

09

Fecha de presentación: enero, 2023

Fecha de aceptación: marzo, 2023

Fecha de publicación: mayo, 2023

POSICIONES

DE LOS ACTORES SOCIALES Y TRANSFORMACIONES TERRITORIALES DEL TURISMO EN SANTA FE DE ANTIOQUIA

POSITIONS OF SOCIAL ACTORS AND TERRITORIAL TRANSFORMATIONS OF TOURISM IN SANTA FE DE ANTIOQUIA

Elkin Argiro Muñoz Arroyave¹

E-mail: elkin.munoz2015@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1667-5849>

¹Universidad del Quindío. Colombia.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Muñoz Arroyave, E. A. (2023). Posiciones de los actores sociales y transformaciones territoriales del turismo en Santa Fe de Antioquia. *Universidad y Sociedad*, 15(3), 96-109.

ABSTRACT

Los territorios que se han construido como destinos turísticos constantemente experimentan transformaciones que favorecen la implantación de la visión e imagen de ese fenómeno en particular. Tal situación hace que los actores sociales involucrados también tomen diferentes posiciones respecto al turismo, bien sea a su favor o en contra. Este artículo tiene como objetivo analizar las posiciones de los actores sociales involucrados en el turismo de Santa Fe de Antioquia (Colombia), así como su relacionamiento y organización para oponerse o adaptarse a esas dinámicas turísticas. Para ello se utiliza una metodología cualitativa, que toma técnicas como las encuestas y el análisis de redes sociales para identificar discursos, imaginarios, relaciones y acciones de los actores sociales en el territorio. Se concluye que los actores sociales en Santa Fe de Antioquia, a pesar de evidenciar diversas características negativas del turismo en el municipio, presentan una posición positiva frente a este fenómeno, lo aceptan ampliamente y se adaptan a las nuevas transformaciones que crea el turismo en su territorio. Lo cual se puede interpretar como una muestra de la incorporación del discurso desarrollista estatal y de los actores económicos sobre el turismo.

Palabras clave: Actores sociales, territorio, turismo, discurso desarrollista.

ABSTRACT

Territories that have been built as tourist destinations constantly undergo transformations that promotes the implementation of the vision and image of that particular phenomenon. Such a situation makes the social actors involved also take different positions regarding tourism, either for or against it. This article aims to analyse the positions of the social actors involved in tourism in Santa Fe de Antioquia (Colombia), as well as their relationships and organization to oppose or adapt to these tourism dynamics. For this purpose, a qualitative methodology is used, using techniques such as surveys and social network analysis to identify discourses, imaginaries, relationships and actions of social actors in the territory. It is concluded that the social actors in Santa Fe de Antioquia, in spite of evidencing several negative characteristics of tourism in the municipality, present a positive position towards this phenomenon, accept it widely and adapt to the new transformations that tourism creates in their territory. This can be interpreted as a sign of the incorporation of the developmentalist discourse of the state and economic actors on tourism.

Keywords: Social actors, territory, tourism, developmentalist discourse

INTRODUCCIÓN

El fenómeno turístico actual tiene una doble finalidad según el actor social desde el cual se analice. La finalidad económica es clara para los actores empresariales, gubernamentales, financieros e incluso residentes del destino, mientras que para los turistas y en alguna medida para los residentes tiene una finalidad social. La importancia económica del turismo radica en la movilización de recursos financieros; esto a través de los servicios que utiliza el turista durante la preparación del viaje y en la visita como tal. Así, los diferentes actores que se ven beneficiados por esa dinamización ven en el turismo una finalidad altamente económica.

La importancia social del turismo radica en su capacidad para acercar diferentes comunidades en el mundo. Pero el acercamiento no se refiere necesariamente a un mejor entendimiento entre las comunidades, ni tampoco a un acercamiento mediado exclusivamente por la visita de los turistas. El acercamiento se da desde la determinación del destino como diferente, como “otro” frente al cual la construcción territorial del turista se posiciona. Por ejemplo, el hecho que los turistas latinoamericanos deseen viajar a Miami es una muestra de la idealización que estos turistas han realizado de ese destino, no necesariamente se van a tejer relaciones fuertes entre turistas latinos y residentes de Miami, pero sí entre actores económicos y políticos, que permiten ese acercamiento. Lo mismo ocurre cuando el flujo turístico es desde Estados Unidos hacia América Latina, hay toda una serie de relaciones sociales construidas que permiten el desplazamiento de los turistas.

Lo que sí debe quedar claro es que una y otra dirección no tienen el mismo contexto ni efecto en el destino. Esto se debe a que desde Latinoamérica se considera Estados Unidos como una “meta” a alcanzar a través del “desarrollo”, esto permite que la atracción del turista no deba medirse por una intervención estética del espacio; el turista latino por sí mismo y por la construcción territorial que le acompaña, ha creado un imaginario idílico del destino turístico estadounidense. Por su parte, en la otra dirección, sí se hace necesaria una intervención espacial para atraer a los turistas estadounidenses (Marujo & Santos, 2012). Incluso, cuando estos desean contemplar los comportamientos tradicionales de la población indígena o de comunidades campesinas, ya que se busca el confort de los turistas y satisfacer sus requerimientos.

El enfoque es diferente porque desde los países latinos se observa en los turistas la solución a sus problemas de “desarrollo”, lo que pone en un lugar superior a los turistas frente a los locales. Mientras, desde los países del Norte,

el turismo se identifica como una fuente de ingresos más, no como la esencia para mejorar las condiciones de vida de los locales. Esa mirada tiene una incidencia fuerte sobre los efectos del turismo en el territorio.

Retomemos el caso de los residentes de los destinos turísticos de América Latina. Para ellos la constante presencia de turistas en su espacio tiene una importancia económica, en la medida que puede observar una mayor circulación de recursos; pero también desde lo social por la interacción que tienen con los visitantes y la inserción que van experimentando en procesos globales tanto de consumo, como de estetización de su territorio. En muchos casos las intervenciones materiales sobre viviendas, construcción de nuevos edificios, llegada de almacenes de cadena internacionales o la creación de nuevos restaurantes, es considerada por los locales como una muestra del “progreso” de su municipio. Por lo que se sienten en un primer momento satisfechos con esas intervenciones espaciales del turismo. Los residentes, por tanto, son los actores que están entre la finalidad económica y social del turismo.

Este contexto de relacionamientos y de posiciones de los actores locales, nacionales e internacionales frente al turismo es de donde parte el presente artículo. El cual tiene como objetivo analizar las posiciones de los actores sociales involucrados en el turismo de Santa Fe de Antioquia (Colombia), así como su relacionamiento y organización para oponerse o adaptarse a esas dinámicas turísticas. Para ello es importante presentar el concepto de actor social del cual partimos. Con el concepto de actor se hace una metáfora teatral que tiene la ventaja de considerar a los actores como personas dotadas de palabra y de acción en la escena de la obra, lo cual permite comprender la acción en un escenario que, en el caso de esta investigación, es un territorio. La metáfora de actor es empleada por autores como Touraine (1997).

Los actores sociales se entenderán a partir de los postulados de Touraine (1997), para quien el actor social no atiende a una posición dada en la comunidad y el sistema económico, sino a su interés de convertirse en sujeto, por lo que actúa y transforma su realidad para lograr ese propósito. Para este autor, el sujeto es un concepto que va a la par del actor social, pues este último es un portador del primero. Según esto, el actor social tiene la capacidad de incidir en el cambio social, pero más importante aún, de identificar intereses y posicionarse ante ellos, no siempre como contraparte conflictiva, pero sí en pos de la libertad, de su beneficio individual y colectivo.

En esta medida, el actor social sería aquella persona, organización o colectivo que es capaz de transformar su

realidad, teniendo en cuenta sus intereses individuales y colectivos. Estos intereses van a responder a la identidad que ha construido el actor, pero sin estar sujetado o ser definida por otros actores, puesto que es una construcción propia. Cabe la duda frente a la realidad global actual, de si efectivamente los actores alcanzan estas capacidades sin ser manipulados por los intereses de actores con un poder económico, simbólico o cultural superior.

