

## ¿Justicia espacial o competitividad global? Urbanismo social y *city branding* en Medellín (2004-2016)

Lorenzo van der Velde

Leiden University

### Resumen

En 2004, el gobierno local de Medellín (Colombia) introdujo una política pública destinada a aliviar las grandes problemáticas socioespaciales existentes en la urbe: el urbanismo social. Aunque esta política ha tenido como objetivo fomentar la justicia espacial mediante la ruptura de la dinámica tradicional en la que las condiciones de vida de los habitantes de los diferentes sectores de Medellín se han definido fuertemente por su ubicación geográfica -por lo que ha sido ampliamente alabada- ha llegado a caracterizarse por un creciente grado de ambigüedad. Justo por su valor publicitario, simultáneamente se ha convertido en un elemento clave de la estrategia neoliberal de marca ciudad que el gobierno local y actores vinculados han creado para mejorar la posición de competitividad global de la ciudad después de su pasado violento. Este estudio analiza las formas en las que este llamativo fenómeno de convergencia entre dos políticas que a primera vista suelen interpretarse como incompatibles ha impactado en la justicia espacial en la ciudad entre 2004 y 2016.

**Palabras clave:** Justicia espacial, urbanismo social, marca ciudad.

Spatial Justice or Global Competitiveness? Social Urbanism and City branding in Medellín (2004-2016)

### Abstract

In 2004, the local government of Medellín (Colombia) introduced a new public policy aimed at alleviating the key socio-spatial problems that have existed in the city: social urbanism. Although this policy was designed to promote spatial justice by rupturing the traditional dynamic in which the living conditions of the inhabitants of Medellín's different sectors have been strongly defined by their respective geographical location within the city -for which it has been widely lauded- it has gained an increasingly ambiguous character. Precisely thanks to its promotional value, the social urbanism model has gradually become a centrepiece of the neoliberal *city branding* strategy through which the local government and linked actors have attempted to improve Medellín's global competitiveness position after its violent past. This study analyses the forms in which this remarkable phenomenon of confluence between two policies that at first sight would generally be interpreted as incompatible has impacted on the promotion of spatial justice in the city in the period between 2004 and 2016.

**Keywords:** Spatial justice, social urbanism, city branding.

<p><b>*Dirección de correspondencia [Correspondence address]:</b> Lorenzo van der Velde, Leiden University E-mail: <a href="mailto:vdveldelq@gmail.com">vdveldelq@gmail.com</a></p>
---

## Introducción

En el marco de la incesante urbanización del mundo y la creciente dominancia de modelos de desarrollo neoliberales que han implicado la descentralización de los aparatos estatales de los países y el aumento de la competencia global por recursos, en los últimos años ha podido observarse cómo las ciudades y los actores (políticos) que gestionan su desarrollo han ido adquiriendo un papel cada vez más importante. Quizá, uno de los ejemplos latinoamericanos más llamativos de este fenómeno haya sido la segunda ciudad de Colombia, Medellín. En un contexto de práctica ausencia de intervención pública adecuada y de planificación urbana selectiva, a lo largo de las décadas se ha podido observar la aparición de un gran número de barrios informales en la ciudad, autoconstruidos por la población local y por personas desplazadas por el conflicto armado que ha afectado Colombia desde hace décadas, lo cual no solamente ha dado lugar a la creación de la típica geografía urbana que se muestra en la imagen 1 infra, sino también a la producción de una fuerte dinámica de segregación socioespacial entre la ciudad formal e informal, lo cual a su vez ha influido de forma negativa en las condiciones de vida de un alto número de personas.

Sin embargo, a partir de 2004, las relaciones entre el gobierno local y la ciudad informal han experimentado una llamativa transformación, gracias a que se ha ido implementando una nueva política pública destinada a aumentar la justicia espacial mediante el alivio de las problemáticas socioespaciales claves existentes en la urbe a través de la transformación física y social de sus zonas más deprimidas: el urbanismo social. Gracias a este proceso, hoy en día suele percibirse la ciudad antes conocida como la capital mundial del asesinato y del tráfico de cocaína (y vinculada con la figura de Pablo Escobar) como el escenario de la realización de un verdadero ‘milagro’ urbano, por lo cual a nivel internacional se considera la política pública que ha facilitado su supuesto ‘renacimiento’ como un modelo de buen gobierno de alta estimación (Angotti e Irazábal, 2017; Brand, 2013; Maclean, 2014; McGuirk, 2014; McLaren y Agyeman, 2015). En este contexto, gracias a su valor publicitario, el urbanismo social simultáneamente se ha convertido en un elemento central de la estrategia neoliberal de *city branding* que el gobierno local de Medellín y actores vinculados han creado para cambiar la negativa imagen internacional de la ciudad, con el fin de aumentar su competitividad global. Sin embargo, mientras que ya se han hecho numerosos estudios del impacto de la política urbana aplicada en su función original, sorprendentemente se ha referido sólo brevemente a la existencia

de este fenómeno y prácticamente se han ignorado sus implicancias. Como indicó Franz (2016), en el análisis del urbanismo social se ha descuidado el estudio de los motivos políticos y económicos subyacentes en su creación, y de su creciente vínculo con el modelo de desarrollo neoliberal que ha dominado la política urbana local. Habida cuenta de lo anterior, el objetivo principal del presente estudio consiste en analizar más profundamente los efectos que el fenómeno de la convergencia entre urbanismo social y una agenda neoliberal de *city branding* ha tenido en Medellín, enfocándose sobre todo en su impacto en cuanto a la realización de su objetivo original en el período de 2004 a 2016.

## Desarrollo urbano y justicia espacial

En las últimas décadas, se ha ido prestando cada vez más atención a la importancia de las modalidades en las que se desarrollan las ciudades, dando lugar a la difusión de un discurso que promueve su desarrollo más sostenible o ‘justo’.

### El papel del transporte, la movilidad y la accesibilidad

Parece existir un consenso general en cuanto a que, para lograr un desarrollo más sustentable del mundo, es clave que a nivel de la ciudad se apliquen políticas de planificación más efectivas, especialmente en los ámbitos de ‘transporte’, ‘movilidad’ y ‘accesibilidad’. En el lado extremo, incluso hay quienes argumentan que “la movilidad es el mayor desafío de la vida urbana contemporánea” (Cabrera Arana *et al.*, 2015: 429), visto que se vincula directamente con metas de “eficiencia económica, equidad social y sustentabilidad ambiental” (Gutiérrez, 2012: 63). Sin embargo, ¿qué se entiende por movilidad?

Según Gutiérrez (2010; 2012), la movilidad en sí representa el acto de desplazarse o una performance en el territorio. No obstante, aunque la movilidad puede entenderse como la realización de un desplazamiento en un cierto territorio, claramente representa “lo que se puede y no necesariamente lo que se quiere en materia de desplazamiento” (Gutiérrez, 2010). Por ende, ampliando esta definición, se ha propuesto el uso del concepto de motilidad, que se interpreta como “la capacidad que las entidades tienen de moverse en un espacio social o geográfico determinado”<sup>1</sup> (Kaufmann *et al.*, 2004:

<sup>1</sup>Traducción propia del original en inglés.

Figura 1: Medellín, vista desde San Javier



Fuente: imagen del autor

750), prestando atención específica a la importancia de cómo las personas acceden a y se apropian de las opciones de movilidad que se les presentan en la vida diaria, dependiendo de su situación individual (ibíd.).

Como señala Mendoza-Hauchecorne, “el principal objetivo de la movilidad no reside en el movimiento mismo, sino en [la facilitación d]el acceso a los recursos del territorio”, por lo cual su carencia puede conllevar importantes problemas de exclusión para las personas que se ven afectadas por ella (2013: 571-572), algo que se confirma en otros estudios (Brand y Dávila, 2011; Cabrera Arana *et al.*, 2015; Leibler y Brand, 2012). Pese a ello, se resalta que, en contextos urbanos, las mejoras en el área mencionado no necesariamente conllevan un aumento de la calidad de vida de las personas, debido a que se consideran más importantes las maneras en las que esas mejoras complementan dinámicas socioeconómicas existentes, en lugar de cómo aumentan los modos de desplazamiento disponibles (Brand y Dávila, 2011). En consecuencia, incluso podría argumentarse que, “paradójicamente, el transporte, de mano de la planificación, debe contribuir sobre todo a reducir la necesidad de que los habitantes urbanos se desplacen” (Dávila, 2012: 60).

### **City branding como herramienta de desarrollo urbano**

En el contexto de su creciente internacionalización, también se destaca cada vez más la importancia de las estrategias de *city branding* (también llamada ‘marca ciudad’ o ‘marketing urbano’) como un nuevo modelo para el desarrollo más sostenible o la regeneración socioeconómica de las ciudades, las que suelen considerarse como una consecuencia directa de los procesos de globalización, neoliberalización e internacionalización de mercados (Brand y Prada, 2003) que se han dado en las últimas décadas y del subsecuente cambio de las formas en las que los países interactúan entre ellos debido a la erosión de sus fronteras, lo que conlleva mayores niveles de interconexión y de interdependencia (Antiroiko, 2015; Lindstedt, 2015; San Eugenio Vela, 2015). En este contexto, la creciente competencia por recursos entre ciudades ha creado la necesidad de distinguirse por medio de la marca ciudad (Antiroiko, 2015).

Gracias a este proceso, recientemente se aprecia el aumento de la creación de nexos entre los ámbitos de *city branding* y de planificación urbana, algo que parece cristalizarse cada vez más en la realización de obras físicas en áreas urbanas con el fin de

hacerlas más competitivas y de satisfacer los requisitos de su creciente internacionalización (Brand y Prada, 2003; Eshuis *et al.*, 2014; Kavaratzis y Ashworth, 2005) -una práctica a la que suele referirse con el término ‘place making’ (Helmy, 2008)- y el uso de políticas urbanas consideradas como ‘mejores prácticas’ como estrategias de marca ciudad (Angotti e Irazábal, 2017). Principalmente, el fomento de capital simbólico mediante proyectos urbanos emblemáticos se ha convertido en una estrategia de promoción clave (p.ej. en la forma de obras arquitectónicas o de infraestructura) (Andersson, 2014; Riza *et al.*, 2012).

Sin embargo, si bien suele presentarse el *city branding* como una actividad que puede contribuir al desarrollo sostenible de las ciudades, frecuentemente implican una representación selectiva e idealizada de los lugares, tratando de ocultar temas como la existencia de asentamientos informales (Ooi, 2011), ya que esos supuestamente representan “lo opuesto a lo que usualmente una estrategia de marca ciudad quiere mostrar: riqueza, desarrollo y belleza” (Hernández García, 2012: 86). Considerando lo anterior, se ha planteado que:

“la marca de ciudad puede discutirse positivamente como una herramienta social y económica para aumentar el bienestar de la gente; sin embargo, se puede ver de otro modo si esos beneficios son sólo para algunos”

(Hernández García, 2012: 90).

Pese a que la ciudad informal tradicionalmente ha sido interpretada de forma muy negativa, retratándola como un área “de pobreza, exclusión, inseguridad y estancamiento”<sup>2</sup> (Burgold *et al.*, 2013: 100), paralelamente ha ido cobrando cada vez más importancia una perspectiva más positiva, según la cual representa más bien una propuesta alternativa en términos de desarrollo urbano y de organización espacial (véase p.ej. Kellett, 2002). Como es sabido, particularmente en América Latina, la ciudad informal ha representado una realidad ineludible debido a su tamaño, aunque surge que justo allí “han sido tradicionalmente ignorados en cuanto a su contribución a la ciudad y a cualquier estrategia turística y de marca de ciudad”, mientras que existe evidencia que sugiere que efectivamente sí pueden contribuir de forma activa a todo ello (Hernández García, 2012: 85), principalmente mediante el llamado ‘turismo de tugurios’ (‘turismo de favelas’ o ‘slum tourism’). Sin embargo, se han presentado varias críticas de esta práctica, ya que generalmente implica la mercantilización de asentamientos informales y

<sup>2</sup>Traducción propia del original en inglés.

la conversión en productos turísticos de los problemas que los afectan, entre los cuales se destacan la pobreza, la miseria y la violencia (Dürr y Jaffe, 2012; Frenzel y Koens, 2012), lo que se considera como problemático, porque requiere que todos los servicios, empresas, personas e infraestructuras involucrados en la práctica se desplieguen en función de la pauperización, lo cual convierte la pobreza en un elemento necesario para la rentabilidad de la actividad, impidiendo así su reducción (Korstanje, 2016). Asimismo, aunque se supone que a través del creciente turismo hacia los barrios populares puede cambiarse en sentido positivo su reputación eliminando (parcialmente) su estigma social, influyendo en los imaginarios existentes ligados a ellos (Dürr y Jaffe, 2012; Frenzel y Koens, 2012), se resalta que ello también puede tener un efecto contradictorio, es decir, la reproducción de imágenes clichés negativas de los lugares en cuestión (Dürr y Jaffe, 2012).

