

# La declaratoria del centro histórico y el marketing turístico como indicadores de la gentrificación en Santa Fe de Antioquia, una lectura desde el paisaje artificio<sup>1</sup>

*The declaration of the historic center and the tourism marketing as indicators of gentrification in Santa Fe de Antioquia, a reading from artifice landscape*

Recibido 12/08/2016 Aprobado 21/09/2016

ICONOFACTO VOL. 12 N° 19 / PÁGINAS 43 - 64

DOI: <http://dx.doi.org/10.18566/iconofact.v12.n19.a02>

Autor:

Juan David Londoño Carvajal. Arquitecto. Universidad Pontificia Bolivariana  
[paisaje.artificio@yahoo.com](mailto:paisaje.artificio@yahoo.com)

**Resumen** La gentrificación es un fenómeno urbano mediante el cual se puede analizar e identificar la sustitución poblacional y la transformación física sufrida en las ciudades que ostentan declaratoria de centros históricos. Santa Fe de Antioquia ha sufrido en las últimas décadas una marcada presión urbanística motivada por el marketing turístico que ha alterado el paisaje urbano. A través del análisis cartográfico, se realizó la lectura de predios que poseen características de tipo recreativo, analizando no solo la sustitución poblacional, sino identificando la transformación en el modelo de ocupación, cambio de uso y adecuación de las construcciones

1 Este artículo es parte de las reflexiones en el desarrollo del proyecto de investigación para optar a título de Magíster en Diseño de Paisaje, titulado *Lectura normativa de una transversalidad paisajística de Santa Fe de Antioquia, a través del modelo de ocupación y paisaje artificio*, adscrito al grupo de investigación interinstitucional titulado *Procesos globalizadores como agentes de transformación territorial: caso Santa Fe de Antioquia*, dirigido por la arquitecta Catalina Montoya Arenas y asesorado por la arquitecta Lina María Escobar Ocampo, financiado por el Centro de Investigación para el Desarrollo y la Innovación CIDI de la Universidad Pontificia Bolivariana, en la Convocatoria UPB INNOVA 2015, con la participación de la Escuela del Hábitat-CEHAP de la Universidad Nacional de Medellín, el que se encuentra en ejecución al momento de esta redacción.

que hacen parte del tejido residencial en el área demarcada por la Declaratoria de Monumento de Nacional (Ley 163 de 1959) y la zona urbana. Para ello se analizó, a partir de una metodología multivariada y multitemporal, la cartografía del EOT municipal del 2000 (en mora de ajuste) y con base en ella se reconstituyó una nueva planimetría que evalúa el índice de no ocupación destinado al ocio y la recreación en arquitectura, originariamente con vocación residencial, además de la identificación de predios de tipología comercial, demostrando que la transformación tipológica no se limita a los usos que inventarió la declaratoria, sino que la transformación es, además, en el modelo de ocupación por la presión inmobiliaria a partir de prácticas culturales, confirmando el proceso de la sustitución poblacional y afectando el paisaje cultural del municipio.

**Palabras clave:** paisaje, gentrificación, marketing turístico, paisaje artificio e índice de no ocupación.

**Abstract:** Gentrification is an urban phenomenon whereby you can analyze and identify the population replacement and the physical transformation occurred in cities with declared historical centers. Santa Fe de Antioquia has suffered in recent decades a marked pressure for urban development motivated by tourism marketing that has altered the urban landscape. Through the mapping analysis, was carried out the reading of recreational plots, not only to analyze the population replacement, but also to identify the transformation in the model of occupation, change of use and adaptation of buildings that form part of the residential tissue in the area demarcated by the Declaration of National Monument (Law 163 of 1959) and the urban area. To do so, the EOT municipal cartography of 2000 (in default of adjustment) was analyzed, using a multivariate and multitemporal methodology, and, based on it, a whole new planimetry was reconstituted that evaluates the non-occupancy rate with a destination to leisure and recreation in architecture, although originally conceived for residential purposes. In addition, the identification of business properties was conducted, demonstrating that typological transformation is not limited to the applications inventoried by the declaration, but that it also arises in the model of

---

\* This article is part of the reflections on the development of the research project carried out in order to obtain the Master's Degree in Landscape Design, entitled Regulatory reading of a landscape transversality of Santa Fe de Antioquia, through a model of occupancy and artifice landscape (Lectura normativa de una transversalidad paisajística de Santa Fe de Antioquia, a través del modelo de ocupación y paisaje artificio). The project is attached to the interinstitutional research group called Globalizing processes as agents of territorial transformation: the case of Santa Fe de Antioquia, led by Architect Catalina Montoya Arenas and tutored by Architect Lina María Escobar Ocampo, with the financial support of the Research Center for Development and Innovation –CIDI– at Universidad Pontificia Bolivariana, in the UPB INNOVA 2015 Calling, with the participation of the Habitat School –CEHAP– from Universidad Nacional de Medellín. This project is currently being executed.

occupation by realtor pressure from cultural practices, confirming the population replacement process and affecting the cultural landscape of the municipality.

**Keywords:** landscape, gentrification, tourism marketing, artifice landscape, non-occupancy rate.

## Introducción

Este artículo tiene como propósito evidenciar el proceso de gentrificación en Santa Fe de Antioquia, entendiendo este fenómeno desde la declaratoria de su centro histórico y el marketing turístico como agentes transformadores. Este documento es parte de la investigación: «lectura normativa de una transversalidad paisajística de Santa Fe de Antioquia, a través del modelo de ocupación y paisaje artificial», dentro del cual se evidencia el marketing turístico como agente transformador en los años 2005, como fecha previa a la apertura del Túnel de occidente; el año 2009 por el inicio del posconflicto en Colombia y el retorno de los habitantes de las grandes ciudades a los pueblos cercanos y la adquisición de segunda vivienda; y el año 2014 como evidencia de la transformación del municipio como causa del marketing turístico y el cambio en el modelo de ocupación, como resultado de la presión inmobiliaria efecto del desarrollo turístico del municipio.