Doreen Massey precisamente nos da luces frente a esta situación. A partir del sentido global del lugar de Massey (2012), es posible afirmar que los actores sociales ven transformada su identidad y sus intereses en función de las relaciones globales. Es decir, se logran nuevos acuerdos y organizaciones entre los actores de diferentes escalas interrelacionadas y es a partir de esto que se le da un sentido global propio al lugar. Por tanto, si bien algunos intereses y poderes pueden ser más fuertes que otros, se llega a posibles acuerdos o conflictos que caracterizan y diferencian al lugar o territorio. En definitiva, es imposible hablar de un territorio construido a partir de relaciones globales diversas y unos actores inmersos en relaciones locales. Por ello, los actores están conectados a las dinámicas globales, a los modos de respuesta globales a sus problemas locales y así construyen su propia manera de actuación en su territorio.

Es importante tener presente que no siempre esas relaciones son equitativas o de doble vía, muchas de esas relaciones en la realidad están mediadas por el poder y la desigualdad de la misma globalización. Precisamente, es valioso identificar ciertos elementos de las relaciones sociales que se toman de Raffestin:

La relación no está presente solamente en el intercambio material; es también co-extensiva y co-fundadora de cualquier relación social. Aunque es verdad que el acto de intercambio material se distingue del no-intercambio –del don y del robo, por ejemplo- y del intercambio estrictamente mental, no por ello deja de entrar, al igual que el no-intercambio y el intercambio meramente mental, en esta categoría más general que es la relación. El intercambio material no es sino un caso particular, ciertamente importante pero no único, de la relación (Raffestin, 2011, p. 27).

Así, la relación va más allá que un posible contacto físico, de diálogo o de afecto; la sola presencia en un mismo lugar que se repite a lo largo del tiempo hace que los comportamientos comiencen a tener cierta relación, incluso ignorar la presencia del otro, a pesar de saber que está allí, ya es un tipo de relación particular. De acuerdo con este autor, también se encuentra conveniente acotar que una relación nunca es únicamente bilateral, por ejemplo, en un contrato laboral, no solo entran en juego

empleado y empleador, también se involucran, el Estado como regulador, empresas aseguradoras, otros trabajadores, otros empleadores, etc. Esto muestra que las relaciones siempre son multilaterales, ya que incluyen una gran cantidad de actores, aunque no de manera directa.

La asimetría en las relaciones va a identificarse con muchas relaciones de mercado en las que vendedores y compradores no tienen interés por las necesidades de la contraparte. Tal como lo promueve la teoría económica clásica, el interés individual prima en estos casos. Esto pareciera ser la guía general de las relaciones entre turistas y residentes, donde ambos buscan obtener el mayor beneficio posible de la relación, siendo esta asimétrica. Tal asimetría, según Raffestin (2011), plantea el hecho de que no necesariamente es claro quién tiene una relación de dominación sobre quién. Al entender la asimetría como el desconocimiento de las necesidades del otro, la asimetría puede ser mutua. Estas formas de relacionarse entre los actores permiten construir posiciones particulares sobre el turismo, que, en este caso, es quien está posibilitando el relacionamiento entre los actores sociales.

Santa Fe de Antioquia (SFA) es el destino turístico analizado en este caso, el cual es un municipio ubicado en el departamento de Antioquia y a una distancia de alrededor de una hora de Medellín. Es un destino principalmente de veraneo para los habitantes de esta última ciudad, aunque también su arquitectura e historia ha llevado a que se explote como un destino histórico y patrimonial. Sin embargo, esos dos tipos de turismo han estado compitiendo entre sí y han generado diferentes transformaciones territoriales que responden a intereses externos al territorio (Muñoz, 2017, 2020; Muñoz & Llanos, 2021); de allí la importancia de conocer las posiciones de los actores sociales frente a este fenómeno social.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación es de corte cualitativa, aunque utiliza técnicas de investigación cuantitativas como la encuesta. Sin embargo, la interpretación y análisis de la información es desde una posición epistemológica crítica, lo que le da el carácter cualitativo a la investigación. Para el desarrollo de la investigación se realizó un amplio trabajo de campo, llevado a cabo entre el 2018 y 2019. Se realizaron encuestas a hogares, turistas y empresarios locales. Para lo cual se contó con una alta colaboración por parte de la Secretaría de Desarrollo Económico, Turismo y Medio Ambiente del municipio. Las encuestas a hogares fueron realizadas a través de las instituciones educativas que tienen presencia en la zona urbana y rural de Santa Fe. Las encuestas fueron entregadas por los profesores directores de cada grupo, y se les dio las instrucciones a

los estudiantes, de que las llevaran a sus casas y las diligenciaran junto a sus familias, lo que hace más representativa la encuesta. Es de anotar, que no es una muestra con finalidades estadísticas y de representación, sino una muestra por conveniencia que por el número de encuestados tiende a ser representativa. Fue contestada por un total de 575 hogares del municipio, 286 rurales y 247 urbanos, lo que representa un total de 2505 personas miembros de estos hogares.

La encuesta realizada a las empresas fue de manera virtual, algunos la contestaron de manera directa a través del correo electrónico; otros la diligenciaron con la presencia de un auxiliar de la Secretaría. Fueron un total de 101 empresas encuestadas de diversa índole dentro del sistema turístico municipal. En cuanto a la encuesta de turistas, se aprovechó la presencia del Punto de Información Turística (PIT) el cual se financia desde el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, para Santa Fe de Antioquia. Al PIT acuden muchos turistas a solicitar información referente a lugares y servicios que ofrece el destino. Cuando ingresaban se les solicitaba el diligenciamiento de la encuesta. Adicionalmente, para no sesgar la encuesta, a aquellos que visitaban por primera vez al municipio y necesitaran esta guía, se encuestó a turistas que se ubicaban en los principales atractivos locales: parques y Puente de Occidente. Se realizaron un total de 264 encuestas a turistas.

De otro lado, se desarrollaron un total de 10 entrevistas a profundidad que complementaban toda la información construida a través de las encuestas, así como la revisión de páginas especializadas (Tripadvisor) y los comentarios que se hacían sobre el municipio. Asimismo, durante todo ese periodo de tiempo se visitó constantemente el municipio, se realizaron diversos recorridos territoriales en los que varios actores locales participaron contando las transformaciones que ha impulsado el turismo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los actores sociales son los que en realidad direccionan todos los procesos territoriales, es a través de sus relaciones como se configuran los espacios y se construye el territorio. A partir de sus intereses, características particulares, relaciones de poder, posiciones sociales, políticas y económicas, es que se configuran todas esas incidencias territoriales (Bachiller, 2012). Por ello, a continuación, se identifican los actores principales del proceso territorial analizado, así como la manera en la que se han relacionado.

Comencemos con los turistas. En la Figura 1 se presentan las principales características de los turistas que visitan Santa Fe de Antioquia identificadas a través de la encuesta. Es necesario rescatar varios aspectos centrales. En primer lugar, frente a la procedencia se puede ver que el turismo en Santa Fe es un turismo regional, principalmente proveniente del Valle de Aburrá. Además, contrario a lo que en la industria se piensa, el turista que visita al municipio tiende a ser mayormente femenino, viaja en la mayoría de los casos en familia o en pareja, le interesa la arquitectura y la historia, se desplaza en vehículo particular y tiene un presupuesto alrededor de \$100.000 COP diarios. Esto es un poco diferente al imaginario del turista que se suele presentar como objetivo de la publicidad turística, en el que se trata de un hombre, soltero, heterosexual y con una alta capacidad adquisitiva.