## Del derecho a la ciudad a la justicia espacial

Buscando contrarrestar los efectos negativos de la creciente neoliberalización e internacionalización de las ciudades, se ha ido destacando cada vez más la necesidad de analizar críticamente las modalidades en las que esas se desarrollan y de discutir cómo podría contribuirse a su desarrollo más ‘justo’. En este contexto, ha resurgido el uso del concepto del derecho a la ciudad como mecanismo de contestación y de oposición política. En su sentido original -propuesto por Henri Lefebvre en *Le droit à la ville* (1996)- ya representaba una clara reacción a los efectos negativos inducidos por los procesos de industrialización y de comercialización relacionados con el capitalismo: según él, el punto de partida del derecho a la ciudad debería consistir justamente en (contrarrestar) los problemas creados por esos mismos procesos y la inclinación por parte de desarrolladores urbanos, gobiernos y arquitectos a abordar la planificación urbana partiendo de una lógica administrativa, siempre en función de lo mismo, es decir, la acumulación de capital y la creación de sociedades consumistas.

Aunque Lefebvre (1996) destacó en particular la importancia de la participación en la creación (y la apropiación) de las obras u obras sociales que son las ciudades de sus habitantes, se explica que, viéndose controladas por una clase dominante y sus respectivos intereses económicos, han pasado de representar sitios de ‘participación’ a ser sitios de ‘expropiación’, lo cual ha implicado que la producción de los espacios que las conforman se ha realizado más bien ‘para’ en lugar de ‘por’ sus habitantes (Mitchell, 2003). Por tanto, el derecho a la ciudad

puede interpretarse básicamente como una demanda por la recuperación del control sobre la producción social de los espacios urbanos por parte de sus residentes (Lefebvre, 1996, citado por Mathivet, 2010; Pugalis y Giddings, 2011); luego, en esencia representa el deseo de reconstruir las ciudades con el fin de fomentar la justicia social.

Sin embargo, aunque se sostiene que el derecho a la ciudad debería representar en esencia un medio de contestación política para todos los habitantes de las ciudades, se ha criticado el hecho de que el concepto haya sido cooptado por “la doxa neoliberal” o por los mismos actores cuyo poder busca desafiar, facilitando que se continúe con el statu quo, aunque difundiendo un discurso político más correcto y más fácilmente aceptable (Musset, 2015; Soja, 2010). Por consiguiente, como señala Costes (2014), podría argumentarse que hoy en día existen dos interpretaciones centrales del derecho a la ciudad, a saber: (1) una que otorga un papel clave a la necesidad de realizar una amplia movilización social desde abajo contra la lógica neoliberal que domina la gobernanza urbana, y (2) una más superficial y selectiva que lo entiende sobre todo como un instrumento político para facilitar la gestión urbana.

Aun así, se reconoce el hecho de que las ideas básicas relacionadas con el concepto del derecho a la ciudad permanecen relevantes hoy en día, particularmente las reflexiones que provoca en cuanto a nuestra interpretación de lo que representan los espacios urbanos, es decir: que representan mucho más que un mero fondo físico, fijo y vacío sobre el cual se efectúan los fenómenos sociales (Soja, 2010). Así, se ha ido desarrollando la idea de que los espacios representan un producto que se (re)produce socialmente (Bromberg *et al.*, 2007; Harvey, 2009; Lefebvre, 1991), concluyendo que constituyen medios de control (político) y de dominio que representan una fuente importante de las injusticias sociales que afectan las sociedades (Dikeç, 2009).

En este contexto, se ha ido resaltando la necesidad de reinterpretar las relaciones entre los aspectos social, histórico y espacial de la vida humana (el llamado ‘giro espacial’), y de otorgar en particular más importancia al aspecto espacial de las (in)justicias (sociales) que se observan en el mundo (Soja, 2010), ya que “tradicionalmente se ha dado mayor énfasis en cómo lo social configura o determina lo espacial y no al revés” (Link, 2011: 173-174). Como explica Soja (2009), la organización política y el funcionamiento estándar de las ciudades representan importantes fuentes de injusticia espacial, ya que generalmente facilitan la acumulación de recursos claves en sectores ya privilegiados, en perjuicio de grupos marginados; por tanto, podría decirse que, en esencia, “la desigualdad distributiva

representa la expresión más evidente de la injusticia espacial”<sup>3</sup> (ibíd., 2010: 47).

Pese a lo anterior, cabe destacar que se ha argumentado que el enfoque que promueve la teoría de la justicia espacial al mismo tiempo puede resultar problemático, visto que quizás otorgue demasiada importancia al rol que los espacios juegan en la creación de injusticias (urbanas), destacando la necesidad de abordar primero sus causas estructurales -las cuales suelen ser de todos modos históricas, políticas, económicas y sociales- ya que “nunca habrá justicia espacial en un sistema político, económico y social que en sí sea injusto”<sup>4</sup> (Marcuse, 2009: 4), una idea que comparte Dikeç (2009), cuando plantea que, aunque las injusticias sociales tienen una clara dimensión espacial, es clave prestar atención a las dinámicas estructurales que las (re)producen en primer lugar.

## Medellín: de la crisis a la transformación

Ubicada en el ‘Área Metropolitana del Valle de Aburrá’ (AMVA), Medellín representa la capital del departamento de Antioquia, que como se puede ver en el mapa 1 infra, formalmente se divide en 16 comunas, compuestas por un alto número de barrios que suelen clasificarse según estrato socioeconómico.

### Acerca de la crisis urbana de Medellín

Después de un intenso proceso urbanizador, Medellín cuenta hoy con 2.486.723 habitantes. Sin embargo, debido a que no logró satisfacerse el incremento significativo en la demanda de vivienda (Echeverri y Orsini, 2010), ni absorberse el aumento en la oferta de trabajo en la economía local inducidos por el crecimiento demográfico acelerado de la ciudad a partir del siglo XX (Betancur, 2007; Torres Tovar, 2009), durante los años se ha podido observar la puesta en práctica de varios fenómenos de autogestión y de autoconstrucción en ella, hasta tal punto que la ciudad informal actualmente alberga casi la mitad de la población local (McGuirk, 2014) y constituye poco menos de la mitad de la economía local (Medellín Cómo Vamos, 2015). Al igual que en otras ciudades latinoamericanas, el crecimiento descontrolado de Medellín no solamente ha conllevado problemas en los ámbitos del mercado laboral y de la vivienda, sino también déficits en transporte, movilidad, accesibilidad e inclusión social en la

ciudad, lo cual a su vez ha generado grandes retos en cuanto al fomento de la garantía del derecho a la ciudad de todos sus habitantes y, por ende, también de la justicia espacial.

Como es sabido, los distintos sectores de Medellín han llegado a definirse fuertemente por su ubicación geográfica (Zibeche, 2015), lo que se ha reflejado en la existencia de un claro desequilibrio entre los estándares de vida de los sectores (informales) de estrato bajo por un lado y los sectores (formales) de estrato medio y alto por otro (Betancur, 2007) (como se demuestra en el mapa 1 supra). Como señalaron Echeverri y Orsini, Medellín se ha caracterizado por “una profunda segregación de orden físico, social y económico” (2010: 134), como resultado de la “exclusión de los pobladores pobres en la ciudad (...) por su imposibilidad de acceso al suelo urbano a través del mercado formal, al igual que por la dificultad de acceso a los servicios públicos e infraestructura urbana” (Torres Tovar, 2009: 125), en gran parte debido a que, hasta hace poco, el Estado estaba prácticamente ausente en los barrios populares de la ciudad (Calvin, 2014), tanto por su aparente rechazo de la ciudad informal como por factores geográficos y sociopolíticos que dificultaban su intervención allí, incluyendo la ola de violencia vinculada con Pablo Escobar y el Cartel de Medellín que asolaba la ciudad en los años 1980 y 1990, y el conflicto armado que ha afectado Colombia en general.

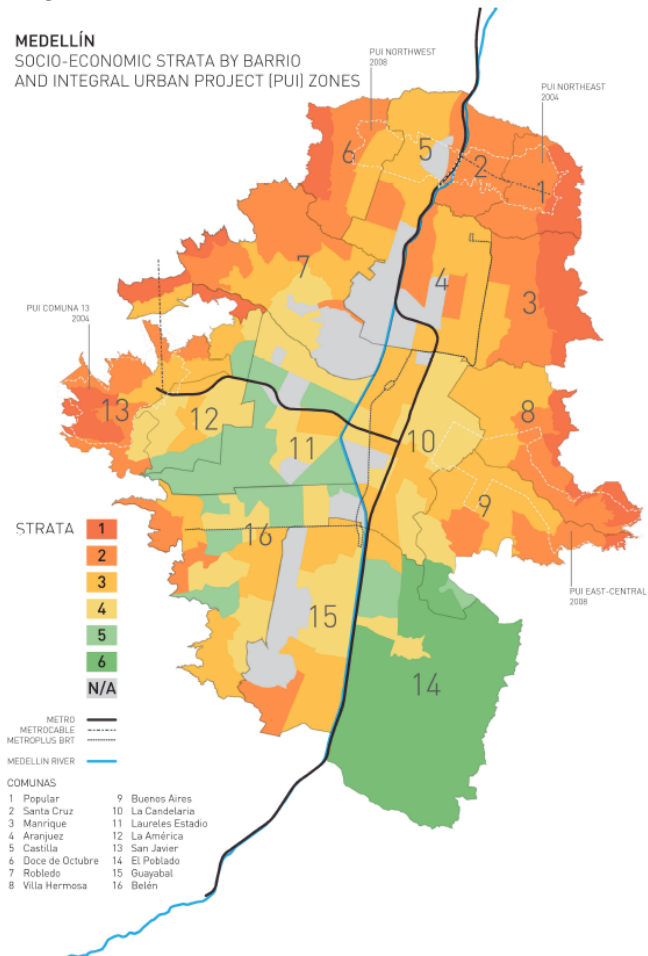
Con el paso del tiempo, sin embargo, el gobierno local ha ido aumentando su presencia en la ciudad informal (Betancur, 2007), paralelamente con el cambio de actitud de ‘rechazo’ hacia la misma por una que reconoce su existencia (Velásquez, 2011), y que busca mejorar las condiciones de vida en ella mediante intervenciones sociales y urbanísticas: el urbanismo social. A partir del cambio de siglo, la influencia de estos acontecimientos también se ha reflejado claramente en documentos oficiales claves como el Plan de Ordenamiento Territorial<sup>6</sup> (POT) de 2000 para Medellín, y su versión revisada, el POT de 2014, que introdujo explícitamente la garantía del derecho a la ciudad de todos sus habitantes como una directriz clave para su proceso de desarrollo (ibíd., 2014a). Asimismo, en los planes de desarrollo propuestos por las distintas administraciones de turno de Medellín se ha subrayado consistentemente la necesidad de promover su desarrollo sostenible y de fomentar una especie de justicia espacial en la ciudad.

<sup>6</sup>Planes en los que se establecen directrices estratégicas para el desarrollo a largo plazo de los territorios urbanos en Colombia.

<sup>3</sup>Traducción propia del original en inglés.

<sup>4</sup>Traducción propia del original en inglés.