El fenómeno de la gentrificación para Santa Fe de Antioquia, está ligado a sus características patrimoniales, pues la función político administrativa de la declaratoria es la de mantener en términos urbanísticos y culturales la identidad de las sociedades que han habitado el lugar, en especial las costumbres y técnicas conservadas a través de los años. Para Colombia, en términos de usos del suelo, desde la Ley 9 de 1989, los términos de preservación<sup>2</sup> y conservación<sup>3</sup> determinan en la normativa nacional metodologías aplicadas, que sirven como herramientas para ejercer control en las características físico espaciales de las construcciones con condiciones patrimoniales y que, por ende, poseen elementos que resaltan cultural y técnicamente una sociedad y una temporalidad.

## Metodología

Con base en la documentación técnica en el ámbito cartográfico se establece un área de estudio, determinada por el perímetro urbano patrimonial y la influencia del mismo en el desarrollo urbanístico de Santa Fe de Antioquia, esta con el fin de analizar de manera puntual la transformación sufrida en el centro histórico como perímetro con

2 Preservar para la Ley 9 de 1989 está interpretado como la protección para vigencias futuras de obras de interés público.

3 Conservar para la Ley 9 de 1989 está interpretado como la manutención de los objetos y/o elementos de gran valor.

declaración patrimonial, entendido en un contexto urbano y periurbano, además de la transformación sufrida como resultado de la actividad turística y la presión inmobiliaria, sumada a la ausencia de actualización normativa en el tema de ordenamiento territorial como ventana abierta al crecimiento irregular y a la transformación en el uso del suelo.

El estudio de sistematización de la información está dado por la identificación inicial de un área de estudio, a partir de la influencia de la presión inmobiliaria y el efecto del marketing turístico en el perímetro patrimonial. Por otro lado, a partir de la foto lectura de orto fotografía y la interpretación cartográfica de la información catastral municipal, que reposa en la OVC (Oficina Virtual de Catastro), confrontado con lo establecido en el EOT municipal y la realidad encontrada en el trabajo de campo.

El área de análisis está determinada por tres componentes: primero la condición de centro de declaratoria como polígono con condiciones específicas de uso y edificabilidad, en donde si bien se habla de suelos, estos poseen condiciones y características de densidad restringidas y/o prohibidas; como segundo, las dinámicas económicas de la ciudad evaluadas desde el cambio de uso de residencial por comercial; y por tercero, la identificación de predios con existencia de piscinas, como indicadores de actividad turística y del ocio.

## Las relaciones teórico prácticas entre el concepto de paisaje y paisaje artificial versus turismo y gentrificación

Este artículo toma como definición de gentrificación lo expuesto por Delgadillo (2015), «la gentrificación fue originalmente definida como un proceso de reestructuración urbana, en el que un fuerte capital se invierte en un territorio (antiguo y deteriorado) para realizar negocios privados y destinar esos sitios al consumo (habitacional, servicios, comercial, etc.) de población de más ingresos que los antiguos residentes y usuarios». Por otro lado, como afirma González (2015):

El valor histórico-cultural del urbanismo y la arquitectura de Antioquia sucumbe ante la arremetida turística, comercial y urbanizadora. No solo se trata del centro histórico, sino también de sus entornos inmediatos, desde los Llanos de Bolívar hasta la ruralidad inmediata, pues cada vez más los suelos aledaños se habilitan, incorporan y sirven para el desarrollo de centros vacacionales, supermercados, estaderos o unidades cerradas de vivienda (p. 120).

Por lo anterior, se entiende que el centro histórico en sí mismo ha tenido una transformación visible que marca un cambio en la temporalidad y en lo transcurrido en las últimas décadas. Según lo expresa González (2015), «pareciera que

el patrimonio urbano arquitectónico de Antioquia terminara siendo comprendido y visitado en las escenografías arquitectónicas para el consumo turístico» (p. 126). De aquí la importancia de implementar un componente en términos territoriales y normativos, que permita regular e interpretar el turismo como un factor transformador del territorio «atractivo» de Santa Fe de Antioquia.

## ¿Qué es el paisaje?

*Espacio/tiempo resultado de factores naturales y humanos, tangibles e intangibles, que, al ser percibido y modelado por la gente, refleja la diversidad de las culturas.*

Iniciativa Latinoamericana del Paisaje (LALI)

Para este artículo, el concepto paisaje es entendido de múltiples formas. En su generalidad, en lo referente a la integración entre el sujeto y el hábitat, y al factor resultante de esta, no solo desde lo físico espacial, sino además en la experiencia multisensorial resultante, además de la incidencia de la identidad enmarcada en un estado de bienestar.

De esta forma, se entiende que no hay paisaje en la medida que no exista el sujeto que lo contempla, pues de las experiencias abstraídas por este se identifica de manera estructurada la categorización del mismo, la forma de interpretarlo y de entenderlo; de cualificar y calificar cada uno de los elementos que lo componen, y de la ideología creada en el subconsciente ideológico de cada uno de los sujetos.

