

**De la exclusión a la exclusividad: apropiación del espacio público y de
consumo por la población gay en el barrio El Poblado de Medellín**

Juan Alberto Cardozo Arango

Historiador

Universidad Pontificia Bolivariana

Universidad Pontificia Bolivariana

Maestría en Urbanismo

Escuela de Arquitectura y Diseño

2019

De la exclusión a la exclusividad: apropiación del espacio público y de consumo por la población gay en el barrio El Poblado de Medellín

Juan Alberto Cardozo Arango

Trabajo de tesis presentado como requisito para optar al título de Magíster en Urbanismo

Directora

Catalina Montoya Arenas
Diploma de Estudios Avanzados (DEA) en Urbanismo
Candidata a Doctora en Arquitectura, Edificación, Urbanística y Paisaje
Universidad Politécnica de Valencia
Arquitecta de la Universidad Pontificia Bolivariana
Docente Investigador de la Facultad de Arquitectura, Universidad Pontificia Bolivariana

Asesor

Luis Daniel Santana Rivas
Doctor en Geografía de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Magíster en Geografía y Geógrafo de la Universidad Nacional de Colombia.
Investigador del Instituto de Estudios Regionales, Universidad de Antioquia

Universidad Pontificia Bolivariana

Maestría en Urbanismo

Escuela de Arquitectura y Diseño

2019

28 de abril de 2020

JUAN ALBERTO CARDOZO ARANGO

“Declaro que este trabajo de grado no ha sido presentado con anterioridad para optar a un título, ya sea en igual forma o con variaciones, en ésta o en cualquiera otra universidad”. Art. 92, párrafo, Régimen Estudiantil de Formación Avanzada.

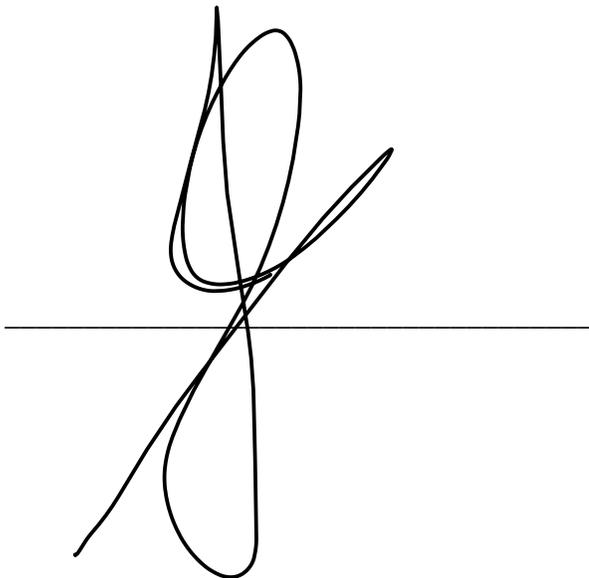
A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke, positioned below a horizontal line.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	VIII
Introducción.....	1
1 Espacio público, consumo y apropiación en la ciudad a partir del habitus del ciudadano.....	10
1.1 La forma de la ciudad y el lugar ciudadano	11
1.2 La apropiación y su carácter dinámico en el espacio y el tiempo.....	14
1.3 El espacio público y de consumo: el lugar común y social de la modernidad.....	20
1.3.1 El espacio público	20
1.3.2 El espacio de consumo	24
1.3.3. El <i>habitus</i> que permite la apropiación del espacio público y de consumo...26	
1.4 La exclusividad como fenómeno social	30
1.4.1 Procesos urbanos cercanos a la exclusividad: exclusión, segregación socioespacial.....	31
1.4.2 Del consumo al espacio y al marketing territorial.....	36
1.5 El colectivo gay: actor de transformación de la ciudad desde la perspectiva de género	40
2 El Poblado: territorio de distinción y relaciones de poder exclusivas	45
2.1 El Poblado, territorio de exclusividad: trasformaciones del tejido residencial, parques y calles	50
2.2 Morfología y cambios del suelo en el barrio El Poblado	54
2.3 Caracterización del colectivo gay masculino	67
3 La población gay y el habitus en la apropiación del espacio	74
3.1 Etapas de investigación y elaboración del trabajo de campo	76
3.2 Muestra estadística del trabajo de campo.....	81
4 El espacio y la transformación a partir de la apropiación de personas gay	85
4.1 Apropiación de la población gay del espacio público y de consumo	88
4.1.1 Las prácticas materiales y procesos de significación	88
4.1.2 Interacción socioespacial.....	104

4.2 Exclusividad: Posición social, elementos de distinción y relaciones de poder.....	110
4.2.1 Posición social y elementos de distinción	110
4.2.2 RELACIONES de poder	116
5 Conclusiones.....	125
Bibliografía.....	132
Anexos.....	145

