de la necesidad por cubrir déficits por la anterior ausencia de los mismos, se ven sujetos a apropiaciones por parte de la comunidad, que ve en el nuevo espacio público una forma de usufructo o al menos un medio para comerciar productos. Por otra parte, lo que se proponía como un espacio público para la comunidad se convierte en un escenario copado por turistas, en el que el disfrute queda reducido a las relaciones comerciales entre quienes se valen del espacio para comerciar y quienes demandan de estos servicios, en este caso, los turistas.

Ya (Álvarez, C, 2019) había puesto en evidencia esta coyuntura en las Independencias, no solo refiriéndose a la apropiación desbordada del espacio público, sino dejando en evidencia a su vez la adecuación y uso de las viviendas para usufructo de quienes la habitan, o sea, de espacios íntimos o privados, al igual que la poca formalización de estos comerciantes emergentes, la gran mayoría sin (R. U. T), requerimientos legales de Cámara de Comercio y sus constantes conflictos, problematizando la intencionalidad de las obras desde el discurso institucional y lo contradictorio que resultaba la etiqueta de turismo “comunitario” en un escenario donde

no hay regulación alguna, tampoco es evidente el beneficio general de la comunidad, puesto que los beneficiarios claros son los peces gordos de la cadena turística.

Respecto a esta situación, desde la Subsecretaría de Espacio Público se aborda de manera distante lo que sucede, argumentando que ese tipo de situaciones ya no corresponden a tal dependencia, sino a la Policía Nacional, desde la expedición del nuevo código nacional de policía:

para ubicarte en la Misionalidad de espacio público es muy importante que distingas dos momentos con respecto a la competencia de regular y controlar las conductas que no sean adecuadas en el espacio público y los dos momentos son antes del código nacional de policía y después del código nacional de policía, porque antes del código nacional de policía nosotros teníamos una competencia administrativa para hacer un control sancionatorio, incluso retener elementos, lo hacíamos por delegación del señor alcalde (Entrevista Subsecretaría de Espacio Público, 2019).

Dicha figura que impide a la dependencia directa del espacio público recae sobre la Policía Nacional, específicamente en la Policía de Turismo que sería la encargada en este contexto, de acuerdo con la actualización del último Código nacional de policía y convivencia del (2016):

Artículo 140. Comportamientos contrarios al cuidado e integridad del espacio público:

4. Ocupar el espacio público en violación de las normas vigentes.

6. promover o facilitar el uso u ocupación del espacio público en violación de las normas y jurisprudencia constitucional vigente

Sin embargo, más que preguntarnos por los entes encargados de reprimir o regular este tipo de manifestaciones en el espacio público, lo que se intenta es evidenciar la conflictiva relación que hay entre el espacio público planeado y narrado desde la retórica dominante, ya sea desde sus planeadores, controladores, administradores con respecto a quienes viven el espacio público, se supone son sus destinatarios finales y lo dotan de significado a partir de la experiencia, además de lo coyuntural de cada caso, como sucede con las nuevas dinámicas turísticas en el sector, que si bien en un principio las obras

fueron planeadas con unos objetivos, terminan tomando otro sentido, adecuándose a las necesidades de quienes lo habitan y en este caso urgen de su explotación.

Ahora bien, este fenómeno de usufructo de los espacios tanto públicos y privados, se entienden como una mercantilización de este, en la que se opta por un supuesto bien de uso como lo es el espacio público que presupone no tener un fin comercial, pero termina por convertirse en un bien de cambio que genera un ingreso o beneficio a quien la explote, en este caso quienes lo habitan y disponen. Quien mejor expone dicha figura es Marx (2008):

La mercancía de consumo es valor de uso (...]; pero al mismo tiempo, como mercancía no es valor de uso. Si fuese valor de uso para su poseedor, es decir en inmediato medio de satisfacción de sus propias necesidades, no sería mercancía, Para su poseedor es más bien no-valor de uso, o sea, simple soporte material del valor de cambio, o simple medio de cambio; y siendo soporte activo del valor de cambio, el valor de uso llega a ser medio de cambio. Para su poseedor no es ya valor de uso porque es valor de cambio. Como valor de uso es preciso que llegue a serlo, en primer lugar, para los demás. No siendo valor de uso para su propio poseedor, lo es para las demás mercancías (p. 63-64).

Se podría intentar representar en la idea de la renuncia de en este caso los destinatarios formales del espacio público en las Independencias como valor de uso para disfrute propio, convirtiendo dicho espacio de acuerdo a sus necesidades en un valor de cambio, tal como sucede con los grafitis en espacio público, los diferentes comercios informales ubicados en el espacio público que a la fecha del mes de septiembre del año 2019 llegaban a 43 en inmediaciones de las Escaleras Eléctricas y los viaductos, los tours en general que voluminosamente se llevan a cabo en el espacio público.



Figura 11. Ventas ambulantes sobre un gimnasio al aire libre. Fotografía tomada por: Juan Diego Rojas (2018)



Figura 12. Sobreocupación de espacio público en viaducto media ladera. Fotografía tomada por: Juan Diego Rojas (2018)



Figura 13. Show artístico sobre el espacio público a Figura 14. Pendón de alcaldía de Medellín. Fotografía
 inicio del viaducto media ladera. Fotografía tomada tomada por: Juan Diego Rojas (2018)
 por: Juan Diego Rojas (2018)

Este valor de cambio delegado al espacio público por sus destinatarios finales, sus habitantes, difiere de las intenciones del urbanismo reformador del espacio público y lo prevé como un ejercicio negociador del control social, alineador con la población, aunque esto no concluye en traer consigo dichas premisas de *facto*, puesto que la necesidad y realidad de quienes habitan el espacio y en este caso disponen de este como mercancía a generar un ingreso o beneficio, permite verle como un acto emancipador y a su vez contrastador del objetivo urbanista premeditado, deviniendo en apropiación.

Así lo llega a desarrollar el ya varias veces nombrado en este trabajo (Lefebvre, 2013) que lo sugiere como una apropiación positiva o re-apropiación a modo de respuesta a la apropiación negativa de los dominadores del espacio, o sea, quienes lo planifican, es decir, una constante lucha por producciones de los diferentes espacios (vivos, concebidos, percibido) dicha re-apropiación a su vez se concibe como un acto de resignificación de la condición política del habitante que lo reafirma como ciudadano y reclamante de su derecho a la ciudad, sin necesariamente ser un acto consciente, planeado u organizado.

Sugiriendo también interpretarse como una validación de la privatización del espacio público diseñado desde arriba, que si bien es parte del espacio vivido que los habitantes re-significan o re-apropian, termina estando cada vez más cerca del <<orden>> concebido, de un mercado “espontáneo” al servicio de los visitantes en un espacio público actualizado digno de la formalización para su <<adecuado uso>>, lo cual termina siendo una metodología para redirigir al monopolio del espacio, fin último del espacio concebido.

Tal apropiación positiva contrapuntea con el <<ciudadanismo>> que expone (Manuel Delgado , 2011) pretendido por el espacio público <<concebido>> como una especie de contrato social abstracto e intangible del que resulta como propósito un presupuesto de armonía o proyecto cívico interventor de espacios y constructor de comportamientos adecuados en los ciudadanos con respecto a este, además de una pedagogía preparatoria cortoplacista a la instrumentalización del espacio público para una

permitida explotación, siempre y cuando sea estéticamente ordenada, armónica y vanguardista acorde a los proyectos de ciudad y monopolizada por quienes hacen parte del entorno <<concebido>> revalidando una privatización solapada.