Para el presente documento es pertinente, además, retomar la definición descrita por la (Generalitat Valenciana, 2012) donde define el paisaje así: «Según el Convenio Europeo del Paisaje, por 'paisaje' se entenderá cualquier parte del territorio tal como la percibe la población, cuyo carácter sea el resultado de la acción y la interacción de factores naturales y/o humanos» (p. 12).

Considerando además, lo que contempla Naranjo (s.f):

El paisaje es un concepto eminentemente cultural; refleja las valoraciones que las distintas sociedades hacen de sus territorios; además, todo paisaje tiene unos fundamentos naturales y un proceso histórico de formación que deben ser bien conocidos y considerados en las actuaciones, que, en mayor o menor grado, inciden en él. (p. 1)

En la identificación del área de estudio es importante enmarcar un contexto rural-urbano, por lo que el paisaje rural será entendido como lo considera Rengifo y otros (2009) donde se refieren a que la matriz del paisaje la constituye un tipo de cobertura antrópica o una mixtura de sistemas de producción con fines socio económicos.

Para el presente trabajo, es pertinente identificar el paisaje histórico construido en términos de asentamientos humanos, pues si bien en la actualidad es algo más que escénico y cultural, para el momento de su construcción daba pie a una configuración en términos de temporalidad, y en lo consecuente con la población, las costumbres y la identidad. Por lo que se trata de la influencia del sujeto inmerso

en el hábitat como actor, del hábitat en sí mismo como escena y de la cultura del sujeto como acción en el lugar. Para Martínez (1983) la proyección social en el paisaje puede no existir, tener grados y modalidades, incluso poseer actitudes diversas, tanto complacientes como hostiles. El paisaje contribuye a crear identidad y refleja determinados tipos de actitudes identitarias.

### ¿Qué es el paisaje artificial?

*El artefacto- paisaje es la formalización de una globalidad de factores, elementos y valores. Es una integración de hechos, de miradas, de los ritmos de sus componentes, de perspectivas, de métodos y de conceptos diferentes* (Martínez de Pisón, 2009).

Para este artículo, el paisaje artificial es definido como la variación en el modelo de ocupación de las distintas sociedades reflejadas en un territorio, bajo fundamentos netamente relacionados con la transformación en el modelo de un lugar y la huella personal que diferencia su cultura. Lo que por otro lado Vásquez (2015) afirma que «el paisaje es ante todo construcción cultural, física y simbólica, pues depende de algunos casos está determinado por el hombre desocupado, asombrado, sensorial, vital y por ello actuante. El paisaje es, como ha dicho alguien, la historia en geografía». (p. 139).

Se puede asumir que en cuanto al concepto artificial es pertinente resaltar lo que establece Saldarriaga, donde expone que los «lenguajes y artefactos representan una sociedad determinada y la influencia mutua ejercida entre el cuerpo social y los individuos que en él participan» (Saldarriaga, 1986, p. 177). Por otro lado, para Lifschitz y Grisales, «Los artefactos son la expresión de las memorias subterráneas que no poseen una narrativa, pero que sin embargo encuentran en el silencio de los objetos una manera de expresar sus memorias, una forma de narrar sin palabras pero con un lenguaje que está presente en el objeto mismo» (Lifschitz, 2012, p. 110). Es así que para esta investigación, el concepto paisaje artificial será referido a: la variación de las distintas sociedades reflejadas en un territorio, bajo fundamentos netamente relacionados con la transformación escénica de un lugar y la huella personal que diferencia su cultura.

Sin embargo, es de aclarar que no por esto deja de ser menos atractivo que un paisaje natural, por el contrario, podría resaltar claramente un asunto netamente cultural que evidencia, de manera representativa, las costumbres y la actualidad de una población. El paisaje artificial refleja el cambio de un territorio en sus condiciones geográficas conforme a una población y a unos *habitus* modernos, que juntos presumen un alto grado de evolución y una manera usual de habitar un territorio temporalmente, y conforme a esto, esta investigación está basada en el análisis del paisaje artificial como estado del bienestar, en consecuencia del marketing turístico y la acción inmobiliaria en el lugar, como fenómeno de transformación

tanto en el modelo de ocupación y la tipología residencial, como en la sustitución poblacional y las dinámicas económicas del municipio.

## El paisaje en la declaratoria<sup>4</sup> en centros históricos

*El objeto del turismo residencial no es traer turistas y ofertarles servicios. Su actividad central es producir suelo urbano, construir viviendas y venderlas* (Aledo, 2008).

Diversidad de territorios y en especial ciudades poseen un reconocimiento universal a través de las declaratoria, que permiten obtener relevancia por elementos construidos y constitutivos del lugar, los cuales por poseer una tradición en la técnica y la temporalidad reflejan hechos importantes en la historia de un lugar. Dichos elementos importantes han traído consigo una transformación evidente en las ciudades con centros históricos declarados, pues el contar con este atributo hace que se garanticen las condiciones a lo largo del tiempo, estableciendo además a sobrecostos en manutención y procesos de sustitución poblacional. Para Nogué el «paisaje cultural es un ámbito geográfico asociado a un evento, a una actividad o a un personaje histórico, que contiene valores estéticos y culturales» (Nogué, 2008). Entender el concepto de paisaje cultural como la acción antrópica del ser humano sobre el hábitat que lo rodea es identificar de alguna forma la materialización de la identidad de una sociedad en un lugar, y es por esto que cuando nos referimos a un lugar en específico estamos estableciendo una conexión directa con los que allí vivieron y viven, pues si decimos que el paisaje cultural es resultante de la antropización del lugar, se está identificando que existe un mayor porcentaje de lo construido sobre lo natural, en una escena o lugar. De aquí que se establece una conexión directa con el concepto de paisaje artificial, entendiéndolo como la acción continua de las generaciones y/o sociedades que habitan el lugar, transformándolo continuamente. Entonces, entenderemos que la gentrificación no es más que el proceso capitalista del reemplazo de un modelo de ocupación «obsoleto», por uno con mayor rentabilidad y marketing turístico.