ÍNDICE DE GRÁFICAS, TABLAS E ILUSTRACIONES

Imagen 1. Cartografía del Barrio El Poblado y zonas de estudio
Gráfico 1. Mapa teórico y contextual de la investigación. Pág. 9
Imagen 2. Parque Lleras, en el barrio El Poblado, un sábado en la noche. Pág. 17
Gráfico 2. Relaciones establecidas entre los usuarios y el espacio público. Pág. 21
Imagen 3. Cartografía de estratos de la comuna 14. Pág. 35
Imagen 4. Panorámica de la comuna 14 de Medellín. Pág. 47
Imagen 5. Fachada del templo San José. Pág. 51
Imagen 6. Fragmento del plano general de Medellín en 1938. Pág. 55
Imagen 7. Fragmento El Poblado, del plano de Medellín de 1944. Pág. 56
Imagen 8. Fragmento El Poblado en el plano de Medellín de Weiner y Sert, en 1950. Pág. 57
Imagen 9. Fotografía 3567, vuelo M153, de 1957 del barrio El Poblado. Pág. 61
Imagen 10. Fragmento fotografía 27721, vuelo C-1607, en 1975 del barrio El Poblado. Pág. 61
Imagen 11. Fragmento de plancha 240, 1. Barrio El Poblado. Pág. 62
Imagen 12. Fragmento de plancha 240, 2. Barrio El Poblado. Pág. 63
Imagen 13. Fragmento Cartografía de los usos del suelo en El Poblado (2019). Pág. 65
Imagen 14. Uso del suelo en el zócalo de la zona de estudio. Pág. 66
Imagen 15. Personas homosexuales en el espacio privado y público en la calle 38 en el barrio El Poblado. Pág. 71
Tabla 1. Encuesta Nacional de Demografía y Salud (ENDS) acerca de educación y quintil de riqueza de población LGBTI. Pág. 72
Tabla 2. Indicadores de medición de la investigación. Pág. 77
Imagen 16. Cartografía del barrio El Poblado donde fueron elaboradas las herramientas de investigación. Pág. 84
Tabla 3. Personas por identificación de género y sus grupos etarios. Pág. 85
Gráfico 3. Identidad y orientación de género discriminada por edades en la muestra de la investigación. Pág. 86
Tabla 4. Totales de individuos encuestados por estratificación de vivienda. Pág. 88
Gráfico 4. Visitas al barrio el poblado por número de frecuencia mensual y estratificación. Pág. 89
Tabla 5. Frecuencia de visitas por día de la semana según los encuestados. Pág. 90
Gráfico 5. Frecuencia de visitas al barrio El Poblado por día de la semana. Pág. 91
Tabla 6. Horarios de visita según franjas horarias. Pág. 92
Tabla 7. Escala de medición sobre la percepción del libre desarrollo de la personalidad en el espacio público. Pág. 94
Gráfico 6. Espacio público como lugar seguro confrontado con la apropiación libre y sin censura de este teniendo en cuenta el conocimiento de la política pública sobre la población LGBTI. Pág. 94
Imagen 17. Carrera 38 entre las carreras 10ª y 9ª. Pág. 95
Tabla 8. Espacio público como lugar seguro según la muestra encuestada. Pág. 96
Tabla 9. Percepción de la libertad de expresión en los espacios de consumo. Pág. 96
Tabla 10. Percepción sobre los espacios de consumo abiertos a la población gay. Pág. 97

Gráfico 7. Espacio de consumo abierto a la población gay y la percepción de libertad de expresión en los espacios privados. Pág. 98

Tabla 11. Resultados del prisma espacio - tiempo. Pág. 99

Tabla 12. Frecuencia de visita a los bares según el estrato socioeconómico de los encuestados. Pág. 100

Tabla 13. Frecuencia de visita a discotecas según el estrato socioeconómico de los encuestados. Pág. 100

Tabla 14. Frecuencia de visita a restaurantes según el estrato socioeconómico de los encuestados. Pág. 101

Tabla 15. Frecuencia de visita a cafés según el estrato socioeconómico de los encuestados. Pág. 101

Imagen 18. Resultado de la cartografía social a partir de las densidades respondidas. Pág. 102

Gráfico 8. Motivaciones de visita a los espacios de consumo en el Barrio El Poblado Pág. 105

Gráfico 9. Tipología de espacios frecuentados por personas gay en el barrio El Poblado. Pág. 106

Imagen 19. Grupo de personas afuera de una discoteca un sábado en la noche Pág. 108

Imagen 20. Bar / cantina ubicado en el parque de El Poblado sobre la carrera 43B. Pág. 109

Tabla 16. Relación entre los individuos y su nivel de estudios contrastado con el estrato de su residencia. Pág. 111

Gráfico 10. Nivel de estudios de las personas encuestadas según el estrato en donde tienen su lugar de residencia. Pág. 112

Imagen 21. Cartografía de Medellín urbana y rural, según los estratos socioeconómicos Tres al Seis. Pág. 113

Tabla 17. Percepción de tensiones entre homosexuales y heterosexuales en el espacio público y privado. Pág. 117

Tabla 18. Percepción del libre desarrollo de la personalidad en el espacio público de los encuestados. Pág. 117

Gráfico 11. Apropiación libre y sin censura del espacio público frente al libre desarrollo de la personalidad en el espacio público. Pág. 118

Tabla 19. Percepción del espacio público como lugar seguro. Pág. 119

Imagen 22. Espacio donde fue ubicada en la cartografía social mayor inseguridad en el barrio. Pág. 119

Gráfico 12. Libertad de expresión en los espacios privados frente a los espacios de consumo abiertos a la población gay. Pág. 120

Tabla 20. Percepción de tensiones entre la población homosexual en los espacios público y de consumo. Pág. 121

Gráfico 13. Exclusión por poder adquisitivo frente al estrato de procedencia de los encuestados. Pág. 123

Gráfico 14. Exclusión por poder adquisitivo frente al estrato de procedencia de los encuestados. Pág. 124