Figura 2: La clasificación territorial de Medellín



5

Fuente: Calvin (2014: 23)

## El urbanismo social

Fue bajo el liderazgo de Sergio Fajardo -alcalde en el período 2004-2007- que cambiaría drásticamente el papel del Estado en cuanto al desarrollo futuro de la ciudad informal, ya que su gobierno apostó por “una política pública enfocada a reducir las profundas deudas sociales acumuladas [en Medellín] durante décadas” (Echeverri y Orisini, 2010: 138) (el urbanismo social), a la cual administraciones subsecuentes (Alonso Salazar, 2008-2011; Aníbal Gaviria, 2012-2015, y Federico Gutiérrez, 2016-presente) han dado continuidad, aunque en diferente medida y bajo otros nombres que han permitido su apropiación por cada gobierno (p.ej. el ‘urbanismo cívico-pedagógico’ de Aníbal Gaviria)<sup>7</sup>.

Aunque así se ha facilitado la realización de una amplia serie de intervenciones físicas y sociales focalizadas en las zonas más deprimidas de la ciudad, relacionadas con un amplio rango de temas, que incluye: la seguridad pública, la creación de espacios públicos y obras arquitectónicas, la provisión de servicios e infraestructuras, la consolidación y la formalización de vivienda informal, la educación, la cultura (ciudadana) y el fomento de la economía local, a partir de 2004, el gobierno local ha buscado convertir el discurso político alrededor del urbanismo social en logros concretos, sobre todo a través de la realización de dos tipos de intervenciones. Por un lado, se ha implementado una serie de ‘Proyectos Urbanos Integrales’ (PUI)<sup>8</sup>, planes urbanísticos focalizados en los sectores más deprimidos de Medellín, que combinan políticas de mejoramiento urbano con componentes programáticos y sociales complementarios (Castro y Echeverri, 2011). Por otro lado, se ha ido construyendo una variedad de infraestructuras urbanas innovadoras destinadas específicamente a mejorar la movilidad y la accesibilidad en la ciudad, particularmente en sus zonas informales. Entre estas últimas se destacan las escaleras eléctricas de la comuna 13 (San Javier) (véase la figura 2 infra) y ciertos elementos del llamado ‘Sistema Integrado de Transporte del Valle de Aburrá’ (SITVA), cuyo componente central ha sido un sistema de metro operativo desde 1995, el cual, bajo la influencia del urbanismo social, en colaboración con el Metro de Medellín se ha ido extendiendo con otras ramas de transporte público, incluyendo el ‘Metroplús’ (un sistema de buses de tránsito rápido), rutas integradas de buses, el ‘Tranvía de Aya-cucho’ y una famosa red de ‘Metrocables’ (sistemas de transporte por cable aéreo; véase la figura 3 in-

fra), que actualmente cuenta con cuatro líneas operativas (las líneas H, J, K y L<sup>9</sup>, operativas desde, respectivamente: 2016, 2008, 2004, y 2010) y otra en construcción (la línea M).

## El urbanismo social como herramienta de *city branding*

Aunque podría argumentarse que el urbanismo social representa un modelo de desarrollo urbano de carácter extraordinariamente social en su contexto, cabe destacar que surgió en el contexto de la crisis de gobernabilidad general que afectaba Medellín a fines del siglo XX. En aquella época, mientras que los problemas causados por la ola de violencia ya referida y el declive económico que afectaban la ciudad provocaron el cuestionamiento de la hegemonía económica y política de la oligarquía tradicional que hasta entonces había controlado su desarrollo (Franco Restrepo, 2006; Franz, 2016; Maclean, 2014), el gobierno local se vio obligado a aumentar su control sociopolítico sobre sus sectores (informales) de bajos ingresos (Brand, 2013) -los que solían verse como prácticamente ingobernables debido a la concentración de un amplio rango de actores criminales y armados- fenómenos que además coincidieron con la iniciación de procesos de globalización y de liberalización económica a nivel global bajo la influencia del paradigma neoliberal, que implicaban la necesidad de aumentar la posición competitiva global de Medellín, lo cual se ha reflejado en una creciente orientación hacia el mundo externo (Maclean, 2014) y la adopción de un modelo de gobernanza neoliberal para la ciudad con el fin de facilitar su inserción en la economía internacional en un contexto de creciente competencia global por recursos.

A nivel nacional, múltiples instituciones y organizaciones han participado en el proceso de internacionalización de la ciudad (véase Hernández García, 2014), aunque se destaca sobre todo el papel de ProColombia (anteriormente Proexport), “la entidad [pública] encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energéticas y la imagen del país” [sic] (ProColombia, 2017). Además, a nivel local han surgido otras dos entidades importantes que han llegado a desempeñar un papel dominante al respecto. En primer lugar, con el objetivo de facilitar la búsqueda de cooperación internacional en un amplio rango de ámbitos, en 2002 se creó la ‘Agencia para la Cooperación Internacional de Medellín’ (ACI), una asociación entre varias entidades

<sup>7</sup> Aunque ya no se refiere explícitamente a la política urbana con el término ‘urbanismo social’, en el discurso político se mantienen las mismas nociones y modalidades de desarrollo urbano clave que se relacionan con él.

<sup>8</sup> Un PUI beneficia a los habitantes de unos veinte barrios populares.

<sup>9</sup> La línea L representa una línea netamente turística que posibilita el acceso al llamado Parque Arví.



Figura 3: Proyectos urbanos integrales



(a) Las escaleras eléctricas de la comuna 13



(b) La línea K del Metrocable

**Fuente: imágenes del autor**

públicas<sup>10</sup> que a partir de 2007 también se ha encargado de atraer recursos de inversión extranjera directa a Medellín, convirtiéndose en la ‘Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín y el Área Metropolitana’ (ACI, 2017). Además, desde 2009, esta entidad ha empezado a promover la transformación de la ciudad y el rol del urbanismo social a este respecto “como una acción estratégica para extender y fortalecer relaciones internacionales clave para posicionar la ciudad como modelo de administración pública” y con el fin de “posicionarla como sede ideal de eventos de negocios, académicos o políticos de interés internacional” (ibíd.). Aparte de la ACI, también el Medellín Convention Visitors Bureau (en adelante, ‘el Bureau’) -una fundación privada sin ánimo de lucro- ha jugado un papel importante en cuanto a la promoción de la nueva imagen de Medellín a nivel nacional e internacional.

Un elemento central de la estrategia de internacionalización de Medellín ha sido la creación de una estrategia de *city branding* desde comienzos del siglo XXI, aunque cabe indicar que hasta el presente no ha habido una marca ciudad claramente definida, pensada a largo plazo (es decir, desvinculada de las ambiciones de cada gobernante de turno); aún se está en vías de crear y lanzar una que perdure en el tiempo y que esté en mayor grado desvinculada de la arena política. Pese a ello, según Orozco Múnera y Giraldo ya se ha logrado la realización de un claro proceso de cambio de imagen a través del cual se ha buscado concentrar los ojos del mundo en el “renacer [de Medellín] después de aquel oscuro pasado” [sic] (2015: 616), lo cual, podría argumentarse, ha sido facilitado en gran medida por medio del uso del papel del urbanismo social a este respecto como una narrativa cautivante. Tanto las observaciones realizadas en Medellín por el autor de este estudio como los materiales recolectados in situ confirman lo anterior, ya que resulta que se han utilizado un gran número de proyectos que se han llevado a cabo bajo el sello del urbanismo social como elementos de la estrategia de *city branding* (véase p.ej. el mapa 2 infra), los cuales gracias a su carácter innovador y su llamativa estética se han vuelto importantes emblemas de Medellín<sup>11</sup>. Asimismo, como las observaciones de las dinámicas turísticas en Medellín permiten concluir, se ha ido desarrollando una clara dinámica de ‘turismo de tugurios’ hacia los sectores donde se concentran esos proyectos, que ha implicado la realización de ‘tours de transformación’ coordinados por tanto una variedad de guías locales in-

formales, centros culturales y operadores turísticos externos (incluyendo a Casa Kolacho, Toucan Spanish, Palenque Tours y Real City Tours Medellín), como por actores como la Alcaldía de Medellín y el Bureau (estos últimos han organizado recorridos de este tipo para mostrar la transformación de Medellín a delegaciones políticas, empresarios y periodistas internacionales). Además, en años recientes, se han propuesto nuevos planes para la construcción de proyectos emblemáticos relacionados con la filosofía del urbanismo social, como el ‘Parque Vial del Río’ (un proyecto de espacio público ambiental a lo largo del Río Medellín), un vasto plan para la construcción del llamado ‘Cinturón Verde Metropolitano’ en el anillo montañoso que rodea la ciudad (cordón de zonas verdes alrededor de Medellín), nuevas infraestructuras de transporte público (p.ej. líneas adicionales de Metrocables y el Tranvía de Ayacucho) y un plan para revitalizar y reordenar el centro.

## Los efectos en la justicia espacial de la convergencia entre urbanismo social y una agenda neoliberal de *city branding* en Medellín (2004-2016)

Como se ha indicado, la política urbana en torno al modelo del urbanismo social que se ha aplicado en Medellín no sólo ha representado un intento de aumentar la justicia espacial en la ciudad, sino también un mecanismo a través del cual se ha podido establecer una estrategia neoliberal de *city branding* que facilitara la transformación de su imagen internacional, con el fin de mejorar su posición de competitividad global. Para poder responder en qué medida este fenómeno ha facilitado u obstaculizado el fomento de la justicia espacial en Medellín, a continuación, se presentará un análisis más detallado del caso. Ya que los componentes del urbanismo social se han dividido en dos categorías principales, a saber: (1) proyectos destinados a mejorar la movilidad y la accesibilidad en los sectores tradicionalmente marginados de la ciudad y (2) una serie de planes urbanísticos y programas socioeconómicos (PUI), el análisis también se organizará según dos ejes centrales, a saber: (1) los efectos que el uso de la política como una herramienta de *city branding* ha tenido en los ámbitos del transporte, la movilidad y la accesibilidad y (2) sus efectos socioeconómicos más amplios.

El análisis se funda en los datos que se produjeron durante el proyecto de investigación que el

<sup>10</sup>Esto es: la Alcaldía de Medellín, las Empresas Públicas de Medellín (EPM), el AMVA y las Empresas Varias de Medellín (EEVVM).

<sup>11</sup>Por ejemplo, Medellín representa la primera ciudad del mundo en utilizar tecnologías como las escaleras eléctricas de la comuna 13 y los Metrocables como infraestructuras de transporte público.

Figura 4: Mapa turístico de Medellín 2016



Fuente: Alcaldía de Medellín, 2016b

autor realizó en Medellín en 2016, los cuales se complementan con los hallazgos que se presentan en las fuentes primarias y secundarias que se recolectaron in y ex situ. Estos datos consisten de informaciones obtenidas a dos métodos de investigación. En primer lugar, se condujo una serie de entrevistas semiestructuradas con cinco actores directamente relacionados con el objeto de estudio, testigos de primer nivel de lo que ha significado el proceso de transformación de Medellín a partir de la introducción del urbanismo social (véase la tabla 1 infra). En segundo lugar, se realizó una serie de observaciones participantes en la ciudad, tanto en sus zonas más deprimidas como en otras áreas (véase la tabla 2 infra). Aparte, se condujo una encuesta estructurada en las comunas tradicionalmente marginadas de Medellín para conocer la opinión de la población local sobre el impacto del objeto de estudio, aunque los resultados de esa encuesta no están incluidos en este estudio<sup>12</sup>

En cuanto a las entrevistas cabe indicar que en ellas se trataron tres temas centrales, a saber: (1) el impacto en la justicia espacial de la política urbana en torno al urbanismo social en sí, (2) el impacto del uso de la misma política urbana como una estrategia de *city branding*, y (3) los efectos en la justicia espacial de la llamativa convergencia entre urbanismo social y la agenda neoliberal de *city branding* del gobierno local de Medellín y actores vinculados. Todas las entrevistas fueron grabadas y transcritas en su totalidad y fueron analizadas de manera cualitativa, comparando las opiniones de los entrevistados y las demás informaciones que ellos proporcionaron con respecto a cada uno de los tres temas tratados. Adicionalmente, con el fin de llegar a un entendimiento más integral de su significado y relevancia, los resultados de este análisis cualitativo fueron triangulados tanto con los de las otras actividades de investigación que el autor realizó en Medellín como con los hallazgos de estudios previos.