Y si además entendemos que este fenómeno es implícito dentro de un contexto con un aprovechamiento patrimonial, entenderemos lo expresado por Jaramillo (s.f.) quien expone que:

El patrimonio cultural se ha convertido en un tema importante en la vida nacional y aún más después de la Constitución del 91, es una afirmación que requiere poca discusión o soporte. En efecto con la entrada en vigencia de la Constitución que instituyó explícitos preceptos generales para asegurar el valor social de los patrimonios culturales de los diversos grupos/pueblos que conforman la historia y la realidad nacionales (p. 25).

4 Declaratoria según el PEMP: la Ley 163 de 1959; declaratoria de los sectores antiguos de las principales ciudades con un papel protagónico en la historia colombiana.

La Unesco y sus declaratorias han establecido unas condiciones espaciales que han optado por preservar acontecimientos históricos y antrópicos, que reflejados en símbolos y temporalidad son más que una simple aplicación de materiales o una configuración precisa de un elemento natural; es por lo menos una estructura geográfica entre la naturalidad de una escena y la estética temporal de una sociedad, que con su habitar evidencia caracteres culturales y sociales.

Como lo afirma García (2015), la transformación que se genera en el tejido residencial «resulta difícil atribuir a un solo factor el cambio en la estructura urbana de cualquier ciudad, más aún de un conjunto de ciudades que de manera simultánea parece experimentar un proceso similar de transición, de un esquema mono céntrico, hacia uno poli céntrico». Es así que las ciudades por sus propias dinámicas generan un acelerado crecimiento, que enmarcado en un contexto social da respuesta a un desplazamiento de los suelos rurales a los urbanos, no solo por los beneficios y la accesibilidad a las diferentes ofertas o servicios, sino además por una economía propia, en su mayoría turísticas para el caso de ciudades con atractivos históricos.

*Los centros urbanos en términos del potencial turístico que constituía el patrimonio edificado que los caracteriza, constituyeron un valioso recurso para ser incorporados a una dinámica turística, que incluso diferenció al interior del sector, aquellos viajeros cuya motivación era el conocimiento de aspectos culturales más que el esparcimiento y recreación, bajo el concepto de «turismo cultural» (García, 2008).*



Imagen 1. Sucesión en el tejido residencial. Fuente: autor.

Para el Ministerio de Cultura en Colombia, en el plan especial de manejo de protección (PEMP) la delimitación de contextos patrimoniales «se aplica a inmuebles del grupo arquitectónico con características representativas en términos de implantación predial (rural o urbana), volumen edificado, organización espacial y elementos ornamentales, que deben ser conservadas» (p. 26). Lo que nos permite identificar la existencia de dos actividades de tipo turístico: la primera en un contexto económico y la segunda en uno cultural.

## El Marketing turístico

*La praxis humana no puede negar el valor propio de la naturaleza sin negar, al mismo tiempo, la vida humana como fundamento de toda posible valoración particular* (Nogué, 2008).

El fenómeno del turismo está directamente ligado con las condiciones geográficas de un territorio, características que lo hacen atractivo en términos perceptuales y que conforme con la población que lo percibe genera en la población estados de bienestar y confort. Consecuente con la baja apropiación del lugar, Miranda (2016) define como el constante tránsito de los turistas hacia los principales atractivos, muchos de ellos son depredadores de flora y fauna, aunque, contrariamente a ello, es posible que la actividad turística sea un factor que regenere al medioambiente al adecuar y proteger zonas para la recreación del visitante.

En la actualidad el turismo ha adquirido una condicionante de bienestar, visto en términos de sostenibilidad y sustentabilidad, permitiendo incluso, como lo expresan Bacci y Mujica (s.f), la posibilidad de considerar el turismo como un servicio ambiental, donde el ideal constituido por recuperar las condiciones naturales de los lugares nos abre un campo rico en potencialidades, si desarrollamos actividades ligadas al turismo que contribuyan a la protección y conocimiento más amplio; además como lo expresa Barrado (2004), hay cierta coherencia con la simbiosis entre los diversos enfoques en que debe entenderse el turismo; pues si bien esta oferta está relacionada con el entorno y las características propias de un lugar, estas son resultado de conformaciones geográficas de un territorio, respondiendo a una serie de factores externos que permiten que cierta singularidad exista, y para lo cual entiende el turismo desde la necesidad de percibir un destino como el ajeno a la cotidianidad.

El turismo es entendido en la actualidad como una actividad desde un contexto social; desde una interpretación de lo colectivo enfocado al ocio y la recreación y entender que dicha sociedad es cambiante, como lo expresa López (2014), «es un proceso netamente transformador con una capacidad de transformar el territorio en el corto plazo y sin el consentimiento de los sujetos y actores locales» (p. 23).

El marketing turístico, entonces, será entendido para este artículo como la acción continua del turismo en relación con la presión inmobiliaria existente en las

ciudades cercanas a las grandes urbes, en donde la oferta de poseer una segunda residencia, con condiciones climáticas diferentes, y un lugar con características de ocio, ocasiona en el territorio un fuerte cambio de dinámicas, tanto económicas como sociales.

