

# Territorio de postal: la dualidad del turismo en Santa Fe de Antioquia (Colombia)\*

**Elkin Argiro Muñoz Arroyave\*\***

Universidad de Caldas, Manizales - Colombia

## Resumen

El turismo es visto por algunos actores sociales como una actividad que impulsa el crecimiento económico; sin embargo, se desconoce que además es un fenómeno capaz de transformar el territorio. El objetivo de este artículo es analizar la incidencia de los imaginarios turísticos en la transformación territorial de Santa Fe de Antioquia. La metodología utilizada es cualitativa, a partir de entrevistas, recorridos por el municipio y el análisis de fotografías e imágenes sobre el turismo, con el fin de indagar la presencia de un “territorio de postal”, concepto propuesto para identificar los efectos territoriales del turismo. Se concluye que el turismo influencia los tiempos locales, la organización del espacio y el comportamiento de los actores locales en Santa Fe de Antioquia.

**Palabras clave:** espacio, imagen, imaginario, territorio, turismo, Santa Fe de Antioquia.



doi: 10.15446/rcdg.v26n2.59237

RECIBIDO: 22 DE JULIO DEL 2016. ACEPTADO: 10 DE ABRIL DEL 2017.

Artículo de investigación sobre el turismo como fenómeno que puede dinamizar la economía de los territorios donde se desarrolla, y provocar al mismo tiempo transformaciones territoriales que van más allá de lo económico.

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO: Muñoz Arroyave, Elkin Argiro. 2017. “Territorio de postal: la dualidad del turismo en Santa Fe de Antioquia (Colombia).” *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía* 26 (2): 153-174. doi: 10.15446/rcdg.v26n2.59237.

\* Este artículo es producto de la reflexión adelantada en la tesis doctoral “Turismo y actores sociales en los procesos de reconfiguración territorial de Santa Fe de Antioquia (Colombia), 2006-2016”, dirigida por el Doctor Luis Llanos Hernández de la Universidad Autónoma Chapingo (México), y adscrita al Grupo de Investigación en Territorialidades de la Universidad de Caldas. De igual forma, es resultado del proyecto de investigación Gentrificación y Obsolescencia: Dos Formas de Producción Territorial en Entornos Rurales, Urbanos y Rururbanos del Instituto de Ciencias Sociales y Humanas (ICSH) de la Universidad de Caldas, financiado por la Vicerrectoría de Investigación y Posgrados de la misma universidad e inscrito ante esta Vicerrectoría con el código 0416116.

\*\* Dirección postal: carrera 28C n.º 69-63, apto. 302, Manizales - Colombia.  
Correo electrónico: elkin.2511517178@ucaldas.edu.co  
ORCID: 0000-0003-1667-5849.

## Território de cartão-postal: a dualidade do turismo em Santa Fe de Antioquia (Colômbia)

### Resumo

O turismo é visto, por alguns atores sociais, como uma atividade que impulsiona o crescimento econômico; contudo, desconhece-se que, além disso, é um fenômeno capaz de transformar o território. O objetivo deste artigo é analisar a ocorrência dos imaginários turísticos na transformação territorial de Santa Fe de Antioquia. Utilizou-se a metodologia qualitativa a partir de entrevistas, passeios pelo município e análise de fotografias e imagens sobre o turismo a fim de indagar sobre a presença de um “território de cartão-postal”, conceito propostos para identificar os efeitos territoriais do turismo. Conclui-se que o turismo influencia os tempos locais, a organização do espaço e o comportamento dos atores locais em Santa Fe de Antioquia.

**Palavras-chave:** espaço, fotografia, imaginário, território, turismo, Santa Fe de Antioquia.

## Postcard Territory: The Duality of Tourism in Santa Fe de Antioquia, Colombia

### Abstract

Tourism is seen by some social actors as an activity that drives economic growth, but they ignore that it is a phenomenon capable of transforming the territory. The objective of this article is to analyze the incidence of the tourist imaginaries on the territorial transformation of Santa Fe de Antioquia. The qualitative methodology is used, based on interviews, visits to the municipality and the analysis of photographs and images on tourism, to investigate the presence of a “postcard territory”, a concept proposed to identify territorial transformations by tourism. The study concludes that tourism influences local times, the organization of space and the behavior of local actors in Santa Fe de Antioquia.

**Keywords:** space, image, imaginary, territory, tourism, Santa Fe de Antioquia.

## Introducción

El turismo ha sido tratado por algunos gobiernos y actores económicos, como una actividad promotora del crecimiento y desarrollo de las sociedades en general y de las comunidades en particular. Aquí, a diferencia de esa posición economicista, se propone analizarlo como un fenómeno compuesto por dos procesos simultáneos, contradictorios, excluyentes y complementarios a la vez. En primer lugar, la turistificación se entiende como la forma en que el turismo transforma el territorio, la vida social de los pueblos, las comunidades y la sociedad en general. Ahora bien, al mismo tiempo que turistifica, el turismo se constituye en un escenario social, de ahí que el segundo proceso identificado sea el de encuentro entre actores que apropian, rechazan o adaptan los giros sociales, culturales y económicos que surgen por las transformaciones de la turistificación del territorio.

El proceso de turistificación es el que resultará central en este artículo, ya que el interés está puesto en las transformaciones que causa el turismo en el territorio. Esto no quiere decir que la relación sea unilateral, pues que, como se mencionó, el turismo también permite un encuentro entre actores sociales y es allí donde se hace más claro el efecto del territorio sobre el turismo. Pero en este artículo el énfasis se hará en la primera relación: la turistificación del territorio. Según Augé (2003), el turismo es una industria que básicamente produce imágenes, ya que es a partir de ellas que puede atraer al turista y lograr su desplazamiento. Esta producción de imágenes se hace con el fin de generar imaginarios sobre el destino, los cuales tratan de atender diferentes nichos de mercado, o responder a distintos idearios desarrollados por parte de los turistas (Hiernaux 2002). No obstante, dichos imaginarios serán una proyección realizada por los turistas sobre el destino y una vez que se desplazan hacia el lugar, estos esperan que efectivamente esos imaginarios se correspondan con lo que observan en la realidad.

Los actores del sector turístico tienen entonces este imperativo: hacer que el espacio del destino turístico se transforme y se adecúe a las imágenes que ellos mismos venden a los turistas. No se desconoce la respuesta del territorio y sus actores frente a tales intervenciones, pero como se mencionó, el enfoque de este artículo está en identificar la incidencia de ese imaginario turístico sobre el territorio. En próximas investigaciones y publicaciones sería interesante analizar la respuesta del territorio y sus actores ante las intervenciones en cuestión.

En algunas ocasiones, es relativamente fácil lograr que el espacio se adecúe a las imágenes proyectadas del destino turístico, ya que estas se basan en fotografías reales y solo habría la necesidad de ocultar aquellas partes del espacio que no correspondan. En otros casos, sin embargo, es notable la incidencia del sistema turístico en el fomento de cambios en el espacio para que este corresponda al tipo de imaginarios creados, lo cual tiene consecuencias sobre el tipo de territorio que se produce.

En este orden de ideas, la finalidad de este artículo es presentar algunas de las transformaciones territoriales que ha evidenciado el municipio de Santa Fe de Antioquia a partir de los imaginarios turísticos que se han afianzado. La metodología de análisis parte de recorridos por el municipio realizados durante el 2015 y 2016, el análisis de fotografías e imágenes con las que se promociona el turismo en el municipio, y entrevistas con algunos actores locales. El artículo se dividirá en dos secciones: en la primera se tratarán aspectos teóricos sobre la relación entre turismo y territorio; y en la segunda se presentará el caso específico de Santa Fe de Antioquia, para finalizar con unas conclusiones y recomendaciones generales.

## Aspectos teóricos del turismo y su incidencia territorial

Autores como Cara (1996) y Jurdao (1992) proponen que el turismo es una de las actividades que más consume y se apropia del territorio. En los diferentes estudios a este proceso se le ha denominado “turistificación del territorio”, la cual consiste en la mercantilización, intervención y producción de imágenes e imaginarios a partir de un territorio, sus territorialidades y territorializaciones. Se plantea entonces que tras este proceso surge un nuevo territorio, denominado territorio turístico. Así, es fundamental determinar teóricamente la relación entre estos dos conceptos. Se comenzará por plantear la conceptualización de territorio, luego la de turismo, para finalizar con la turistificación y la propuesta que se hace aquí del surgimiento de un “territorio de postal” a partir de dicho proceso.

El concepto de territorio que se va a emplear, parte de la conceptualización dada por Raffestin:

El territorio se apoya en el espacio, pero no es el espacio sino una producción a partir de él. Es la producción para todas las relaciones de los recursos y se inscribe en un campo de poder. Producir una representación del espacio es ya una apropiación, un dominio, un control, inclusive

si permanece dentro de los límites de un conocimiento. Cualquier proyecto en el espacio que se expresa como una representación revela la imagen deseada del territorio como lugar de relaciones. (2011, 102)

El territorio, según esto, implica relaciones de poder entre actores, y entre estos y el espacio, las cuales producen representaciones, percepciones e imaginarios que se ven reflejadas en el tipo de acciones llevadas a cabo por los actores. Todo ello constituye un proceso de apropiación del espacio, cargado de una constante complejidad debido a las interacciones presentes, pero que finalmente se reflejan en una organización específica de territorio.

De este modo, el territorio va a ser el proceso de apropiación de ese espacio que también fue construido socialmente, pero donde ahora entra en juego el elemento del poder y la organización específica que se construye alrededor de unos actores en un tiempo determinado. Esa apropiación del espacio que produce el territorio tiene dos componentes que se complementan constantemente: la territorialidad y la territorialización. Con el primero se hace referencia a aquel proceso en el cual se crea un significado del espacio social por parte de un actor, es decir, la generación de representaciones que van a provocar identidad y pertenencia con ese territorio producido. El segundo proceso hace referencia a la exclusividad que se le otorga al territorio, tanto para permitir que otros actores lo disfruten, como para restringir su acceso al mismo (García 1976).

La territorialidad materializa las representaciones, significaciones e imaginarios del territorio en el lenguaje, la organización del espacio, la cultura, las actividades económicas, las relaciones con otros actores, entre otras. Las territorializaciones, por su parte, se reflejan en demarcaciones, limitaciones materiales o sociales que los actores producen con el fin de defender su territorio, diferenciarlo y, al mismo tiempo, asemejarlo al de los demás. Es posible observar que ambas nociones responden a cada actor, por lo que el territorio se compone de múltiples territorialidades y territorializaciones en conflicto, cooperación y/o coordinación. La complejidad del territorio radica en que así esté conformado por múltiples territorios, con una complejidad propia, sigue siendo un territorio —que puede estar fragmentado, o en el que puede haber preeminencia de uno de los territorios o una coordinación entre ellos—, todo dependerá de la configuración que se logre entre los diferentes intereses de los actores sociales.