En este punto vale la pena lanzar interrogantes como ¿espacio público para quien y para qué? el carácter ambiguo, confuso, si se quiere pluri-conceptual del mismo, es lo que revienta en el <<ciudadanismo>>, la apropiación positiva o reapropiación, y las constantes apariciones de actores convertidos en usuarios consumidores o mercaderes alienados, aptos con el ideal del sector dominante del espacio, como se evidencia en este caso en otras áreas de la ciudad:

Pero el privado, el pudiente, el empresario, puede ocupar el espacio público de manera temporal para unos usos muy limitados y debe pagarle al municipio por ese uso y este trámite se hace en la Agencia para el Paisaje y el Patrimonio y las Asociaciones Publico Privadas que las siglas que las resume son A.P.P, o sea que esta entidad se creó para que a nombre de la alcaldía administre estos usos transitorios, pero allá si es pagando y allá te hacen la liquidación y entonces allá ya es una explotación por parte de un privado que no es vulnerable, no es pobre, pero necesita hacer publicidad, un evento, como estas ferias artesanales que típicamente hacen en el parque el poblado (Entrevista Subsecretaria de Espacio Público, 2019).

Tales intenciones reguladoras administrativas hacen parte del alegato constante enmarcados en el llamado por la <<formalización>> también hermanadas con la idea de <<ciudadanismo>> correspondientes al discurso de “igualdad de condiciones” y aceptar que “las normas son para todos” en dirección de no empañar la tematización armónica adjudicada a distintos espacios en la ciudad. Reafirmando así el espacio público, como (Delgado, 2011) lo piensa, no es más que extensión material convertida en ideología, o si se quiere ideología(s) de acuerdo con la conveniencia de cada actor, espacio público del que todos pueden apropiarse, pero nadie es propietario.

Cabe resaltar lo paradójico que resulta en ocasiones reclamaciones como “usted se va por aquí o por allá y ve una cantidad de negocios y no son de gente de por acá, el espacio público está invadido, a mí me indigna ver venezolanos haciendo tours aquí” (Entrevista madre de un guía, 2019). Sobre la explotación del espacio público en inmediaciones a las Escaleras Eléctricas por personas que no son residentes permanentes

del sector o incluso personas extranjeras que ofrecen tours, generando así la inquietud sobre no solo la apropiación, sino una supuesta correspondencia del espacio público, es decir, válido para los residentes del sector quienes se sienten como dueños del derecho a la explotación de ese espacio y solo este corresponde a ellos, quienes no lo son, quienes son de otros barrios o como en este caso, extranjeros usufructuando espacio público, no les correspondería tal derecho de acuerdo al imaginario del habitante directo y el espacio.

Un turismo de transformación que aún no transforma

La exposición a la que ha estado la ciudad de Medellín, la misma que parece ser el propósito de su actualización urbana hace cuestionarse a lo largo de este trabajo qué tan prioritario es el interés en torno al habitante en realidad, partiendo de una suscitada necesidad por figuración internacional como estrategia de captación de capitales privados en la ciudad, la cual se promueve como una ciudad ideal para hacer negocios e inversiones, así como para ser sede de grandes eventos, reiterándolo discursivamente sobre una categoría surgida de la nada que ha sabido aprovechar, la <<transformación>> titular como variante o nueva tipología de un turismo que en discurso oficial confunde al no ser claro si es presupuestado, planeado o espontáneo, que surge del desorden y choques de intereses, como el caso de la <<transformación>> de la Comuna 13, pero a la vez es útil como axioma y slogan de mercado.

La <<transformación>> que además se asume como logro concluido es lo que abarca todo en uno, la rehabilitación social por medio de la efectividad de la puesta en marcha de proyectos urbanos de vanguardia global, además del civismo traducido en ciudadanía, los nuevos procesos creativos entendidos como culturales, la asepsia urbana y la defensa y orgullo a ultranza de los ciudadanos para con su ciudad, que hacen de esta tipología una especie de patrimonio alternativo, equiparable a los patrimonios tradicionales de la ciudad, pero a su vez no des-usa los valores discursivos “paisas” para sustentar tales logros.

Esa entereza que permite a la ciudad mutar positivamente incluso ante el peor de los panoramas, como lo era hace no más de veinte años, es lo que se supone atrae miles de visitantes diarios a la ciudad y al sector de las Escaleras Eléctricas en las Independencias de la Comuna 13.

Sin embargo, una cosa es como se proyecta en este caso la retórica institucional de la ciudad y su intento por oficializarse y otra muy diferente como terminan siendo las

motivaciones del turista dirigidas más a una práctica voyerista por testificar la cercanía al caos de los años 80 y 90 del siglo XX y algunas supervivencias o prácticas relacionadas.

Es decir, ¿es en realidad la transformación social y urbana lo que motiva al turista a visitar la ciudad? O ¿es un patrimonio *otro* o turismo oscuro lo que termina movilizándolo a los turistas a visitar la ciudad? Como también ¿se puede asumir la transformación como un logro concluido gracias al proyecto de ciudad?

Durante el ejercicio etnográfico de trabajo de campo se realizaron encuestas a turistas en inmediaciones a la estación de metro San Javier como en alrededores de las Escaleras Eléctricas, si bien las preguntas eran abiertas, en un formato cualitativo, la mayoría de los turistas confirmaban que dentro de sus motivaciones de visita a la ciudad estaban vinculadas a la figura de Pablo Escobar, el tour o tours que hay de Pablo Escobar (guías del grafitour también manifestaron la constante vinculación errónea del grafitour o de la Comuna 13 con Pablo Escobar por parte de algunos turistas) como también se dejaba en claro la influencia de series televisivas con temática narco, películas e incluso por la influencia de letras de reggaetón.

Si bien, dentro del ejercicio nadie manifestó las drogas, su fácil acceso y bajos precios, u otros intereses como el turismo sexual, Medellín también es buscada por garantizar esto dentro de su portafolio de diversión, así lo advierte la Oficina de las Naciones Unidas contra las Drogas y el Delito unodc (2013):

Este fenómeno se describe como una corriente turística en la que personas nacionales y extranjeras visitan una o varias zonas específicas de un país, con la intención de adquirir, consumir y transportar drogas, principalmente marihuana, cocaína y heroína, e incluso de visitar plantaciones y laboratorios clandestinos para conocer el proceso de elaboración. Los factores que caracterizan estas zonas y que se confirman con los hallazgos de este estudio, son entre otros: 1) La imagen clandestina que se ofrece al viajero, con esta motivación del destino como un lugar en el que es posible adquirir sustancias psicoactivas de alta calidad y precios favorables para el consumidor, 2) la Percepción de una frágil acción y/o complicidad por parte de las autoridades locales frente a la venta y el consumo, especialmente cuando se trata del control de ciudadanos extranjeros 3) la disminución del riesgo social para el turista o viajero al encontrarse en un espacio

lejano a su cotidianidad, que lo desinhibe frente a factores de riesgo asociados a lo ilícito (p. 5).



Figura 15. Panfletos en inmediaciones al Parque Lleras.
Fotografía tomada por: Juan Diego Rojas (2018)

Así mismo, la etnografía virtual también fue un recurso usado en el presente proyecto de investigación, en el que en plataformas como YouTube se pudo constatar esta visión de ciudad, donde algunos canales de blogueros¹⁰ internacionales, angloparlantes, abiertamente comparten su experiencia como turista en la ciudad, haciendo recomendaciones de que hacer y qué no hacer, aconsejan sobre drogas de calidad y a precios bajos, donde no comprar para evitar pagar precios inflados solo por ser turistas y hablar un idioma distinto al local, como también consejos sobre todo lo relacionado al turismo sexual, como acceder a precios más económicos, donde, entre otros. Resaltando evitar el acceso a este mercado en contextos donde les cobraran los habituales precios de sus países de origen.