RESUMEN

La ciudad contemporánea acoge múltiples prácticas de apropiación social en las que se escenifican modalidades y gradaciones del espacio público y su vínculo con el entorno de consumo. Estas prácticas pueden estar sujetas o condicionadas al género de las personas que habitan la ciudad y se la apropian. La presente investigación tiene como objetivo analizar las prácticas de apropiación a partir de la exclusión y la exclusividad de las personas homosexuales masculinas en el barrio El Poblado de la comuna 14 de Medellín desde el abordaje teórico sociológico de Pierre Bourdieu y urbanistas contemporáneos. En ese sentido, se propone una reflexión del espacio público y de consumo mediado por la apropiación de un grupo social que se convierte en un agente transformador de espacios, cuyas relaciones internas están mediadas por el factor económico y social de distinción.

A través de una metodología mixta se logró obtener unos resultados sobre la cotidianidad urbana en donde existen ciertas lógicas de poder permanentes e itinerantes, traducidas en modos de apropiación directamente asociados con la capacidad adquisitiva, y en la que se transita de la exclusión a la exclusividad de las personas gay. En ese sentido, la reflexión se centra en las transformaciones de la dimensión físico-espacial del espacio público y de consumo desde el ejercicio de poder simbólico y material de un grupo social en específico, identificándose que la apropiación está mediada por la capacidad económica de las personas, traducida en un habitus social, que define las formas en las que se realizan estas apropiaciones. No obstante, son los usuarios de los estratos socioeconómicos 3 y 4 (medios) los más excluidos a pesar de ser la población más representativa y de mayor apropiación, y son sus espacios privados los de mayor tensión.

Palabras clave: Apropiación, espacio público y de consumo, exclusividad, Población gay, Comuna 14.

INTRODUCCIÓN

En el espacio público y de consumo en la centralidad de la comuna 14 de Medellín se generan dinámicas de apropiación del colectivo LGBTI, en el que se presentan tensiones sociales y económicas en la interacción surgida entre la población y el entorno. Allí, los usuarios se mezclan y relacionan, posibilitando que se fomenten vínculos de poder entre los distintos grupos sociales que regularmente visitan la zona del corredor de la calle 10 desde el parque de El Poblado hasta Provenza y alrededores inmediatos, que, por su particularidad, implica alto poder adquisitivo, en virtud de los altos costos de los productos que allí se ofrecen.

El urbanismo como disciplina que se encarga, entre otros asuntos, de la planificación de la ciudad desde la comprensión de sus formas y las necesidades de sus habitantes, debe entender también la diversidad que hay de habitarlas teniendo el género como determinante de la producción y apropiación del espacio público y de consumo. En la actualidad esta disciplina debe preguntarse por la planeación de las ciudades justas, tomando en consideración hombres y mujeres que la habitan además de las distintas expresiones que estos tienen en el espacio urbano.

De esta manera, los estudios urbanos, al tener en cuenta estas situaciones de género también han de incluir el estudio y el análisis de la población LGBTI en la ciudad. A partir de este planteamiento interesa responder la pregunta: ¿cómo discurre en el espacio público y de consumo la apropiación de un grupo social que se convierte en un agente transformador desde relaciones internas, mediadas por el factor económico y social de distinción como fenómeno reciente en el barrio El Poblado? En este caso, se parte de la hipótesis en la que la amplia gama en la apropiación y consumo de los espacios públicos en el barrio El Poblado, de la Comuna 14 de Medellín, está en relación directa con los contextos socioeconómicos de los usuarios que transitan por ellos.

Partiendo de la base teórica del *Habitus* de Pierre Bourdieu se busca analizar la apropiación que este grupo social tiene sobre el espacio público y de consumo, además de la comprensión de su papel como agente transformador del espacio en las ciudades así como en

la disciplina del urbanismo. Esta investigación propone una estructura conceptual en donde se permite entender las prácticas materiales, los elementos de distinción y las relaciones socioespaciales, a partir de la clase social de los individuos que habitan y frecuentan un lugar, todas desde la visión bourdieuana. A su vez, esta conceptualización se apoya en urbanistas como Jordi Borja y Zaida Muxí cuyo trabajo se enfoca en la ciudad y la ciudadanía con variables que incluyen además el género; también en los estudios y metodología de Pablo Páramo y Andrea Milena Burbano que son el soporte de los estudios urbanos y de género a nivel local (Medellín, Antioquia, Colombia).

En esta investigación, la apropiación es entendida como un fenómeno social a través del cual la *población* que se asienta en un espacio toma para sí, física y simbólicamente, un territorio determinado al cual comienza a dar sentido, diferenciándolo de otros no conocidos o apropiados y donde desarrolla sus prácticas cotidianas que se establecen como dialéctica de poder. Con la apropiación, cada individuo tiene un papel en la interacción que posee desde su espacio más privado, como es el hogar y la familia, hasta los espacios públicos, como la calle, la plaza o el campo laboral y relacional. La apropiación está vinculada al espacio real y este puede diversificarse entre espacio público y de consumo. Espacios entendidos desde la singularidad pero relacionados en cuanto que hay gradaciones de lo público en el espacio de consumo por las formas en las que este es apropiado y las gradaciones de lo privado en el espacio público por las condiciones del primero que tienen una afectación directa sobre el segundo. El espacio público se define como aquel en donde confluyen los individuos de una sociedad e interactúan dando lugar a las prácticas sociales cotidianas (Páramo & Burbano, 2014) y se añade al respecto que:

Como escenario para el encuentro o para el tránsito de las personas, se espera, el espacio público debe responder a las necesidades de quienes lo ocupan y ofrecer condiciones que busquen como finalidad el bienestar de las personas (Burbano, 2014, pág. 187).