Por su parte, el turismo se entenderá aquí como un fenómeno en el que se impulsa la movilidad de personas entre territorios. Tal movilidad, y en general el fenómeno turístico, viene definida por dos procesos: la turistificación del territorio y el encuentro entre actores sociales. Antes de profundizar en el proceso de turistificación —que como se planteó anteriormente es el centro de este artículo—, se presenta un corto análisis sobre la relación entre territorio y turismo en la literatura académica reciente.

Respecto a esta relación es posible identificar cuatro dimensiones en las cuales se centran diferentes estudios. La primera dimensión es la cultural, donde se encuentran investigaciones que relacionan las actitudes de los residentes frente a los turistas y el sector turístico en general (Concu y Atzeni 2012; Nunkoo y Gursay 2012; Palmer, Koenig-Lewis y Medi Jones 2013); otros enfocados en la identidad, la simbología y los cambios que propicia el turismo (Bianchi 2003; Monterrubio et ál. 2011; Palmer 1999). El encuentro entre residentes y visitantes (de Kadt 1984) es otra línea identificada, siendo la de menores estudios recientes, ya que la tendencia actual es el análisis bien sea desde el turista o desde el residente (Bianchi 2003).

La percepción de los residentes frente al turismo (Buzinde y Manuel-Navarrete 2013; Zamani-Farahani y Musa 2012; Monterrubio et ál. 2011) es otro análisis interesante de esta dimensión. En la mayoría de estos estudios tales percepciones toman el papel de insumo para identificar los impactos del turismo y mejorar su gestión (Monterrubio 2008). Desde el punto de vista del autor de este texto, si bien en dicha aproximación se plantean las cuestiones de los residentes, sus percepciones e incluso imaginarios, continúa siendo una visión economicista y parcializada del turismo.

La segunda dimensión es la económica, donde la tendencia es identificar los aportes del turismo al desarrollo y crecimiento económico (Altamira y Muñoz 2007; Chen y Devereux 1999; Uysal et ál. 2016), así como el tipo de gestión que se puede hacer desde el territorio para que la actividad mejore las condiciones socioeconómicas de los residentes (Pedrana 2013; Pintilii et ál. 2010; Sandoval 2015). En estos estudios el turismo es visto como una actividad económica, por lo que uno de los aspectos que sobresale es la publicidad y la imagen del destino, en pro de su competitividad; si bien esta es una parte fundamental de los planteamientos sobre la imagen en el turismo, los estudios en cuestión se ciñen a la apariencia y percepción que se crea en el turista sobre el destino.

No hay una preocupación por lo que crea esta imagen en las relaciones sociales, ya que se intenta —como lo diría Augé (2003)— estandarizar los lugares y responder a las necesidades estéticas del turista.

La tercera dimensión es la política. Uno de los aspectos relevantes aquí son las relaciones de poder alrededor del sistema turístico (Berlanga 2004; Hazra, Fletcher y Wilkes 2014; Ortiz Jiménez 2012). De igual forma, en la literatura sobre turismo se ha afianzado una línea de investigación alrededor de la gentrificación, siendo este un tema fundamental dentro de los procesos de turistificación. La gentrificación se ha estudiado desde la década de los ochenta (Smith 1979, 1996), pero su conexión con el turismo ha sido investigada más recientemente en relación con la promoción de segundas viviendas y el fenómeno del turismo residencial. Uno de los primeros en definirlo es Gotham, como “la transformación de un vecindario de clase media en un enclave relativamente opulento y exclusivo, marcado por una proliferación de empresas de entretenimiento y lugares turísticos” (2005, 1102)<sup>1</sup>.

Según este autor la gentrificación turística se concentra en zonas urbanas y barrios deprimidos, pero lo que se ha identificado en diferentes estudios, principalmente en el contexto latinoamericano, es que puede manifestarse incluso en lugares rururbanos (Nates Cruz 2008) y rurales (Nates Cruz y Raymond 2006). La posición de Gotham es posible entenderla desde lugares patrimoniales o de antiguos procesos industriales que se tomaron zonas centrales de algunas ciudades, principalmente de países industrializados. Estos espacios, actualmente, retoman el rol de atractivos turísticos, por lo que se presenta una gentrificación turística. Ahora bien, en América Latina este fenómeno se manifiesta de una manera diferenciada, siendo una de las principales características su fortalecimiento a través de las políticas gubernamentales (Di Virgilio y Guevara 2014; Hiernaux y González 2014; Segeur 2015).

Finalmente, es posible identificar una dimensión geográfica, en la cual se tienen estudios sobre los efectos en los usos del suelo (Xi et ál. 2014), la localización de la actividad turística (Solsona y López Olivares 2012), las transformaciones del espacio (Valenzuela Valdivieso y Coll-Hurtado 2010), entre otros. Pero quizás el elemento fundamental de la geografía del turismo es el estudio

del territorio turístico y del proceso de turistificación. Se ha definido el primero como un espacio con sentido, “[...] donde el sentido está relacionado con las distintas formas de apropiación e intencionalidad de distintos grupos de actores, es decir, con la dimensión simbólica y cultural que se ve proyectada en un espacio material o físico” (Moscoso 2013, 3).

La turistificación, por su parte, desde la aproximación de algunos autores tiene una connotación hacia la exotización de la sociedad para convertirla en un producto turístico (Picard 2007; Salazar 2015). En el caso de la perspectiva geográfica la turistificación se ha entendido como el proceso de apropiación del espacio, de construcción de las imágenes e imaginarios y, en general, la intervención en el territorio para el desarrollo del turismo (Fratucci, Moraes y Thiago 2015; Leite 2008).

Una vez presentada la manera en que desde la literatura se ha tratado la relación entre turismo y territorio, a continuación se presenta la propuesta conceptual que se tendrá en cuenta para el análisis de Santa Fe de Antioquia. El autor del texto propone ver la turistificación como el proceso mediante el cual el sistema turístico hace una apropiación del territorio. Esta apropiación se refiere al uso, intervención, representación, delimitación y creación de imágenes e imaginarios sobre un territorio que se quiere convertir en un producto turístico. Son algunos actores del sistema turístico los que inciden en este proceso de apropiación, entre ellos, agencias de viaje, operadores turísticos, hoteleros, inmobiliarias y actores gubernamentales.

En el proceso de turistificación es posible identificar que las territorialidades y territorializaciones de estos actores van a lograr imponerse frente a aquellas que tradicionalmente han producido ese territorio. Por ello, tienden a crear espacios estandarizados desde la modernidad para el tiempo de ocio —como piscinas, *resorts*, zonas verdes, etc.—, los cuales son identificados por estos actores como los elementos que posicionarán al territorio como destino turístico. De este modo, diferentes recursos de los territorios se identifican con potencial turístico, bien sea de corte histórico, productivo, cultural, natural: cualquier tipo de objeto o acción puede ser convertido en un atractivo turístico.

La producción de imágenes e intervención por parte del sistema turístico tiene la finalidad de convertir al territorio (destino) en lo más exótico y “otro” posible del territorio de origen del turista objetivo.

La existencia de esta diferencia es, en último término, una condición indispensable para que el hecho turístico

1 Traducción propia del original *The Transformation of a Middle-class Neighbourhood Into a Relatively Affluent and Exclusive Enclave Marked by a Proliferation of Corporate Entertainment and Tourism Venues* (Gotham 2005, 1102).

se concrete. [...] Los atractivos turísticos, dejan de ser vistos como rasgos inherentes de los lugares para ser considerados como aquello que resulta de procesos de ‘construcción social de atracción’. (Bertoncello et. ál. 2003) [...] en los que intervienen dimensiones materiales pero también subjetivas, activadas en procesos sociales concretos. (Bertoncello 2012, 211)

Las intervenciones sobre el espacio incentivadas durante la turistificación son altas, ya que con ellas se crea un espectáculo para el turista. Con la intención de que este último vea al destino como único, diferente a otros, pero principalmente distinto a su territorio de procedencia. Tales intervenciones se realizan sobre espacios determinados, donde intentan que el forastero se sienta parte del territorio y, quizás voluntaria o involuntariamente, que el residente se sienta como forastero. Así, estos actores producen un nuevo territorio, el cual ha sido llamado territorio turístico: “Los territorios turísticos resultan de la práctica turística, ya que al mercantilizar los atractivos culturales presentes en una determinada localidad, el turismo da origen a un proceso dialéctico de creación y recreación de los lugares” (Diniz Carvalho y Guzmán Moquete 2011, 446).

El concepto de territorio turístico entonces ha sido utilizado para caracterizar el tipo de territorio que surge con el proceso de turistificación. La turistificación parte de un territorio que ha sido producido y, precisamente, a partir de sus territorialidades y territorializaciones comienza el proceso de mercantilización, reapropiación y exotización para convertirlo en un producto turístico. Ahora bien, el territorio turístico como resultado de la intervención del turismo en el territorio, produce nuevos lugares, crea nuevas relaciones sociales y nuevas territorialidades: “El territorio turístico no es fijo sino móvil. La dinámica turística obliga permanentemente nuevas formas de organización del espacio y de configuración territorial” (Bejarano 2009, 9).

El territorio turístico es el resultado de los imaginarios que el sistema turístico define para el territorio. Uno de los autores que más ha avanzado en este sentido es Hiernaux, quien propone una forma de analizar el turismo desde los imaginarios y los idearios, estudiando cómo la combinación de ambos es la que permite el hecho turístico:

El imaginario social puede entonces ser definido en forma preliminar como el conjunto de creencias, imágenes

y valoraciones que se definen en torno a una actividad, un espacio, un periodo o una persona (o sociedad) en un momento dado. [...] El imaginario turístico, es entonces aquella porción del imaginario social referido al hecho turístico, es decir a las numerosas manifestaciones del proceso societario de viajar. (Hiernaux 2002, 8)

Aquí se entenderá el imaginario turístico como una creación imaginaria generada mediante valoraciones, percepciones, discursos e imágenes de un lugar, un hecho, una persona, una colectividad, una actividad, una especie animal o vegetal, entre otros, con el fin de fomentar su visita y práctica turística. Ese imaginario no es entonces una representación de la realidad, al contrario, es una construcción que proyecta un deseo, por lo tanto es dependiente del actor que lo quiere promover y de aquellos que lo reciben y construyen. Es decir, en el sistema turístico se encuentran los actores que quieren fomentar un determinado imaginario, una idea o percepción sobre algo; por ello producen imágenes y discursos que inciden sobre la construcción del imaginario en otros actores. A su vez, quienes reciben esas imágenes y discursos, comienzan a apropiarse de ese imaginario, asimilándolo tal cual como fue promocionado, o tomando una posición diferente frente a ello, todo dependerá de sus condiciones socioculturales particulares.