En la mayoría de este contenido virtual se genera en los comentarios debates donde se revalida el contenido, se comparten más experiencias o quienes a partir de dicho

¹⁰https://www.youtube.com/watch?v=ZL23nJI4_Q8
<https://www.youtube.com/watch?v=1828hUGMX-U>

contenido estando a punto de arribar a la ciudad agradecen la información. Uno de los videos adjuntos en el pie de página (1) << DON'T PAY THE GRINGO PRICE IN MEDELLÍN COLOMBIA>> lejos de ser un contenido desapercibido llega a las 176. 454 visualizaciones y a los 796 comentarios con 3. 189 “me gusta”, si bien solo se toma este como ejemplo, hay cantidad de videos y canales con el mismo enfoque realizado por extranjeros que comparten su conocimiento y experiencia de estos temas en la ciudad. También hay que decir que hay contenido en la plataforma YouTube alusivo a la transformación de la ciudad, muchos de ellos por canales institucionales, urbanos, de prensa, extranjeros que brevemente narran el antes y el después de la ciudad, sin embargo, no tienen el mismo seguimiento y volumen de los anteriores enfoques. Frente a esto podríamos apoyarnos en lo que expone la unodc (2013):

La Fase de rastreo en Internet permitió encontrar blogs, desde buscadores nacionales y con ip internacionales, donde turistas extranjeros de los dos perfiles mencionados (empresarios y mochileros) describen a Medellín como la ciudad de las drogas y el sexo y hacen pública la experiencia que tuvieron en la ciudad, siendo generalizada la mención de los bajos costos y fácil acceso a sustancias psicoactivas y servicios sexuales, lo que hace evidente que en la cadena de valor de los dos mercados, la distancia entre la comercialización y el consumo es mínima y el acceso a bienes y servicios propios de estas dinámicas delictivas se da en referentes espaciales compartidos. (p. 30).

Es decir, partiendo de la premisa que más allá de los esfuerzos por alivianar las cargas morales descargándolas en la narrativa de la <<transformación>> que se le quiere introyectar al turista, a este último eso es lo menos en lo que pretende inmiscuirse, ya que incluso una de las razones de su movilización a la ciudad es recrear por sí mismo lo que veía en sus pantallas de televisión gracias a las narco series o narco novelas, cortos o videos musicales con estribillos haciendo alusión a experiencias con droga de la ciudad o paisajes barriales de la misma, al igual que sus mujeres como objeto sexual. Esta idea se podría reforzar con lo que plantea Prats (1997):

Con el turismo y la televisión podemos decir, pues, que además de nuestra vida cotidiana, vivimos otras dos realidades ajenas a través de los «viajes» materiales o virtuales. Esto nos ha habituado también a convertir la realidad en espectáculo, es decir a que todo (incluso la guerra y la miseria) podamos

contemplantlo como espectadores, a la vez que la economía de mercado nos ha acostumbrado a que todo (también la guerra y la miseria) pueda convertirse en artículo de consumo (aunque sea también como espectáculo), es decir, se pueda adquirir con dinero. Esta dinámica afecta también al ámbito del patrimonio. No solo cuadros y monumentos, sino fiestas y tradiciones, procesos productivos y culturas enteras se han convertido en espectáculos, en artículos de consumo, ya sea para la televisión, ya sea para el turismo cultural (mucho más auténtico), hasta el punto de que, para muchas comunidades se ha convertido en el único —o principal— modus vivendi (p. 40-41).



Figura 16. Pantallazo al buscar (#Comuna13). Recuperado de: Facebook (2018)

El turismo en su esencia es un ejercicio voyerista en el que el turista experimenta una cercanía con esa otredad prefabricada pasajera, sin involucrarse demasiado con el otro, en la que dichos escenarios se teatralizan dando potencia a las preconcepciones del visitante. La transformación surge entonces como una retórica interna en la que se dispersan la responsabilidad de cargar con esas reales intenciones que movilizan al turista a Medellín y a la Comuna 13, donde cuenta con una escena tematizada que sustenta los relatos que va a oír y este puede presumir de una sensación riesgosa y a la vez excitante en la que salir vivo es casi una odisea, frente a sus pares que aún no han vivido dichas experiencias, además de corroborar la oferta de drogas, su fácil acceso y alta calidad.

En cuanto a la transformación como logro concluido y slogan de un exitoso resultado gracias a los proyectos urbanos de ciudad, se podría cuestionar según cifras basadas en fenómenos como homicidios y desplazamiento forzado intraurbano que nos muestra un protagonismo constante de la Comuna 13 en estos índices del periodo 2016 al 2019 de acuerdo con las cifras del observatorio <<SISC>>:

Tabla 34. Desplazamiento forzado intraurbano: Comunas expulsoras 2016 – octubre de 2019

| Comuna expulsora | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | Total | % Part tota |
|---------------------------|------------|-------------|-------------|------------|--------------|-------------|
| Popular | 47 | 53 | 60 | 45 | 205 | 5% |
| Santa Cruz | 31 | 30 | 27 | 28 | 116 | 3% |
| Manrique | 41 | 44 | 50 | 30 | 165 | 4% |
| Aranjuez | 29 | 16 | 24 | 15 | 84 | 2% |
| Castilla | 32 | 33 | 18 | 12 | 95 | 2% |
| Doce de Octubre | 50 | 38 | 36 | 28 | 152 | 4% |
| Robledo | 55 | 113 | 78 | 58 | 304 | 8% |
| Villa Hermosa | 69 | 64 | 53 | 85 | 271 | 7% |
| Buenos Aires | 14 | 31 | 17 | 19 | 81 | 2% |
| La Candelaria | 10 | 15 | 16 | 12 | 53 | 1% |
| Laureles Estadio | 1 | 1 | 3 | | 5 | 0% |
| La América | 5 | 2 | 7 | 3 | 17 | 0% |
| San Javier | 98 | 102 | 295 | 149 | 644 | 17% |
| El Poblado | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | 0% |
| Guayabal | 3 | 8 | 9 | 4 | 24 | 1% |
| Belén | 24 | 90 | 41 | 48 | 203 | 5% |
| San Sebastián de Palmitas | 0 | 0 | 0 | 0 | - | 0% |
| San Cristóbal | 54 | 79 | 71 | 67 | 271 | 7% |
| Altavista | 22 | 117 | 105 | 83 | 327 | 8% |
| San Antonio de Prado | 18 | 14 | 23 | 8 | 63 | 2% |
| Santa Elena | 3 | 13 | 5 | 4 | 25 | 1% |
| SIN DATO | 143 | 223 | 236 | 158 | 760 | 20% |
| Total general | 751 | 1087 | 1175 | 857 | 3.870 | 100% |

Fuente: Diagnóstico Base Equipo de Atención y Reparación a Víctimas del Conflicto Armado, 17 de noviembre de 2019

Construcción: Secretaría de Seguridad y Convivencia, SISC

Figura 17. Tabla desplazamiento forzado intraurbano: Comunas expulsoras 2016-2019. Fuente: Alcaldía de Medellín, Indicadores (SISC) de Seguridad y Convivencia 2016-2019

Dentro de ese periodo de cuatro años, donde la Comuna 13 lleva la delantera incluso doblando a otras Comunas en desplazamiento forzado intraurbano, es el mismo periodo que el Anuario de Situr (2018) nos mostraba una consolidación y un crecimiento exponencial del turismo en la zona, que a su vez es contrastable con las cifras de muertes violentas en San Javier que obedecen a la lógica de disputas territoriales de grupos armados también incrementadas en el mismo periodo, e incluso dichas cifras han sido cuestionadas por líderes sociales o grupos defensores de derechos humanos de ser

manipuladas¹¹ o maquilladas¹² para no afectar la imagen de la ciudad y de la Comuna 13 como ejemplo de transformación.