## Paisaje urbano: el centro histórico en Santa Fe de Antioquia

Santa Fe de Antioquia, en la actualidad, demuestra ser una de las ciudades turísticas más importantes de Antioquia, justificado en la alta oferta inmobiliaria y en la cambiante dinámica comercial de su centro histórico y consecuente con un desarrollo alrededor del mismo (ver Imágenes 2 y 3). Mediante la lectura cartográfica se analizó dicha transformación en los cambios en los usos del suelo del centro histórico, en correlación con la aparición de grandes urbanizaciones como fenómeno de marketing turístico, y en consecuencia de una alta confluencia de segunda residencia.<sup>5</sup>

52



Imagen 2. Localización centro histórico Santa Fe de Antioquia. Fuente: autor.

5 Por segunda residencia es importante entender aquella vivienda destinada para el ocio y la recreación, de manera temporal y flotante, toda vez que se trata de un lugar de "fines de semana".

El modelo de ocupación, como resultado del desarrollo inmobiliario en Santa Fe de Antioquia, responde principalmente a la aparición y presencia de piscinas como indicadores de actividad recreativa, estas son fiel muestra de la transformación en el tejido residencial y por ende la sustitución de sus habitantes, pues son estas un indicador de transformación en el territorio, que en consecuencia permite identificar en la lectura cartográfica su transformación en los años 2005 (previo a la apertura túnel de occidente) 2009 (como consecuencia política y administrativa de seguridad en las vías del país), y en el 2014 (como muestra de la alta transformación del territorio). Para ello es importante analizar no solo el centro histórico municipal, sino además comprender el desarrollo en lo inmediato a su delimitación (ver Imagen 4), con el fin de dar a conocer la marcada transformación en el modelo de ocupación (ver imagen 5).



Imagen 3. Aerofotografía centro histórico Santa Fe de Antioquia. Fuente: autor.



Imagen 4. Proceso de gentrificación. Fuente: autor.

## La gentrificación como fenómeno de transformación del tejido residencial

Para identificar el proceso de sustitución poblacional del centro histórico de Santa Fe de Antioquia, se realizó un análisis cartográfico compuesto de tres indicadores: el primero evidenciar los predios pertenecientes al centro histórico con características recreativas, es decir, aquellos que poseen piscinas (ver Figura 7.); como segundo, caracterizar el índice de no ocupación como indicador de paisaje artificio (ver Imagen 8.) y por último, identificar el cambio del uso residencial por comercial (ver Imagen 9.). El análisis de estos tres componentes permitirá dar a conocer el porcentaje de sustitución poblacional del centro histórico y analizar la transformación del tejido residencial en el paisaje urbano de Santa Fe de Antioquia.

54



Imagen 5. Evolución del anillo perimetral del centro histórico. Fuente: autor.

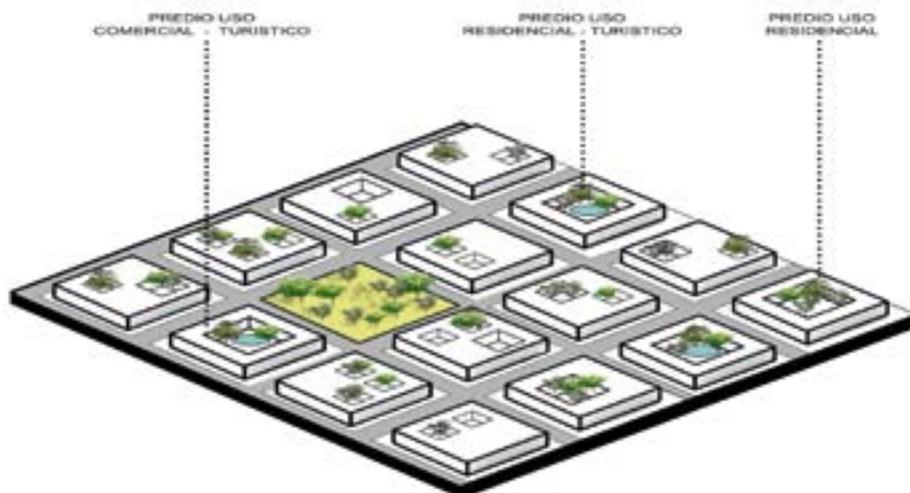


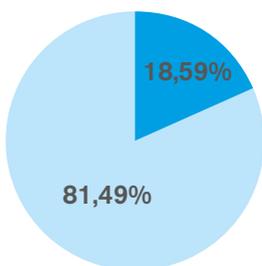
Imagen 6. Polígono del centro histórico según el EOT. Fuente: autor.

El primer indicador demuestra la existencia de piscinas en predios del centro histórico (ver Imagen 7), factor que permite analizar la sustitución poblacional y evidenciar la existencia de predios con destinación turística, lo que traslada el uso residencial hacia los perímetros inmediatos del centro histórico, redensificando dichas zonas y/o modificándolas en términos de modelo de ocupación.



Imagen 7. Predios con piscinas dentro del centro histórico. Fuente: autor.

56



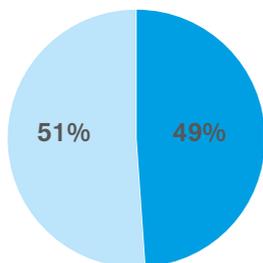
	Área (M <sup>2</sup> )	Porcentaje
Centro histórico	312.062,34	100%
Predios con piscina	58.014,34	18,59%
Predios sin piscina	254.048,00	81,49%

El índice de ocupación analizado en la siguiente imagen demuestra un alto índice de construcción, lo que implica que con la transformación analizada, de patios centrales con vegetación existente por piscinas y zonas húmedas, modifica las coberturas existentes y por ende el paisaje urbano, por otro lado, implica que los cambios de usos del suelo modifican el habitante, generando nuevamente sustitución poblacional.