Sin embargo, dicho imaginario puede cambiar a lo largo del tiempo, pueden presentarse hechos respecto a ese espacio o persona, que lo transformen. Así pues, en la medida en que son cambiantes con el tiempo y el espacio, los imaginarios son propios de cada sociedad y se crean a partir de sus condiciones iniciales, su historia, su experiencia social y sus interacciones con los otros (Hiernaux 2002). Una vez que la persona retorna del lugar elegido a su vida cotidiana, va a tener unos recuerdos, objetos que rememoran las vivencias, pero especialmente unas narraciones para las personas cercanas, las cuales van a permitir que los receptores de dichas narraciones también construyan esos imaginarios y los reproduzcan.

Desde la posición del residente no es tan fácil marcar los cambios en el imaginario. Esto se debe a que el residente está en constante encuentro con la realidad, lo cual hace que su relación con las imágenes producidas por el sistema turístico sea diferente. En efecto, cuando la comunidad residente no es partícipe de la construcción de los imaginarios o no se siente incluida

allí, el imaginario tiende a serles distante, no reconocen esas imágenes dentro de su territorio apropiado y, por tanto, solo ven al turista como una fuente de ingresos (Jurdao 1992), no como un actor más dentro de su territorio. El turista sería un actor con el cual se relacionaría si este llegara a los lugares, actividades y demás componentes de su territorio. Pero en los casos donde el imaginario no se construye con los residentes, el turista disfruta de momentos y lugares exóticos, que cada vez se separan más del territorio apropiado por aquellos.

En este punto es de destacar lo que menciona Hiernaux sobre el efecto de los imaginarios: “un aspecto muy significativo de los imaginarios es que se vuelven una fuerza ‘actante’, es decir que desencadenan actitudes e intervenciones directas de los individuos en su quehacer cotidiano” (2009, 114). Desde allí, es posible afirmar que el imaginario ejerce una fuerza sobre los diferentes actores sociales. En los actores del sistema turístico hace que intervengan en el territorio con la finalidad de cumplir esas imágenes y discursos creados. En los actores visitantes provocan el desplazamiento; mientras que en los residentes generan un posible alejamiento al percibir esos lugares tan distintos de su apropiación tradicional.

Se propone entonces que una de las formas como se manifiesta la turistificación en el territorio, es decir, un tipo particular de territorio turístico, es precisamente el que el autor del texto ha denominado territorio de postal. Para entender este concepto se parte de los efectos de los imaginarios turísticos sobre los diferentes actores sociales. Es decir, es probable que los actores del territorio turístico incorporen las demarcaciones, discursos e imágenes que proponen los imaginarios turísticos; cuando esto sucede, se logra una fragmentación en el espacio y el tiempo que componen el territorio turístico. Debido a que se identificarán espacios y momentos destinados para el turista y otros para el residente. En los primeros se manifiesta la imagen turística que se ha vendido del destino, mientras que en los segundos no.

En esta medida, los actores del sistema turístico incentivarán la inversión, la promoción y la higienización de los lugares turísticos, con el fin de satisfacer al visitante. Mientras que los lugares propios de los residentes tratarán de ocultarlos, al no corresponder con esa imagen que quieren vender del destino. Qué tan marcada sea la promoción de unos y el ocultamiento de otros,

dependerá de la configuración que haya alcanzado el territorio turístico.

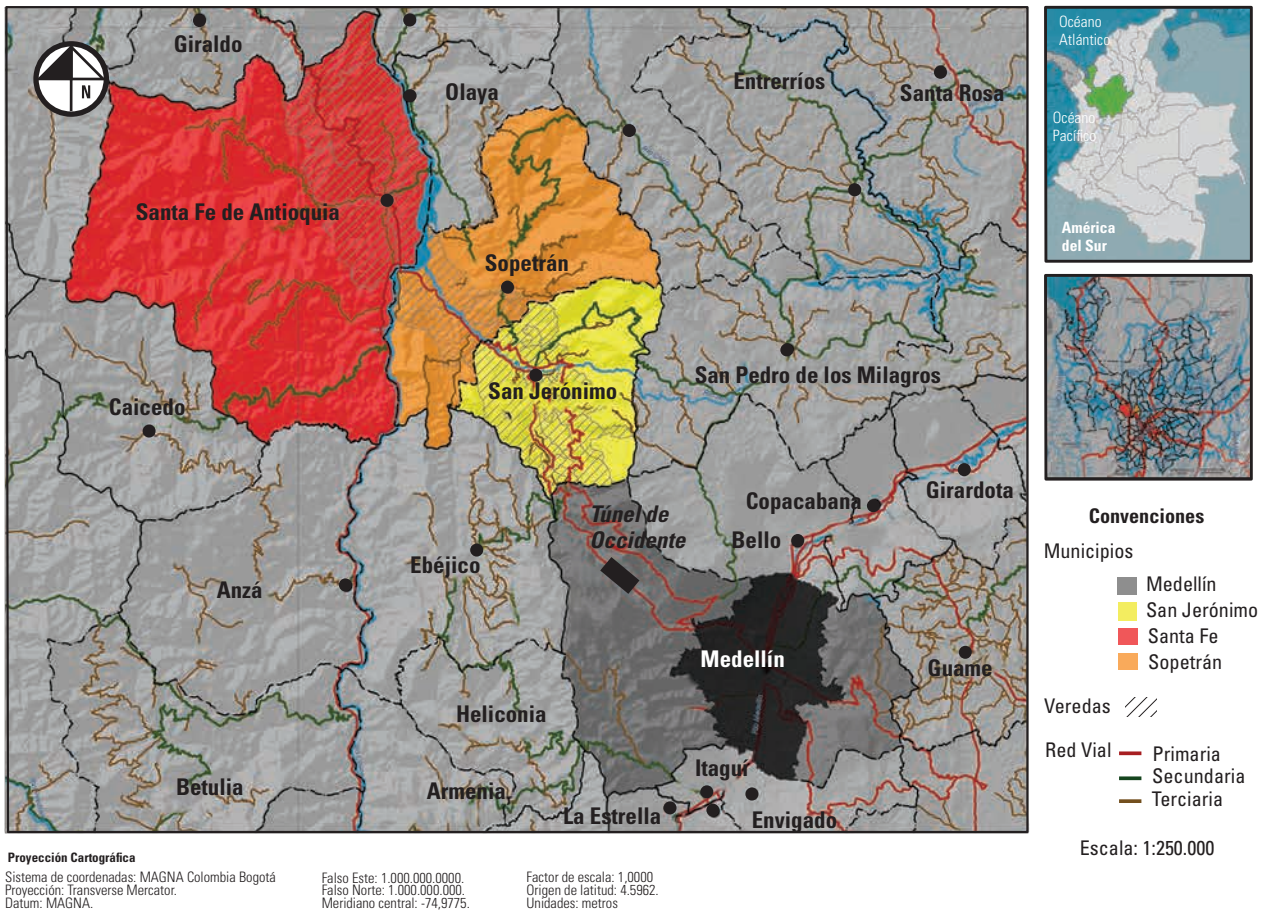
Esta dualidad, que se presenta en cualquier territorio turístico, es la que se quiere resaltar con el concepto de territorio de postal, que se define entonces como aquel territorio turístico cuya principal característica es la de fragmentar el territorio en dos espacios, uno que corresponde a la imagen con la que se produjo el territorio turístico, y otro que presenta características estéticas y sociales diferentes a esa imagen. Es posible asemejarlo al escenario de teatro, donde un espacio es el que se muestra al público, donde se realiza el espectáculo, y otro es el espacio oculto donde se hace la preparación para ese momento. Esto ocurre en los territorios de postal, que en momentos determinados, los de visita del turista, muestran su cara exótica, la de la postal que han vendido; ocultando simultáneamente todo aquello que ha alimentado dicha postal, pero que estéticamente no se corresponde.

### El turismo en Santa Fe de Antioquia

Santa Fe de Antioquia se localiza en la subregión occidente del departamento de Antioquia y a una hora de distancia aproximada de la ciudad de Medellín (figura 1). Tradicionalmente se ha dedicado a las actividades agropecuarias, sobresaliendo en la producción de café, ganadería y cítricos. Desde la apertura del Túnel de Occidente en el 2006, esta tendencia ha venido cambiando, resaltando el hecho de ser un destino turístico principalmente para el Valle de Aburrá, del que también hace parte Medellín.

La actividad turística en este municipio ha estado caracterizada por el aprovechamiento de su historia como antigua capital departamental, el tipo de arquitectura que mantiene desde la época colonial y el clima que le permite ser un espacio de veraneo para los habitantes del Valle de Aburrá. Con estas características innatas, o lo que se denominaría sus “ventajas comparativas”, desde los años setenta se comenzó a mejorar la infraestructura turística en el municipio para capitalizar esos recursos. Es una actividad importante, y quizás constituye la razón por la que se le otorga una posición al municipio dentro de la llamada Región Central de Antioquia<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Con este nombre se conoce desde finales de la década de los noventa, a partir del Plan Estratégico de Antioquia (PLANEA), a aquellos municipios que se vienen articulando al Valle de Aburrá. Allí se encuentran municipios cercanos de las subregiones del occidente, oriente, norte y suroeste.



**Figura 1.** Localización de Santa Fe de Antioquia.  
 Datos: IGAC 2015

El turismo en el municipio ha permitido una nueva dinámica económica, reflejada en su estructura económica emprendedora. Esto se ha manifestado en el hecho de ser el municipio con mayor cantidad de empresas en la subregión occidente del departamento de Antioquia (tabla 1). Así mismo, en los últimos años se ha convertido en uno de los municipios de esta subregión que más ha propiciado la creación de empresas, con un crecimiento entre el 2011 y 2016 del 106% (tabla 1). Sin duda alguna, esto se debe a la dinámica generada por la movilidad de turistas, lo cual le ha permitido aumentar su demanda local y, de esta forma, incentivar la creación de nuevas empresas.

Esta última afirmación se puede justificar a partir de la estructura económica de la subregión. En la figura 2 es posible observar que la mayoría de las empresas de la subregión se dedican a actividades como el comercio y los servicios de alojamiento y alimentación. Tal estructura muestra la importancia del turismo

en la subregión, ya que son dos de las actividades conexas fundamentales para su realización exitosa. En este orden de ideas, Santa Fe de Antioquia presenta una estructura económica similar, ya que junto a San Jerónimo y Sopetrán —municipios turísticos vecinos de Santa Fe—, localizan aproximadamente el 50% de las empresas de la subregión, por lo cual se puede afirmar que el crecimiento del número de empresas en el municipio se ha centrado en esas dos actividades, siendo el turismo su dinamizador.

Por otra parte, el número de visitantes y su posicionamiento como destino turístico regional, entre otros aspectos, permiten demostrar la importancia de los flujos económicos que el turismo atrae a Santa Fe de Antioquia. En la tabla 2 se presenta la ocupación hotelera de algunos de los municipios denominados turísticos dentro del departamento de Antioquia; el que mayor ocupación presenta en ambos años es Rionegro.