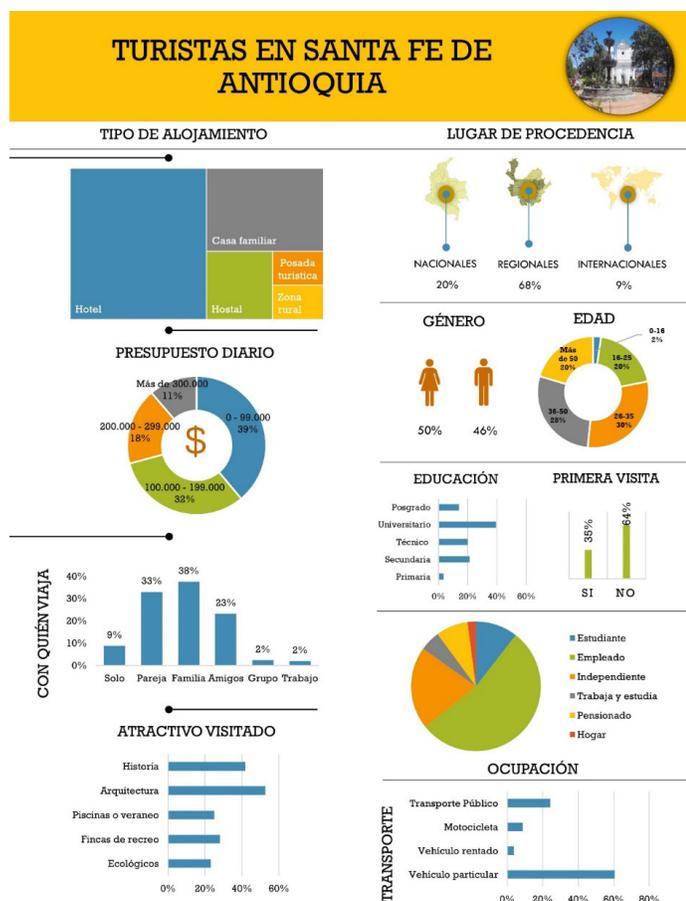


Figura 1. Características principales de los turistas que visitan Santa Fe de Antioquia

Fuente: Elaboración propia con base en encuesta realizada a turistas, 2019

En general, se encontró que los turistas tienden a regresar al municipio a una nueva visita. Algunas de las razones que dan para ello son la arquitectura, un paseo familiar, disfrutar del clima, un evento especial (principalmente el Festival de Cine) y la remodelación del parque. Asimismo, se indagó por la periodicidad de la visita, la cual es bastante diversa, pero lo más común es que visitan más de dos veces al año el municipio. Esto hace parte de la repetición mencionada, ya que, si bien cada turista tiene sus propios comportamientos, en la medida que regresan al destino se convierten en acciones más estables, lo que genera un ritmo propio alrededor de los turistas.

De otro lado, en la revisión de los comentarios publicados por los turistas en Tripadvisor, se encontró que el patrimonio es el elemento que más buscan en el municipio. Si bien el patrimonio y la arquitectura es lo que más se nombra y se admira de Santa Fe, tal como sucedió también en

la encuesta realizada, su importancia no va más allá de tomar una fotografía (Muñoz & Llanos, 2021). De hecho, muchos mencionan directamente que obtener una buena fotografía es la finalidad de visitar este tipo de destinos. Esto se debe a que al igual que la construcción del territorio turístico, las decisiones del turista se basan en las imágenes. Su finalidad es demostrar a través de redes sociales el consumo que realizan, por lo que las imágenes son las pruebas de dicho proceso.

Los actores locales también han logrado hacer clasificaciones a través de la construcción de imaginarios sobre los comportamientos de los turistas. Describen así estos tipos de turismo:

Entonces SFA tiene tres clases de turismo [...] Tiene un turismo que se hace en todo el mundo, es un turismo que vienen a conocer a tomar fotos, vienen a conocer el valor de las diferentes iglesias, los monumentos, que les interesa entrar al museo Juan del Corral, la historia de SFA, el museo de arte religioso, admirar la basílica, se toman fotografías y para ellos eso es una maravilla. Eso es un turismo que generalmente viene a los hoteles como el Mariscal, Caserón y los hoteles más representativos de la ciudad. Yo diría que es más bien poca la proporción. Me voy a atrever a dar cifras, pero no es que tenga un estudio, es más de lo que observo. Este turismo yo diría que es un 25%.

Pongámosle un 50% al turismo de verano. Cómo es ese, yo vengo alquilo una cabaña vengo con mis amigos, pasamos delicioso y ve estuve en SFA, muy rico, unas chicas, un licor, pero no yo no fui a ninguna parte, yo no fui a la iglesia, cómo estábamos pasando de bueno en esa finca yo qué iba a ir por allá. Están en SFA, pero ellos no conocen nada del pueblito, saben que pasaron por el río Cauca, bueno eso sí lo ven porque les toca, de pronto pasarán en los carros a dar una vuelta al parque o pues por conocer el puente de occidente porque es muy mencionado. Vienen es de finca de veraneo, de rumba, licor y drogas, no siempre tiene que haber drogas, porque puede que sean familias que vengan sanamente con el esposo, el hijo. Porque como SFA tiene X número de fincas de recreo, unas que son para alquilar y otras porque el amigo se la presta al amigo; usted se va a encontrar que una familia vino e incluso no pagaron porque fue que se la prestaron y pasaron delicioso y ese es el principal tipo de turismo en SFA.

Existiría otro 25% diría yo que es otro tipo de turista que es mucho mucho mucho más dañino. Inclusive no pertenece a estratos bajos, sino más bien a estratos altos. A ver SFA tiene fincas muy ricas, pertenecen a personajes muy poderosos, entonces X futbolista, gente de

la farándula criolla, tienen finca aquí en SFA, vienen a esas fincas con mucha gente. [...] Esa gente no se junta para nada con ese otros 50% porque nada que ver, acá estamos hablando de carros lujosos, carros blindados, estamos hablando de gente muy poderosa, donde usted se da cuenta que estuvo la actriz, el actor de novelas del momento que estuvieron aquí enrumados. Esa gente no se deja ni ver, no le deja nada al comerciante local, son gente muy famosa que no se aguantarían las fotos, llegan en carros oscuros y hacen su parranda en su finca y vuelven y se van (Entrevista a rector de colegio, abril de 2018).

En definitiva, los turistas en Santa Fe de Antioquia no son homogéneos, existe una diversidad amplia en su accionar, sus motivaciones de visita, sus contribuciones al municipio y su aporte a la construcción del territorio turístico. En específico, el territorio turístico alrededor de Santa Fe de Antioquia es un territorio fragmentador, desigual y que favorece ampliamente los intereses económicos (Londoño, 2016; Muñoz, 2020), aunque esto es un problema en la mayoría de los países en desarrollo respecto al turismo (Fang et al., 2021). Ahora, el grupo de turistas que más interesa en esta investigación son los que residen en el Valle de Aburrá, ya que estos buscan, en especial, un lugar para disfrutar del sol y un ambiente campestre, lo hacen durante periodos cortos y disfrazan esos ideales turísticos detrás de la idea patrimonial. Son los turistas quizás más abundantes en el municipio y los que más aportan a construir ese territorio turístico desigual en el municipio.

Estos turistas, por medio de las redes sociales, páginas especializadas, páginas promocionales o simplemente por referidos, alquilan fincas, apartasoles, apartamentos o habitaciones en hostales. Todos estos lugares tienden a estar localizados a las afueras de la cabecera municipal. Estos visitantes se movilizan en motos y vehículos particulares, traen consigo desde Medellín todo lo que vayan a consumir durante el viaje. Durante el día disfrutan del clima cálido en las instalaciones que hayan arrendado y regresan a sus hogares el mismo día o al día siguiente. El punto más conflictivo de este tipo de turistas es su comportamiento en las noches, ya que se desplazan al Centro Histórico o hacia la zona de Paso Real, pues allí pueden continuar la fiesta en los locales y acceder a las niñas con fines de prostitución (Según entrevistas con actores locales).

De hecho, en varias de las entrevistas surgió el tema de los after party que se han comenzado a generar en las fincas de recreo. En estas fincas después de la finalización del horario establecido para el cierre de los locales en la zona urbana, se desplazan turistas y locales a continuar la fiesta, abundando el alcohol, la droga y la prostitución.

Este es un tema que tiende a esconderse porque no se quiere mostrar esa faceta en el municipio. El punto no es en contra de la diversión y festejos de las personas, de hecho, es algo normal dentro de los comportamientos en sociedad, lo que no está bien es el efecto que tal comportamiento foráneo tiene en los residentes.