Entre tanto, el espacio de consumo es aquel en donde el ciudadano adquiere productos y servicios, donde se materializa de manera espacial la transacción entre el usuario y el producto comprado. En consecuencia, se considera que también debe expandir su significación en donde:

En su sentido más amplio deberían incluir también espacios privados o públicos, de ocio o de descanso, de representación y de socialización, hasta el punto de que, podría argumentarse, toda la ciudad es hoy un espacio de consumo (Benach, 2000).

En el espacio público y el de consumo transitan los ciudadanos de la urbe, donde se establecen los lugares y roles de ciudadanía y democracia (Borja & Muxi, El espacio público, ciudad y ciudadanía, 2000). En este espectro deben considerarse las múltiples expresiones de los ciudadanos, la diversidad de formas en sus habitantes, dentro de las que se pone en consideración el colectivo gay, cuya revisión en el urbanismo contemporáneo es necesaria en cuanto a que tiene un nuevo rol dentro de la cultura occidental, al ser un colectivo que se inscribe como elemento de relevancia dentro del universo social de la ciudad. Este actor, al incorporarse al espacio público, produce tensiones que hacen que su nuevo rol genere otras de tipo económico, lo que conlleva a la apropiación específica del espacio público y de consumo en un territorio caracterizado por el alto costo de sus productos y servicios.

Dichas tensiones transitan entre la exclusión y la exclusividad, generando nuevas espacialidades materiales e inmateriales, asociadas a temporalidades que se estructuran por el consumo y el disfrute de actividades y que reconfiguran espacios a pesar de determinantes físicas como el tejido residencial previo, que se conserva como determinante, pero ahora alberga espacialidades transitorias, itinerantes y permanentes definidas por el consumo como un fenómeno que puede ser el también gestor de procesos de gentrificación.

La comuna 14, El Poblado es un sector histórico de la ciudad que ha tenido diversos cambios a lo largo del tiempo en donde los usos del suelo se han transformado cambiando de un sector agrícola a principios de siglo XX a un uso residencial a partir de los años 40 y que desde los años 70 ha ido formando una mixtura de los usos de suelo con actividades comerciales donde estas han estimulado la consolidación de servicios como el financiero y turismo (Ver imagen 1).



Imagen 1. Cartografía del Barrio El Poblado, lugar de la investigación sobre el eje de la calle 10 y zonas aledañas al Parque de El Poblado y Parque Lleras.

El barrio El Poblado fue uno de los puntos de fundación de Medellín, por lo que mantiene un nivel de reconocimiento en el colectivo ciudadano, además de constituirse en las últimas décadas como uno de los sectores de la ciudad donde hay alta densidad de zonas de esparcimiento, ocio y comercio, donde habita población con alta capacidad adquisitiva de la ciudad y con un 74.53% de los inmuebles registrados en estrato Seis¹ (Instituto Tecnológico Metropolitano , 2013, pág. 14). El análisis de dichas situaciones se centra en el espacio donde se generan las tensiones en el ámbito público y de consumo, como el zócalo urbano y los lugares de comercio inmediatos a estos ejes viales, junto con las aceras, los bulevares que terminan constituyéndose en vías originariamente residenciales y parques de la zona.

Tanto el espacio público como los lugares de consumo, son sitios de formación de la ciudad, identidad y expresión (Borja & Muxi, 2000). Por eso, es razonable que el urbanismo formule preguntas y responda a las necesidades de los grupos sociales que interactúan con

¹ La estratificación socioeconómica es una clasificación en estratos de los inmuebles que se realiza en Colombia por números del uno al seis, siendo el uno el nivel de con los usuarios con los ingresos más bajos y el seis quienes tienen los ingresos más altos. Según el DANE (2019) Estratificar con base en las características de las viviendas y su entorno urbano o rural es una opción metodológica fundamentada en que el significante vivienda-entorno expresa un modo socioeconómico de vida demostrable, tomando en cuenta las excepciones que lo confirman.

constancia en la ciudad postmoderna y consumista del siglo XXI. En consecuencia, el urbanismo actual está convocado a revisar estas situaciones de multiculturalidad y diversidad social como desenlace de la idea de Lefebvre sobre el *derecho a la ciudad*, ya que estas expresiones de ciudadanía se presentan en el espacio urbano, tanto en el público como en el privado que tiene uso público (Molano, 2016).

La presente investigación se desarrolla sobre la comunidad gay visibilizada en la comuna 14 que, con características de alto poder adquisitivo y de consumo a través de sus prácticas y hábitos, va fomentando la memoria colectiva y física del espacio urbano. Los colectivos gais, así como otras minorías, reclaman papel activo en las dinámicas sociales de la urbe², donde pierda la condición de exclusión a la que históricamente ha estado sometida y adquiera relevancia al constituirse, no solo en objeto de estudio, sino también en sujeto activo presente en el movimiento cotidiano de la ciudad, que discurre, con mayor dramatismo, en los espacios de consumo asociados al espacio público.