## Efectos en los ámbitos del transporte, la movilidad y la accesibilidad

Como se ha indicado, el déficit en los ámbitos de transporte, movilidad y accesibilidad ha tenido importantes consecuencias en el caso de Medellín, incluyendo la creación de una fuerte dinámica de segregación socioespacial entre la ciudad formal e informal y la exclusión social de los residentes de la segunda. Bajo la influencia del urbanismo social, en

<sup>12</sup>Se agradece sinceramente a los informantes que hicieron posible la realización de este estudio. Los resultados de la encuesta sí están incluidos en el estudio en el que se basa este artículo, véase [van der Velde \(2017\)](#).

los últimos años el gobierno local ha llevado a cabo una serie de intervenciones enfocadas en atacar las raíces de esta problemática, sin embargo, aunque ya se han hecho múltiples estudios del impacto de estos esfuerzos en sí, cabe preguntarse en qué medida su creciente uso como herramientas de *city branding* ha facilitado o dificultado el logro de su objetivo original: el fomento de la justicia espacial.

Si bien suele argumentarse que los proyectos de infraestructura urbana que se han ido construyendo bajo el sello del urbanismo social se pensaron en primer lugar para aumentar la movilidad y la accesibilidad en las comunas más deprimidas de la ciudad, al mismo tiempo se ha podido concluir que han tenido un efecto importante en la movilidad de los habitantes de los demás sectores de Medellín (véase [Brand, 2013](#)) y la de visitantes extranjeros -particularmente los Metrocables, que han funcionado como la principal puerta de entrada para la iniciación del proceso de (re)integración de las áreas tradicionalmente marginadas de Medellín en el tejido urbano formal. Como indicó un experto local en movilidad urbana:

“(…) había en cierta medida una tendencia a pensar que esos eran territorios desconocidos para otros habitantes de la ciudad. Entonces, el Metrocable, aunque no fue la primera intención, motivó a que muchas personas de la ciudad fueran a esos sectores que antes (…) eran de las zonas más peligrosas de la ciudad”

(Juan Pablo Ospina Zapata, entrevista con el autor, 19/10/2016).

Este doble impacto de los Metrocables también se identificó en un estudio previo del sistema, en el que se afirmó que:

“como obra pública cumple con dos vocaciones distintas: el turismo y la movilidad en barrios populares. El turismo local expresa tanto la integración de ese sector (…) al tejido formal de la ciudad como el deseo de los ciudadanos de beneficiarse de un nuevo «derecho» a la ciudad: el paisaje”

([Leibler y Musset, 2011](#): 99).

En los últimos años, simultáneamente con el creciente uso del urbanismo social como componente central de la estrategia neoliberal de marca ciudad que se ha creado para Medellín, se ha podido apreciar el incremento explosivo del número de turistas que atrae la ciudad<sup>13</sup>, el cual ha pasado de 270.080

<sup>13</sup>Viajeros que ingresaron a Medellín por puntos oficiales

Tabla 1: Lista de entrevistas realizadas

<b>Entrevistado</b>	<b>Afiliación o rol</b>
1 Natalia Eugenia Ángel Henríquez	Jefa de Prensa y Relaciones Públicas, Medellín Convention & Visitors Bureau
2 Mauricio Jaramillo García	Comunicador social, testigo de primer nivel de lo que ha significado la transformación social de Medellín durante los últimos cinco gobiernos, Secretaría de Comunicaciones, Alcaldía de Medellín
3 Juan Pablo Ospina Zapata	Ingeniero civil, experto y consultor en movilidad urbana y estudiante de doctorado en Ingeniería, Universidad Nacional de Colombia (antes: Urban (Centro de Estudios Urbanos y Ambientales), Universidad EAFIT)
4 K-Bala (Dayro)	Líder de la conducción de grafitours en la comuna 13 de Medellín y profesor de hip hop y trabajador social, Centro Cultural Casa Kolacho
5 Jairo de Jesús Gutiérrez Henao	Profesional de gestión social, Metro de Medellín

Tabla 2: Resumen de las observaciones participantes realizadas

**Resumen de las observaciones participantes realizadas**

- 1 La observación diaria de las lógicas de desplazamiento relacionadas con el transporte (público) en Medellín por parte de sus usuarios entre el 24 de septiembre y el 27 de diciembre de 2016.
- 2 La participación en la creación del documental Paz entre grafitis sobre la transformación social de la comuna 13 de Medellín a partir del siglo XXI, guiado por estudiantes del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.
- 3 La observación y realización de conversaciones informales con emprendedores (in)formales activos en las inmediaciones de las líneas J y K del Metrocable en las comunas 1, 2, 7 y 13 de Medellín.
- 4 La observación y realización de conversaciones informales con vendedores ambulantes provenientes de las comunas tradicionalmente marginadas de Medellín activos en otras zonas de la ciudad.
- 5 La observación participante de las dinámicas de turismo en Medellín, incluyendo las prácticas de agentes turísticos como Toucan Spanish, Palenque Tours, Casa Kolacho y Real City Tours Medellín, y de los turistas que ellos guían por las distintas partes de Medellín.
- 6 La participación en discusiones informales sobre los efectos de la transformación social de Medellín con habitantes locales en contextos cotidianos (incluyendo a habitantes de las comunas 1, 2, 3, 4, 7, 9, 10, 11, 13, 14 y 16 de la ciudad).

en 2008 (SITUR, 2009) a más de 700 mil turistas durante la temporada de 2016 a principios de 2017 (Vásquez Moreno, 2017). Cuando se toma en cuenta el hecho de que Medellín ya está enfrentando grandes retos en los ámbitos de transporte, movilidad y accesibilidad, cabe preguntarse cómo este fenómeno ha influido en la realización de la meta inicial de la política urbana, es decir, la mejora de la movilidad y la accesibilidad en sus zonas más deprimidas.

Aunque las infraestructuras introducidas bajo la influencia de la política urbana han sido ampliamente alabadas por su carácter innovador y social (incluyendo, entre otros, los Metrocables, las escaleras eléctricas de la comuna 13 y el Tranvía de Ayacucho), resulta que su efectividad ha sido afectada por una serie de problemas. En primer lugar, existe un considerable grupo de personas que por la distancia entre sus hogares y las infraestructuras indicadas han tenido dificultades para beneficiarse directamente de ellas. En segundo lugar, existe un gran grupo de habitantes (trabajadores informales) en las zonas de influencia de los sistemas que simplemente no pueden hacer uso de ellos, porque la manera en la que sus integrantes se ganan la vida depende fuertemente de la posibilidad de llevar equipamientos portátiles a los lugares donde venden sus servicios o productos. Aunque es sabido que el sector informal constituye casi la mitad de la economía local en Medellín (Medellín Cómo Vamos, 2015) y que particularmente en las comunas tradicionalmente marginadas se supera esa cifra (véase Coupé, 2012), el Metro de Medellín no permite acceder a sus instalaciones con objetos grandes, por adherir a la llamada ‘cultura Metro’, a través de la cual se ha buscado mantener el SITVA en buenas condiciones de higiene y orden. El problema persiste, aunque hace varios años que se había advertido (Brand y Dávila, 2011; Dávila y Daste, 2011; Drummond *et al.*, 2012). Además, como explicó el experto local en movilidad urbana, el urbanismo social en general ha tenido efectos contradictorios, debido a la valorización del suelo que ha provocado en sus áreas de influencia:

de control migratorio. No existen datos completos sobre el turismo en el período antes de 2008.

“[Alrededor de los Metrocables] los territorios se valorizaron mucho. Entonces, mucha gente se tuvo que ir, porque ya no era capaz de pagar lo que tenía que pagar por ello. Eso me parece un poco contradictorio, porque propusimos una infraestructura de transporte que normalmente utiliza la gente de bajos recursos y deberíamos garantizar que esa gente estuviera lo más cercana posible a las estaciones”

(J.P. Ospina Zapata, entrevista con el autor, 19/10/2016).

Si se considera lo anterior, entonces podría decirse que, aunque su objetivo oficial haya sido lo opuesto, la política urbana en torno al urbanismo social irónicamente ha tenido un efecto de ‘expulsión’ en sus zonas focales mismas, lo cual ha dificultado la participación más plena de sus habitantes en la vida cívica y social general. Considerando a Sassen (2014), puede interpretarse este fenómeno como una consecuencia tanto típica como lógica de la profundización del capitalismo (neoliberal) a nivel global en las últimas décadas, ya que -con la meta suprema de facilitar la acumulación privada de capital- este proceso ha dejado el campo libre a las fuerzas del mercado, lo cual a su vez ha resultado en la expulsión de grupos cada vez más grandes de personas del orden social y económico de los países.

Por ende, cuando se toma en cuenta que la idea de ‘movilidad’ representa “lo que se puede y no necesariamente lo que se quiere [o se necesita] en materia de desplazamiento” (Gutiérrez, 2010: s.n.p.) y se presta atención específica a cómo las personas se apropian de las opciones de movilidad que se les presentan en la vida diaria dependiendo de su contexto geográfico y social (el concepto de ‘mtilidad’) (Kaufmann *et al.*, 2004), se hace evidente que, independientemente de lo innovador que sean, las intervenciones clave en materia de infraestructura urbana realizadas bajo la influencia del urbanismo social no suplen las necesidades reales de la población local. Adicionalmente, parece existir un problema más amplio en los ámbitos del transporte, la movilidad y la accesibilidad en Medellín que ha impedido que el urbanismo social tuviera un impacto mayor en este área. Según las observaciones diarias que en el marco de este estudio se realizaron de las lógicas de desplazamiento relacionadas con el transporte (público) por parte de sus usuarios, especialmente durante las horas punta, el SITVA en su totalidad colapsa consistentemente porque se sobrepasa su capacidad. Como se demuestra en la figura 1 infra, ello no es de extrañar, ya que entre 2008 y 2016, casi se ha duplicado su número de usuarios, pasando de más de 150 millones en 2008 a más de 273 millones en 2016. Aunque puede expli-

carse parte de este incremento por las nuevas líneas de transporte agregadas al SITVA en los últimos años, por su baja capacidad y al atraer a más pasajeros, esas parecen haber contribuido más bien a la creciente presión sobre el sistema que al alivio de los problemas de congestión que sufre. Igualmente, fuera del SITVA, durante las horas punta la movilidad de los habitantes de Medellín también se ve fuertemente afectada por la congestión de las vías principales que se usan para desplazarse en bus, taxi, auto o motocicleta.

Habida cuenta de lo anterior, cabe cuestionar el valor de la introducción de nuevas infraestructuras de transporte bajo el sello del urbanismo social (como p.ej. el Tranvía de Ayacucho y los cables H y M), cuando a nivel de la ciudad aún existen grandes retos de sostenibilidad en los ámbitos del transporte, la movilidad y la accesibilidad que impiden que tengan un impacto más amplio, y por tanto, en el caso de Medellín, parece aplicarse más bien la idea general de que, “paradójicamente, el transporte, de mano de la planificación, debe contribuir sobre todo a reducir la necesidad de que los habitantes urbanos se desplacen” (Dávila, 2012: 60).

Según la jefa de prensa y relaciones públicas del Bureau, el creciente turismo hacia Medellín conllevaría un efecto positivo en la movilidad urbana:

“(…) en Medellín somos conscientes de que el turismo es una fuente de desarrollo económico y de mejoramiento de la calidad de vida de las personas. Al traer más viajeros, esos viajeros gastan más en el destino y al gastar más se genera más empleo, más movilidad, más consumo de servicios, más hotelería, más restaurantes”

(Natalia Eugenia Ángel Henríquez, entrevista con el autor, 06/10/2016).