Son dos aspectos los que tienen una incidencia directa en los residentes. En primer lugar, en cuanto al ruido, la tranquilidad de las zonas rurales se ve perjudicada por estas fiestas ya que no es algo a lo que estén acostumbrados a experimentar. En segundo lugar, y quizás el más preocupante, es el efecto en toda la juventud del municipio. Esto no se menciona en un sentido conservador donde los jóvenes no puedan hacer parte de este tipo de actividades, sino en cuanto a la manera en que encuentran el medio para conseguir productos que desean. Muchas niñas del municipio han comenzado a visitar esas fincas, parques y otros lugares turísticos con la finalidad de obtener dinero y comprar todo aquello que sus padres no les pueden dar. Por ello, ven en los visitantes una oportunidad para consumir licor, drogas, que les compren ropa, les den regalos y dinero. Entre los hombres también se ha comenzado a evidenciar cierto nivel de prostitución, pero este es mucho más invisible, solo unas cuantas personas mencionaron estos casos.

En muchas ocasiones, estas fincas son abiertas para que cualquiera pueda ingresar, por lo que los jóvenes acceden a tales lugares sin dificultades. Así, los fines de semana es una práctica financiada por los turistas, mientras que, en semana, lo comienzan a hacer ellos mismos a unos precios más bajos. Todo ello lo que dificulta es la visión de futuro de estos jóvenes, han encontrado una manera inmediata de conseguir lo que desean, así como un contexto inmediato con bajas oportunidades laborales y sociales. Esta dificultad de una visión local de futuro se refleja también en el hecho que, por ejemplo, en la sede de la Universidad de Antioquia se ofrezcan programas de pregrado que no se pueden abrir porque no se logra alcanzar el mínimo de inscritos para que sea viable. Claro está que no todos los jóvenes piensan así, aquellos que tienen una idea diferente de futuro, la decisión que toman, principalmente, es desplazarse hacia Medellín.

Introducido el tema de esta relación cercana entre turistas y la juventud santafereña, es pertinente ahondar en las características y relaciones de los residentes. En la Figura 2 se exponen algunos datos generales respecto a los hogares del municipio que respondieron la encuesta. En ellas se observa que, aunque es muy fuerte el reconocimiento externo e interno alrededor del turismo, son pocas las personas que consideran que ellos o que en su familia hay alguien que se dedique u obtenga sus

ingresos por medio de aquella actividad. Esto puede ser muestra de un desconocimiento frente a las implicaciones que tiene el turismo en el municipio, ya que quienes afirmaron que sí trabajaban en turismo, se centraron en el trabajo en hoteles y cuidado de fincas. Mientras que quienes trabajaban en restaurantes y en comercio en general, no consideraban que sus ingresos estaban relacionados con el turismo.

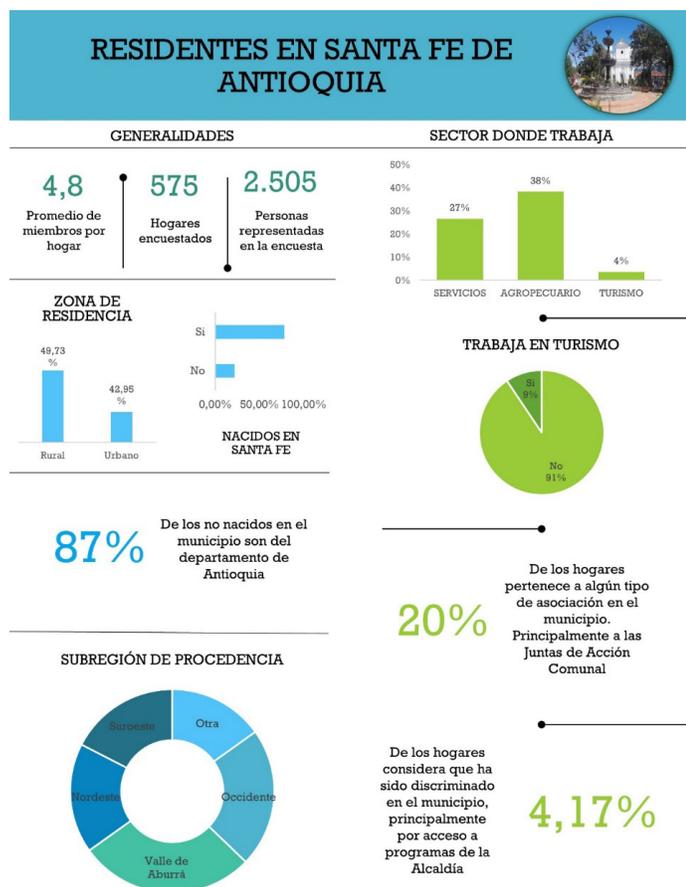


Figura 2. Características generales de los residentes de Santa Fe de Antioquia

Fuente: Elaboración propia con base en encuesta realizada a hogares, 2019

El municipio históricamente no ha sido receptor de población, pero es posible observar un pequeño número de habitantes que provienen de otros lugares. La mayoría son del mismo departamento y de subregiones como el Valle de Aburrá, lo cual es esperado, debido a la relación bidireccional que se ha afianzado entre Medellín y SFA (Muñoz & Llanos, 2022). En la encuesta se les solicitó a los hogares que identificaran, dentro de una serie de posibles problemas y oportunidades del turismo, cuáles consideraban que se presentaban en el municipio. En la Figura 3 y la Figura 4 se muestra la percepción de la principal oportunidad y problema, respectivamente, identificado por los encuestados a nivel urbano y rural. En cuanto a las oportunidades, parece que quienes las observan con mayor fuerza son aquellos que se ubican cerca a los lugares turísticos más representativos, o en donde ha comenzado a fortalecerse el mismo. Tal es el caso de los barrios aledaños al Centro Histórico y veredas como Kilómetro 2 y El Tunal, donde ya hay un proceso turístico, pero recién se fortalece. Los lugares donde más se ha explotado esta práctica no ven tantas oportunidades de inversión, tal es el caso del Centro Histórico y de veredas como Paso Real y El Espinal. Esto está anclado a la incidencia del discurso acerca del ‘desarrollo’. Cuando recién comienza el proceso de intervención es amplio ese discurso para que los residentes no vayan en contra de él, pero cuando ya se consolida, baja la intensidad del discurso y los locales observan las consecuencias de ese proceso.

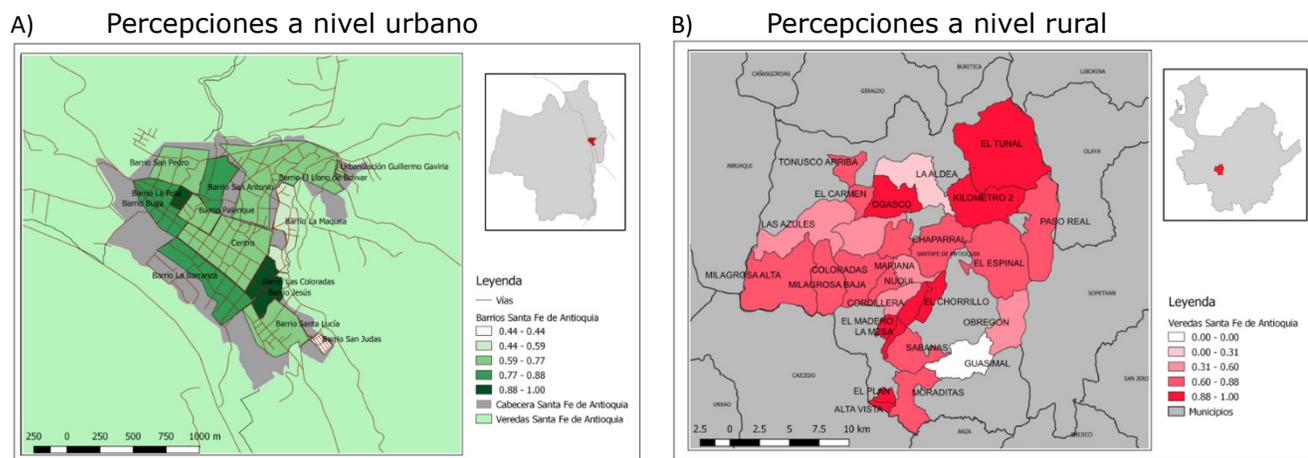


Figura 3. Percepción acerca del turismo como promotor de reconocimiento al municipio y de nueva inversión en él (en porcentaje)