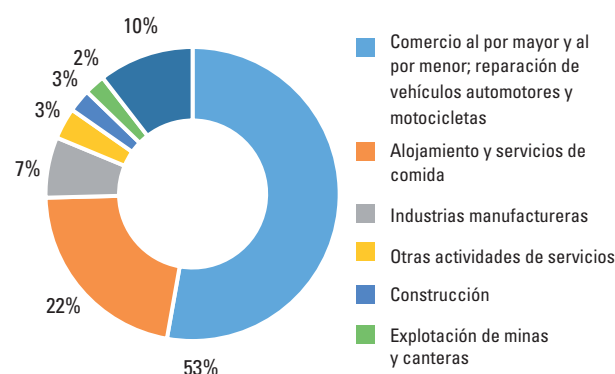
En cuanto a tarifas promedio se muestra (figura 3) que Rionegro y Santa Fe de Antioquia son los municipios que tienen las tarifas más altas del departamento y que, junto a Necoclí, son los que más aumentaron sus tarifas del 2014 al 2015, lo cual se puede deber a que ya cuentan con un público cautivo y no se preocupan tanto por estos costos.

**Tabla 1.** Número de empresas por municipio de la Subregión Occidente, 2011-2016

Municipio	2011	2016	Crecimiento 2011-2016	Participación subregional 2016
Abriaquí	9	9	0%	0%
Anzá	72	99	38%	3%
Armenia	54	76	41%	2%
Buriticá	38	206	442%	6%
Cañasgordas	120	215	79%	7%
Ebéjico	177	247	40%	8%
Frontino	167	262	57%	8%
Giraldo	38	92	142%	3%
Heliconia	29	93	221%	3%
Liborina	118	172	46%	5%
Murindó*	14	40	186%	1%
Olaya	10	23	130%	1%
Peque	44	72	64%	2%
Sabanalarga	39	88	126%	3%
San Jerónimo	209	319	53%	10%
<b>Santa Fe de Antioquia</b>	<b>374</b>	<b>770</b>	<b>106%</b>	<b>24%</b>
Sopetrán	207	321	55%	10%
Uramita	31	54	74%	2%
Vigía del Fuerte*	17	39	129%	1%
<b>Occidente</b>	<b>1.767</b>	<b>3197</b>	<b>81%</b>	<b>100%</b>

Datos: Cámara de Comercio de Medellín 2011, 2016.

*Nota:* \* Este municipio administrativamente pertenece a la subregión de Urabá, pero en la delimitación de la Cámara de Comercio la ubican en el occidente.

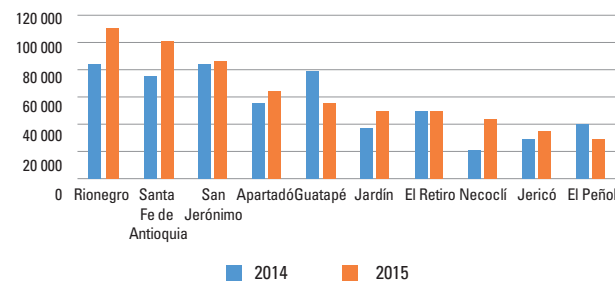


**Figura 2.** Estructura económica de la subregión de occidente, 2016. Datos: Cámara de Comercio de Medellín 2016.

**Tabla 2.** Ocupación en hoteles de algunos municipios de Antioquia

Municipio	I Trimestre 2014	I Trimestre 2015
Guatapé	31,65	26,44
Rionegro	48,21	56,77
El Peñol	30,07	16,8
El Retiro	16,7	19,62
Jardín	36,22	27,44
Jericó	35,34	32,72
Santa Fe de Antioquia	33,12	29,26
San Jerónimo	52,67	27,28
Apartadó	30,08	29,11
Arboletes	17,07	29,04
Necoclí	41,87	31,54
Total	37,27	33,22

Datos: SITUR 2015.



**Figura 3.** Tarifa promedio hotelera en municipios turísticos (pesos colombianos), I trimestre 2014-2015.

Datos: SITUR 2015.

Es llamativo que Santa Fe de Antioquia presente una de las tarifas hoteleras más altas del departamento y que, a pesar de ello, sea también uno de los que tiene una tasa de ocupación relativamente alta. Esto muestra que el tipo de turismo que se atrae es de un nivel adquisitivo más alto que el que llega a otros municipios del departamento. Una de las imágenes del municipio que se propicia es la de una arquitectura colonial —junto a un turismo religioso y de grandes eventos locales, regionales e internacionales—, lo cual podría explicar ese nivel adquisitivo de los turistas. Es posible hacer una aproximación del flujo económico que se crea en el turismo santafereño, aunque es claro que no todo ese flujo se moviliza exclusivamente hacia el municipio.

En la tabla 3 se muestra la aproximación de dicho flujo, que puede calcularse a partir de la información oficial de diferentes fuentes y la información del trabajo de campo. En primer lugar, se determina el presupuesto para un fin de semana por persona en el municipio, con arribo el sábado y salida el domingo. Según el trabajo de campo y la información suministrada por hoteleros locales, lo normal es que las personas lleguen antes del mediodía del sábado y se desplacen después del mediodía del domingo. Esto implica el consumo de mínimamente cuatro comidas, un gasto que para el 2014 se podría aproximar a \$ 8.000 COP (2,8 USD<sup>3</sup>) cada una, dando un total para el fin de semana de \$ 32.000 COP (11,20 USD).

El transporte público terrestre entre Medellín y Santa Fe en el 2014 se puede aproximar a \$26.000 COP (9,10 USD), ida y regreso. Según información de la Gobernación de Antioquia y el Departamento Administrativo de Planeación (2014), tomada del Sistema de Indicadores Turísticos Medellín-Antioquia —en adelante, SITUR— la ocupación hotelera en el municipio fue del 33% para el 2014, con un número total de 8.897 habitaciones ofertadas, lo que implica que aproximadamente 2.969 habitaciones serían ocupadas por fin de semana. Se hacen aquí tres supuestos para lograr una aproximación del flujo económico del turismo.

El primero es que el turismo en el municipio se concentra los fines de semana y, por ello, la ocupación y las habitaciones se toman como un dato que se genera básicamente para ese tiempo. El segundo es que cada habitación sería ocupada por una sola persona, esto con el fin de no inflar las cifras y al contrario hacer una aproximación hacia el límite inferior de la cifra real, ya que

3 Todas las conversiones se hacen a partir de la tasa de cambio de marzo 30 del 2017.

en muchos casos la visita se hace en pareja o en grupos; este supuesto se hace para evitar sobreestimar el flujo. Finalmente, se supone que todos los fines de semana se logra ese mismo nivel de ocupación; es claro que esto no ocurre así en la realidad, ya que existen temporadas altas y bajas, pero en promedio se podría aproximar a esa ocupación general.

**Tabla 3.** Aproximación del flujo económico generado por el turismo en Santa Fe de Antioquia, 2014

Tipo de gastos	Costos
<b>Gasto por fin de semana por persona</b>	<b>\$134.091</b>
Hospedaje	\$76.091
Transporte	\$26.000
Alimentación	\$32.000
<b>Número de habitaciones ofertadas en el municipio</b>	<b>8.897</b>
Ocupación	33%
Personas fin de semana	2.969
<b>Gasto fin de semana total</b>	<b>\$398.116.179</b>
<b>Gasto turístico al año</b>	<b>\$20.702.041.308</b>
<b>Ingresos Alcaldía Santa Fe de Antioquia 2014</b>	<b>\$30.758.224.000</b>
<b>Relación entre gastos turísticos e ingresos de la Alcaldía</b>	<b>67%</b>

Datos: Gobernación de Antioquia y Departamento Administrativo de Planeación 2014; SITUR 2014.

Ahora bien, teniendo en cuenta la tarifa promedio de hotel por noche para el 2014 dada por el SITUR (2014) de \$76.091 COP (26,63 USD) el gasto promedio de una persona por un fin de semana en el municipio sería de \$134.091 COP (46,93 USD). Si esto se multiplica por las 2.969 habitaciones ocupadas da como total un gasto de \$398.116.179 COP (139.340,66 USD) por fin de semana. Al convertir esto en una cifra anual se tendría un flujo de \$20.702.041.308 COP (7.245.714,46 USD), que al ser comparada con los ingresos de la Alcaldía municipal (tabla 3, para el resumen de esta aproximación) representa cerca del 67%. Este cálculo muestra la importancia del turismo en el municipio para la generación de ingresos y la dinámica económica que provoca, lo que sigue demostrando por qué se puede afirmar que el turismo ha incentivado la creación de empresas con finalidades comerciales, de hospedaje y alimentación.

De otro lado, la actividad turística también ha propiciado el posicionamiento de Santa Fe a nivel

regional y nacional, permitiendo que el municipio sea visto como foco para nuevas inversiones. Tal es el caso de las Comunidades Inclusivas y Sostenibles en América Latina (CISAL), programa adelantado por la Federación Canadiense de Municipalidades (FCM), que adelanta la creación de un Fondo CISAL para la financiación de proyectos socioeconómicos y —junto a Microempresas de Colombia— la formulación de un plan de desarrollo económico local en el que también se articula la minería de oro (Gobernación de Antioquia 2016b). Asimismo, desde la Gobernación de Antioquia se adelanta un proyecto para conectar mediante un bulevar turístico y recreativo a Santa Fe de Antioquia, San Jerónimo y Sopetrán (Gobernación de Antioquia 2016a), inversión que los seguirá posicionando como atractivos turísticos y que los lleva a articularse más para un trabajo colectivo.

Ahora bien, todos estos aspectos llevan a pensar que el municipio está experimentando con el turismo nuevas dinámicas territoriales que mejorarían la calidad de vida de la población residente. En la realidad local esto no es tan claro, ya que las condiciones de vida de la población no han mejorado sustancialmente a pesar de la dinámica económica y del posicionamiento que ha logrado el turismo. Por ejemplo, en la última encuesta de calidad de vida de Antioquia, la zona donde se ubica Santa Fe de Antioquia, Cauca Medio, a la pregunta sobre la percepción de las condiciones económicas del hogar en los últimos 12 meses, respondió en un 36% que estaba empeorando, siendo incluso mayor a los otros municipios de la subregión que no tienen una vocación turística (Gobernación de Antioquia y Departamento Administrativo de Planeación 2014b). Es más, esta misma encuesta muestra que el occidente es la tercera subregión más pesimista del departamento, lo que no pareciera ajustarse a la dinámica económica mostrada anteriormente. A nivel municipal, la información más reciente para identificar características de calidad de vida es la del Censo del 2005, en donde se muestra una población por debajo de las condiciones de la Región Central de Antioquia (tabla 4). Así, cabe formular la pregunta: ¿por qué Santa Fe de Antioquia cuenta con una de las poblaciones con menores niveles de vida dentro de la región central de Antioquia si está presentando una dinámica económica importante fomentada por el turismo?