Por cierto, parece que el deseo del gobierno local (y sus aliados públicos y privados) de convertir Medellín en una ciudad que sea competitiva a nivel internacional y que represente un hotspot turístico ha generado nueva voluntad política para invertir fondos en la mejora de la movilidad y la accesibilidad en la ciudad, siguiendo la tendencia general que a escala global se ha podido apreciar en el ámbito de la política urbana neoliberal en años recientes, es decir, la aplicación de estrategias de *city branding* que implican prácticas de place making, es decir, la construcción de obras emblemáticas (capital simbólico) en ciudades para hacerlas más competitivas (Andersson, 2014; Eshuis *et al.*, 2014; Kavatzis y Ashworth, 2005; Riza *et al.*, 2012) y para satisfacer los requisitos de su creciente internacionalización (Brand y Prada, 2003). Esto se refleja

claramente en las propuestas que las distintas administraciones de turno han presentado en los últimos años para la construcción de nuevos proyectos de alto impacto simbólico como las escaleras eléctricas de la comuna 13, líneas adicionales de Metrocables<sup>14</sup>, el Tranvía de Ayacucho, el Parque Vial del Río y el Cinturón Verde. Pese a que se ha solido presentar tales proyectos como instrumentos de política pública destinados a facilitar la realización del objetivo original del urbanismo social -el fomento de la justicia espacial- podría decirse que se han caracterizado por cierto grado de ambigüedad, ya que ha habido fricciones entre el discurso político mediante el cual se ha buscado promoverlos como proyectos sociales, por un lado, y el discurso publicitario en el cual se los ha presentado como componentes de una estrategia neoliberal de internacionalización, por otro. Desde el Bureau se dejó en claro que ciertos proyectos claves en materia de infraestructura urbana que originalmente se inauguraron como proyectos de tipo urbanismo social (y la política en sí) han llegado a representar elementos claves de la estrategia de *city branding* de Medellín:

“Lo que es Metrocable y escaleras eléctricas de la comuna 13, esos dos referentes para nuestro discurso promocional son muy importantes (...) Nosotros trabajamos con unos productos turísticos priorizados (...) y entre ellos está, diría yo, como primero, o uno de los más importantes, el turismo de transformación”

(N.E. Ángel Henríquez, entrevista con el autor, 06/10/2016).

Asimismo, desde la Alcaldía de Medellín se indicó lo siguiente sobre los planes que se están realizando en el ámbito de la movilidad urbana en el marco del vasto plan para la construcción del llamado Cinturón Verde en el anillo montañoso que rodea la ciudad, donde se concentran sus zonas informales y deprimidas:

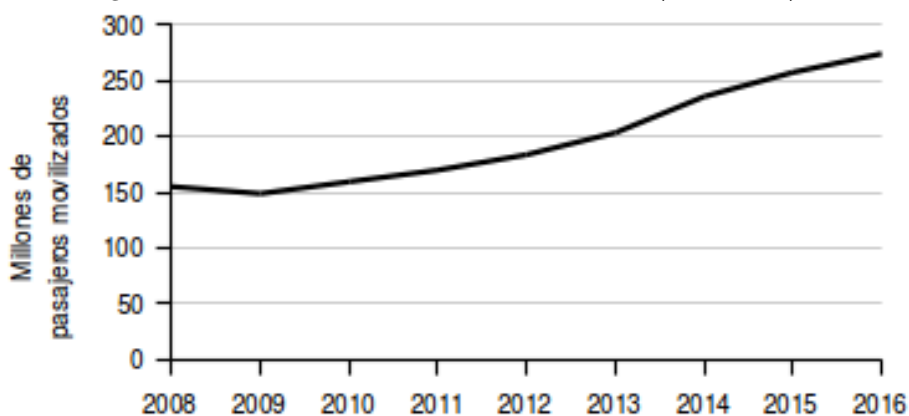
“Ahora, este año (...) estamos inaugurando dos nuevas líneas de cables [los cables H y M] (...), que son netamente sociales”

(Mauricio Jaramillo García, entrevista con el autor, 12/10/2016).

Sin embargo, sobre el mismo plan, que también implicará la construcción de un monorraíl, al mismo tiempo se señaló lo siguiente:

<sup>14</sup>El gobierno local ha expresado el deseo de llegar a un total de nueve cables en el futuro.

Figura 5: Pasajeros movilizados por el SITVA (2008-2016)



Fuente: elaboración propia, en base a cifras de SITUR (2011; 2012; 2013; 2014; 2016; 2017)

“La propuesta de ese monorraíl por allá arriba era para unir esta estación, Santo Domingo [la última estación del cable K], con la estación Miraflores [una estación del Tranvía de Ayacucho], por toda la zona periférica de la ciudad. Nosotros desde Urbam, nos opusimos a ese proyecto. (...) los habitantes de esa zona (...) poco interés tienen de irse a pasear por encima de la montaña. Entonces (...) el gran interrogante era: ¿esto es para quién?, ¿es para los habitantes o es para el turista que quiere venir a pasear acá?”

(J.P. Ospina Zapata, entrevista con el autor, 19/10/2016).

A manera de conclusión, entonces parece que el uso de las intervenciones claves realizadas en los ámbitos del transporte, la movilidad y la accesibilidad bajo el nombre del urbanismo social como instrumentos destinados a atraer turismo y a internacionalizar Medellín ha creado una dinámica en la cual se han ido introduciendo nuevos proyectos en materia de infraestructura urbana que ya no necesariamente priorizan la mejora de la movilidad (y la motilidad) del público objetivo original de la política urbana (mejoras internas) sobre la de visitantes externos (mejoras externas), sino más bien lo opuesto, lo cual, podría decirse, hace objeto de crítica el hecho de que en el discurso político del Estado local sí siga reiterarse la necesidad de fomentar la justicia espacial en la ciudad.

## Efectos socioeconómicos más amplios

Contrariamente al estudio de los efectos del urbanismo social en los ámbitos de transporte, movilidad y accesibilidad, a la hora de ahondar en su impacto socioeconómico más amplio surgen varios problemas que dificultan su análisis. Debido a la

influencia de otras políticas públicas, los ciclos macroeconómicos y la falta de datos existentes sobre la evolución de la ciudad informal, resulta difícil establecer relaciones directas entre la política y los cambios que se han podido observar en las comunas tradicionalmente marginadas de Medellín desde su introducción (Brand, 2012, 2013; Brand y Dávila, 2011; Martín y Martín, 2016), por lo cual a continuación se intentará explicar más bien en líneas generales qué efecto la convergencia entre urbanismo social y la agenda neoliberal de *city branding* del gobierno local y actores vinculados ha tenido en la justicia espacial en la ciudad.

Durante el trabajo de campo en Medellín para este estudio se hizo evidente que, según el discurso general de los habitantes de la ciudad, el fenómeno ha tenido un importante significado simbólico, específicamente para los residentes de las zonas de influencia directa del urbanismo social. Después de décadas de marginalización, ellos suelen transmitir un sentimiento de orgullo porque sus comunas de nuevo se han vuelto visibles e incluso han llegado a figurar como atractivos turísticos claves en los materiales promocionales para la ciudad (véase el mapa 2 supra). Es más, puede argumentarse que, desde fines del siglo XX -cuando en el contexto de la crisis urbana empezó a estimularse un proceso de internacionalización neoliberal en Medellín- gradualmente han llegado a representar el núcleo de la narrativa de marketing mediante cuya difusión global el gobierno local y entidades vinculadas como la ACI, el Bureau y ProColombia han buscado reemplazar la imagen negativa de la ciudad por una basada en su llamativa transformación facilitada por el urbanismo social. Como indicó Mauricio Jaramillo García, comunicador social de la Alcaldía de Medellín:



“[El período de los años 1980 y 1990] de alguna manera imposibilitó que la ciudad fuera visto como una posibilidad de negocio para el extranjero, o de turismo, o de cooperación, porque estaba el estigma de la ciudad peligrosa. Medellín se ha preocupado desde el gobierno, pero también recogiendo todas las fuerzas públicas y privadas de la ciudad en esa idea de cambiar la imagen de la ciudad (...). Cuando la ciudad descubrió que lo que se estaba viviendo era una transformación no solamente física, sino también cultural y económica, era el terreno abonado para que el mundo conociera esas posibilidades (...).”

(entrevista con el autor, 12/10/2016).

Además de su valor simbólico, este proceso parece haber tenido un importante efecto paralelo en la economía local. En primer lugar, en el período entre 2002 y 2009, las inversiones extranjeras directas en ella se decuplicaron (Moncada, 2016), una tendencia que ha continuado a un ritmo más moderado en años recientes (Alcaldía de Medellín, 2015a). En segundo lugar, como ya se ha mencionado, ha contribuido a incrementar significativamente el número de turistas que Medellín recibe anualmente, lo cual a su vez supuestamente ha tenido varios efectos positivos en la economía local, como se desprende de una opinión, ya citada:

“Al traer más viajeros, esos viajeros gastan más en el destino y al gastar más se genera más empleo, más movilidad, más consumo de servicios, más hotelería, más restaurantes”

(N.E. Ángel Henríquez, entrevista con el autor, 06/10/2016).

Efectivamente, tan sólo en los primeros años del período en el que esta dinámica de turismo realmente empezó a ganar tracción -entre 2012 y 2015- se registró la creación de 1.056 nuevas compañías en el sector turístico (Medellín Cómo Vamos, 2016), cifra que no incluye iniciativas informales. Sin embargo, a pesar de su aparente contribución positiva a la economía local, se ha criticado el negativo impacto social del fenómeno. Aunque el gobierno local de Medellín ha podido perfilarse como un actor reconocido por su código de buen gobierno mediante el uso del urbanismo social como táctica publicitaria internacional<sup>15</sup>, Franz (2016) ha indicado que esta práctica también ha servido para restablecer la confianza empresarial en la ciudad, un proceso que ha conllevado la introducción de políticas neoliberales de estilo *laissez-faire* como la flexibilización de las

<sup>15</sup>Gracias al urbanismo social, el gobierno local ha recibido varios premios internacionales prestigiosos.

condiciones de trabajo en las industrias locales de baja productividad (donde trabaja gran parte del público objetivo del urbanismo social) y la especialización consciente en tales actividades económicas, situando a Medellín en las categorías más bajas del mercado laboral internacional, el fenómeno de la *race to the bottom*.

En este contexto, se ha destacado que, paradójicamente, las políticas neoliberales mediante las cuales se ha buscado aumentar la competitividad global de Medellín y cuya introducción fue facilitada por el uso del urbanismo social como medio de marketing urbano sólo han agravado los problemas (socioespaciales) que se han buscado aliviar mediante la política en primer lugar (Brand, 2013), y en consecuencia, como indicaron Brand y Dávila (2011), cabe preguntarse si ha representado una política sinceramente destinada a reducir las desigualdades sociales en Medellín, o más bien un instrumento para la transformación de su imagen internacional. Cuando se considera la amplia literatura existente sobre la relación directa que existe entre el paradigma neoliberal y la (re)producción de problemas (socioespaciales) en las ciudades actuales, no sorprende que se haya planteado esa pregunta.

Como indica De Mattos (2010), se supone que la creciente articulación de las economías urbanas al marco económico neoliberal global requiere de la realización de grandes inversiones en materia de competitividad global, a costa de inversiones sociales, mientras que Sassen (2014) explica que esta dinámica ha resultado en la expulsión de grandes grupos de personas del orden social y económico de los países (p.ej. por medio de políticas de planificación y mediante el debilitamiento de normas socioambientales), lo cual ha provocado que las ciudades llegaran a caracterizarse por crecientes niveles de inequidad, desigualdad, exclusión social, informalidad y tugurización. De modo similar, De Mattos (2010) indica que la gobernanza urbana neoliberal ha contribuido a la (re)producción de una variedad de problemas económicos y socioespaciales, incluyendo: la segmentación, precarización e informalización de los mercados de empleo; la creación de ciudades más desiguales y tugurizadas; la aparición de nuevas formas de pobreza y de exclusión social, y en general un creciente nivel de inequidad. Por cierto, parece existir consenso general sobre que existe una relación directa entre la neoliberalización de la gobernanza urbana y la (re)producción de una amplia serie de problemáticas socioespaciales y económicas (Restrepo Botero, 2003), las cuales no solamente se han identificado en las fuentes anteriormente referidas, sino también en otros múltiples estudios, como por ejemplo: Brand y Prada (2003); Brawley (2009); Gwynne y Kay (2004a, 2004b); Maricato (2017); Morange y Fol (2014); Restrepo

Botero (2012); Samara *et al.* (2013); Tejedor de la Iglesia (2014) y Torres Tovar (2009).