A partir de la estructura teórica de los *campos* y *el habitus* de Pierre Bourdieu, se pretende hacer el análisis y estudio de las tensiones de esta población en el espacio público y de consumo de la comuna 14 con miras a comprender su movilización en la urbe medellinense del siglo XXI. El objetivo general de esta investigación es *analizar* las modalidades espaciales de apropiación del espacio público y de consumo de la población gay en dicho sector a partir de los fenómenos de exclusión y exclusividad y los efectos que transfieren dichas dinámicas al funcionamiento del sector. El primer objetivo específico se centra en *definir* las transformaciones urbanas mediadas por la relación entre espacialidad, género, clase y distinción. Como segundo objetivo se busca *identificar* las prácticas de apropiación a través de la exclusión y exclusividad de la comunidad gay mediadas por la tensión y las dinámicas de poder social encontradas en la zona de estudio. Entre tanto, en cumplimiento del último objetivo se tratará de *establecer* el rol de la comunidad gay en la transformación física y simbólica de la comuna 14, luego de organizar y sintetizar los resultados de la investigación.

² La cuestión gay en las políticas públicas en Medellín. Tomado de la página <https://www.medellin.gov.co/irj/portal/medellin?NavigationTarget=navurl://d7d5e8106a59675c370d3256ab6d9a>

Para responder a estos objetivos es necesario especificar cómo el espacio público y el de consumo son los lugares de encuentro y socialización de los habitantes que necesitan relacionarse, departir y comunicarse, entre otras actividades comunes de la sociedad; estos, desde el soporte del urbanismo de género como el trabajado por Ana Sabaté Martínez y los abordajes del espacio público de Zaida Muxi y Jordi Borja, además de otros autores que han elaborado sendos trabajos sobre el espacio de consumo y el espacio público transversalizado por un enfoque de género como Pablo Páramo o René Boivin.

Luego de establecer los indicadores de medición se busca, a partir de otros trabajos similares, herramientas metodológicas que permitan resolver estos objetivos de la manera más concreta y que permita relacionar los conceptos teóricos a su vez. Esta problemática se resuelve a través de una metodología de investigación mixta, a partir de herramientas cuantitativas y cualitativas usadas en otras investigaciones de este tipo, como el *prima espacio - tiempo* y la *cartografía social*; ambas herramientas se utilizaron debido a que, a partir de los resultados obtenidos por otros investigadores, se evidenció su pertinencia en la resolución del problema de la investigación, se ajustaron a los objetivos específicos, y con los resultados añadidos a las encuestas, entrevistas y observaciones, fue posible resolver la hipótesis inicial.

Sobre lo anterior, diversas investigaciones sobre la apropiación y el consumo junto con la población LGBTI han mostrado las circunstancias históricas, políticas y culturales en la relación entre la población gay y el espacio público. Catherine Castellanos investiga sobre la apropiación del espacio público de la población LGBTI en la localidad Chapinero, en Bogotá, en la que relaciona la política pública con el uso de los espacios por esta comunidad permitiendo entender desde sus conclusiones la relación de los espacios privados y públicos a partir de la mediación de las políticas gubernamentales (Castellanos, 2016); así mismo, Renaud René Boivin ha elaborado varios trabajos sobre la relación entre la vida urbana y el colectivo LGBTI con estudios de caso como Ciudad de México (Boivin, *De cantinas, vapores, cines y discotecas. Cambios, rupturas e inercias en los modos y espacios de homosocialización de la ciudad de México*, 2013) y el barrio Chueca de Madrid (Boivin, *Rehabilitación urbana y gentrificación en el barrio Chueca: la contribución gay*, 2013). Estas investigaciones de Boivin dan luces sobre los lugares comunes que hay en las investigaciones

de género sobre todo en los conceptos usados y las formas de acercamiento de esta población desde la epistemología. El texto “Las minorías sexuales y los estudios urbanos en la Ciudad de México” (Boivin, 2017) presenta un estudio detallado sobre los estudios urbanos que se han realizado sobre minorías sexuales mostrando los vacíos que hay frente al urbanismo y la ausencia de planeación y políticas públicas para esta población, este trabajo es rastreo bibliográfico sobre lo publicado en este tema en México. Además, sobre el consumo y el hombre que “deambula” en el espacio público y en los espacios de comercio, Estefanía Quijano Gómez entrega una reflexión sobre el consumo en Bogotá desde un ciudadano que transita y consume a partir de la exclusividad, ya sea por su condición social o cultural (Quijano Gómez, 2018).

En cuanto a las metodologías de los estudios mencionados no hay una aportación específica debido que muchos de estos textos son los resultados finales en donde no se especifica el método utilizado para la investigación. Frente a esto el trabajo de Ana Sabaté desde la geografía de género da un aporte en la metodología en la que se puede estudiar la población y el territorio desde un abordaje feminista que puede ser usado también para este tipo de investigaciones sobre poblaciones diversas con herramientas como el prisma espacio - tiempo que permiten entender los ritmos, movimientos, tránsitos que tienen las personas desde su condición sexual en la ciudad y que se circunscriben en una situación laboral, económica y familiar (Sabaté Martínez, Rodríguez Moya, & Díaz Muñoz, 1995). A pesar de lo anterior, investigaciones como la que se propone en donde se logre conjugar el urbanismo y la apropiación del espacio con personas homosexuales transversalizando la *Distinción* y el *Habitus* (Pierre Bourdieu) no son comunes en el medio académico local, permitiendo llenar un vacío en los estudios de género en relación con el urbanismo.