Es importante resaltar que si bien la mayoría de turistas que asisten al municipio son de corte local, el turismo internacional ha venido aumentando, ligado

al fortalecimiento de Medellín como ciudad propicia para el turismo de negocios. Esto se debe a que después de finalizados los eventos realizados en Medellín se incentiva a que estas personas asistan al municipio para conocer la cuna de la cultura paisa. En esta medida, ambos territorios se aportan, de tal modo que se pierde, en parte, la típica relación centro-periferia, para constituir un sistema donde un lugar puede actuar en algunos momentos como centro y en otros como periferia.

**Tabla 4.** Población pobre por Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) de la región central de Antioquia (%), 2005

Ciudad	Porcentaje de población con NBI
Medellín	12,42
Barbosa	21,73
Bello	10,58
Caldas	13,02
Copacabana	9,75
Envigado	5,43
Girardota	15,43
Itagüí	8,79
La Estrella	11,64
Sabaneta	6,84
Donmatías	18,72
San Pedro de Los Milagros	17,87
Santa Rosa de Osos	23,52
Armenia	39,83
Heliconia	34,27
San Jerónimo	34,4
<b>Santa Fe de Antioquia</b>	<b>44,1</b>
Sopetrán	33,55
El Carmen de Viboral	17,96
El Retiro	12,2
El Santuario	20,73
Guarne	17,73
La Ceja del Tambo	13,75
La Unión	18,4
Marinilla	14,56
Rionegro	12,46
Amagá	27,07
Angelópolis	25,97

Datos: Gobernación de Antioquia y Departamento Administrativo de Planeación 2014.

A través de entrevistas realizadas a actores locales —funcionarios públicos y hoteleros— fue posible identificar algunas de las problemáticas del turismo local que explican la baja calidad de vida a pesar del fortalecimiento del turismo. En primer lugar, según los hoteleros, un problema que se ha venido presentando es que existen fincas que están prestando los servicios de hospedaje sin cumplir las reglamentaciones, por lo que se ha generado una competencia desleal. Debido a que estas fincas —e incluso apartamentos que se han venido construyendo—, no pagan seguros, impuestos y demás costos propios de la actividad hotelera (Alcaldía de Santa Fe de Antioquia 2012). Tal informalidad también dificulta el registro de turistas e ingresos generados en el municipio.

Este factor también tiene que ver con un segundo problema: el turismo de sol que se ha fortalecido debido al clima cálido del municipio, la conectividad física con Medellín y a la construcción de fincas y urbanizaciones. Se considera como un problema porque dicho tipo de turismo atrae población que solo llega a las fincas —localizadas en veredas y en general en zonas rurales—, donde pasan el día, sin acercarse al centro histórico del municipio; por lo general lo que consumen estos turistas lo llevan directamente desde la ciudad de Medellín, y por tanto, no realizan demasiadas compras dentro del municipio que representen un ingreso para los actores locales. Esto también explica el subregistro que hay del turismo en el municipio, ya que junto a la informalidad, el desplazamiento diario no permite reflejar la presencia de estos turistas en el dato sobre ocupación del SITUR. La Ruta del Sol, como se ha denominado al transecto entre Santa Fe, San Jerónimo y Sopetrán, se caracteriza por:

[...] ofrecer al turista servicios de alojamiento, alimentación, información, recreación, etc., cercanos a las zonas urbanas, restringiendo el consumo a estos centros y, por consiguiente, concentrando las ganancias que deja la actividad turística en estas mismas zonas, si no en las grandes superficies localizadas en Medellín y en área metropolitana del Valle de Aburrá, desde donde muchas veces se compran los alimentos y utensilios para llevar al destino turístico. (Alcaldía de Medellín 2012, 92)

A esto se le suma que los dueños de las fincas, en buena medida, son de Medellín, por tanto los ingresos se reinvierten en dicha ciudad y no en Santa Fe de Antioquia. Este hecho ha llevado a que se afirme que dicho tipo de turismo solo les deja los residuos sólidos y la sobrecarga para la prestación de servicios domiciliarios locales (Universidad Nacional de Colombia 2006).

Adicionalmente, cuando deciden pernoctar en el municipio, muchas veces se desplazan al centro histórico donde se localizan las discotecas, y como no son turistas de tipo cultural, es decir, que vayan a observar el patrimonio local, tienden a perjudicar los procesos de cuidado necesarios para estas edificaciones. En definitiva:

El turismo que se desarrolla en la región, no obedece a un proceso de regulación y planificación que permita inducir su crecimiento ordenado y deseable, la falta de regulación provoca conflictos y desplazamientos de otras formas de ocupación y usos del suelo, con impactos significativos sobre las actividades agrícolas y pecuarias por la demanda de suelos para actividades de mayor generación de renta (usos turísticos, recreativos y de parcelaciones). (Alcaldía de Santa Fe de Antioquia 2012, 57)

Este es un tercer problema del turismo local, el deterioro de parte del patrimonio por parte de ese turismo que no es propicio para las instalaciones. Según la Encuesta de Origen y Destino —en adelante, EOD— de Antioquia para el 2014, a Santa Fe de Antioquia se dirigían un total de 33.038 viajes durante los viernes, 37.271 los sábados y 38.268 los domingos (Gobernación de Antioquia y Departamento Administrativo de Planeación 2014a). En esta EOD, se indica que Santa Fe es el municipio que presenta un mayor número de viajes de destino en el departamento durante un fin de semana.

Si se tiene en cuenta que la población del municipio es de alrededor de 24.000 personas (Gobernación de Antioquia y Departamento Administrativo de Planeación 2014a), el hecho de tener en promedio unos 35.000 visitantes por fin de semana muestra la magnitud de las transformaciones que se pueden lograr, más aún cuando estos visitantes se concentran en puntos específicos y no en toda la jurisdicción del municipio.

Otro elemento de la actividad turística en Santa Fe es que, dada su cercanía a Medellín y sus atractivos turísticos, las inmobiliarias han visto allí un mercado potencial para la construcción de urbanizaciones recreativas. La llegada de este mercado inmobiliario ha generado, en parte, un cambio en la actividad económica local, pues personas que se dedicaban a la producción agropecuaria han tenido que vender sus tierras, desplazarse a otros lugares, o convertirse en mayordomos de las nuevas fincas de recreo. Así, según el estudio de la Universidad Nacional de Colombia:

Los usos agropecuarios tradicionales de la zona de estudio, se realizan principalmente en cultivos de caña de azúcar, café, plátano yuca, frutales y ganadería extensiva.

Las áreas dedicadas a esta vocación se han reducido ostensiblemente al igual que su producción en volumen para consumo interno y de comercialización regional, para dar paso a una alta subdivisión predial debido a las ofertas de compra de las empresas inmobiliarias, que buscan establecer allí sus proyectos y viviendas campestres. [...] Al ingresar a la zona se puede apreciar la promoción de por los menos quince proyectos urbanísticos como parques recreativos, hostales, parcelaciones y condominios campestres, lo que hace evidente un incremento de uso recreativo, en tierras que anteriormente eran productivas en actividades agropecuarias como renglón primario de la economía, transformándose su vocación al turismo y por ende a la terciarización de las actividades económicas en esta zona. (2006, 44)

Pero las inmobiliarias no solo han llegado con la construcción de fincas de recreo; en efecto, las segundas viviendas son otro tipo de negocio que se ha disparado en los últimos años. La construcción de urbanizaciones alrededor del centro histórico es alta, al igual que en las afueras, lo cual genera pequeños cordones de barrios todavía tradicionales que cada vez se ven más hostigados por esas dinámicas externas y las consecuencias en los costos que tienen.

En este sentido, se presenta una lucha entre dos fuerzas, la externa que está llevando la dinámica turística, y la local que busca su desarrollo. En esta medida, Pérez Moreno propone que en este municipio se presenta un “turismo metropolitano”, definido

[...] como un turismo que implica el desplazamiento temporal, por razones de ocio, de personas provenientes de un área metropolitana a lugares receptores que hacen parte de las regiones polarizadas por estas (denominadas como interface urbano-regional) y sobre las cuales produce, a través de esta actividad transformaciones territoriales. Dicho fenómeno, en la región de estudio, se presenta relacionado con la apertura de un mercado inmobiliario favorable que coincide con una débil regulación regional y municipal, una baja productividad agropecuaria, altos porcentajes de población en condiciones de pobreza y miseria (82% en promedio), y en especial con unas condiciones óptimas de infraestructura vial y de recursos turísticos, específicamente arquitectura patrimonial, clima cálido, escenarios naturales y eventos posicionados [como el festival de cine]. (2008, 186)

En este orden de ideas, es posible observar que en el municipio de Santa Fe de Antioquia se presentarían

todos los aspectos propios para el fortalecimiento de un territorio de postal. Esto debido a que es un gran atractivo turístico, donde se ha producido el imaginario de ser un municipio patrimonial, pero al mismo tiempo un imaginario de turismo de sol. Como resultado se tiene que ambos imaginarios se van fortaleciendo y podrían tener una incidencia sobre los espacios de la población residente, generando de este modo el territorio de postal.

En el municipio, como en la mayoría de los pueblos tradicionales de Antioquia, el domingo era día de mercado, lo cual movilizaba a los campesinos a la cabecera municipal para vender sus productos, comprar aquellos que necesitaban, asistir a misa e interactuar con sus amigos, debido a que vivían aislados por la separación de sus parcelas (Zuleta 2010). Actualmente, en el municipio el día domingo tiene una dinámica similar, pero por razones diferentes, es el día de la llegada de los turistas, por lo tanto, los campesinos aprovechan para venderles sus productos, localizándose en la carretera o en el parque principal pero ya no con la finalidad exclusiva de interactuar con sus conocidos, pues si bien esto no queda de lado, ya no es una de las razones principales.

El flujo de personas observado en el municipio durante un fin de semana, en comparación con lo que sucede el resto de semana, hace patente que los tiempos locales y los ritmos sociales han cambiado. El domingo como día de unión familiar y encuentro social se ha transformado en el día en que se pueden obtener los recursos para la familia, transformando la relación de las personas con su espacio-tiempo y, por tanto, su producción de territorio.