En efecto, cuando se analizan las cifras oficiales sobre la evolución de la inversión pública localizada por comuna en Medellín<sup>16</sup> (véase las figuras 3 y 4 infra) -el instrumento principal por medio del cual se ha realizado la agenda del urbanismo social- se confirma la importancia de lo anterior. Aunque entre 2004 y 2016 se ha incrementado significativamente el valor de las inversiones públicas localizadas en las zonas tradicionalmente marginadas de la ciudad, si se compara el incremento de la inversión pública localizada total en la ciudad con el del presupuesto general total del Municipio de Medellín<sup>17</sup> durante el período entre 2007 y 2016<sup>18</sup> (véase la figura 5 infra), se hace evidente que el aumento del valor de la primera ha sido menos drástico de lo que parece. Mientras que el presupuesto general total del Municipio de Medellín aumentó un 226 % en el período indicado, en el mismo plazo la inversión pública total localizada sólo se incrementó un 168,3 %.

Es más, cuando se comparan las figuras 3, 4 y 5, se nota que, mientras que el presupuesto general ha ido subiendo consistentemente<sup>20</sup>, en general, la inversión pública localizada ha disminuido en años recientes, también en las comunas más deprimidas de Medellín. En cambio, en el mismo período, la inversión de ciudad<sup>21</sup> se incrementó un 231,8 % (véase la figura 6 infra), siguiendo claramente la tendencia de crecimiento del presupuesto general total, lo cual sugiere que en la asignación de recursos públicos ha ido priorizando cada vez más la realización de proyectos de ciudad más amplios sobre la realización de proyectos enfocados en mejorar las condiciones de vida en las comunas tradicionalmente marginadas de Medellín, lo cual también se ha reflejado concretamente en el llamativo cambio del carácter de las propuestas que se han presentado para la realización de nuevos proyectos de tipo urbanismo social en los últimos años, los cuales han pasado de representar iniciativas de estilo PUI a representar planes mucho más amplios, enfocados sobre todo en facilitar la transformación de la cara (internacional) de la ciudad en su totalidad -estos proyectos incluyen el Cinturón Verde, el Parque Vial del Río y un plan

para la regeneración del centro de Medellín- un proceso que se ha criticado fuertemente por su efecto negativo en cuanto a la realización de los objetivos originales del urbanismo social:

“Medellín con su estrategia de Urbanismo Social se está insertando de lleno en las lógicas del neoliberalismo que llevan a condicionar el modelo de ciudad a las necesidades internacionales, reorientando las formas de intervención en materia de Mib<sup>a</sup> hacia la construcción de grandes obras (...) sin colocar a las comunidades en el centro de las acciones” [sic]

(Velásquez, 2011: 77-78)

<sup>a</sup>Mib = mejoramiento integral de barrios.

De hecho, cuando se toma en consideración el hecho de que Medellín todavía represente una ciudad donde existen profundas desigualdades sociales entre los diferentes sectores que componen la sociedad local, puede plantearse que la aplicación de la estrategia de internacionalización que ha incluido el uso del urbanismo social como una herramienta de *city branding* ha frenado la realización del objetivo original principal de la política urbana (el fomento de la justicia espacial).

Efectivamente, pese a que suele promoverse el urbanismo social como una política pública destinada a reducir las desigualdades socioespaciales, según se observó durante el trabajo in situ, aparte de su impacto simbólico, para los habitantes de las comunas tradicionalmente marginadas, los beneficios del uso de la política como una estrategia de *city branding* parecen haber sido pocos. Allí, como ya se ha señalado, el principal efecto del fenómeno ha sido la creación de una dinámica de turismo de tugurios que involucra la realización de ‘tours de transformación’ alrededor de las obras emblemáticas de la política, en la regla coordinados por guías locales informales, integrantes de centros culturales u operadores turísticos formales externos, aunque, como ya se ha indicado, la Alcaldía de Medellín y el Bureau también han organizado recorridos de este tipo, para mostrar la transformación de la ciudad a periodistas, inversionistas y delegaciones políticas.

Para ilustrar el impacto localizado de esas prácticas, puede tomarse como ejemplo el caso de los graffiti que se han ido realizando en la comuna 13 de Medellín, un recorrido histórico, estético y político que se ha convertido en un tour de transformación altamente popular. Como indicó K-Bala, uno de los líderes de la conducción de este tour:

<sup>16</sup>Inversión localizada = las inversiones públicas en intervenciones que tienen una ubicación específica en una comuna (incluye el llamado presupuesto participativo).

<sup>17</sup>El Municipio de Medellín está integrado por la ciudad de Medellín y los corregimientos Palmitas, San Cristóbal, Altavista, San Antonio de Prado y Santa Elena.

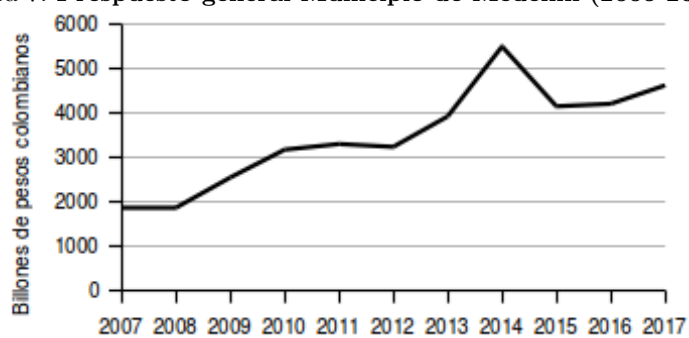
<sup>18</sup>No hay cifras accesibles correspondientes al período anterior a 2007.

<sup>20</sup>Ignorando el año 2014, en el que el presupuesto general aumentó radicalmente debido a una fusión entre dos empresas de telecomunicaciones (UNE y Millicom).

<sup>21</sup>Inversión de ciudad = inversiones públicas en proyectos que no tienen ubicación específica en una comuna.

22

Figura 7: Presupuesto general Municipio de Medellín (2005-2017)



Fuente: elaboración propia, en base a cifras de la Alcaldía de Medellín

Figura 8: Inversión de ciudad Municipio de Medellín (2004-2016)



23

Fuente: elaboración propia, en base a cifras de la Alcaldía de Medellín

“Hay un barrio en la comuna 13 que se llama el Barrio de Independencia Número 1 [donde se realizan los grafitour], que es quizás uno de los barrios más turísticos de Medellín, donde van por día de 100 a 200 turistas”

(entrevista con el autor, 27/10/2016).

A partir de esta información, podría decirse que la dinámica de turismo de tugurios que se ha creado en Medellín debería haber tenido un impacto socioeconómico interesante en las áreas donde se ha dado el fenómeno. Sin embargo, como se comprobó mediante las observaciones participantes de las prácticas de los distintos operadores turísticos formales e informales que ofrecen tours de transformación y sus clientes, sólo un grupo muy limitado de personas suele beneficiarse de ella, el cual incluye a los operadores mismos y los propietarios de los negocios informales (tiendas) que participan en la experiencia (en algunos casos, el guía del tour es, además, el mismo propietario de estos negocios). También cabe indicar que se dio a conocer que parte de los ingresos que se generan por medio de los pequeños negocios que participan en la dinámica se redirige hacia actores criminales locales, los cuales a cambio garantizan la seguridad pública en sus alrededores.

Aparte del caso de los grafitour, en general, tanto en la comuna 13 como en otras zonas que representan importantes atractivos turísticos relacionados con el urbanismo social (como las comunas 1, 2 y 7) el creciente turismo parece haber tenido un impacto (económico) mínimo y altamente focalizado. Aunque según las observaciones que se realizaron de los patrones de comportamiento de los turistas que llegan a Medellín particularmente la realización de un recorrido con los Metrocables representa una actividad ‘obligatoria’ para cada extranjero que visita la ciudad, por el estigma social relacionado con el pasado violento de las comunas sobre las que vuelan los cables, pocos se atreven a bajarse del sistema para mirar lo que hay por debajo, o cuando lo hacen, sólo lo hacen donde se ubican obras emblemáticas, para comprar una gaseosa y sacar una foto panorámica de la ciudad allí, después de lo cual se devuelven directamente a los cables (o, en el caso de que se use la línea K, se sigue el camino hacia el Parque Arví a través de la línea L). Por ende, cuando se considera que “la desigualdad distributiva representa la expresión más evidente de la injusticia espacial”<sup>24</sup> (Soja, 2010: 47), resulta difícil argumentar que el uso del urbanismo social como una herramienta de *city branding* ha significado un verdadero aumento de la justicia espacial en Medellín.

<sup>24</sup> Traducción propia del original en inglés.

En parte, la falta de impacto socioeconómico del uso del urbanismo social como una herramienta de marca ciudad parece deberse al hecho de que en Medellín aún no existan estructuras adecuadas (físicas y sociales) para la realización de actividades turísticas en los barrios populares de la ciudad. Por otro lado, puede argumentarse que el hecho de que al parecer no se haya involucrado a la población local en la formación de la estrategia de *city branding* de Medellín ha contribuido al carácter relativamente insignificante de su impacto allí, mientras que puede decirse que, por su vínculo directo con la narrativa alrededor de la nueva imagen internacional de la ciudad, justamente ella representa un embajador de marca clave. Esto se confirma con lo afirmado en entrevista con el Bureau, en relación con el contacto con la población local para consultarles sobre la ‘marca’ Medellín:

“Nosotros trabajamos con los operadores de turismo, que son los que montan los planes de turismo en la ciudad, trabajamos con la Alcaldía, digamos que pienso que esa información se obtiene a través de la Alcaldía. Nosotros como Bureau no entramos en contacto con ellos. (...) Nuestra función es más nacional e internacional, no es local”

(N.E. Ángel Henríquez, entrevista con el autor, 06/10/2016)<sup>a</sup>.

<sup>a</sup> Cabe indicar, sin embargo, que actualmente se está buscando establecer relaciones más estrechas con la población local en el marco de la actualización de la marca ciudad de Medellín.

Sin embargo, se hizo evidente que el gobierno local tampoco ha involucrado a la población local en los procesos que han llevado a la construcción de la estrategia de *city branding* para la ciudad. Esto también lo confirmó K-Bala de Casa Kolacho, aunque resulta interesante comprobar que al mismo tiempo dudó la capacidad de la población local para hacer un aporte positivo a la estrategia de *city branding* de la Alcaldía de Medellín:

“Ellos venden la ciudad sin tener en cuenta la opinión de la misma ciudad. Yo no estoy de acuerdo. Pienso que la comunidad debe decir qué quiere mostrar, pero también me asusta, porque algunas personas de la comuna quieren mostrar a Pablo Escobar. Es como una controversia, porque no sé qué tan beneficioso sea darle ese poder a la comunidad. (...) Podría ser contraproducente (...)”

(entrevista con el autor, 27/10/2016).

A modo de conclusión, si bien en el caso de Medellín no parece haberse dado la tendencia general

en el ámbito del *city branding* que implica la promoción de marcas de ciudad que implican una representación selectiva e idealizada del lugar del que se trate que trata de ocultar temas como la existencia de asentamientos informales (Ooi, 2011) porque esos representan “lo opuesto a lo que usualmente una estrategia de marca ciudad quiere mostrar: riqueza, desarrollo y belleza” (Hernández García, 2012: 86) -todo lo contrario, el gobierno local y sus aliados han incorporado la ciudad informal en mapas turísticos oficiales y han usado su proceso de transformación como elemento central de su estrategia de *city branding*- en cierto sentido sí se ha seguido otra tendencia problemática relacionada indicada por Hernández García (ibíd.), a saber: la de que, especialmente en América Latina, se ha ignorado el papel de las zonas urbanas informales en cuanto a su contribución a cualquier estrategia de marca ciudad pese a que representan una realidad ineludible.