Imagen 8. Índice de ocupación del centro histórico. Fuente: autor.

La declaratoria del centro histórico y el marketing turístico como indicadores de la gentrificación en Santa Fe de Antioquia, una lectura desde el paisaje artificial

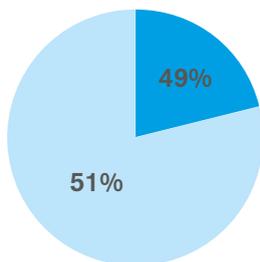


	ÁREA (M2)	Porcentaje
Centro histórico	312.062,34	100%
Índice de no ocupación	159.161,03	51%
Índice de ocupación	152.901,31	49%

El cambio de uso, entonces, permite que la transformación en la arquitectura patrimonial no se limite a los usos que inventarió la declaratoria, sino que la transformación es además física y arquitectónica a partir de prácticas culturales, que son resultado de la presión urbanística de la oferta inmobiliaria que genera un cambio en la función económica, obligando a reemplazar los usos del suelo, con el fin de permitir un desarrollo comercial que responda a un alto crecimiento en la población flotante como resultado del atractivo turístico.



Imagen 9. Predios comerciales dentro del centro histórico. Fuente: autor.



	Área (M2)	Porcentaje
Centro histórico	312.062,34	100%
Predios con uso residencial	159.161,03	51%
Predios con uso comercial	152.901,31	49%

## Las implicaciones de la gentrificación en el modelo de ocupación residencial en Santa Fe de Antioquia

El modelo de ocupación residencial en Santa Fe de Antioquia está configurado por una tipología residencial predominante en el modelo de urbanización cerrada, lo que en la siguiente imagen se refleja por efecto del fenómeno de gentrificación. Es decir, el marketing turístico que actualmente ejerce el área de desarrollo paralelo al río Tonusco ha implicado no solo transformación en los usos del suelo del centro histórico, sino que, ha establecido un modelo de desarrollo del territorio que se refleja en las demás áreas de desarrollo urbano determinadas por el EOT, redensificando y generando un mayor índice de ocupación tal cual como se observa en la Imagen 10, y como consecuencia del resultado del área mayor transformación, las implicaciones en la transformación del paisaje urbano a partir de la sustitución poblacional en los años 2005, 2009 y 2014 (ver Imagen 11).

58

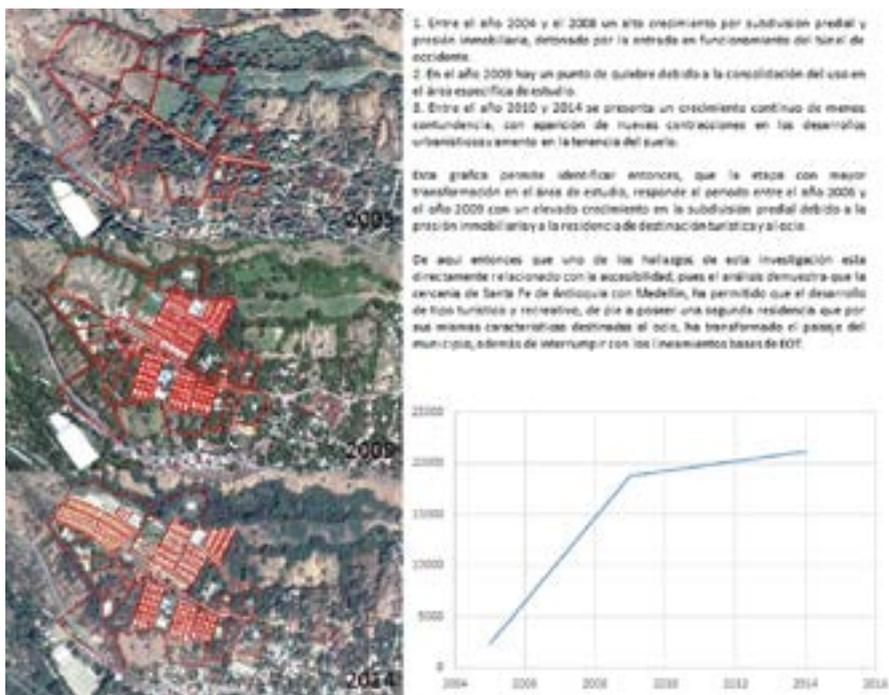


Imagen 10. Área de mayor desequilibrio sistémico. Fuente: autor.



Imagen 11. Presión urbanística como efecto de gentrificación. Fuente: autor.