Además, para satisfacer las necesidades del turista se han construido alrededor de la vía principal, parcelaciones, urbanizaciones, hoteles, hosterías y parques acuáticos. Así, estas construcciones han traído efectos contrarios a los esperados:

Los principales efectos del turismo se reflejan en una fuerte presión por el cambio de uso del suelo, relocalización de la población nativa, incremento en la demanda de servicios (agua potable), contaminación por vertimientos de aguas residuales y generación de residuos sólidos por encima de la escala del municipio. (Alcaldía de Santa Fe de Antioquia 2012, 57)

Incluso los espacios públicos locales están siendo apropiados por los turistas y comienza a darse una sensación entre los residentes de que es mejor no transitar

ni disfrutar de esos espacios, al menos mientras que están allí los turistas. Así, López Zapata menciona que un impacto territorial del turismo en Santa Fe es el

[...] incremento del déficit de espacio público urbano y recreativo en días y meses críticos (fines de semana, puentes, vacaciones), debido a la concentración espaciotemporal de los turistas, lo que genera altos niveles de saturación del destino como consecuencia de la estacionalidad de la actividad. (2014, 108)

En la figura 4 se muestran cambios en uno de sus parques tradicionales, el Parque de la Chinca, el cual durante algunos años de la década del 2000 fue apropiado básicamente por turistas y comerciantes. Según información de habitantes del municipio, dicho parque se convirtió en un lugar destinado a la fiesta, la prostitución e incluso las relaciones sexuales, todo lo cual hacía que la población local se alejara de este lugar durante las noches, ya que sabían el tipo de acciones que se realizaban allí. En este parque, y en general en todo el municipio, se venían presentando unas dinámicas sociales muy negativas:

La mayoría [de los visitantes son] atraídos por el turismo cultural, histórico o recreativo que representa el municipio, pero también por el turismo sexual que ha ido ganando espacio, así como la prostitución infantil y la drogadicción. De acuerdo con las entrevistas realizadas, las redes de prostitución sobrepasan los límites municipales, concentrando otros municipios como San Jerónimo, Sopetrán, Olaya y Ebéjico alrededor de la prestación de servicios sexuales a los turistas.

A la situación anterior se suman, además, otros problemas como el aumento de casos de fleteo, el aumento de los niveles de ruido y de la contaminación por basuras en el espacio público, representando problemas de convivencia entre los pobladores locales y los visitantes. (Alcaldía de Medellín 2012, 92)

Hace pocos meses se hizo una intervención por parte de los actores locales, encabezada por uno de los hoteleros y la alcaldía municipal, con el fin de transformar las actividades mencionadas, retomar la apropiación por parte de los residentes y mejorar la imagen del parque. De esta forma, se puede hablar de un cambio en la producción del lugar y del territorio, ya que antes de esta apropiación por parte de los turistas el parque estaba destinado al encuentro local y a las actividades religiosas. La figura 4 muestra parte de la apropiación que se vive en tiempos diferenciados, anteriormente se

nota que predominaba la iglesia como objeto principal y de significado social. Mientras que en la fotografía más reciente, si bien la iglesia continúa siendo central, el parque se ha tratado de presentar de otra manera, para que estéticamente responda a los imaginarios que traen los visitantes.

Histórica



Actual



Figura 4. Imágenes del Parque de la Chinca.

Fuente: (superior) santafedeantioquia.net sf.; (inferior) fotografía del autor, mayo del 2016.

En la figura 5, se presenta una de las construcciones que se han realizado para el turismo (Antioquia Premium), la cual está ubicada muy cerca del centro histórico, rompiendo con la arquitectura e imagen de este. En las fotografías es posible observar —desde los límites de una malla externa que rodea la ciudadela, ya que es privado y no se puede ingresar sin invitación—, que el comportamiento durante los días laborales de la semana es diferente al que se da en el fin de semana, pues en este último los turistas disfrutaban de dicho lugar incluso haciendo una fila para ingresar a la piscina, mientras que durante el resto de la semana permanece deshabitado. Esto da una idea

de la importancia del tiempo y de la construcción social que hay en los ritmos que se presentan en Santa Fe de Antioquia. Sin embargo, este fenómeno no se refleja solo en las nuevas construcciones, también en el centro histórico:

El silencio y lo pasivo de algunos sectores del municipio, se debe en gran parte a que muchas de las casas son de propiedad de personas de Medellín o de otras ciudades, y sólo ocupan estas viviendas para el descanso en temporada de vacaciones y casualmente, durante algunos fines de semana. Muchas de estas casas están apostadas sobre La Calle de la Amargura, la cual es un claro ejemplo de ello. (Alcaldía de Santa Fe de Antioquia 2012, 46)



**Figura 5.** Transformaciones espacio-temporales a partir de una urbanización.

Fotografías del autor, mayo del 2015.

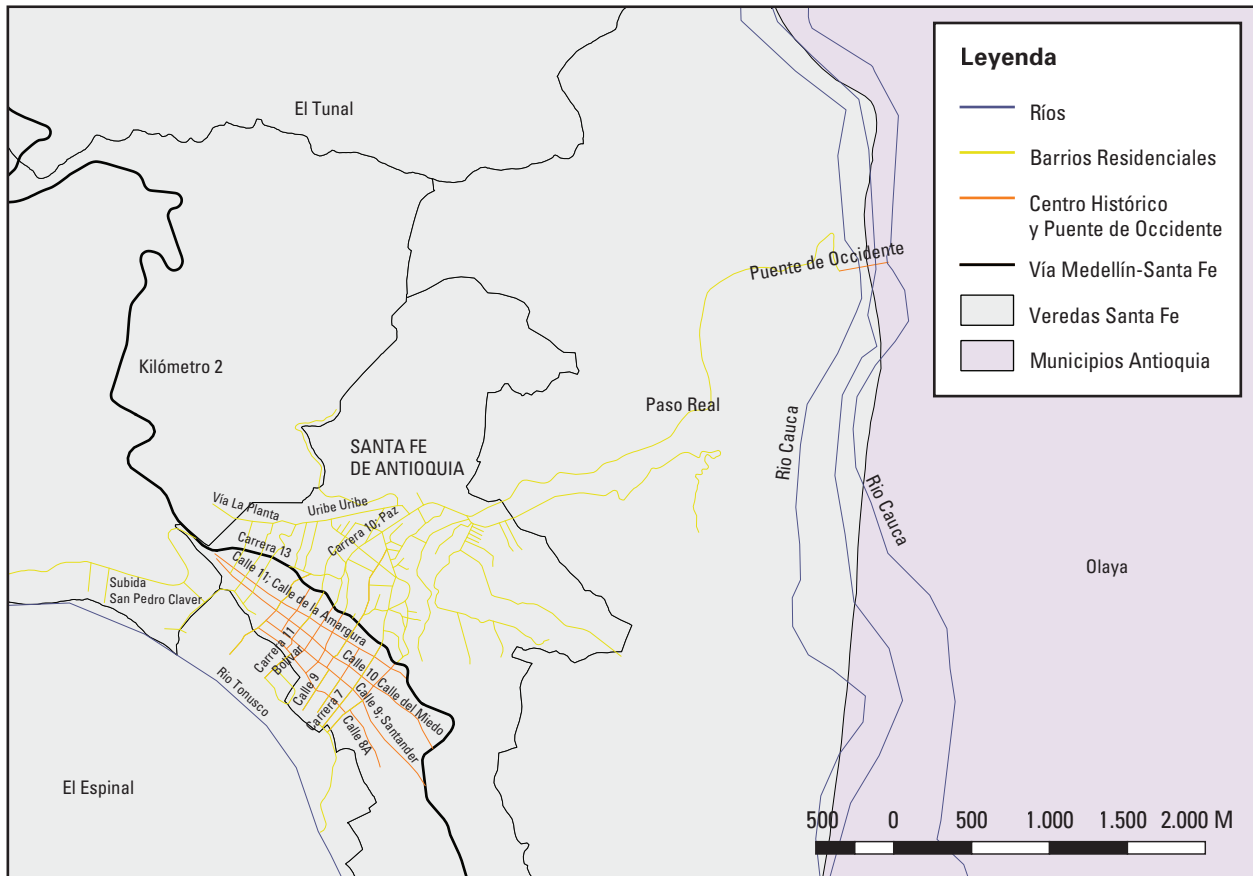
Nota: (superior) entre semana; (inferior) fines de semana.

Ahora bien, estas fuerzas externas se complementan con el hecho de ser un municipio patrimonial, para generar ciertas presiones sobre la población local. El centro histórico del municipio se ubica entre las calles 8 y 11 y las carreras 6 y 14, donde se localizan diferentes iglesias, parques, edificios conmemorativos y demás (figura 6). Los barrios que no hacen parte del centro histórico todavía presentan ciertas características patrimoniales pero no tan marcadas. La presión sobre ambos pares de barrios es fuerte pero diferenciada.

En los barrios que hacen parte del centro histórico la presión económica se da principalmente por el alto costo de la preservación de las edificaciones con carácter patrimonial, por esta razón, como lo afirma la Alcaldía de Santa Fe de Antioquia (2012), algunas son propiedad de personas fuera del municipio o de comercios. Este hecho ha llevado a que en el discurso local se considere el centro histórico como un lugar donde viven, o son dueñas, personas con unos ingresos altos, familias reconocidas a nivel regional. Dicha restricción presupuestal se convierte de cierta forma en una medida de ocultamiento de la población del común del municipio, que no es capaz de habitar este tipo de viviendas con un alto atractivo turístico.

Por su parte, los barrios de la cabecera municipal que no se encuentran en el centro histórico reciben una presión por parte de las nuevas construcciones que se están realizando para satisfacer la llegada masiva de turistas. Un ejemplo de ello es la urbanización mencionada anteriormente, ubicada en la calle 8 (figura 7), la cual solo se encuentra habitada durante los fines de semana, ya que solo se utiliza con fines recreativos. En este caso se presenta una presión sobre el valor del suelo de las casas entre las calles 8 y 9, debido a la cercanía tanto de esta urbanización como del centro histórico. Allí se puede decir que se presentan más incentivos para el fortalecimiento de un territorio de postal, ya que estas casas intermedias van en contra de la imagen turística y patrimonial que se quiere dar al municipio, eso sí desde los intereses externos del territorio.

En cuanto a la construcción de fincas, también es contrastante lo que se está viviendo en la vía y barrios que conducen hacia el Puente de Occidente, donde se están vendiendo lotes para la construcción de fincas de recreo (figura 8). En este sector del municipio, es paradójico lo que está sucediendo, ya que junto a estas nuevas fincas que se construyen se encuentran casas levantadas sobre suelos con altas pendientes, pero que se encuentran detrás de la vía que comunica a Medellín con el municipio, de tal forma que no son vistas por cualquier turista que se dirija solo al centro histórico.



**Figura 6.** Cabecera municipal y ubicación de Centro Histórico y barrios residenciales.  
 Datos: OpenStreetMap sf.

Sin embargo, la construcción de estas nuevas fincas está provocando la generación de nuevos caminos por dichos sectores, lo que permite observar estas viviendas; es muy probable que esta situación conlleve o bien a que se construyan barreras para no acceder a esa vista —como las construidas en la urbanización ya mencionada, donde hay enredaderas alrededor de las rejas, (figura 7)— o a que estas personas sean desplazadas o expulsadas.

Otro de los aspectos paradigmáticos del turismo en Santa Fe de Antioquia, el cual lleva a afirmar que se puede estar fortaleciendo un territorio de postal, es la promoción del lugar hecha desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. En la figura 9 se muestra la imagen donde se resaltan los principales atractivos turísticos del municipio. Es claro que lo que se quiere mostrar es su característica patrimonial, pues en el estilo mismo de la imagen se evoca lo histórico y tradicional, resaltando monumentos específicos, principalmente iglesias y el Puente de Occidente.