Fuente: Elaboración propia con base a encuesta realizada a hogares, 2019

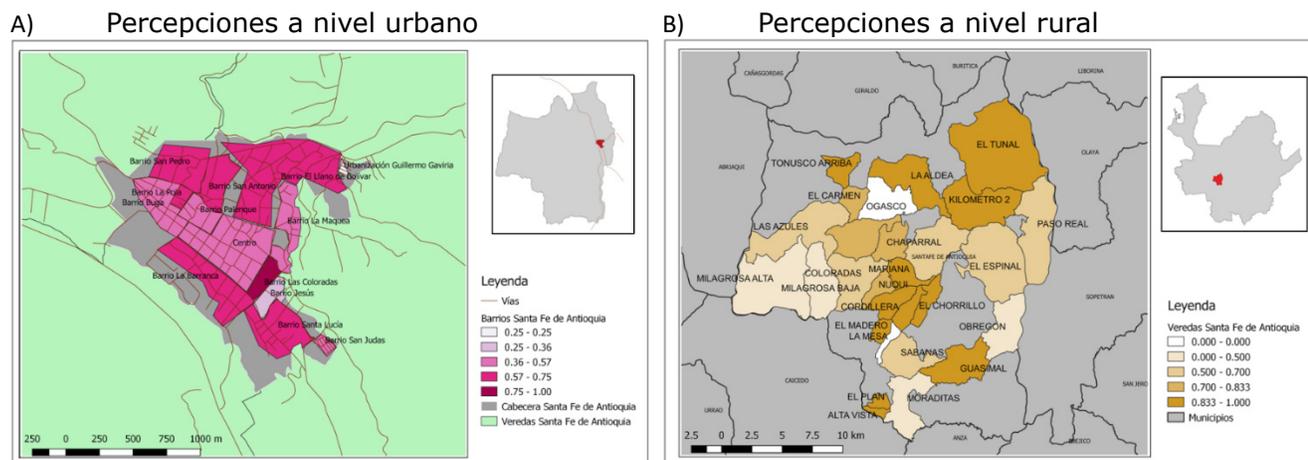


Figura 4. Percepción acerca del turismo como agente excluyente de la actividad de los barrios y veredas respecto al Centro Histórico (en porcentaje)

Fuente: Elaboración propia con base en encuesta realizada a hogares, 2019

Ahora bien, en la identificación del principal problema del turismo en el municipio, a nivel urbano continúa la tendencia anterior, aunque cambia a nivel rural. A nivel urbano, la mayoría de los barrios alrededor del Centro Histórico consideran la concentración del turismo en ese espacio como un problema en el municipio. Esto es apenas lo esperado, ya que en esos barrios no se ha visto el ‘progreso’ que se esperaría según el discurso de ‘desarrollo’ implantado. A nivel rural, la tendencia no es clara. Lo más probable es que eso tenga que ver con la sensación de desigualdad y exclusión que se tiene en la zona rural frente a lo que sucede en la zona urbana.

Es decir, en la zona rural no se presenta una coincidencia entre las veredas que ven mayores oportunidades con aquellas que ven menos problemas, ni las veredas que ven menos oportunidades con las que ven mayores problemas; algo que sí sucedía en la zona urbana. Esto se debe a que en realidad no están expresándose respecto al fenómeno turístico, sino a su sentimiento de exclusión frente al resto del municipio. De hecho, a nivel urbano se le llama la otra Santa Fe a la zona rural, como si no hiciera parte del municipio. En las veredas sucede lo mismo, por ejemplo, en las encuestas se preguntaba por el municipio de procedencia, y en muchos hogares rurales lo diligenciaron con el nombre de la

vereda o corregimiento donde vivían, en lugar de afirmar que de Santa Fe. Respecto a esta problemática, en unas entrevistas decían lo siguiente:

Hay personas que según donde estén, por ejemplo, aquí hay un Guasabra que nos queda muy retirado que es el lugar más antiguo en la parte rural. Muchos de allá dicen que lo mejor es ir a Caicedo para mercar, para vender el café y también hay gente que dice, ¿pero para qué vamos a ir a SFA? Ese estrato de SFA, esa gente que se cree de otro estrato, gente apática, gente que muchas veces no voltean a ver al campesino (Entrevista a guía turística local, abril de 2018).

Hace 25 años fui a una laguna de acá muy bonita, pero eso es por allá escondido, muchos ni sabrán que existe, eso es de la otra SFA. La otra SFA es la rural, porque así estamos. Ellos allá dicen allá en Santa Fe y nosotros acá decimos allá en tal vereda, porque es de parte y parte. Nosotros los sentimos a ellos como de otro mundo y ellos nos sienten a nosotros así también (Entrevista a miembro de la Asociación de Fruteros, abril de 2018).

Esa clara diferencia entre lo urbano y lo rural en el municipio es solo una muestra de las condiciones de desigualdad que han marcado la historia de Santa Fe. Las cuales se han afianzado con la construcción del territorio turístico actual. En esta medida, en la zona rural, siempre se va a considerar que las oportunidades se centralizan en la zona urbana.

Ahora analicemos algunos aspectos respecto a las empresas locales. En la Figura 5 se puede observar que el grupo de empresarios de Santa Fe está fuertemente relacionado con Medellín. Toda empresa tiene que resolver aspectos como la consecución de insumos, la venta de sus productos y la distribución de los ingresos que consigue. Para las empresas con presencia en Santa Fe, la mayoría de estas decisiones están relacionadas con Medellín. Tal como se muestra en la figura, la mayoría de los insumos son comprados en Medellín, la venta de sus productos en gran parte se hace a consumidores de esta ciudad, ya que muchos clientes provienen de allí. Ahora bien, en cuanto a la distribución de los ingresos, si bien por medio de los empleados buena parte de los recursos permanecen en Santa Fe, otra parte son reenviados a Medellín, debido a la procedencia de sus propietarios. Es decir, una muy buena parte del accionar empresarial del municipio está anclada a Medellín, haciendo que, si los intereses económicos priman en la configuración del territorio turístico, sea en beneficio de los actores provenientes de Medellín y no en la incidencia de los intereses locales.

A estas empresas se les preguntó por su relación con instituciones y otras empresas del municipio. Esto con el fin de conocer el grado de relacionamiento que alcanzan los actores locales. El resultado no fue muy alentador, muchas de ellas contestaron que no tenían relación con ninguna institución u organización local. Esto es preocupante porque uno de los principales retos mencionados por los mismos empresarios es la articulación entre ellos para poder mejorar su competitividad y ofrecer un mejor servicio a los visitantes. Esto muestra que la visión que tienen algunos actores sociales respecto a los empresarios turísticos del municipio no está errada:

El sector privado del turismo es muy activo, pero con el pecado que mientras más activo es se reduce más en su objeto, es decir, es más egoísta, poco se articulan entre ellos o con otros sectores o gremios. Pienso del turismo en SFA que siempre ha estado usufructuado básicamente por un sector que no habla entre sí mismo, ni interlocuta con otros sectores productivos y cuando uno se hace la pregunta de qué vende el sector turístico en SFA, qué lo hace especial y que atraiga gente a estas tierras, uno se encuentra con los recursos básicos que ya otros dijeron: aquí se ve sol y patrimonio. La gente a SFA viene buscando la piscina para un día de sol pa broncearse las patas y las nalgas; y mirar para no cansarnos mucho de la piscina o el bronceado entonces vamos y le damos una vueltecita al centro histórico. Pero sin ninguna articulación, no hay nada. Ni la oferta, ni la administración local, no particularmente de ésta, sino desde que la ley 163 y la 150 declararon a SFA patrimonio histórico de la nación.

Además, que es un sector que no dialoga entre sí, ni con los demás. Es un sector pichicato, pequeño. El turista que llega a nuestro municipio viene buscando básicamente el sol y el patrimonio por allá a duras penas. Ese operador turístico siempre ha vivido de alguna manera de la cultura, ellos siempre han querido monigotes, payasitos y arlequines, bailadores, cantadores que le salgan al ruedo, pero no lo pagan. Y no hacen nada para eso. Es más, sería bueno preguntar cuántos lugares patrimoniales han sido intervenidos y hoy están en mano de operadores turísticos (Entrevista a director Casa de la Cultura, abril 2018).