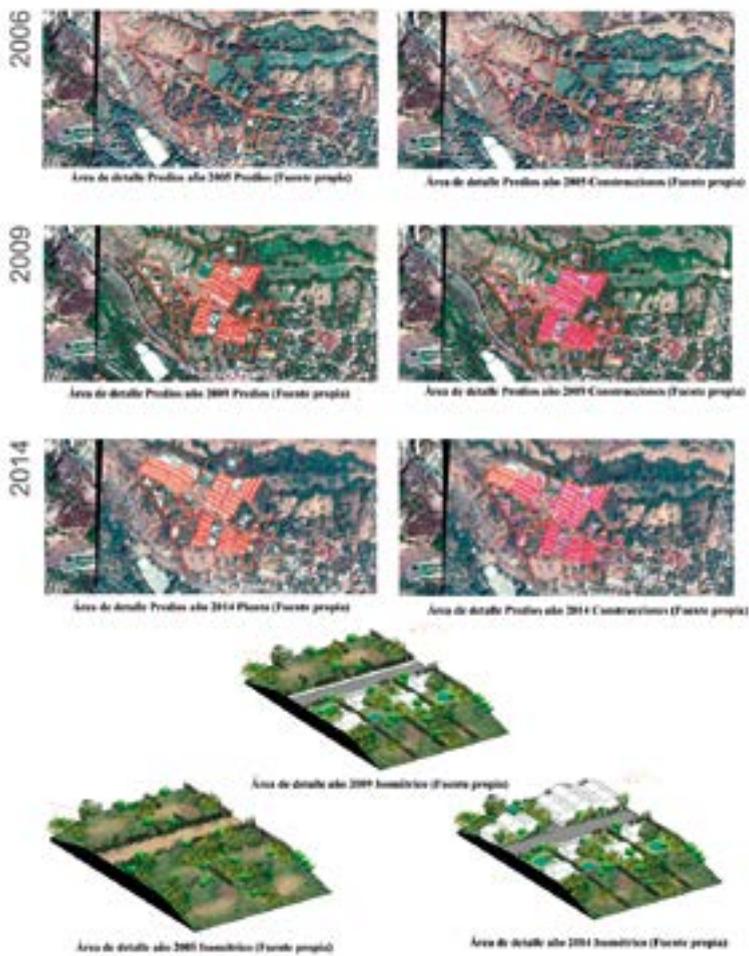


Imagen 12. Área de mayor desequilibrio sistémico. Fuente: autor.

## Discusión y resultado de datos

### Desequilibrio en el modelo ocupación

La variación del índice de ocupación, en el periodo de análisis, indica que el 49% de los predios del centro histórico ha pasado de ser de uso residencial a comercial, lo que muestra no solo el fenómeno de la sustitución poblacional, sino además la transformación física y arquitectónica sufrida por la adecuación de un nuevo uso.

Por otro lado, la aparición de piscinas indica un 18,59% en los predios que constituyen el centro histórico, lo que a su vez demuestra un factor adicional a la transformación de las características y condiciones de la declaratoria.

A pesar de lo anterior, en el periodo se muestra un incremento en la economía del municipio de Santa Fe de Antioquia, pues la puesta en marcha del Túnel de occidente, Fernando Gómez Martínez, generó un incremento en la demanda inmobiliaria, en especial en la relacionada con la segunda residencia. Lo anterior, en respuesta al atractivo del centro histórico y a la arquitectura de vivienda en relación visual panorámica hacia el mismo.

### El modelo del índice de no ocupación

Un 51% corresponde a la variación del índice de ocupación en el centro histórico de Santa Fe de Antioquia, reconociendo la ausencia en la actualización de vigencia del EOT, superando la revisión y ajuste de largo plazo, es decir, que efecto de la no actualización del esquema de ordenamiento territorial, entre el año 2009 y 2012, ocasionó un colapso en la metodología de aprovechamientos establecidos en el EOT del año 2000, lo que desbordó el contenido normativo y generó un vacío, que influyó el modelo de ocupación, un limbo activo para la presión inmobiliaria y el desarrollo informal en Santa Fe de Antioquia.

A pesar de la transformación del modelo de ocupación, y por ende del paisaje de borde urbano del lugar, el incremento de cerca de 8.702 m<sup>2</sup> construidos para la recreación y el ocio, implica no solo el cambio de cobertura, sino, además, por tratarse de uso residencial la fuerte presión inmobiliaria, que como resultado del marketing turístico, en diálogo con uso recreativo y el ocio tiene como finalidad la aparición de las piscinas que se convierte en indicador del uso de segunda residencia.

Finalmente, ante la importancia de incluir al paisaje en los modelos y herramientas de ordenamiento territorial, además del concepto de *índice de no ocupación*; como herramienta política que permita reglamentar la ausencia normativa para analizar modelos de ocupación con particularidades arquitectónicas y paisajísticas, basadas en la transformación espacial y el *Reemplazo Escénico*, que es en últimas el proceso antrópico que define el *Paisaje Artificial*.

## Conclusiones y preguntas abiertas

El impacto generado por el marketing turístico en Santa Fe de Antioquia ha transformado el territorio, no solo desde la baja aplicabilidad de las normas contenidas en el EOT municipal, sino además por la fuerte presión inmobiliaria como resultado de la construcción del túnel de occidente Fernando Gómez Martínez, que sumado al atractivo patrimonial del municipio y a sus condiciones climáticas ha ocasionado procesos de gentrificación y cambio tipológico en su centro histórico. Esta situación ha llevado al desarrollo de las zonas de borde urbano con modelos de ocupación formal e informal, en contravía del ordenamiento territorial, generando nuevas formas de habitar el territorio basadas en las actividades del ocio y la recreación, reemplazando el habitante local y sus hábitos. Por lo tanto, estas nuevas interpretaciones culturales reactualizan el paisaje. Este vector de cambio dialoga con los modelos de ocupación promovidos por desarrollos urbanísticos con vocación recreativa, que a partir de la captación de población flotante ha aumentado la demanda económica del municipio y ha desplazado las actividades agrícolas representativas del lugar por la actividad económica en torno al turismo y la recreación, aprovechando el reemplazo de coberturas naturales o productivas al servicio del modelo económico.

El marketing turístico es un agente transformador de territorios, puesto que trae consigo un modelo de ocupación al que podríamos denominar *habitante nómada*, que suple la necesidad de recreación y ocio, que como habitante temporal, transforma el territorio a partir de su concepción cultural.