Tabla 2. Homicidios por año y por comuna. 2016-2019.

| Comunas con mayor número de concentración de homicidios. | | | | | | | |
|--|----------|---------------|-----------|---------------|-----------|---------------|----------|
| 2016 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | |
| Comuna | Casos | Comuna | Casos | Comuna | Casos | Comuna | Casos |
| La Candelaria | 98 - 18% | La Candelaria | 103 - 18% | La Candelaria | 108 - 17% | La Candelaria | 76 - 15% |
| Castilla | 57 - 10% | Robledo | 71 - 12% | San Javier | 92 - 15% | Belén | 46 - 9% |
| Robledo | 57 - 10% | Belén | 49 - 8% | Robledo | 55 - 9% | San Javier | 42 - 8% |
| San Javier | 38 - 7% | San Javier | 48 - 8% | Altavista | 44 - 7% | San Cristóbal | 36 - 7% |
| Belén | 33 - 6% | San Cristóbal | 38 - 7% | Belén | 41 - 6% | La América | 34 - 7% |

Fuente: INML, SIJÍN, CTI, Secretaría de Seguridad y Convivencia. 2019.

Construcción: Sistema de Información para la Seguridad y la Convivencia (SISC) – Secretaría de Seguridad y Convivencia Alcaldía de Medellín.

Figura 18. Homicidios por año y comuna 2016-2019. Fuente: Alcaldía de Medellín, Indicadores (SISC) de Seguridad y Convivencia 2016-2019

Conclusiones

Una vez desarrolladas dichas cuestiones surgidas a partir del espacio público y la transformación, vale anotar lo inconsistentes que terminan siendo los efectos teniendo en cuenta los discursos del porqué de los objetivos formulados en las reformas urbanas en

¹¹ Vease: <https://www.lafm.com.co/colombia/denuncian-manipulacion-de-cifras-de-asesinatos-en-la-comuna-13>

¹² Si bien estas acusaciones han sido replicadas en distintos medios, no hay evidencias oficiales que den veracidad de esto.

este sector de la ciudad, donde se identifica un problema (falta de espacio público) y se generan nuevos espacios públicos como solución, pero a su vez desde el mismo sector administrativo se brindan dispositivos de apoyo a la comunidad para generar cierta tematización en el sector y ser atractivo para posibles visitantes, como sucedió con la iniciativa <<Medellín se pinta de vida>>.

Lo cual desemboca en apropiaciones del espacio público como medio de subsistencia de la población, además de un traslado del fin que se suponía tendría ese primer objetivo que era generar espacios de encuentro en la comunidad del sector, lo cual se ve trastocado a ser el espacio en el que van a concurrir las rutinas turísticas masificadas, copadoras de tal espacio y reducido solo a las relaciones de mercado.

Convirtiendo así mismo el espacio público en campo de batalla entre quienes se prevén como sus correspondidos, donde se desarrollan disputas por un constructo de propiedad de este, en que el espacio público supuestamente de todos, a su vez los residentes del sector lo reclaman como solo de ellos, pero no de quienes son ajenos al sector o incluso de quienes son extranjeros como los venezolanos inmersos en tales dinámicas.

Sin embargo, algo a resaltar en este punto, es la actitud permisiva con el turismo como tal, es decir, no hay mucha oposición a las dinámicas desenfundadas alrededor del turismo, como el uso del espacio público y privado, la tematización de este a partir de los grafitis y las fachadas coloridas, es decir, una vez hay ya una visita en masa de extranjeros al sector, se concibe como un logro, que seguramente plantea unos sacrificios sociales como los evidentes conflictos en el espacio público.

Lo cual nos hace preguntarnos ¿espacio público para quién? ¿Para qué? una vez desbordado más que el uso, el abuso del espacio público por unos y otros, se pretende regular algo que involucra diversos actores, con diferentes intereses, donde se va a buscar blindar el estatus del turista y por otra parte se va a intentar apelar a la formalización, que sigue siendo una formalización en abstracto que beneficia solo a las empresas consolidadas de renombre, conduciendo así a la monopolización de esta economía emergente y al espacio.

Por otra parte, analizando el uso de la categoría <<transformación>> desde el discurso institucional, se percibe una especie de cortina de humo en la que con esta se

pretende tapar de inmediato realidades que no han cesado y si bien han disminuido, siguen estando preponderantemente marcadas en la lógica de la ciudad, como la violencia, el narcotráfico y el pasado conflictivo que devino en supervivencias estético-discursivas proyectadas en <<narco-cultura>>.

Aunque, si bien para las autoridades administrativas su discurso de transformación se basa en la efectividad de las obras, asumidas y presentadas como no solo física, sino socialmente efectivas, además del valor que le dan las diferentes nominaciones y premiaciones internacionales bastante propagadas con orgullo por los medios de comunicación masiva. Es lo que ha hecho de la transformación una categoría presente en el discurso de ciudad como producto del urbanismo social y su eficacia.

Omitiendo por otra parte que las dinámicas violentas y de narcotráfico persisten en el día a día de la ciudad y simplemente mutan en su *modus operandi*, evidencia de ello son las anuales temporadas violentas que cuasi secuencialmente se presentan en San Javier en alguna parte del año en la que se enfrentan diferentes <<combos>> armados de la Comuna por disputas territoriales y de poder, un conflicto que no es solo por poder y territorio, sino también por plazas de droga, que arroja alzas en cifras de víctimas a lo largo y ancho de la Comuna 13 involucrando en su mayoría a jóvenes menores de edad, donde los comerciantes se ven sujetos a no solo las obligaciones que les implica sus negocios (formales e informales) sino, a deber responder por las diferentes vacunas extorsivas, a las que no son ajenos los guías de los tours y los comerciantes del sector aledaño a las Escaleras Eléctricas y fenómenos como el aún vigente desplazamiento forzado intraurbano que encabeza la Comuna 13 comparado a otras Comunas de la ciudad.

De aquí que se plantee que el supuesto de la <<transformación>> es inerte a los nuevos mecanismos y métodos por los que muta la delincuencia que asumen transformar. Planteándose escenarios de acuerdos y conveniencias entre población civil y tales organizaciones delictivas, así pues, no es muy osado plantear un panorama en el que de día es turismo de <<transformación>> y de noche es <<realidad>>.

Es por eso por lo que los esfuerzos del discurso de la <<transformación>> termina supeditado y opacado por la intención voyerista presente siempre en el turismo, pero en este caso ese voyerismo está repotenciado por lo que el turista ha prefabricado por herramientas massmediáticas generando un fetiche por experimentar cercanías a ese

patrimonio narco y violento que se pretende ahora ocultar detrás de la etiqueta transformadora.

Reflexiones finales

Como se repasa a lo largo del texto, Medellín ha volcado sus esfuerzos administrativos a reinventarse como ciudad basándose puntualmente en su constante enfoque internacionalista en cada Plan de Desarrollo municipal los últimos veinte años.

Esto como una estrategia de gestión pública direccionada a la captación de capitales privados extranjeros, lo cual obedece más que a una nueva tendencia surgida localmente de administrar institucionalmente la ciudad, como se transmite a nivel local (nacional) con la patentada y continuada noción de Urbanismo Social; se encuadra mejor en los proyectos globales de ciudad neoliberal (Harvey, 2008) no inventados por el Urbanismo Social, ni por la administración pública medellinense, sino, a raíz de diferentes crisis municipales en diferentes ciudades del mundo.

Como el caso del modelo New York en la década del setenta, donde una vez desatada la crisis por sobregastos administrativos, además de los altos índices de criminalidad, los propietarios del excedente, quienes en varias ocasiones ya habían volcado sus intereses al rescate de ciudades quebradas y al negocio de los bienes urbanos de forma pasiva; ahora asumirían un rol activo y decisivo en la destinación de recursos, la planeación y ejecución de obras urbanísticas, acrecentando sus capitales y de paso, revalidando la lógica neoliberal en la que el empresariado o los privados superan el poder público y por el contrario, este último queda supeditado al primero.

De igual forma sucedió en Medellín con la matriz <<Urbanismo Social>> una categoría maximalista que acapara todos los problemas y en si misma trae las soluciones (sociales, físicas e institucionales) Medellín contaba con el mismo escenario Neoyorkino, un pasado violento, un panorama gris y poca confianza para atraer atención internacional, gracias al rol empresarial o generadores de ese excedente local, auspiciadores de la ruta para llegar a la meta final internacionalizadora.