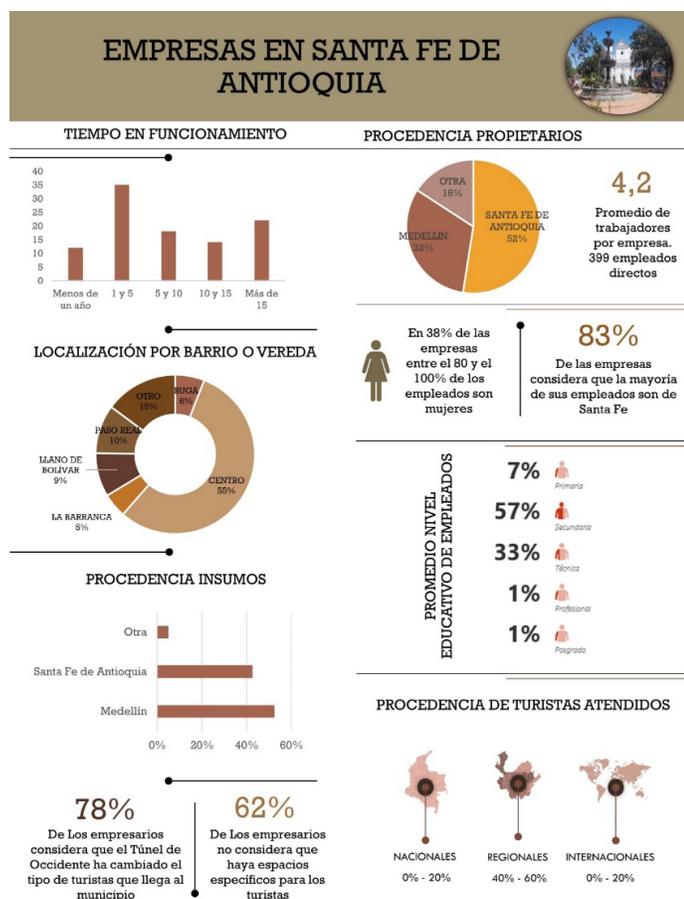


Figura 5. Características principales de las empresas localizadas en Santa Fe de Antioquia

Fuente: Elaboración propia con base en encuesta realizada a empresas, 2019

Es un sector que siempre ha padecido de ese problema, no son capaces de trabajar en equipo, de promocionar en conjunto el municipio para que todos se beneficien en la medida en que lleguen turistas. No se articulan con productores locales para obtener allí los insumos agropecuarios y que pueda ser menos costoso que su adquisición desde Medellín. Esto hace que sus relaciones sean limitadas y se direccionen más hacia Medellín. En la Figura 6 se expone la red que se pudo construir entre ellos, a partir de las encuestas realizadas. Tal como esperaba es una red muy simple, donde solo sobresale la Alcaldía y algunas agrupaciones de ellos mismos, como la Asociación de Comerciantes y los hoteleros, esto más porque pertenecen a ambos grupos y no porque presenten una relación comercial, de apoyo o de cualquier otro tipo.

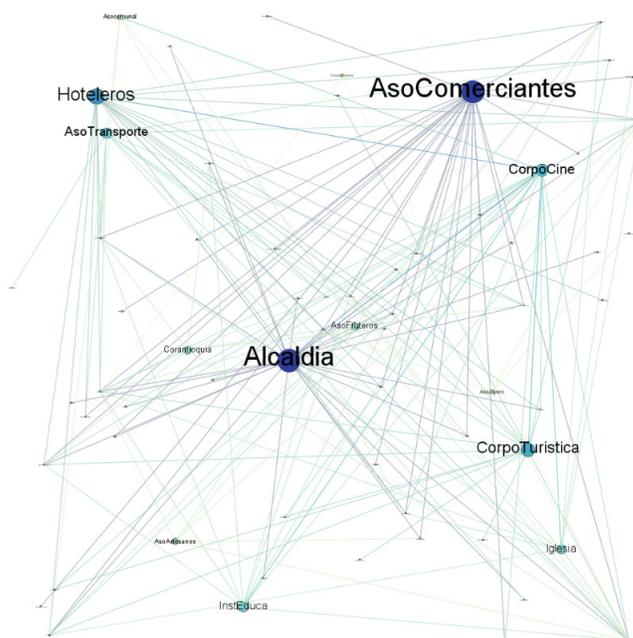


Figura 6. Red de relaciones entre empresarios, organizaciones e instituciones municipales

Fuente: Elaboración propia con base en encuesta realizada a empresas, 2019

Los empresarios tienen una visión tradicionalista, unidimensional y cerrada de lo que significa el turismo para el municipio. Al momento de preguntar acerca de la visión que se tenía del turismo en Santa Fe, uno de ellos contestó lo siguiente:

El turismo es una de las vocaciones económicas del municipio. Al incrementar el número de visitantes en el municipio se dinamiza la economía local, en tanto los hoteleros, restaurantes y comerciantes en general al tener una mayor demanda, a su vez contratan personas del municipio para atender esta demanda lo que genera empleo en el municipio, lo que a su vez se ve revertido en ingresos para las personas del municipio y a su vez permite mejorar la calidad de vida de los habitantes. Los habitantes del municipio se ven beneficiados en tanto se generan oportunidades de empleo y emprendimiento. Los empresarios del municipio se ven beneficiados en tanto se generan ventas de sus negocios y con la continuidad se da crecimiento y desarrollo económico (Encuesta a empresario local, julio 2019).

Lo cual es la visión y el discurso de 'desarrollo' del turismo que se ha criticado por diferentes estudios (Escalera et al., 2020; Hiernaux & González, 2014; López & Marín, 2010; Muñoz, 2017; Navarrete, 2017; Ortiz, 2012; Torres

et al., 2018). Se parte de supuestos netamente económicos, como el hecho que el crecimiento del número de visitantes necesariamente implica un aumento de empleo. Esto desconoce el hecho de que hay momentos de saturación de las instalaciones, por más turistas que lleguen y por más trabajadores que contraten no se va a poder satisfacer la demanda y ello, en vez de generar el ciclo económico positivo al que hacen referencia, lo puede frenar y afectar (Jerez & Martín, 2021). Incluso sin llegar a esa saturación, la imagen del empleo creada no es satisfactoria, es un empleo de fin de semana, con bajo nivel de remuneración porque la productividad es baja dado que es un trabajo no calificado. Es decir, así se tengan nuevos ingresos, esa manera de adquirirlos limita en gran medida que las condiciones de vida de la población se puedan ver mejoradas.

Este es otro punto de discusión importante, ¿qué se entiende por la mejora de calidad de vida? Parece que solo está relacionado con que las personas tengan nuevos ingresos. Esto no es suficiente, ya que en el municipio existen muchas privaciones relacionadas con la educación, la salud, la vivienda, la participación política (Gobernación de Antioquia y Departamento Administrativo de Planeación, 2017); es tal la privación de oportunidades laborales que hacen ver un ingreso inferior al salario mínimo y de fin de semana como una manera de mejorar las condiciones de vida de las familias.

La posición de los empresarios está basada en sus intereses particulares, buscando articular a todos los actores locales en pro del turismo, con un discurso de 'desarrollo' donde, supuestamente, todo el territorio se va a beneficiar. Hubo una respuesta de un empresario que fue muy llamativa, porque muestra ese interés de ejercer presión para que los actores locales actúen de tal manera que los beneficien a ellos. Se les preguntaba por propuestas para mejorar el efecto del turismo en el desarrollo local y su respuesta fue: "CULTURIZAR los residentes para el buen trato de los turistas" (Encuesta a empresario local, agosto 2019). "*Culturizar*" a los residentes, pareciera querer más adoctrinar a los residentes para que le den una buena imagen al turista, con el fin de que estos regresen a darle más ingresos.