El espacio público y de consumo se plantea entonces como los lugares ideales para encuentro entre poblaciones y grupos que habitan la urbe y se apropian de ella de maneras diversas; entre estos grupos se cuenta la población de hombres homosexuales o gay que comienza a tener un punto de visibilización importante en la esfera pública del siglo XXI en occidente. Adicionalmente, esta población (también minoría) invierte altas cantidades de dinero (FANVALMED, 2010) y motiva un ciclo de actividades económicas mediadas por el

consumo y centradas en el ocio, lo cual repercute en procesos de gentrificación, especulación del suelo, exclusión y transformación de entornos urbanos.

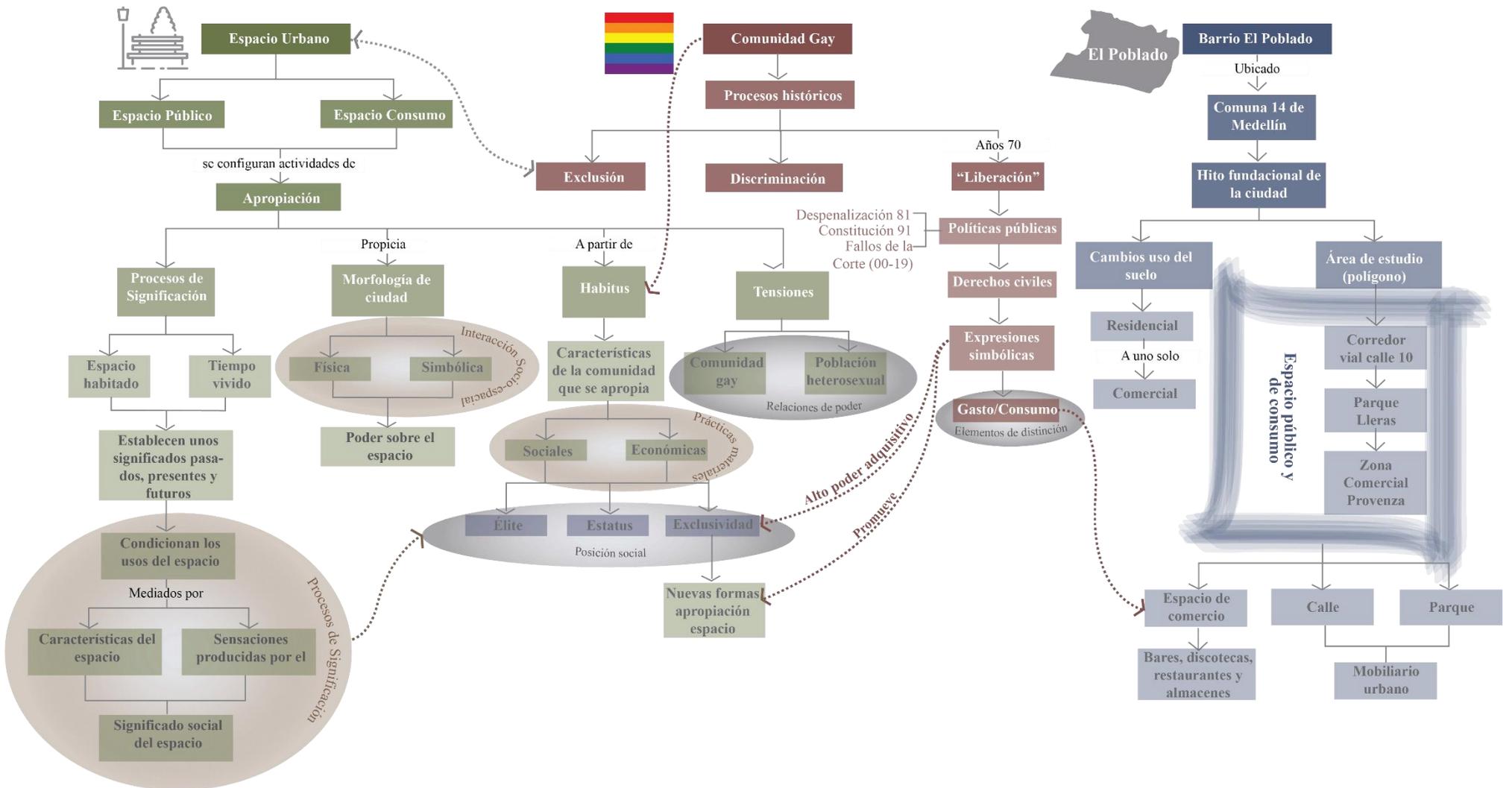
De esta manera, en la actualidad, la población gay se presenta como un agente del urbanismo al situarse como actor social que sale de la periferia social y la exclusión histórica y que ahora que media en los procesos sociales, económicos y culturales de la ciudad que busca la democratización de sus espacios a través de políticas públicas y reescritura del habitus cultural, trayendo, de esta forma, nuevos equipamientos incluyentes para la mencionada minoría.