Asimismo, se confirma la importancia de destacar que, como indicó Hernández García (2012), si bien puede discutirse el *city branding* positivamente como un instrumento de política pública para reducir las desigualdades sociales en una ciudad, puede verse de otra manera si sus beneficios son sólo para algunos. Además, como se ha indicado sobre el fenómeno de turismo de tugurios en específico, aunque efectivamente puede contribuir a la eliminación de los estigmas sociales que caracterizan la ciudad informal o barrios populares en general (Dürr y Jaffe, 2012; Frenzel y Koens, 2012), también puede tener un efecto contradictorio, es decir, la reproducción de imágenes clichés negativas (Dürr y Jaffe, 2012); no pueden ignorarse las preocupaciones que se han expresado sobre el hecho de que la práctica implique la conversión en productos turísticos de los problemas que suelen existir allí, entre los cuales se destacan la pobreza, la miseria y la violencia (Dürr y Jaffe, 2012; Frenzel y Koens, 2012), convirtiéndolos en elementos necesarios para la rentabilidad de la actividad (Korstanje, 2016).

Aunque suele presentarse la política como una que ha facilitado la transformación social de Medellín, como argumentan Samper y Marko (2016), su incorporación en la campaña publicitaria internacional en la cual el gobierno local ha promovido a sí mismo como el salvador de los habitantes de los barrios populares (informales) de la ciudad al mismo tiempo ha conllevado un ejercicio de transformación de su historia fundacional, un proceso que ha involucrado la eliminación del ineludible papel que los procesos de desarrollo urbano informal han jugado al respecto y de las luchas que sus protagonistas han realizado para poder reivindicar su propio derecho a la ciudad. Ignorando el hecho de que, para poder realizar el objetivo original de la

política en la que la marca ciudad de Medellín se ha basado -el fomento de la justicia espacial (y la garantía del derecho a la ciudad de todos los habitantes de la ciudad)- justamente se requiera del seguimiento de la idea de que los espacios urbanos representan un producto social (Soja, 2009).

Aparte, puede plantearse que, desconociendo el hecho de que la principal forma en la que se construyó Medellín fuera a partir de prácticas de autoconstrucción y de autogestión -justamente debido a la práctica ausencia del gobierno local en el proceso de desarrollo de sus barrios populares- se ha promovido una imagen de la ciudad informal que ha retratado a su población como un factor que prohibía que Medellín se hiciera partícipe de lo que pasa en el resto del mundo, es decir, como un sector de la sociedad que necesitó salvarse mediante su incorporación gradual en las dinámicas de la ciudad formal, adhiriendo a la idea tradicional de que ese representa un área “de pobreza, exclusión, inseguridad y estancamiento”<sup>25</sup> (Burgold et al., 2013: 100), o un problema que se necesita combatir. Debido a que la estrategia de *city branding* del gobierno local ha requerido de la construcción de una narrativa basada en el fuerte contraste entre un contexto previo (la crisis urbana) y un ‘ahora’ (la ciudad renacida), puede argumentarse que, para poder seguir promocionando Medellín mediante esa misma narrativa, en esencia, la repetición continua del estigma social de la ciudad informal se ha convertido en una actividad indispensable para mantenerla viva.

## Consideraciones finales

En resumen, puede plantearse que, por un lado, el urbanismo social ha implicado el reconocimiento por parte del gobierno local de la idea de que los espacios urbanos representan mucho más que un mero fondo físico, fijo y vacío sobre el cual se efectúan los fenómenos sociales (Soja, 2010), y por tanto también de la idea de que existe una dialéctica socio-espacial que implica que el aspecto espacial de la vida urbana impacta de manera igual en su aspecto social como al revés (ibíd., 2009). Sin embargo, por otro lado, debido a su creciente uso como una herramienta de marketing urbano de una estrategia neoliberal de internacionalización, al final parece haberse dado más bien la tendencia que se ha podido observar en la mayoría de las ciudades a nivel global, es decir: que han pasado de representar sitios de ‘participación’ a ser sitios de ‘expropiación’, lo cual ha implicado que la producción de los espacios que las conforman se ha realizado más bien ‘para’ en lugar de ‘por’ sus habitantes (Mitchell, 2003), mientras que, como se ha explicado,

<sup>25</sup>Traducción propia del original en inglés.

para poder fomentar la justicia espacial, justamente se requiere de la recuperación del control sobre su producción social por parte de sus residentes (Lefebvre, 1968, citado por Mathivet, 2010; Pugalís y Giddings, 2011).

Aparte, aunque en su discurso político el gobierno local de Medellín ha referido explícitamente a la necesidad de garantizar el derecho a la ciudad de todos sus habitantes y a la necesidad de seguir fomentando la justicia espacial en la ciudad, puede concluirse que de todos modos ha seguido la inclinación por parte de desarrolladores urbanos, gobiernos y arquitectos a abordar la planificación urbana partiendo de una lógica administrativa, siempre en función de lo mismo, es decir, la acumulación de capital (Lefebvre, 1996), por lo cual sus continuas referencias a tales conceptos parecen representar más bien el fenómeno de su cooptación por la doxa neoliberal que facilita que se continúe con el statu quo, aunque difundiendo un discurso más correcto (Musset, 2015; Soja, 2010) -o sea, un instrumento político para facilitar la gestión urbana (véase Costes, 2014; Leibler y Musset, 2011)- que un verdadero intento de realizar sus objetivos.

Puede argumentarse que el gobierno local de Medellín manifiesta una forma de pensar muy a la moda en años recientes, que se basa en la idea de que la acción estatal equitativa facilitaría la realización de un proceso de desarrollo urbano más integral y justo, lo cual sin embargo no necesariamente parece haber representado un ideal, sino más bien un instrumento para lograr simultáneamente sus objetivos de desarrollo como su deseo de fomentar la justicia social (Leibler y Musset, 2011). Aunque el urbanismo social fue presentado como un intento de fomentar la justicia espacial en la urbe después de décadas de negligencia de las problemáticas socioespaciales existentes en ella, puede decirse que sus objetivos originales han sido ensombrecidos por su creciente ajuste a la ideología económica neoliberal, lo cual confirma que, aunque la justicia espacial representa un concepto útil para guiar los procesos de desarrollo urbano, lo que debería priorizarse en primer lugar es abordar las causas estructurales que (re)producen injusticias socioespaciales, las cuales suelen ser de todos modos históricas, políticas, económicas y sociales (Dikeç, 2009; Marcuse, 2009), y en este caso fuertemente relacionadas con las tensiones que tradicionalmente han existido entre los poderes e intereses de los habitantes de la ciudad informal, por un lado, y los de actores políticos y económicos formales (incluyendo el gobierno local), por otro lado.

## Conclusión

Como ha quedado claro en este estudio, puede decirse con seguridad que la política urbana en torno al urbanismo social que se ha implementado en Medellín ha sido aplicada simultáneamente como: (1) una política pública destinada a reducir la desigualdad socioespacial en la ciudad y (2) el componente central de una estrategia neoliberal de *city branding* destinada a mejorar la posición de competitividad global de la ciudad mediante el reemplazo de su negativa imagen internacional vinculada con su pasado violento en una basada en su supuesto 'renacimiento'. Sin embargo, se ha resaltado la importancia de preguntarse en qué medida este fenómeno ha facilitado u obstaculizado la realización del objetivo original de la política urbana: el fomento de la justicia espacial.

En los ámbitos del transporte, la movilidad y la accesibilidad, en cierto sentido, el fenómeno parece haber tenido un impacto positivo en términos de justicia espacial, porque puede decirse que las intervenciones en materia de infraestructura realizadas bajo el urbanismo social han representado un 'vehículo' a través del cual el gobierno local ha podido convertirse en el garante de no solamente el derecho a la ciudad de los habitantes de las zonas de influencia de la política urbana mismos, sino también del de los de otros sectores de la ciudad y el de turistas. Es más, ha quedado claro que el valor publicitario del urbanismo social y su uso como una herramienta de *city branding* ha creado una nueva voluntad política por parte del gobierno local de Medellín para invertir en la movilidad y la accesibilidad urbanas. No obstante, efectivamente, el fenómeno de todos modos parece haber ido en detrimento de la priorización del fomento de la justicia espacial dentro de la ciudad misma a favor del avance de su proceso de internacionalización y la mejora de su posición de competitividad global. Aunque la creciente internacionalización de Medellín ha generado una nueva voluntad política para la realización de proyectos novedosos en materia de infraestructura urbana -los cuales en el lenguaje publicitario del gobierno local y de actores vinculados todavía se siguen presentando como iniciativas netamente sociales- esos se han enfocado cada vez más en cambiar la cara general de la ciudad y en ajustarla a los requisitos de su carácter cada vez más internacional.

Además, si las intervenciones en materia de infraestructura urbana realizadas bajo la política original ya han tenido un efecto bastante limitado y debatible por su falta de ajuste a las necesidades reales de su público destinatario, resulta difícil argumentar que nuevos proyectos cada vez más enfo-

cados en un proceso de desarrollo ‘hacia afuera’ conllevarían mayores niveles de movilidad (y de motilidad) para los sectores más deprimidos de Medellín y así mayores niveles de justicia espacial mediante la ruptura más profunda de la dinámica en la que los niveles de movilidad y las posibilidades de acceder a recursos socialmente valorados de los residentes de los diferentes sectores de la ciudad han dependido fuertemente de su ubicación geográfica, en la que la ciudad informal tradicionalmente ha representado el sector más desfavorecido.

Con respecto al impacto socioeconómico más amplio del uso del urbanismo social como una herramienta de *city branding* también pueden hacerse varias observaciones. En primer lugar, ha quedado claro que, en general, el fenómeno ha representado una contribución a la economía local de Medellín, tanto por medio del aumento radical de las inversiones extranjeras directas como por el crecimiento del sector turístico que ha facilitado en la ciudad, incluyendo el auge del llamado fenómeno del turismo de tugurios a nivel de los barrios populares de la ciudad. En segundo lugar, puede decirse con seguridad que la incorporación del urbanismo social en la estrategia de internacionalización del gobierno local ha tenido un importante significado simbólico para su público objetivo original, ya que sus comunas de nuevo se han vuelto visibles gracias a su papel protagonista en la narrativa de transformación urbana en la que se ha basado la marca ciudad de Medellín.

Sin embargo, ha resultado que los efectos socioeconómicos del uso del urbanismo social como una herramienta de *city branding* han sido tanto contradictorios (como altamente focalizados. Primero, parece que, por su carácter inherentemente neoliberal, esta estrategia de internacionalización paradójicamente sólo ha contribuido a la profundización de las mismas desigualdades socioeconómicas existentes en la ciudad que se han buscado mitigar mediante la política original en primer lugar. Ha resultado que, en las zonas de influencia claves del urbanismo social (la ciudad informal), sólo un grupo muy limitado de personas ha podido beneficiarse de su contribución a las economías barriales locales, mientras que el impacto del creciente turismo hacia las comunas tradicionalmente marginadas de Medellín en general ha sido modesto por su carácter superficial y por la falta de estructuras turísticas allí. Por ende, cuando se considera que “la desigualdad distributiva representa la expresión más evidente de la injusticia espacial” (Soja, 2010: 47), resulta difícil argumentar que ha facilitado el aumento de la justicia espacial en la ciudad. Aparte, ha resultado que, en línea con los sucesos que se han producido en el ámbito de la movilidad urbana, esta dinámica ha ido a costo de las inversiones públicas localizadas por medio de las cuales normalmente se

realizaría la agenda original del urbanismo social, a favor de mayores inversiones en proyectos de ciudad más amplios, mediante los cuales se ha buscado más bien cambiar la cara general de Medellín en lugar de fomentar el desarrollo de sus comunas más deprimidas.

Además de lo anterior, también puede argumentarse que es problemático que el gobierno local y actores públicos y privados vinculados no hayan involucrado a los habitantes de las áreas tradicionalmente marginadas de Medellín en los procesos que han llevado a la construcción de la narrativa de *city branding* alrededor de su transformación facilitada por el urbanismo social a partir de 2004, mientras que pueden expresarse preocupaciones éticas sobre el contenido de esa misma narrativa, que incluye la reproducción de imágenes clichés de la ciudad informal y la eliminación del papel que sus habitantes han jugado con respecto al proceso de desarrollo general de Medellín y de las luchas que ellos han realizado para poder reivindicar su propio derecho a la ciudad (y a los recursos existentes en ella) mediante prácticas de autoconstrucción y de autogestión, en un contexto de práctica ausencia de intervención pública adecuada.