La situación anterior está articulada a que una de las principales quejas que expresan los turistas ante los empresarios es que los residentes son muy apáticos, no guían a las personas cuando les preguntan por la ubicación de algún lugar en particular. Por ello se menciona mucho la necesidad de formar a los locales en atención al cliente para poderlos contratar. La pregunta clave ante esto es, ¿por qué los residentes tendrían que estar atentos a las necesidades de los visitantes, si no reciben un beneficio

de su llegada? Es más, antes se perjudican por el aumento de precios, el desplazamiento de algunos lugares locales, el ruido hasta altas horas de la noche en algunos barrios, la generación de basuras, entre otros aspectos. Incluso esta actitud de los residentes en realidad es su estrategia de resistencia ante el atropello que viven a diario.

Para finalizar este análisis se procede a realizar un análisis de redes sociales entre los diferentes actores del territorio. Esto con la finalidad de identificar las relaciones que se logran al interior del territorio, identificar los actores centrales y la manera en que se articulan localmente. Este se diferencia del análisis presentado previamente de los empresarios, en la medida en que allí interesaban las relaciones de las empresas individuales frente a las organizaciones e instituciones locales. Mientras que ahora se analiza la relación del actor social, es decir, en algunos casos se construye como un actor colectivo y en otros como individual, dependiendo del interés que se agrupe en el actor y su representatividad en el territorio.

Se seleccionó un total de 25 actores para hacer el ejercicio. A todos ellos se los contactó durante el trabajo de campo o a través de información secundaria. A partir de esto se estableció si existían relaciones entre cada uno de ellos y el grado de intensidad de esa relación. En este caso se tomaron tres grados de intensidad: fuerte, esporádica o débil. Una vez se definió esto, se procedió a utilizar el software Gephi para realizar el análisis de la red social construida. Un primer ejercicio se presenta en la Figura 7, que muestra el grafo inicial de la red, siendo el tamaño de los nodos la representación del número de relaciones del actor. Por su parte, el grosor de las líneas muestra la intensidad de la relación entre los actores.

En este primer ejercicio es muy claro el panorama municipal: la Alcaldía es la que tiene la responsabilidad de adelantar la mayoría de los procesos locales. Al realizar el cálculo de centralidad e intermediación, es la Alcaldía la que alcanza los mayores niveles en ambos, por lo que es el actor central para el proceso de desarrollo municipal. Es un resultado que se esperaba por la jerarquía municipal, el número de habitantes, poder económico y estatus social en general de los actores. Pero lo dramático de esto, es que, al ser el actor central de la red, es también un actor fácilmente capturado por intereses particulares. Por ejemplo, los cuatro últimos alcaldes municipales han sido investigados por las autoridades de control por contratos otorgados, en la mayoría de los casos han sido condenados a prisión debido a su accionar. Otro ejemplo, es el del Esquema de Ordenamiento Territorial, donde se nota también la fuerza de actores privados para frenar la planificación del territorio.

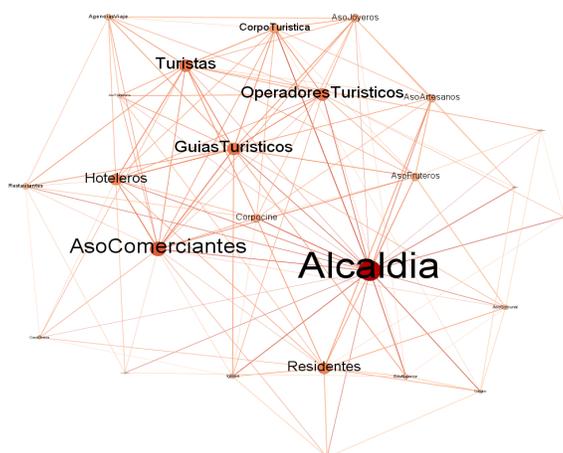


Figura 7. Grafo de la red social construida en Santa Fe de Antioquia

Fuente: Elaboración propia

Esta red muestra un territorio desarticulado, donde intereses particulares, a través de un discurso matizado con el ‘desarrollo’, imponen sus intereses individuales por encima del bienestar colectivo. Mientras no surja un actor que tenga el mismo peso que la Alcaldía en esta red, es difícil que se logre un cambio real en la manera en que se acuerdan las intervenciones en el territorio. Debido a que este actor en solitario no ha sido capaz de dinamizar la red en pos de un bienestar colectivo. Y cuando existe la voluntad política de dicho actor, la organización previa de la red limita su maniobrabilidad, ya que los demás actores ya se han acostumbrado a que sean unos cuantos los que se benefician de sus acciones y decisiones. En una entrevista, precisamente, salió el tema de la organización política del municipio y lo que se puede deducir de ello es que la libertad política es otra de las privaciones que se debería superar en el municipio para alcanzar un mayor grado de bienestar individual:

Muchos sienten que si no votaron por ese alcalde no les ayudan, porque así se ha manejado la política en SFA. Acá cuando hay elecciones políticas se divide entre los que son seguidores de este y los que son seguidores del otro. Entonces yo como alcalde priorizo a los que me ayudaron a mí y a esos son a los que les doy oportunidad y como yo desconozco como ciudadano cuáles son mis derechos, me quedo callado y tampoco voy allá porque qué pena ir allá sabiendo que yo no voté por él. Pero esto es porque no nos capacitamos, por ejemplo, yo que me he capacitado un poquito sé que él es el alcalde de todos. Entonces si yo que estaba con este otro y que perdí me tuviera que ir de SFA, pues

listo, pero acá tenemos que vivir todos y él tiene que ser alcalde para todos. Entonces la gente acá qué hace con las administraciones, va y mendiga y no es mendigar es exigir unos derechos que usted tiene y mucha gente no sabe que tiene esos derechos. Son pensando yo que no voté por esta administración.

Y es que pasa, acá donde se eligiera un alcalde de todos y que fuera inclusivo, las cosas cambiarían. Por ejemplo, con el alcalde anterior tenía resolución para una casa, pero este alcalde que, aunque nos ha ayudado mucho, cambió la razón social del proyecto y nos sacó a muchos y entraron otros que sí eran los de él. se maneja así, tristemente es así. Usted le pregunta a cualquiera y dice es que como yo no soy de la corriente de él... (Entrevista a miembro de la Asociación de Fruteros, abril 2018).

Por tanto, si el actor principal de la red tiene un comportamiento de ese tipo, la red solo va a tener un funcionamiento dirigido hacia quienes están en el juego político de la administración del momento. Esto necesariamente tiene un efecto en el desempeño del territorio y en la perpetuación de la desigualdad. Lo cual ayuda a entender por qué el interés económico del turismo tiene tanto peso en este territorio.

El segundo ejercicio realizado fue el de identificar agrupaciones de actores a través de las relaciones identificadas y la intensidad de las mismas. El resultado fue claro, se consiguió identificar dos comunidades al interior de esta red, una compuesta por 13 actores y la otra por 12. En la Figura 8 se muestran los resultados de este segundo ejercicio.

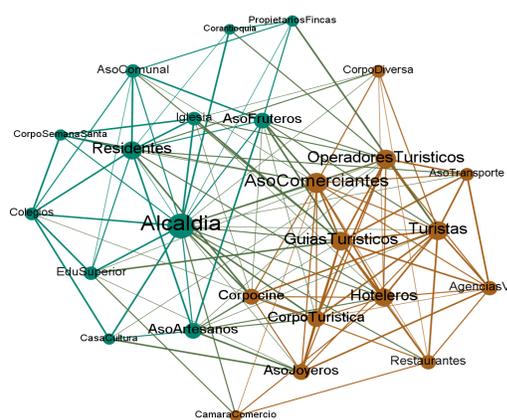


Figura 8. Red social con comunidades entre los actores sociales de Santa Fe de Antioquia

Fuente: Elaboración propia

Las comunidades identificadas, en este caso son muy diferentes y muestran la fragmentación del territorio. En una de las comunidades se agrupan los actores que están relacionados de manera directa con el turismo, mientras en la otra se hacen visibles los actores que tienen una incidencia más relacionada con la vida cotidiana del municipio. En la Figura 8, la primera comunidad se representa en café, mientras la segunda con verde. Se realizó una distribución del grado de atracción entre los vecinos de las comunidades y dio como resultado la separación entre ellas dos. Sin duda hay relaciones entre ambas comunidades, pero tienden a ser pocas las que se presentan en ese sentido. Se suele observar más las relaciones entre actores de una misma comunidad. Esto es un resultado bastante llamativo, puesto que el papel que está cumpliendo el turismo es la de dividir a los actores sociales, entre quienes están inmiscuidos en ese fenómeno y quienes no lo están. No son unas relaciones que se centren en identificar acciones de mejora de la sociedad local, sino que se obsesionan bien sea a favor o en contra del turismo.