No obstante, esta imagen invisibiliza los barrios de los residentes, los cuales están ubicados en las elipses rojas agregadas en la figura. Por ejemplo, la burbuja del Puente de Occidente agregada en la figura busca que se recuerde este atractivo fundamental de la imagen patrimonial del municipio; sin embargo, espacialmente este se encuentra a varios kilómetros de lo que se está representando, pero dada su importancia turística es incluido en el mapa, haciendo invisible lo que en realidad se encuentra cerca.

Otro aspecto de esta imagen turística es la zona verde que se encuentra en la esquina inferior izquierda. Esta da a entender que allí no hay construcciones, ya que en otras partes donde pareciera que sí hay barrios locales se deja una marca de agua; sin embargo, en este caso se ubica una zona natural. Allí hay un barrio deprimido, lo que se convertiría en una ocultación total de un barrio local que no responde a esa imagen que se está vendiendo por parte del sector turístico.





**Figura 7.** Urbanización con cercanías al Centro Histórico y con barreras para la vista a sus vecinos. Fotografías del autor, mayo del 2015.

**Figura 8.** Construcción de fincas y venta de lotes cerca de barrios en condiciones de bajos niveles de vida. Fotografías del autor, mayo del 2015.



Figura 9. Mapa turístico de Santa Fe de Antioquia.  
Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo 2014, 136.

Este tipo de imágenes son las que reciben tanto los turistas como los residentes, lo cual comienza a generar demarcaciones locales, imaginarios errados sobre ubicación y organización del espacio, delimitando lugares para el turismo y otros para los residentes; esto, por tanto, produce territorio, específicamente un territorio de postal.

## Conclusiones

El turismo es un fenómeno que tiene comportamientos similares a los de una actividad económica y, como tal, ha crecido a la par con el sistema capitalista, transformándose según los cambios que este ha vivido, lo cual la ha convertido en una actividad rentable. De hecho, ha llevado a que en la mayoría de las entidades territoriales, no solo de Colombia, sino también de otros países, el turismo sea considerado como un motor para el desarrollo regional. Esto se debe a su característica de atraer

población para que consuma en la localidad, siendo capaz de dinamizar al mismo tiempo otros sectores económicos.

Es de resaltar que si bien en este escrito se han destacado los aspectos negativos del turismo a la hora de realizar el análisis, también se ha reconocido su capacidad para impulsar el crecimiento económico. De hecho, en Santa Fe de Antioquia el turismo ha dinamizado en cierta medida la economía y, más aún, ha permitido que lugares del municipio que no tenían una conectividad vial, ahora cuenten con ella por la localización de fincas de recreo; lo mismo se puede decir sobre la prestación de algunos servicios públicos. Sin embargo, la realidad local hace que el abordaje crítico del mismo sea necesario para impulsar cambios conducentes hacia un turismo comunitario y sostenible.

El municipio de Santa Fe de Antioquia ha visto cómo su espacio es utilizado cada día más por el fenómeno turístico liderado por actores foráneos. El estudio de los

efectos del turismo en el municipio es complejo debido a la información que se construye; en efecto, si bien el SITUR se ha encargado de esta recopilación, no le es posible cuantificar el tipo de turismo que se sale de los hoteles formales, que en el municipio es bastante representativo. Esta situación permite afirmar que esa es una de las necesidades actuales para mejorar la planificación del turismo y el ordenamiento del territorio en Santa Fe de Antioquia, el tener un sistema de información que permita conocer más claramente el tipo de turista, procedencia, gasto en el municipio, entre otros aspectos, ya que la aproximación realizada aquí se basa en el turismo formalizado y no en ese que, como se mencionó, incentiva la llegada de más de 30.000 personas.

El turismo ha permitido una división del territorio de Santa Fe en tres franjas determinadas, el centro histórico, los barrios para residentes y los alrededores de estos últimos. En el centro histórico es donde se concentra la imagen patrimonial del municipio, esta franja se dedica al turismo, a los servicios generales y a la residencia de la población de altos ingresos, incluso de fuera del municipio. La franja de los barrios para los residentes se encuentra alrededor del centro histórico, dichos barrios por lo general no responden a la imagen turística y tienden a ser ocultados por los actores del sector turístico; es más, esta población tiende a autoexcluirse de los espacios que vienen siendo apropiados por los turistas dentro del centro histórico.

La última franja es la que se encuentra más externa y que colinda con las zonas rurales del municipio. En esta franja se construyen urbanizaciones y fincas de recreo que se dedican más al turismo de sol. De esta manera se ha venido construyendo una imagen orientada hacia lo campestre, la recreación en piscinas y una arquitectura moderna y de descanso. Todo esto se convierte en un reto para el municipio, ya que son factores que evidencian el crecimiento de la ciudad de Medellín y las transformaciones que impulsa el sector privado en el territorio. En este sentido, sería importante generar algún tipo de gobernanza local que permitiera mejorar el ordenamiento territorial, de tal forma que el sector turístico no sea el único que lidere estos procesos en Santa Fe de Antioquia.

El turismo y la producción de imágenes es una unión que no se puede desligar fácilmente, ya que la imagen es un componente fundamental de esta actividad. Sin embargo, se hace necesario que los actores de espacios de destino turístico se articulen con aquellos que promueven este sector, de tal forma que procuren disminuir

las barreras que se van creando con los imaginarios turísticos. Así, como siempre se ha dicho desde la teoría, el turismo podría ser un impulsor del desarrollo y no el generador de segregaciones socioespaciales, como se puede evidenciar en diferentes destinos turísticos.

Finalmente, si bien estos son unos resultados preliminares del estudio sobre el territorio de postal, se ratifica que este es un concepto que permite analizar lo que sucede con el turismo dentro de un territorio, ya que envuelve los dos aspectos: el ensalce de aquellos espacios que responden a una imagen determinada y el ocultamiento de aquellos otros que no responden a esa imagen. La creación o no de este tipo de territorio a partir del turismo va a depender de las relaciones entre los actores locales y los actores del turismo; así, sería importante analizar en otros destinos turísticos si se presenta o no este fenómeno, para identificar su funcionalidad en el análisis de los efectos territoriales del turismo.

## Referencias

- Alcaldía de Medellín. 2012. *Dinámicas de articulación regional entre los Valles de Aburrá, San Nicolás y río Cauca*. Medellín: Alcaldía de Medellín.
- Alcaldía de Santa Fe de Antioquia. 2012. *Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015: "Santa Fe de Antioquia, ciudad de oportunidades"*. Santa Fe de Antioquia: Alcaldía de Santa Fe de Antioquia.
- Altamira V., Ricardo, y Ximena Muñoz V. 2007. "El turismo como motor de crecimiento económico." *Anuario Jurídico y Económico Escurialense* XI:677-710.
- Augé, Marc. 2003. *El tiempo en ruinas*. Barcelona: Gedisa.
- Bejarano, Edgar. 2009. "Una geografía del turismo para la comprensión de la territorialización turística." Ponencia presentada en el XII Encuentro de Geógrafos de América Latina "Caminando en una América Latina en transformación", 1-17. Montevideo, 3 al 7 de abril.
- Berlanga, María. 2004. "Turismo y poder: las transformaciones de una fiesta popular en Marruecos." *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 14 (2): 25-45.
- Bertoncello, Rodolfo. 2012. "Los imaginarios de espacios distantes a partir del turismo." En *Geografías de lo imaginario*, dirigido por Alicia Lindón y Daniel Hiernaux, 211-227. Madrid: Anthropos.
- Bianchi, Raoul V. 2003. "Place and Power in Tourism Development: Tracing the Complex Articulations of Community and Locality." *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 1 (1): 13-32.

- Buzinde, Christine N., y David Manuel-Navarrete. 2013. "The Social Production of Space in Tourism Enclaves: Mayan Children's Perceptions of Tourism Boundaries." *Annals of Tourism Research* 43:482-505. doi:10.1016/j.annals.2013.06.003.
- Cámara de Comercio de Medellín. 2011. "Indicadores Económicos de Antioquia." Consultado en mayo del 2013. <http://www.camaramedellin.com.co/site/Biblioteca-virtual/Estudios-economicos/Series-Estadisticas-de-Antioquia/Indicadores-Economicos.aspx>.
- Cámara de Comercio de Medellín. 2016. "Estructura Empresarial 2016." *Estadísticas Cámara*. Consultado en febrero del 2017. <http://www.camaramedellin.com.co/site/Servicios-Empresariales/Informacion-Empresarial/Estadisticas-Camara.aspx>.
- Cara, R. Bustos. 1996. "El turismo y los procesos de transformación territorial." En *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*, editado por Adyr A. B. Rodrigues, 86-93. São Paulo: Hucitec.
- Chen, Lein Lein, y John Devereux. 1999. "Tourism and Welfare in Sub-Saharan Africa : A Theoretical Analysis." *Journal of African Economies* 8 (2): 209-227.
- Concu, Nanni, y Gianfranco Atzeni. 2012. "Conflicting Preferences Among Tourists and Residents." *Tourism Management* 33 (6): 1293-1300. doi:10.1016/j.tourman.2011.12.009.
- de Kadt, Emanuel. 1984. "The Encounter: Changing Values and Attitudes." En *Tourism Passport to Development?: Perspectives on the Social and Cultural Effects of Tourism in Developing Countries*, editado por Emanuel de Kadt, 50-67. Oxford University.
- Di Virgilio, Mercedes, y Tomás Guevara. 2014. "Gentrificación liderada por el Estado y empresarismo urbano en la ciudad Autónoma de Buenos Aires." *Estudios Sociales Contemporáneos* 11:12-23.
- Diniz Carvalho, Karoliny, y Sócrates Jacobo Guzmán Moquete. 2011. "El turismo en la dinámica territorial. ¿Lógica global, desarrollo local?" *Estudios y Perspectivas en Turismo* 20 (2): 441-461.
- Fratucci, Aguinaldo, Claudia Moraes, y AllisThiago. 2015. "Espaços e territórios do turismo: reflexões e indagações." Conferencia presentada en el *XII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa E Pós-Graduação Em Turismo*, São Paulo, 30 de septiembre al 2 de octubre.
- García, José Luis. 1976. *Antropología del territorio*. Madrid: Taller de Ediciones Josefina Betancur.
- Gobernación de Antioquia. 2016a. "Adjudicado contrato para los estudios y diseños de bulevares para peatones y ciclorrutas en tres subregiones de Antioquia." Consultado en febrero del 2017. <http://www.antioquia.gov.co/index.php/component/k2/item/903-adjudicado-contrato-para-los-estudios-y-diseños-de-bulevares-para-peatones-y-ciclorrutas-en-tres-subregiones-de-antioquia2>.
- Gobernación de Antioquia. 2016b. "Gobernación articula esfuerzos con el programa CISAL de la Federación Canadiense de Municipalidades." Consultado en febrero del 2017. <http://antioquia.gov.co/index.php/component/k2/item/1801-gobernación-articula-esfuerzos-con-el-programa-cisal-de-la-federación-canadiense-de-municipalidades>.
- Gobernación de Antioquia, y Departamento Administrativo de Planeación. 2014a. *Anuario Estadístico de Antioquia 2014*. Medellín: Gobernación de Antioquia, y Departamento Administrativo de Planeación.
- Gobernación de Antioquia, y Departamento Administrativo de Planeación. 2014b. "Encuesta de Calidad de Vida 2013." Consultado en junio del 2015. [http://antioquia.gov.co/images/pdf/encuesta\\_2013/es-CO/estadisticas-adicionales/percepcion/vivienda/condiciones-economicas-ultimos-12-meses.html](http://antioquia.gov.co/images/pdf/encuesta_2013/es-CO/estadisticas-adicionales/percepcion/vivienda/condiciones-economicas-ultimos-12-meses.html).
- Gotham, Kevin Fox. 2005. "Tourism Gentrification : The Case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter )." *Urban Studies* 42 (7): 1099-1121.
- Hazra, Samrat, John Fletcher, y Keith Wilkes. 2014. "An Evaluation of Power Relationships among Stakeholders in the Tourism Industry Networks of Agra, India." *Current Issues in Tourism* 20 (3): 1-17. doi:10.1080/13683500.2014.887662.
- Hiernaux, Daniel. 2002. "Turismo e imaginarios." En *Imaginarios sociales y turismo sostenible*, editado por Daniel Hiernaux, Allen Cordero y Luisa Van Duynen Montijn, 7-36. Costa Rica: FLACSO.
- Hiernaux, Daniel. 2009. "Los imaginarios del turismo residencial." En *Turismo, urbanización y estilos de vida: las nuevas formas de movilidad residencial*, editado por Tomás Mazón Martínez, Raquel Huete y Alejandro Mantecón, 109-125. Barcelona: Icaria.
- Hiernaux, Daniel, e Imelda González. 2014. "Turismo y gentrificación : pistas teóricas sobre una articulación." *Norte Grande: Revista de Geografía* 58:55-70.
- IGAC (Instituto Geográfico Agustín Codazzi). 2015. "Geoportal." Consultado en junio del 2015. <http://ssiglwps.igac.gov.co/ssigl2.o/visor/galeria.req?mapaId=7&title=Mapa Base>.
- Jurdao A., Francisco. 1992. "Los mitos del turismo." En *Los mitos del turismo*, coordinado por Francisco Jurdao Arrones, 15-88. Madrid: Edymion.
- Leite, Nathalia Körössy. 2008. "Turismo e território: um estudo sobre a turistificação de portimão (algarve/portugal) a partir da geografia do turismo." Tesis de maestría, Universidad de Lisboa, Portugal.