Para confirmar esta hipótesis el escrito se ha dividido en cuatro capítulos: el primero es la construcción teórica sobre el habitus partiendo desde el concepto de espacio público, y el consumo como lugares y espacios de encuentro ciudadano. A partir del entendimiento de estos, se profundiza en el fenómeno de la exclusividad como aquel que se forma ante la interacción de sujetos con unas condiciones sociales en el espacio público. El segundo capítulo aborda el espacio físico de la investigación caracterizando el territorio en sus circunstancias geográficas e históricas para entender su devenir social en el tiempo hasta constituirse en el lugar propio de la exclusividad a partir de la posición social y los elementos de distinción de los habitantes y personas que lo frecuentan. Al finalizar los conceptos teóricos y conceptuales en los dos primeros capítulos, el tercero se caracteriza por mostrar la consecución de la investigación en la metodología y el trabajo de campo en cada una de sus etapas. En este capítulo se establece los indicadores de medición de las variables junto con las herramientas para la consecución del trabajo de campo. El capítulo cuarto plantea el análisis de los resultados obtenidos respondiendo a la hipótesis inicial desde el aparato teórico de Pierre Bourdieu (*Habitus*) y, así, dar comprender la apropiación del espacio y las representaciones simbólicas de quienes lo hacen partiendo del concepto de clase. En el siguiente mapa se muestra el lugar de investigación y dónde se realizaron las herramientas para la consecución de los objetivos para el entendimiento y espacialización del estudio.

El siguiente mapa mental (gráfico 1) detalla el marco teórico y contextual de la presente investigación donde se relacionan los conceptos a través de las variables y subvariables que fueron determinadas para responder a la pregunta y la hipótesis.

Gráfico 1. Mapa teórico y contextual de la investigación.

**DE LA EXCLUSIÓN A LA EXCLUSIVIDAD:
EL CASO GAY Y LA APROPIACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO EN LA COMUNA 14
DE MEDELLÍN.**



1 ESPACIO PÚBLICO, CONSUMO Y APROPIACIÓN EN LA CIUDAD A PARTIR DEL HABITUS DEL CIUDADANO

La ciudad es el espacio histórico donde los seres humanos ha desarrollado sus actividades sociales. La ciudad no solo es un conjunto de viviendas relacionadas entre sí: esta tiene una variada composición constituida entre la estructura y el ser humano que la construye y se apropia de ella (Borja & Muxi, 2000). Esta ciudad está formada por el espacio que es caracterizado de distintas formas dependiendo de su uso y consideración legal. A partir de lo anterior el espacio público se puede definir como aquel “construido por la acción humana al abrirlo para convivir en torno a intereses privados; y es público al ampliarlo por la acción política, que se ocupa de los intereses públicos, de convivir y deliberar en torno al bien común” (Fernández Tapia, 2016, pág. 135). En tal espacio se da la convergencia de la sociedad y se desarrolla el devenir histórico de la misma.

Los espacios de convergencia como el espacio público deben permitir que la sociedad sacie sus necesidades de vida como la interacción con otros individuos o la búsqueda de alimentos y el tránsito al trabajo (Vidal Morante & Pol Urrútia, 2005) y estas necesidades, de manera dialógica, se perpetúan con el tiempo, con tal de crear numerosos espacios permanentes de relación social. Con la suma de la multiplicidad de espacios de la ciudad se forma el paisaje urbano, que no lo conforman solo las estructuras y las calles, sino que se complementa por sus habitantes, quienes crean vínculos entre ellos y forman las relaciones de ciudadanía (Fernández Tapia, 2016).

1.1 LA FORMA DE LA CIUDAD Y EL LUGAR CIUDADANO

La ciudad es el resultado de numerosos procesos históricos, contradicciones sociales y luchas individuales. Esta posee unas formas particulares que sus ciudadanos le dan a través de las actividades y relaciones cotidianas que ellos realicen; es, además, el resultado de la articulación relacional de los numerosos actores que la conforman (Socoloff, 2007); de esta manera se desarrollan vínculos simbólicos que crean identidad con la ciudad y sus espacios.

Ciudad: identidad y símbolo que forma ciudadanía

La identidad se construye a partir del reconocimiento del propio ser y del ser diverso que se relaciona con otros; así mismo, la ciudad posee una identidad, que reside en su imagen urbana, en la relación entre los ciudadanos y su territorio (Waisman, 1995). Esta identidad se relaciona con los modos de vinculación de la población y los espacios que esta transita y donde establece sus modos de vida. Como lo establece igualmente Marina Waisman, el espacio de la ciudad y, en particular, el espacio público es plurisignificante (Waisman, 1995, pág. 44) en el que cada uno se llena de sentido según quien lo habite, formando una visión múltiple de un solo espacio urbano. Esta situación permite que haya una representación simbólica de los espacios que son transitados, sean públicos o privados, donde se suscita y se interpreta una visión de la realidad. Adrián Gorelik identifica estas relaciones entre población y espacio al señalar que “la ciudad y sus representaciones se producen mutuamente. No hay ciudad sin representaciones de ella, y las representaciones no solo decodifican el texto urbano en conocimiento social, sino que inciden en el propio sentido de la transformación material de la ciudad” (Gorelik, 2006, pág. 13).

Entre todos estos lazos se va creando la memoria de la ciudad habitada, la forma dada por los pobladores que, en su habitar y su recorrer, delinean una particular forma, unos trazados urbanos, que dan, igualmente, identidad morfológica a la ciudad. En el texto “La Morfología de las ciudades, Aedes facere: técnica, cultura y clase social en la construcción de edificios” (Capel, 2005) el autor caracteriza la historia de la ciudad a partir de los usos del espacio y las construcciones que allí se establecen a lo largo de la historia, además lo relaciona con el poder de las clases sociales y los usos, públicos o privados, del espacio urbano, al delinear una ciudad con morfologías distintas según el control estatal y las características de la población allí constituida. Estas vinculaciones también están establecidas por la forma y la función de los espacios habitados.