Es decir, dicho supuesto nuevo modelo de ciudad tan pautado por Medellín y su <<Urbanismo Social>> más que ser una patente local y una nueva forma de gestionar los recursos públicos de manera transparente e incluyente saldando deudas históricas con la ciudadanía lo que las instituciones le adeudan, es solo el modelo de gestión empresarial de gobernanza urbana antes practicado en diferentes ciudades del globo (Harvey, 1989)

como Paris, Mumbai, Sao Paolo, Dubái, New York, diferentes ciudades de China, entre otras.

De esta forma se puede inferir que el fin último del Urbanismo Social puesto en marcha a través de los proyectos urbanos integrales no necesariamente apunta a recuperar el tejido social como se plantea, o la confianza en las instituciones por medio de obras arquitectónicas de gran escala, sino, atraer el excedente, primordialmente internacional, labor que en este caso herramientas como el <<Bureau Medellín>> suele potenciar.

Dentro de este marco de referencia, la adecuación de equipamientos urbanos se puede interpretar como una generación de buenas impresiones, acompañadas no solo de las obras físicas, sino también de <<cultura>> traducida en civismo, un civismo producto del éxito de las obras urbanas. Lo cual permite pensar una ciudad que gracias a su actualización y su recuperación social, puede insertar dentro de su portafolio de servicios al turismo, que a su vez es un mercado de excedentes, y de esa forma se visibiliza y genera garantías a la comunidad internacional como objetivo global de su modelo de ciudad.

Precisamente el empresarialismo como forma de gobernanza de ciudad es eso, asimilar las relaciones sociales en bienes y servicios, oferta-demanda, anfitrión-huésped, en este caso ciudadano puede significar diversas disposiciones (usuario, servidor, consumidor, anfitrión) donde la ciudad asume el rol de empresa, con diferentes nichos de mercados, turismo posicionado como el más fuerte gracias a su proyecto modernizador de la empresa-ciudad que diversifica la oferta en cada rincón de esta, agotando los diferentes abanicos de posibilidades, hasta configurarse con variadas tematizaciones, reafirmandola como una brindadora de diversión (Lloyd y Clark 2000).

Sin embargo, este paradigma que pretende cualificar unas ciudades con respecto a otras, sobresaliendo sus atributos, más allá de diferenciar, apunta a ser un secuenciador uniforme de ciudades y espacios, encaminados a los ya reiterativos <<distritos>> de *arte*, *culturales*, *creativos*, *innovadores* o ciudades *inteligentes*. O sea, modelos estándar de ciudad. De aquí se sigue que campañas como <<Medellín se pinta de vida>> y la adaptación de espacios de la ciudad para grafitis o murales, más que una iniciativa o invención novedosa local, obedece a la lógica aspirante de distritos como el de *arte*, tal como sucede en Wynwood District en Miami, al igual que sucede con los cada vez más abundantes co-workings en la ciudad o las zonas de complejos de edificios modernos destinadas a la innovación o tecnología.

Ahora bien, este marco de referencia ayuda a entender a qué obedecen las transformaciones urbanas en sectores como las Independencias de la Comuna 13 con sus Escaleras Eléctricas y Viaductos de media ladera, parte del proyecto urbano integral del mismo sector, articulado al sistema de transporte metro.

Configurando así espacios de recreo destinados al turismo y al llamado de atención de la comunidad internacional por cuenta de las <<mega-obras>>, tal posicionamiento turístico a nivel global se da gracias a halagos de la prensa nacional e internacional, los primeros resultados de la apuesta internacionalista que ve en la ciudad una organizadora de mega-eventos que reivindican el compromiso urbano.

Si bien al comienzo de esta investigación, en la fase de diseño del proyecto y del trabajo de campo mismo, se planteaba hacia un interés por ahondar en dirección de una Antropología del Turismo, poco a poco, el horizonte investigativo se fue encaminando orgánicamente en torno a un enfoque desde la Antropología Urbana.

Esto sucede precisamente al articular hechos y parte de la teoría que permite concebir esta visión del turismo en ciudad no como un hecho fortuito y espontáneo que sucede de la nada, al cual solo basta sustentarlo con teoría de turismo. En contravía, obedece a la ola global de planeamiento de ciudades empresariales homogéneas gestoras de capital en los diferentes escenarios posibles, dejando así, un cada vez más limitado margen de derecho a la ciudad y de ese derecho a que se construya pensando en sus habitantes y no a las lógicas del capital.

Así, al ser la ciudad una recreación del hombre mismo (Park, 1999: 115). Bajo la nueva racionalidad urbano-científica a la que se somete Medellín, invierte esta figura, siendo ahora los ciudadanos una recreación de los planificadores urbanos, desde arriba, es decir una relación unilateral. Desde el plano <<concebido>>.

Sin embargo, sobre la marcha a adentrarnos a esos procesos de posicionamiento en el turismo global de un sector que históricamente ha estado ligado a estigmas, cargas negativas, un pasado violento, problemas de todo tipo. Es donde coinciden diferentes contradicciones que son básicamente el sustrato sobre el cual se ubica el objeto de este trabajo y a la vez se desencadenan diferentes discusiones.

La más potente y central de estas contradicciones es el pasado violento de la obra urbana, que si bien es un obstáculo como se subraya en el primer capítulo, del cual la

racionalidad-urbana busca zafarse e intentar una nueva consciencia colectiva omitiendo dicho pasado. Por otra parte, es ese uno de los capitales simbólicos de los que se vale el turismo, generado contrario a la ultra-planificación urbana, de manera espontánea por la comunidad; que no bastaba con el monumentalismo de las obras, necesitaba algo más, un impulso, de hecho es hasta después del año 2014, cuatro años después de la entrega de la obra, que la comunidad en general de las Independencias ve en su pasado violento una posibilidad de construir un bien mercadeable.

Uno de los ejes que dio ruedo a la pregunta de investigación es precisamente ese choque de trenes entre la racionalidad urbana y la resignificación simbólica que la comunidad le da a las obras, contrariando así la narrativa urbanista y re-hacedora de una nueva ciudad. Ya que de esta forma tal resignificación trae a colación debates morales alrededor de lo que se debe y no proyectar como ciudad, junto a posibilidades de construcción de un patrimonio llámese alternativo¹³, que incomoda las aspiraciones de no solo modernizar una ciudad como Medellín, sino borrar así malestares históricos con los que ha cargado y así enterrarlos de una vez por todas. Es decir, la racionalidad urbana, por una parte, pretendiendo enterrar ese <<muerto>>, pero, por otra, la comunidad lo <<revive>> para valerse de éste simbólicamente sobre lo infraestructuralmente realizado, lo cual lleva a reflexionar que la obra en sí, la cosa, no es en sí misma un algo, hasta que la gente lo dota de significado, es decir, todo un proceso ontológico.

De aquí la tensión generada entre ambas orillas, una por monopolizar el contenido gestionado por la comunidad a narrar y proyectar a los turistas con ánimos de redireccionar lejos de la re victimización y sí más afín al optimismo y el simplismo del discurso oficial de transformación. Además de la puja por la organización con miras a formalizar las iniciativas desbordadas de turismo informal, reafirmando así la lógica empresarista de ciudad contraria al afeamiento de los espacios intervenidos producto del desorden desmedido del turismo bajo el cual la comunidad busca ampararse. Mientras estos reclaman su autonomía sobre un ejercicio que ellos mismos generaron, si bien,

¹³ Del actual proyecto de grado surgió el capítulo: *Activación y consolidación de un patrimonio incómodo, construido sobre la memoria del narcotráfico y la violencia, en Medellín* (2020). En colaboración con Darío Blanco Arboleda, asesor además del proyecto. Del libro <<Un informe y siete ensayos relacionados con la patrimonialización y la ciencia abierta en la Universidad de Antioquia (2017-2027)>> en cabeza de Sofía Botero.

vinculado al usufructo de la obra, alegan la autogestión de la atención ahora devengada a raíz de la significación que ellos mismos le dieron a tal.