A modo de conclusión, cuando se toman en consideración los diferentes efectos que el uso del urbanismo social como una herramienta de *city branding* ha tenido en la justicia espacial en Medellín en el período de 2004 a 2016, el balance final parece ser más bien negativo, precisamente debido al conflicto que puede identificarse entre los objetivos respectivos de la política urbana original y su incorporación en una estrategia neoliberal de marca ciudad, y las consecuencias que ello ha tenido para la continuidad y la efectividad de la política original.

## Referencias

- ACI (2017). *Información institucional*. ACI, Medellín.
- Andersson, I. (2014). Placing place branding: an analysis of an emerging research field in human geography. *Geografisk Tidsskrift-Danish Journal of Geography*, 114(2):143–155.
- Angotti, T. e Irazábal, C. (2017). Planning Latin American Cities: Dependencies and Best Practices. *Latin American Perspectives*, 44(2):4–17.
- Anttiroiko, A. (2015). City branding as a response to global intercity competition. *Growth and change*, 46(2):233–252.
- Betancur, J. (2007). Approaches to the Regularization of Informal Settlements: The Case of PRI-

- MED in Medellín, Colombia. *Global Urban Development*, 3(1):1–15.
- Brand, P. (2013). Governing Inequality in the South Through the Barcelona Model: Social Urbanism in Medellín, Colombia. *Governance, Contestation, Critique. De Montfort University, Leicester, United Kingdom*.
- Brand, P. y Dávila, J. (2011). Mobility Innovation at the Urban Margins: Medellín's Metrocables. *City*, 15(6):647–611.
- Brand, P. y Prada, F. (2003). *La invención de futuros urbanos: estrategias de competitividad económica y sostenibilidad ambiental en las cuatro ciudades principales de Colombia*. Colciencias, Medellín.
- Brawley, L. (2009). The Practice of Spatial Justice in Crisis. *Justice Spatiale-Spatial Justice*, 1:1–15.
- Bromberg, A., Morrow, G., y Pfeiffer, D. (2007). Editorial Note: Why Spatial Justice? *Critical Planning*, 14:1–4.
- Burgold, J., Frenzel, F., y Rolfes, M. (2013). Observations on slums and their touristification. *DIE ERDE-Journal of the Geographical Society of Berlin*, 144(2):99–104.
- Cabrera Arana, G., Velásquez Osorio, N., y Orozco Arbeláez, A. (2015). Movilidad: aporte para su discusión. *Rev. Fac. Nac. Salud Pública*, 33(3):429–434.
- Castro, L. y Echeverri, A. (2011). Bogotá and Medellín: Architecture and Politics. *Architectural Design*, 81(3):96–103.
- Costes, L. (2014). Neoliberalization and Evolution of the Right to the City. *Justice Spatiale-Spatial Justice*, 6:1–11.
- Coupé, F. (2012). Los Metrocables: riesgo, pobreza e inclusión. En *Movilidad urbana y pobreza: aprendizajes de Medellín y Soacha, Colombia*. The Development Planning Unit, Londres.
- Dávila, J. (2012). Nuevos transportes y movilidad urbana. *Bitácora*, 21(2):57–60.
- Dávila, J. y Daste, D. (2011). Pobreza, participación y Metrocable. Estudio del caso de Medellín. *Boletín CF+S*, 54:121–131.
- De Mattos, C. (2010). *Globalización y metamorfosis urbana en América Latina*. OLACCHI, Quito.
- Dikeç, M. (2009). Space, Politics and Injustice. *Justice Spatiale-Spatial Justice*, 1:1–8.
- Drummond, H., Dizgun, J., y Keeling, D. (2012). Medellín: A City Reborn? *Focus on Geography*, 55(4):146–154.
- Dürr, E. y Jaffe, R. (2012). Theorizing slum tourism: Performing, negotiating and transforming inequality. *European Review of Latin American and Caribbean Studies Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe*, (93):113–123.
- Echeverri, A. y Orsini, F. (2010). Informalidad y urbanismo social en Medellín. En Hermelin, M., Echeverri, A., y Giraldo, J., editores, *Medellín: medio ambiente, urbanismo y sociedad*. Fondo Editorial Universidad EAFIT, Medellín.
- Eshuis, J., Klijn, E.-H., y Braun, E. (2014). Place marketing and citizen participation: branding as strategy to address the emotional dimension of policy making? *International review of administrative sciences*, 80(1):151–171.
- Franco Restrepo, V. L. (2006). *Poder regional y proyecto hegemónico: el caso de la ciudad metropolitana de Medellín y su entorno regional 1970-2000*. Instituto Popular de Capacitación, Medellín.
- Franz, T. (2016). Urban Governance and Economic Development in Medellín: An Urban Miracle? *Latin American Perspectives*, 44(2):52–70.
- Frenzel, F. y Koens, K. (2012). Slum tourism: developments in a young field of interdisciplinary tourism research. *Tourism geographies*, 14(2):195–212.
- Gutiérrez, A. (2010). Movilidad, transporte y acceso: una renovación aplicada al ordenamiento territorial. *Scripta Nova*, 14(331).
- Gutiérrez, A. (2012). ¿Qué es la movilidad? Elementos para (re) construir las definiciones básicas del campo del transporte. *Bitácora*, 21(2):61–74.
- Gwynne, R. y Kay, C. (2004a). Latin America Transformed: Globalization and Neoliberalism. En Gwynne, R. y Kay, C., editores, *Latin America Transformed: Globalization and Modernity*. Edward Arnold, Londres.
- Gwynne, R. y Kay, C. (2004b). Latin America Transformed: Globalization and Neoliberalism. En Gwynne, R. y Kay, C., editores, *Latin America Transformed: Globalization and Modernity*. Edward Arnold, Londres.
- Harvey, D. (2009). *Social Justice and the City*. University of Georgia Press, Londres.



- Helmy, M. (2008). *Urban Branding Strategy and the Emerging Arab Cityscape: The Image of the Gulf city*. Tesis de doctorado, Universidad de Stuttgart.
- Hernández García, J. (2012). Pueden los barrios populares contribuir a una estrategia turística y de marca de ciudad? *Anuario Turismo y Sociedad*, 13(85-97).
- Kaufmann, V., Bergman, M., y Joye, D. (2004). Motility: Mobility as Capital. *International Journal of Urban and Regional Research*, 28(4):745–756.
- Kavaratzis, M. y Ashworth, G. J. (2005). City branding: an effective assertion of identity or a transitory marketing trick? *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 96(5):506–514.
- Kellett, P. (2002). The construction of home in the informal city. *Journal of Romance Studies*, 2(3):17–31.
- Korstanje, M. (2016). The Ethical Borders of Slum Tourism in the Mobile Capitalism: A Conceptual Discussion. *Revista de turism - Studii si cercetari in turism*, 21:22–32.
- Lefebvre, H. (1968). *Le droit à la ville*. Anthropos, París.
- Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space*. Blackwell, Oxford.
- Lefebvre, H. (1996). *Writings on Cities*. Blackwell, Oxford.
- Leibler, L. y Brand, P. (2012). Movilidad e inclusión social: la experiencia desde la periferia de Medellín y el primer Metrocable. *Bulletin de l'Institut Français d'Études Andines*, 41(3):363–387.
- Leibler, L. y Musset, A. (2011). De la justicia para pensar y hacer la ciudad. Un análisis del Metrocable de Medellín, Colombia. *Actas del Hábitat*, 1(2):86–103.
- Lindstedt, J. (2015). A deliberately emergent strategy—a key to successful city branding. *Journal of Place Management and Development*, 8(2):90–102.
- Link, F. (2011). Reseña de Seeking Spatial Justice de Edward W. Soja. *EURE*, 37(111):173–177.
- Maclean, K. (2014). *The Medellín Miracle: The politics of crisis, elites and coalitions*. Developmental Leadership Program, Birmingham.
- Marcuse, P. (2009). Spatial Justice: Derivative but Causal of Social Justice. *Justice Spatiale-Spatial Justice*, 1:1–6.
- Maricato, E. (2017). The Future of Global Peripheral Cities. *Latin American Perspectives*, 44(2):18–37.
- Mathivet, C. (2010). El derecho a la ciudad: claves para entender la propuesta de crear Otra ciudad posible. *Ciudades para tod@s: por el derecho a la ciudad, propuestas y experiencias*, pp. 23–28.
- McGuirk, J. (2014). *Radical Cities: Across Latin America in Search of a New Architecture*. Verso, Londres.
- McLaren, D. y Agyeman, J. (2015). *Sharing Cities: A Case for Truly Smart and Sustainable Cities*. Massachusetts Institute of Technology, Massachusetts.
- Mitchell, D. (2003). *The Right to the City: Social Justice and the Fight for Public Space*. The Guilford Press, Nueva York.
- Morange, M. y Fol, S. (2014). City, Neoliberalisation and Justice. *Justice Spatiale-Spatial Justice*, 6:1–29.
- Musset, A. (2015). El mito de la ciudad justa. *Bitácora*, 25(1):125–139.
- Ooi, C. (2011). Paradoxes of City Branding and Societal Changes. En *City Branding: Theory and Cases*. Palgrave Macmillan, Nueva York.
- Orozco Múnera, L. y Giraldo, C. (2015). Los imaginarios turísticos de Medellín, una marca ciudad que se escribe con minúscula. *Revista de Arquitectura, Urbanismo y Territorios*, 5(1):605–622.
- Pugalis, L. y Giddings, B. (2011). A Renewed Right to Urban Life: A Twenty-First Century Engagement with Lefebvre's Initial Cry. *Architectural Theory Review*, 16(3):278–295.
- Restrepo Botero, D. (2003). De la falacia neoliberal a la nueva política. En Restrepo Botero, D., editor, *La falacia neoliberal: crítica y alternativas*. Universidad Nacional de Medellín, Bogotá.
- Restrepo Botero, D. (2012). Descentralización para la equidad. *Economía, Sociedad y Territorio*, 12(40):793–821.
- Riza, M., Doratli, N., y Fasli, M. (2012). City branding and identity. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 35:293–300.
- Samara, T., He, S., y Chen, G., editores (2013). *Locating Right to the City in the Global South*. Routledge, Londres y Nueva York.
- Samper, J. y Marko, T. (2016). (Re)Building the City of Medellín: Beyond State Rethoric vs. Personal Experience - A Call for Consolidated Synergies. En Klaufus, C. y Ouweneel, A., editores,

- Housing and Belonging in Latin America*. Berg-hahn Books, Nueva York.
- San Eugenio Vela, J. (2015). La marca de ciudad en la contemporaneidad. *POLIANTEA*, 10(19):11–27.
- Sassen, S. (2014). *Expulsions: Brutality and Complexity in the Global Economy*. The Belknap Press Of Harvard University Press, Cambridge.
- SITUR (2009). *Anuario estadístico de turismo, enero-diciembre 2008*. SITUR, Medellín.
- Soja, E. (2009). The city and spatial justice. *Spatial Justice*, 1(1).
- Soja, E. W. (2010). *Seeking Spatial Justice*. University of Minnesota Press, Minneapolis.
- Tejedor de la Iglesia, C. (2014). Las falacias de la ideología neoliberal. *Oxímora Revista Internacional de Ética y Política*, 5:41–62.
- Torres Tovar, C. (2009). *Ciudad informal colombiana: barrios contruidos por la gente*. Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- van der Velde, L. (2017). *¿Justicia espacial o competitividad global? Análisis de la convergencia entre urbanismo social y una estrategia neoliberal de city branding en Medellín, Colombia (2004-2016)*. Tesis de maestría en estudios latinoamericanos, Universiteit Leiden.
- Vásquez Moreno, S. (2017). Entre finales de 2016 y principios de 2017, Medellín percibió 74 millones de dólares en turismo.
- Velásquez, C. (2011). La política de mejoramiento integral de barrios en Medellín. ¿Reconquista del territorio por parte del Estado? *Revista Kavilando*, 3(1-2):72–78.
- Zibechi, R. (2015). Medellín. La ladera grita, resiste y construye. *Revista Kavilando*, 7(1):39–46.