- López Zapata, Ledys Vianey. 2014. "Impactos territoriales del turismo y lineamiento de ordenación para territorios con vocación turística: estudio de caso en el municipio de Santa Fe de Antioquia - Colombia." Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia - Sede Medellín.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. 2014. *Pueblos patrimonio de Colombia: para todo lo que quieres vivir... Santa Fe de Antioquia*. Bogotá: Ministerio de Comercio Industria y Turismo.
- Monterrubio C., Juan Carlos. 2008. "Residents' Perception of Tourism : A Critical Theoretical and Methodological Review." *Ciencia Ergo Sum* 15 (1): 35-44.
- Monterrubio C., Juan Carlos, Martha Marivel Mendoza, María José Fernández, y Gregory S. Gullete. 2011. "Turismo y cambios sociales: estudio cualitativo sobre percepciones comunitarias en Bahías de Huatulco, México." *Cuadernos de Turismo* 28:171-189.
- Moscoso, Florencia Viviana. 2013. "El papel de los actores territoriales en la definición y configuración de modelos de desarrollo turístico." Ponencia presentada en el *Congreso El turismo y los nuevos paradigmas educativos*, Ushuahia, Argentina, 5 al 7 de diciembre.
- Nates Cruz, Beatriz. 2008. "Procesos de gentrificación en lugares rururbanos: presupuestos conceptuales para su estudio en Colombia." *Antropología y Sociología: Virajes* 10:253-269.
- Nates Cruz, Beatriz, y Stéphanie Raymond. 2006. *Buscando la naturaleza: migración y dinámicas rurales contemporáneas*. Barcelona: Antrophos.
- Nunkoo, Robin, y Dogan Gursoy. 2012. "Residents' Support for Tourism: An Identity Perspective." *Annals of Tourism Research* 39 (1): 243-268. doi:10.1016/j.annals.2011.05.006.
- OpenStreetMap. sf. "Santa Fe de Antioquia." Consultado en marzo del 2017. [https://www.openstreetmap.org/search?query=santa fe de antioquia#map=13/6.5591/-75.8268](https://www.openstreetmap.org/search?query=santa+fe+de+antioquia#map=13/6.5591/-75.8268).
- Ortiz Jiménez, William. 2012. "Capitalismo turístico: conflictividades y tensiones de los pueblos originarios latinoamericanos en el contexto de la globalización." *Anuario Turismo y Sociedad* 13:117-130.
- Palmer, Adrian, Nicole Koenig-Lewis, y Lisa Elinor Medi Jones. 2013. "The Effects of Residents' Social Identity and Involvement on Their Advocacy of Incoming Tourism." *Tourism Management* 38:142-151. doi:10.1016/j.tourman.2013.02.019.
- Palmer, Catherine. 1999. "Tourism and the Symbols of Identity." *Tourism Management* 20 (3): 313-322.
- Pedrana, Margherita. 2013. "Local Economic Development Policies and Tourism: An Approach to Sustainability and Culture." *Regional Science Inquiry Journal* v (1): 91-99.
- Pérez Moreno, Óscar. 2008. "Procesos de crecimiento urbano asociados al turismo metropolitano en la interface urbano-regional: estudio de caso en los municipios de San Jerónimo, Santa Fe de Antioquia y Olaya en el Occidente Antioqueño." En *Turismo, pobreza y territorios en América Latina*, editado por Carlos Carbonell, 177-200. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Picard, Michel. 2007. "From Turkey to Bali: Cultural Identity as Tourist Attraction." En *The Study of Tourism Anthropological and Sociological Beginnings*, editado por D. Nash, 167-183. Bingley: Emerald Group Publishing.
- Pintilii, Radu-Daniel, Daniel Peptenatu, Cristian Drăghici, y Andrei Schvab. 2010. "Weekend Tourism as an Instrument of Local Development." *GeoJournal of Tourism and Goesites* 5 (1): 44-51.
- Raffestin, Claude. 2011. *Por una geografía del poder*. Michoacán: Colegio de Michoacán.
- Salazar, Noel B. 2015. "Imaged or Imagined?: Cultural Representations and the 'Tourismification' of Peoples and Places." *Cahiers d'Estudes Africaines* XLIX (1-2): 49-71.
- Sandoval M., Carlos A. 2015. *Aglomeración turística y desarrollo económico local: el caso de la localidad de La Candelaria (Bogotá - Colombia)*. Bogotá: Centro Interdisciplinario de Estudios sobre Desarrollo (CIDER) - Universidad de los Andes.
- Santafedeantioquia.net. sf. "Galería." Consultado en febrero del 2016. <http://santafedeantioquia.net/galeria/>
- Segeur, Suzanne. 2015. "Nuevas urbanizaciones costeras, ¿gentrificación turística en la Bahía de Coquimbo?" *Revista de Urbanismo* 32:18-31.
- SITUR (Sistemas de Indicadores Turísticos Medellín - Antioquia). 2014. *Estadísticas turísticas de Medellín y Antioquia 2014*. Medellín: SITUR. Consultado en abril del 2015. <http://situr.gov.co/upload/publications/documents/20170307200324000000Resumen Anuario 2014.pdf>.
- SITUR. 2015. *Informe primer trimestre 2015*. Medellín: SITUR.
- SITUR. 2016. "Transporte terrestre - tráfico vehicular por los peajes de Antioquia." Consultado en febrero del 2017 <http://indicadores.situr.gov.co/index.php/graphs/landTransportToll>.
- Smith, Neil. 1979. "Toward a Theory of Gentrification: A Back to the City Movement by Capital, Not People." *Journal of the American Planning Association* 45 (4): 538-548. doi:10.1080/01944367908977002.
- Smith, Neil. 1996. *The New Urban Frontier: Gentrification and the Revanchist City*. Londres: Routledge.
- Solsona, Javier, y Diego López Olivares. 2012. "Factores de localización y desarrollo turístico en el espacio rural de la comunitat valenciana." *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* 59:221-244.

- Universidad Nacional de Colombia. 2006. *Plan Director para la ordenación territorial del área de influencia de la conexión vial Valle de Aburrá-Río Cauca en la Región del Occidente Antioqueño*. Tomo III de *Formulación*. Medellín: Gobernación de Antioquia - Universidad Nacional de Colombia, sede Medellín.
- Uysal, Muzaffer, M. Joseph Sirgy, Eunju Woo, y Hyelin Lina Kim. 2016. "Quality of Life (QOL) and Well-Being Research in Tourism." *Tourism Management* 53:244-261. doi:10.1016/j.tourman.2015.07.013.
- Valenzuela Valdivieso, Ernesto, y Atlántida Coll-Hurtado. 2010. "La construcción y evolución del espacio turístico de Acapulco (México)." *Anales de Geografía* 30:163-190.
- Xi, Jianchao, Meifeng Zhao, Quansheng Ge, y Qinqin Kong. 2014. "Changes in Land Use of a Village Driven by over 25 Years of Tourism: The Case of Gougezhuang Village, China." *Land Use Policy* 40:119-130. doi:10.1016/j.landusepol.2013.11.014.
- Zamani-Farahani, Hamira, y Ghazali Musa. 2012. "The Relationship between Islamic Religiosity and Residents' Perceptions of Socio-Cultural Impacts of Tourism in Iran: Case Studies of Sare'in and Masooleh." *Tourism Management* 33 (4): 802-814. doi:10.1016/j.tourman.2011.09.003.
- Zuleta, Estanislao, ed. 2010. "Tres culturas familiares colombianas." En *Tres culturas, tres familias y otros ensayos*, 23-38. Medellín: Hombre Nuevo Editores.

### **Elkin Argiro Muñoz Arroyave**

Economista de la Universidad de Antioquia (Colombia), Magíster en Desarrollo Regional y Planificación del Territorio de la Universidad Autónoma de Manizales (Colombia). Actualmente es doctorando en Estudios Territoriales de la Universidad de Caldas, becado por Colciencias. Sus líneas de investigación son: desarrollo regional, estudios territoriales, turismo, sistemas productivos territoriales.