En este punto vale hacer un ejercicio de reflexividad y pensar en cómo las contradicciones sociales son un insumo epistemológico constante, que nos pasa en ocasiones desapercibida su naturaleza misma, donde a partir de tales figuras dialécticas, su síntesis termina siendo un resultado realmente útil para entender realidades, lo cual a manera personal me hace ser más consciente que nunca de una antropología de las contradicciones sociales.

Así mismo, en este proceso y en el acercamiento a diferente producción bibliográfica es constante la sorpresa o el planteamiento de relaciones donde se evidencia la reificación del sujeto o la mercantilización de una u otra cosa, lo cual invita a plantear preguntas como ¿no es todo ya precisamente eso? ¿No hacemos parte ya de una sociedad totalmente mediada por el capital hasta en el más simple de los escenarios? ¿No somos cosas ya designadas y asignadas por dinero? Entendiéndose esto como un logro neoliberal.

Por otra parte, cabe anotar la tendencia a reducirse la Comuna 13 al paisaje barrial de las Independencias, escenario de interés de este trabajo, que si bien se alude constantemente a la Comuna 13, se hace por los proyectos urbanos integrales desarrollado en esta Comuna y por la obvia pertenencia del sector Independencias a la misma. Sin pasar por alto o pretender transmitir que solo esto es Comuna 13, esta Comuna como bien se anota en la introducción comprende diferentes sectores y barrios, en los cuales no todo es marginalidad o donde claramente sus pobladores no están sujetos a las mismas condiciones de vida, suele pasar desde el boom de las Escaleras Eléctricas reducirse <<Comuna 13>> al costado del sector las Independencias, el paisaje reformado, omitiéndose así los otros sectores que pertenecen a la Comuna e incluso quedando relegados, al igual que la construcción de un imaginario de lo que engloba esta designación que pasa por alto sectores en los que las condiciones de vida están muy lejanas a los morros de la Comuna, como sucede en San Javier N° 1 y N° 2, sectores en los que fácilmente la estratificación llega a 4 y gozan de un paisaje urbano de amplias paseos urbanos y mayor cercanía a los beneficios de los P. U. I. Además de ser la zona mayormente gentrificada en los últimos 6 años.

Si bien las industrias culturales y su carácter estandarizador encogiendo y aglomerando todo lo que se pueda dentro de la ya convertida y manoseada muletilla

<<cultural, cultura>> tiene mucho que ver en el impulso dado a la provocación del turismo en las Independencias. La resignificación de las obras y la instrumentalización de la comunidad para gestionar un patrimonio alternativo con estas, es un patrón replicado en toda la ciudad, se puede ver con la diversificada oferta de tours entorno a la figura Pablo Escobar al igual que con los informes de la (Unodc, 2013) que muestra cual sigue siendo el patrón motivacional de preferencia para visitar Medellín, lejos de conocer la <<cultura>> la pujanza, resiliencia o transformación de la ciudad, la intención sigue estando vinculada al morbo y a recrear lo que el cine, las series televisivas, la música, los videos musicales invitan a comprobar en la ciudad, ya consumible en diferentes formatos, sean tours, sitios clandestinos, prostitución, droga, entre otros.

Es decir, una reafirmación del patrimonio alternativo construido y resignificado en contraparte de la racionalidad urbana y los presupuestos discursivos de la administración pública de la ciudad.

Así, la categoría <<transformación>> no solo queda en entredicho, sino demuestra el carácter conflictivo que genera de puertas hacia adentro, donde si bien plantea acabar por si sola problemas de raíz solventada en el supuesto de la efectividad del Urbanismo Social, queda expuesta por el carácter adaptativo del conflicto casi inerradicable de la ciudad a manos de supervivencias del narcotráfico, la violencia, que toman diferentes formas de operatividad, diferentes a su anterior exposición, devenidas además en estética narco comercializada, que a la vez se pretende ocultar, pero las mismas cifras oficiales (SISC, 2019) sustentan lo contrario.

Para terminar, de esa forma la <<cultura>> de ciudad gestada por el urbanismo social termina siendo un inventario de espectacularidades estratégicamente ubicadas a lo largo y ancho de la ciudad, consolidando una ciudad juguete hiperrealista (Eco, 1999, 28-29) donde el iconismo de un todo-falso, ambientado además por sus ciudadanos se compra como verdadero por sus visitantes, es decir, toda una puesta en escena que sus mismos locales terminan asimilando sin ningún reparo, o sea, una disneyzación de la ciudad.

De esta forma, Medellín y sus iconismos ubicados predispuestamente con cierta armonía de distancias en su espacio geográfico, también se podría interpretar como una extensión de <<no lugares>> donde ya a la vez que se es transeúnte, también se es un contemplador y consumidor de atractivos, donde incluso sus herramientas de transporte

masivo están monumentalizadas, sin importar que tan cotidianas sean. Augé (2000) lo expresa así:

Se ve claramente que por "no lugar" designamos dos realidades complementarias pero distintas: los espacios constituidos con relación a ciertos fines (transporte, comercio, ocio), y la relación que los individuos mantienen con esos espacios. Si las dos relaciones se superponen bastante ampliamente, en todo caso, oficialmente (los individuos viajan, compran, descansan), no se confunden por eso pues los no lugares mediatizan todo un conjunto de relaciones consigo mismo y con los otros que no apuntan sino indirectamente a sus fines: como los lugares antropológicos crean lo social orgánico, los no lugares crean la contractualidad solitaria (P. 98).

Es decir, esta ampliación de <<no lugares>> que de ser espacios de tránsito, pasan a estar expandidos en un infinito de espacio y práctica, permiten la escenificación no solo de lo falso, sino incluso de lo cotidiano, desembocando en lo que el mismo (Augé, 1998, 32) llama "desrealización de la realidad".