CONCLUSIONES

Las particularidades geográficas e históricas con las que cuenta Santa Fe de Antioquia le han permitido evidenciar varios tipos de turismo en su interior. Estas características han impulsado específicamente el turismo patrimonial, el turismo de veraneo y, superado a los anteriores el turismo residencial. En el municipio, los dos primeros han sido conflictivos entre sí, lo que se ha reflejado en rivalidades frente al uso del espacio. Ambos buscan de una u otra forma la mercantilización del territorio y es allí donde chocan debido a que cada uno desea comercializarlo desde su propia perspectiva. Los actores locales identifican en el turismo de veraneo al más problemático, porque no se preocupa por las condiciones y relaciones con el residente y menos aún, por el cuidado del patrimonio. Por tanto, en Santa Fe se buscan alternativas de organización social entre los actores, para que el turismo gire hacia un fenómeno que en realidad mejore las condiciones de vida locales. Para ello, hay que lograr un posicionamiento frente a las fuerzas globales que acompañan los flujos turísticos. Entre ellos cabe mencionar los que más se han evidenciado en Santa Fe: la presión inmobiliaria, las conductas de consumo global y la conectividad. De tal manera que se logre un mejor impacto del turismo y no la diferenciación espacial entre lugares turísticos que se muestran como 'desarrollados' o con altos ingresos económicos, y los lugares de los residentes ocultos y con bajas oportunidades, no sólo económicas, sino sociales, culturales e incluso políticas.

De otro lado, los actores sociales en el municipio, en general, parecen tener una posición a favor del turismo. Sin embargo, esto tiene una relación con el efecto que ha tenido el discurso desarrollista del turismo en ellos. Por ejemplo, si se les mencionan aspectos específicos como la prostitución, las diferencias sociales, los aumentos de precios, la generación de basuras, el ruido, algunos desplazamientos de personas, entre otros aspectos no tan beneficiosos del turismo, lo reconocen e incluso ellos mismos son los que mencionan casos específicos de malestar con el turismo. Entonces parece que los actores locales se muestran a favor del turismo, porque es lo que se espera de ellos, es lo que se debe decir, pero reconocen en plenitud que no es un proceso que sea totalmente beneficioso para el municipio. Es decir, a partir del principal aporte del turismo al municipio –lo económico–, no ha sido posible transformar las condiciones de desigualdad y de diferenciación de clases que han sido históricas en el municipio, de hecho, las ha profundizado. Adicionalmente, en el municipio muchas decisiones, intervenciones, proyectos y planeación están conectados con el turismo. Siempre se busca beneficiarlo de alguna manera, ya que se tiene la idea que si se va ¿de qué va a vivir el municipio? Lo que realmente se muestra en ello, es una incorporación local del discurso turístico, al cual no se le pueden imponer reglas y restricciones porque puede causar la pérdida de los ingresos generados. Esto es muestra de la influencia y el poder que ejerce el turismo en el municipio. Es un poder que se posiciona a través del miedo: si le hacemos algo, no nos visitan y entonces ¿qué hacemos? Se crea la sensación de dependencia absoluta, cuando en realidad el municipio tiene en la actividad agropecuaria una gran oportunidad. Además, el turismo, con sus imágenes y su discurso nublan las posibilidades de innovación local. No parecen encontrarse alternativas al turismo, porque lo que se piensa es en encontrar nuevas maneras de atraer turistas, en tener nuevos productos para ofrecerles y que puedan permanecer más tiempo en el municipio. Eso no está mal, es una estrategia válida como cualquier otra, el problema radica en que es el resultado de la fuerte influencia del turismo, más que una estrategia definida previamente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bachiller, J. (2012). Conflictos de intereses en la ordenación de un territorio de montaña: el turismo rural en la Tierra Pinariega Soriana. *Cuadernos de Turismo*, 29, 35–60. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/153191>

- Escalera, A., Palafox-Muñoz, A., & Ángeles, M. (2020). El turismo y su dinámica en la búsqueda de tierra y trabajo baratos: el caso de Los Cabos, Baja California Sur, México. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 24(647), 1–28. <https://doi.org/10.1344/sn2020.24.28497>
- Fang, J., Gozgor, G., Paramati, S., & Wu, W. (2021). The impact of tourism growth on income inequality: Evidence from developing and developed economies. *Tourism Economics*, 27(8), 1669–1691. <https://doi.org/10.1177/1354816620934908>
- Gobernación de Antioquia, & Departamento Administrativo de Planeación. (2017). *Anuario Estadístico de Antioquia 2017*. <http://www.antioquiadatos.gov.co/index.php/anuario-estadistico-de-antioquia-2017>
- Hiernaux, D., & González, I. (2014). Turismo y gentrificación : pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía No*, 55–70.
- Jerez, L., & Martín, V. (2021). El turismo como factor de explicación de los desequilibrios territoriales: el ejemplo de la Isla de la Gomera. *Cuadernos de Turismo*, 48, 401–427. <https://doi.org/10.6018/turismo.493011>
- Londoño Carvajal, J. D. (2016). 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. *Iconofacto*, 12(19), 43–64.
- López, Á., & Marín, G. (2010). Turismo, capitalismo y producción de lo exótico: una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización del espacio y la cultura. *Relaciones. Estudios de Historia y Sociedad*, 31(123), 219–260.
- Marujo, N., & Santos, N. (2012). Turismo, Turistas e Paisagem. *Investigaciones Turísticas*, 4, 35–48. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/25737/1/Investigaciones_Turísticas_4_02.pdf
- Massey, D. (2012). Un sentido global del lugar. In *Doreen Massey: un sentido global del lugar* (pp. 112–129). Icaria Editorial.
- Muñoz, E. (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. <https://doi.org/10.15446/rcdg.v26n2.59237>
- Muñoz, E. (2020). Gentrificación y Obsolescencia territorial en los procesos turísticos de Santa Fe de Antioquia. In E. Muñoz, A. Martínez, & M. Espinosa (Eds.), *Dinámicas y Conflictos Territoriales. Relaciones urbano – rurales, desarrollo, desigualdades y segregación en ciudades intermedias y pequeñas*. Tecnológico de Antioquia.
- Muñoz, E., & Llanos Hernández, L. (2021). Destinos turísticos patrimoniales y la museificación del territorio. Estudio comparativo entre Santa Fe de Antioquia (Colombia) y San Cristóbal de Las Casas (México). *EURE*, 47(141), 49–70. <https://doi.org/10.7764/EURE.47.141.03>
- Muñoz, E., & Llanos Hernández, L. (2022). Relaciones contemporáneas entre Santa Fe de Antioquia y Medellín (Colombia) y sus transformaciones históricas. *Notas Históricas y Geográficas*, 28, 263 – 285. <https://revistanotashistoricasygeograficas.cl/index.php/nhyg/article/view/401>
- Navarrete, D. (2017). Turismo gentrificador en ciudades patrimoniales. Exclusión y transformaciones urbano-arquitectónicas del patrimonio en Guanajuato, México. *Revista Invi*, 32(89), 61–83.
- Ortiz Jiménez, W. (2012). Capitalismo turístico: conflictividades y tensiones de los pueblos originarios latinoamericanos en el contexto de la globalización. *Turismo y Sociedad*, xiii, 117–130.
- Raffestin, C. (2011). *Por una geografía del poder*. El Colegio de Michoacan.
- Torres, L., Pastor, G., Grosso, M., & Scoones, A. (2018). Turismo de lujo y extractivismo: la ruralidad como presa del capital. Reflexiones a propósito de Valle de Uco (Mendoza, Argentina). *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 22(585), 1–32. <https://doi.org/10.1344/sn2018.22.19210>
- Touraine, A. (1997). *¿Podemos vivir juntos? Iguales y diferentes*. Fondo de Cultura Económica de Argentina.