Las principales causas de la transformación paisajística en Santa Fe de Antioquia son:

La ausencia en la aplicación de la normativa estipulada por el EOT municipal que ha generado cambios en los aprovechamientos y usos del suelo, por consecuencia la configuración paisajística del lugar, pues entre 2009 y 2010 debió llevarse a cabo el proceso de revisión y ajuste establecido por ley.

La tipología de desarrollo urbanístico de la unidad cerrada, que es un concepto «importado» de la ciudad y que desdibuja para el habitante de a pie la conexión de la ciudad con dichos desarrollos urbanísticos.

El marketing turístico por su presión inmobiliaria ha generado en la última década una alta demanda en la transformación del uso del suelo y la tenencia del mismo, cuyo principal elemento espacial es la piscina, que se constituye como un indicador de transformación del uso residencial por el temporal recreativo, generando un vacío normativo en el *índice de no ocupación* que permitiría en actualidad ser desarrollado en su totalidad en zonas húmedas.

El paisaje artificial, como indicador de la transformación del paisaje, parte del valor del *índice de no ocupación* y la variabilidad en la tenencia de la tierra, conforme al cambio de uso y la transformación en el modelo de ocupación.

Este artículo toma de la investigación «Lectura normativa de una transversalidad paisajística de Santa Fe de Antioquia, a través del modelo de ocupación y paisaje artificial» (¿Año?) y recoge elementos clásicos de la metodología de identificación de unidades de paisaje, proponiendo un diálogo entre dicha caracterización en contraste con la evolución espacial de la normativa contenida en el EOT y sus normas complementarias. Esta circunstancia es constante en un análisis temporal, que articula conceptos leídos en el contexto como paisaje artificial, y permitió identificar situaciones espaciales de «alarma» paisajística para ser incluidos en la formulación, diseño, revisiones o ajustes de instrumentos de ordenación del territorio y, por ende, del paisaje.

## Referencias

- Aledo, A. (2008). De la tierra al suelo: la transformación del paisaje y el nuevo turismo. *ARBOR Ciencia pensamiento y cultura*, 99-113. Recuperado de <http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/164/164>
- Bacci, M. y Mujica, E. (s.f.). Turismo: ¿un servicio ambiental o paramero? *Los páramos andinos: los desafíos en el siglo XXI*, 4-16.
- Barrado, D. (2004). El concepto de destino turístico. una aproximación geográfico-territorial. *Estudios Turísticos*, 45-68.
- Delgadillo, V. (2015). Patrimonio urbano, turismo y gentrificación. En *Perspectivas del estudio de la gentrificación en México y América Latina*. México, D.F.
- García, S. (2005). Centros históricos, ¿herencia del pasado o construcción del presente? Agentes detonadores de un nuevo esquema de ciudad. *Scripta Nova Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*. Recuperado de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-194-39.htm>
- Generalitat Valenciana (2012). *Guía metodológica estudio de paisaje*. Valencia: La Imprenta CG.
- González, L. (2015). ¿...Y qué fue del patrimonio urbano arquitectónico de Antioquia? *Universidad de Antioquia*, 118-126.
- Jaramillo, L. G. (s.f.). *Patrimonio cultural y academia en Colombia. Una lectura desde los currículos, los planes de estudio y la praxis profesional*. Recuperado de Ediciones Uniandes: <http://ediciones.uniandes.edu.co>
- Lifschitz, J. A. (2012). Memoria política y artefactos culturales. *Estudios Políticos*, 40, 98-119.
- López, L. V. (2014). *Impactos territoriales del turismo y lineamientos de ordenación para territorios con vocación turística*. Medellín.
- Martínez de P., E. (1983). Cultura y ciencia del paisaje. Recuperado de [http://www.magrama.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/Revistas/pdf\\_ays%2Fa027\\_01.pdf](http://www.magrama.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/Revistas/pdf_ays%2Fa027_01.pdf)
- Martínez de Pison, E. (2009). *Miradas sobre el paisaje*. Madrid: Biblioteca Nueva, S.L.
- Miranda, G. (2006). La participación del turismo en la modificación del paisaje cultural de Malinalco, Estado de México. *PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 201-211.
- Naranjo, F. Z. (s.f.). *Paisajes e infraestructura, una relación de interés mutuo*. Recuperado de [http://www.upo.es/ghf/giest/documentos/paisaje/Zoido\\_Paisajeinfraestructuras.pdf](http://www.upo.es/ghf/giest/documentos/paisaje/Zoido_Paisajeinfraestructuras.pdf)

- Nogué, J. (2008). *El paisaje en la cultura contemporánea*. Madrid: Biblioteca Nueva, S.L.
- Renjifo, L. M.; Aristizábal, S. L.; Lozano, F. H.; Vargas, W.; Vargas, A. M. y Ramírez, D. (2009). *Herramientas de manejo para la conservación de biodiversidad en paisaje rurales*. Instituto de investigación de recursos Biológicos Alexander von Humboldt y Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca (CAR). Bogotá D.C.
- Saldarriaga, A. (1986). Arquitectura y cultura en Colombia. *Revista de la Universidad Nacional*, 10, 1944-1992; (1972): *Revista de la Dirección de Divulgación Cultural Universidad Nacional (br)*, 177-182.
- Vásquez, M. J. (2015). Notas para una agenda del paisaje en el valle de Aburrá. (R. Gómez, Ed.) *Medellín en perspectiva de paisaje*. Instituto Tecnológico Metropolitano.