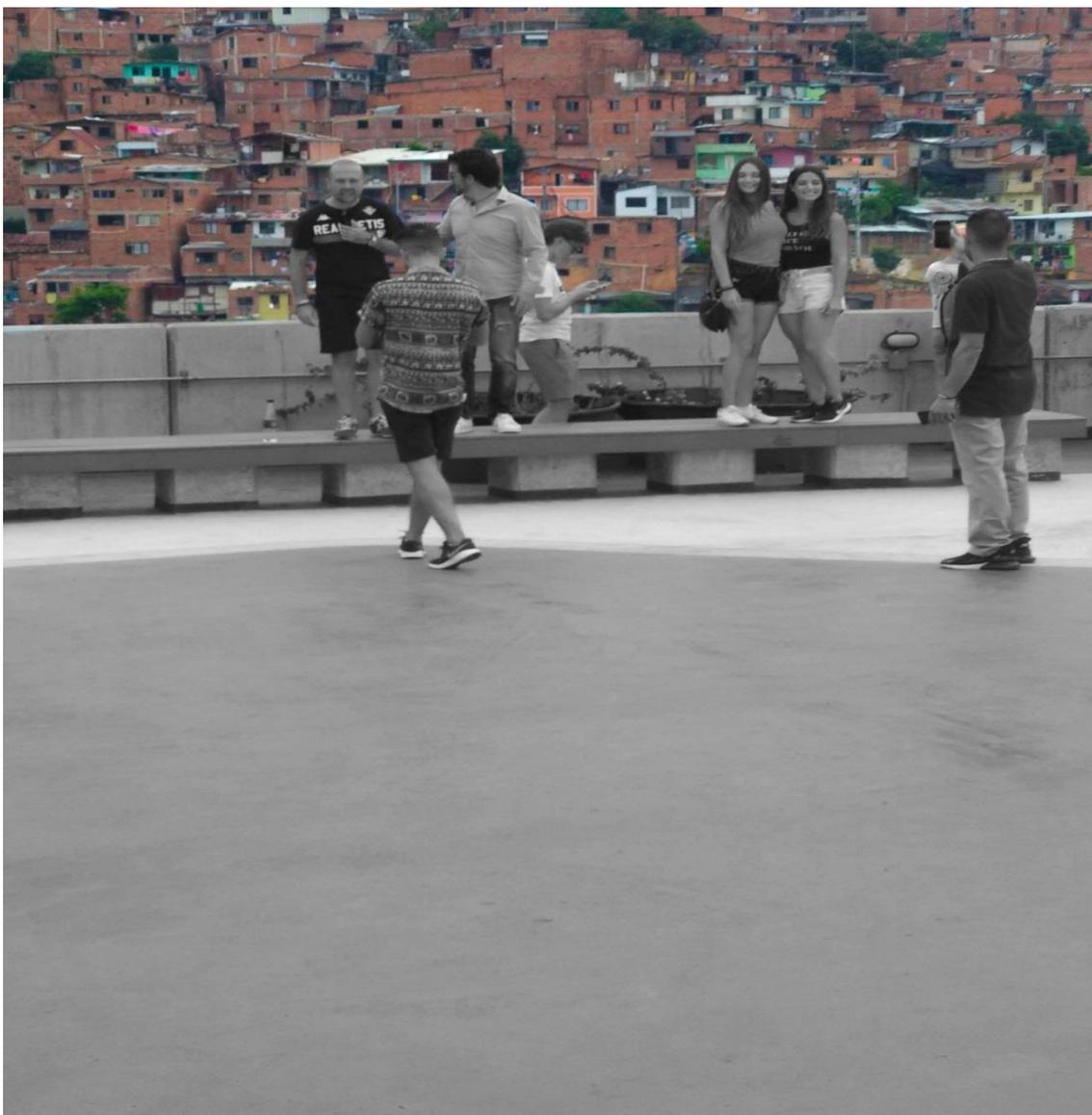


Figura 19. Turistas haciendo fotos con el paisaje barrial de fondo. Fotografía tomada por: Juan Diego Rojas (2018)

Bibliografía

- Acosta, J. E. (2020). Arte Urbano y Turismo: Teufelsberg (Berlín, Alemania) y la Comuna 13 de Medellín (Colombia) Tesis de grado en Publicidad. Universidad de Valladolid.
- Acuerdo municipal N° 012. (2001). Por medio del cual se adopta el Plan de Desarrollo 2001 – 2003 Medellín Competitiva. Consejo de Medellín. Recuperado de: https://www.medellin.gov.co/normograma/docs/astrea/docs/A_CONMED_0012_2001.htm
- Acuerdo municipal N° 014. (1998). Por medio del cual se adopta el Plan de Desarrollo Por una ciudad más Humana. Consejo de Medellín. Recuperado de: https://www.medellin.gov.co/normograma/docs/astrea/docs/A_CONMED_0014_1998.html
- Acuerdo municipal N° 078. (2013). Por medio del cual adoptan las bases de la política pública “Medellín: Ciudad Turismo Corporativo: Grandes Eventos y Eventos de conocimiento”. Recuperado de: https://www.medellin.gov.co/normograma/docs/astrea/docs/A_CONMED_0078_2013.html
- Acuerdo municipal N° 20. (2015). Por el cual se adopta la Política Pública de Turismo para el Municipio de Medellín. Recuperado de: https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportaldelCiudadano_2/PlandeDesarrollo_0_15/Publicaciones/Shared%20Content/GACETA%20OFICIAL/2015/Gaceta%204330/ACUERDO%200020%20DE%202015.pdf
- Alcaldía de Medellín (2019). Indicadores de Seguridad Y Convivencia Enero de 2016 a Octubre de 2019. Sistema de Información Para la Seguridad y la Convivencia SISC. Medellín: Alcaldía de Medellín.
- Alcaldía de Medellín. (2002). Decreto No. 158: Por medio del cual se modifican los estatutos de la Promotora Inmobiliaria de Medellín y se cambia su denominación.
- Alcaldía de Medellín. (2008). Plan de Desarrollo 2008-2011: “Medellín es solidaria y competitiva”. Recuperado de <http://www.medellincomovamos.org/el-plan-de-desarrollo-2008-2011-medell-n-essolidaria-y-competitiva>
- Álvarez López, C. (2019). Apropiación del espacio público por prácticas de turismo en el barrio Las Independencias, comuna 13 de Medellín. Tesis de Grado Sociología, Universidad de Antioquia.
- Ascher, F. (2004). Los nuevos principios del urbanismo. Madrid: Alianza.
- Augé, M. (1998). El viaje imposible. El turismo y sus imágenes. España: Editorial Gedisa.

- Augé, M. (2000). Los «No Lugares» Espacios del Anonimato. Una antropología de la Sobremodernidad. España: Editorial Gedisa.
- Brand, P. (2013). *Governing Inequality in the South Through the Barcelona Model: “Social Urbanism” in Medellin, Colombia*. Interrogating Urban Crisis: Governance, Contestation, Critique. Montfort University, Leicester. Recuperado de: <http://www.dmu.ac.uk/documents/businessandlawdocuments/research/lgru/peterbrand.pdf>
- COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1801. (2016). la cual se expide El Código de Policía y Convivencia. Bogotá, D.C.
- COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 388. (18, julio, 1997). Por medio de la cual se modifica la Ley 9 de 1989, y la Ley 2 de 1991 y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial. Bogotá, D.C., 1997. No. 43091.
- Comaroff. J; Comaroff. L. (2011). Etnicidad S. A. Madrid: Katz.
- Consejo de Medellín. (2012). Sesión ordinaria Acta: 014: Invitación Recorrido en la obra “Senderos de Conexión Independencias I” – Escaleras eléctricas al aire libre en la comuna 13.
- Corporación Jurídica Libertad. (2012). Informe realizado en el marco de la comisión internacional de esclarecimiento sobre graves violaciones a los derechos humanos en la Comuna 13 de Medellín durante los años 2002 y 2003.
- Cunin. E, Rinaudo. C (2013). Visitas guiadas y marketing de la diferencia en Cartagena de Indias. Centralidades históricas en transformación, Olacchi, pp.441-462. halshs-01082622. Colombia.
- De la Torre, O. (1980). Turismo, fenómeno social. México: Fondo de cultura económica.
- Delgado, M. (2011). El Espacio Público Como Ideología. España: Los libros de catarata.
- Diario Kien y Ke (2013). «El hombre que sembro una escalera eléctrica en la Comuna 13». (Disponible en línea: <https://www.kienyke.com/historias/el-hombre-que-sembro-una-escalera-electrica-en-la-comuna-13>). Consultado en noviembre del 2020.
- Echeverri Restrepo, A; Orsini, M. (2010). Informalidad y urbanismo social en Medellín. En: Hermelin Arboux, Michel *et. al.* (eds.). *Medellín: Medio Ambiente, Urbanismo y Sociedad* (pp. 130-152). Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT, Centro de Estudios Urbanos y Ambientales-Urbam.
- Echeverría, M; Bravo, M. (2009). Balance sobre el Plan Estratégico de Medellín y el Área Metropolitana. Medellín, Colombia.

- Eco, U. (1999). *La estrategia de la ilusión*. España: Editorial Lumen S. A.
- Entrevista Subsecretaría de Espacio Público. (2019). *Instalaciones Subsecretaria de Espacio Público, Líder unidad aprovechamiento de espacio público*.
- Entrevista 1 del E. D. U. (2019). *Instalaciones E. D. U, funcionario Arquitecto*.
- Entrevista 2 del E. D. U (2019). *Instalaciones E. D. U, funcionario Jefe de Comunicaciones*.
- Entrevista comerciante ambulante. (2019). *Viaducto Independencias, vendedor ambulante de souvenirs*.
- Entrevista habitante del sector. (2019). *Tienda el mirador de la 13, habitante del sector, comerciante y madre de un guía*.
- Entrevista integrante Casa Kolacho (2019). *Instalaciones Casa Kolacho, Líder y Administrador de la sede física*.
- Entrevista Subsecretaria de Turismo. (2019). *Instalaciones Subsecretaria de Turismo, funcionario*.
- Fagerlande, S. M. R. (2017). *La favela es un escenario: la tematización y puesta en escena en las favelas de Río*. *Revista de Arquitectura*, 19 (1) 6-13. <http://dx.doi.org/10.14718/RevArq.2017.19.1.90>.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: and How it's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, New York, Basic Books.
- Franco, D. (2020). *Por arte de barrio. Los jóvenes voluntarios de la 'Y' y sus acciones colectivas en la Comuna 13 de Medellín*. *Universidad del Rosario*.
- Frigolé, J. (2014). *Retóricas de la autenticidad en el capitalismo avanzado*. *ENDOXA*, 0(33), 37.
- García Canclini, N. (2004). *Diferentes, Desiguales y Desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Buenos Aires: Gedisa.

- García Canclini, N. (2001). *Culturas Híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Argentina: Editorial Paidós.
- Giménez, G. (2001). *Cultura, territorio y migraciones. Aproximaciones teóricas, Alteridades*, vol. 11, núm. 22, pp. 5-14 Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa Distrito Federal, México.
- Giraldo, C, Van Broeck, A y Posada, L. (2014). «El pasado polémico de los años ochenta como atractivo turístico en Medellín, Colombia». *Anuario Turismo y Sociedad*, Vol. xv, Medellín, pp. 101-114.
- Harvey, D. (1989). From managerialism to entrepreneurialism: The transformation in urban governance in late capitalism. *Geografiska Annaler. Series B, Human Geography*, v. 71, n° 1, 3-17. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.2307/490503>.
- Harvey, D. (2008). *La Libertad de la Ciudad*. Antípoda. *Revista de Antropología y Arqueología*, (7), 15-29. [Fecha de Consulta 5 de Febrero de 2021]. ISSN: 1900-5407. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=814/81411812003>
- Heinich, N. (2012). *La fabrique du patrimoine*. Paris: Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme.
- Horkheimer, M; Adorno, T. (1988). *Dialéctica del iluminismo*, Buenos Aires: Sudamericana.
- J. D. Rojas; Blanco, D. (2020). *Activación y consolidación de un patrimonio incómodo, construido sobre la memoria del narcotráfico y la violencia, en Medellín. Un informe y siete ensayos relacionados con la patrimonialización y la ciencia abierta en la Universidad de Antioquia (2017-2027)* (pp. 252-275). Universidad de Antioquia.
- Jaimes, J. A. (2015). *Contrapunteo Entre los Discursos Sobre Violencia en el Tiempo, Crónicas Independientes, y el Hip Hop de la Comuna 13 de Medellín, 2002-2012*. A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of doctor of philosophy. The University Of British Columbia.
- Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio*. Madrid: Capitan Swing.
- Lloyd, R; Clark, T. (2000). *The city as an entertainment machine, prepared for presentation at the annual meeting of the american sociological association, the University of Chicago*.
- López Zapata, L. V., Sepúlveda, W. M., & Gómez-Gómez, J. S. (2018). *Percepción del paisaje desde la mirada del turista de algunos espacios de transformación urbana*

de Medellín, Colombia. *Territorios* (39), 175-202.
doi: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.5629>.

- Martin, G. (2013). Medellín: Tragedia y resurrección. Mafia, ciudad y Estado 1975-2012. Bogotá, D. C: Planeta.
- Marx, Karl (2008). Contribución a la Critica de la Economía Política. México: Siglo XX Editores.
- Montoya Restrepo, N. (2014). Urbanismo social en Medellín: una aproximación desde la utilización estratégica de los derechos. *Estudios Políticos*, 45, Instituto de Estudios Políticos, Universidad de Antioquia, pp. 205-222.
- Naef, P. (2018). Touring the ‘comuna’: memory and transformation in Medellín, Colombia. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 16(2), 173–190.
- Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito unodc (2013). Estudio exploratorio descriptivo de la dinámica delictiva del tráfico de estupefacientes, la trata de personas y la explotación sexual comercial asociada a viajes y turismo en el municipio de Medellín, Colombia.
- Park, R. (1999). La ciudad y otros ensayos de ecología urbana. Barcelona: Ediciones del Serbal.
- Pineda, H. (2016). Clúster, política de internacionalización y promoción de la ciudad de Medellín. *En-Contexto*, 4(5), 83-98.
- Prats, L. (1997). Antropología y Patrimonio. Barcelona: Editorial Ariel.
- Quinchía Roldán, S. (2011). Discurso, ideología y poder en la producción de ciudad: un acercamiento a la práctica discursiva del urbanismo social en la ciudad de Medellín, 2004-2011. (Tesis de grado Maestría en Estudios Urbano-Regionales). Medellín: Universidad Nacional de Colombia.
- Rojas, J. D; Blanco, D. (2020). Activación y consolidación de un patrimonio incómodo, construido sobre la memoria del narcotráfico y la violencia, en Medellín. Un informe y siete ensayos relacionados con la patrimonialización y la ciencia abierta en la Universidad de Antioquia (2017-2027) (pp. 252-275). Universidad de Antioquia.
- Rojas, J. (2019). Sistematización Diario de Campo.
- Rojas, L, D. Henao, D. García, & J. C. Monroy. (2017). Casa Kolacho: Participación Ciudadana y Narrativas Transmedia en la Comuna 13 de Medellín-Colombia. En *New Concepts and Territories in Latin America Nuevos Conceptos y Territorios en América Latina* (pp. 559-580). Editorial Pagina 42.

- Salazar, N. (2006). Antropología del Turismo en Países en Desarrollo: Análisis Crítico de las Culturas, Poderes e Identidades Generados por el Turismo, Tabula Rasa No.5: 99-128, Bogotá, Colombia.
- Silva, A. (2006). Imaginarios Urbanos. Bogotá: Arango Editores Ltda.
- Silva, A. (2008). Los Imaginarios nos habitan. Ecuador: FLACSO.
- SITUR. (2019). Informe Diciembre 2018. Recuperado de: <http://situr.gov.co/publications/viewpublication/8/448>
- SITUR. (2019). Comuna 13 memoria y transformación Comuna 13: memory and transformation. http://situr.gov.co/upload/publications/documents/201911141411040000001572983786014_Guion%20Comuna%2013.pdf
- Smith, N. (2012). La nueva frontera urbana. Ciudad revanchista y gentrificación. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Upegui, L. (2019). Equipamientos Sociales Y Resignificación del Espacio: Experiencia de la Comuna 13 – San Javier en Medellín 2005-2015. Tesis de grado Maestría. Universidad Nacional de Colombia.
- Vargas Zuluaga, M. (2013). Coreografías urbanas del desprecio. Estéticas neo-barrocas en la ciudad de Medellín. Ciencias sociales y educación. Vol. 2, N° 4, Universidad de Medellín, Medellín, Colombia.
- Velásquez Monsalve, E. (2011). El urbanismo social: construyendo el puente entre la seguridad humana y el derecho a la ciudad. En: Alcaldía de Medellín. Laboratorio Medellín Catálogo de diez prácticas vivas (pp. 14-15). Medellín: Mesa.
- Zapata Cortés, O. (diciembre, 2015). La internacionalización de Antioquia en el marco institucional. *Ánfora*, 22(39), 45- 69. Universidad Autónoma de Manizales. ISSN 0121-6538.
- Zapata, M. (2013). Las estrategias estéticas en la publicidad: un recorrido por los juegos de persuasión. Tesis para optar al título de Magister en Estética. Universidad Nacional de Colombia. Sede: Medellín.