Según Waisman (1995), cada espacio tiene una función y unos requerimientos que justifican la obra, lo que demuestra que el símbolo está relacionado con la función que se ha dado al espacio (1995, pág. 71). De ahí surge un orden urbano que dispone la manera de establecerse en la ciudad a partir de la caracterización simbólica y real, definiéndose como el “conjunto de normas y reglas, tanto formales (pertenecientes a un orden jurídico) como convencionales, a las que los habitantes de la ciudad recurren, explícita o tácitamente, en el desarrollo de las prácticas relacionadas con los usos y las formas de apropiación de los espacios y bienes públicos” (Duhau & Giglia, 2016, pág. 99).

El poder de lo simbólico se apropia, igualmente, de las estructuras de poder que, sin necesidad de emplear la fuerza, imponen y transforman la visión del mundo y que se materializa en las relaciones de la ciudad (Bourdieu, 2001). Este poder de lo simbólico se experimenta de manera inmediata en las relaciones sociales que se construyen a partir de la apropiación del espacio; allí, se crean las narrativas de los otros a partir del pensamiento que se tiene y las auto narrativas a través de lo que se expresa con el cuerpo y lo que se hace. Los espacios de la ciudad, en virtud de su apropiación, se definen así, según Eduardo Sousa:

Uno, el espacio real, materializado y construido ex profeso o primer espacio; dos, como una forma de traslación de significados simbólicos: espacio simbólico, imaginado e identitario, o segundo espacio, y tres, como el espacio de la otredad, el tercer espacio, donde la espacialidad pública adquiere su máximo potencial de uso, ya que es, en este tercer espacio, donde se aprecia su materialidad concreta, simbólica e imaginaria, reconociendo lo físico del otro no como objetos o cosas, sino como personas iguales como humanos y diferentes en esencia de pensamiento, palabra y acción, con derecho a la ciudad (Sousa E. , 2013, pág. 55)”

A partir de estas relaciones y vinculaciones entre espacio y los individuos, se crea el sentido de lugar como aquel espacio relacional que dialécticamente produce y recibe sentido de las personas que lo habitan (Albet & Benach, 2012), que está en constante relacionamiento y en continua construcción. Esto es lo que se reconoce como lugar, aquel espacio lleno de significado que produce una identidad simbólica con sus habitantes, siendo un espacio “identificadorio, relacional e histórico” (Augé, 2000, pág. 31). El espacio público y el de consumo, así como la gradación que se produce en el tránsito entre un espacio y otro, permiten la codificación simbólica

de los individuos que se apropian y transitan en ellos, creando nuevas espacialidades mixtas que surgen de las prácticas sociales.

1.2 LA APROPIACIÓN Y SU CARÁCTER DINÁMICO EN EL ESPACIO Y EL TIEMPO

La apropiación es la forma en que una persona o grupo social de cualquier índole de manera formal o espontánea adquiere sentido de pertenencia hacia un lugar específico.

Pablo Páramo (Páramo & Burbano, Los usos y la apropiación del espacio público para el fortalecimiento de la democracia, 2014) define la apropiación como un fenómeno de experiencias sensibles con alta carga de elementos simbólicos que permiten que esta relación se perpetúe en el tiempo. En ese sentido:

A través de la apropiación, la persona se hace a sí misma mediante las propias acciones, en un contexto sociocultural e histórico. Este proceso –cercano al de socialización–, es también el del dominio de las significaciones del objeto o del espacio que es apropiado, independientemente de su propiedad legal. (Vidal Moranta & Pol Urrutia, 2005)

La apropiación puede comprenderse además como un fenómeno sensible con cargas psicológicas. Esta permite, desde sus múltiples formas, el fortalecimiento de la democracia al dejar que los usuarios establezcan relaciones de igualdad y sean facilitadores de la integración social como lo refiere Páramo y Burbano (2014). De esta manera, el espacio público es abordado y estudiado por múltiples disciplinas que buscan, a partir de los cambios sociales, definir lo que este es y su significación cultural y política y la apropiación que de allí deviene; así expresa la investigación de Guzmán, Chaparro & Gonzalez (2017) sobre el espacio público y las prácticas corporales que permiten resignificar el entorno a partir de las distintas formas de apropiación que hay en quienes dependen no solo de su espacialidad, sino también de las relaciones que allí se tejen.

El espacio público es una categoría de significaciones múltiples que trasciende una localización - ubicación específica para dar respuesta a las relaciones humanas que se ejercen en ese espacio: relaciones de poder, de acercamientos, de tensiones, de confluencia, de apreciaciones, de destrezas, de comunicación, lo que permite concebirlo como un espacio social, cultural y político (Guzmán Ariza, Chaparro Hurtado, & González Ulloa, 2017)

La forma de apropiación del espacio puede ser cuantificada a través de herramientas socio-espaciales que ayudan a comprender las formas y las cargas físicas y simbólicas que un sujeto imprime a un espacio (Vidal Moranta & Pol Urrutia, 2005). Según esto, la apropiación permite la vinculación entre el espacio y las personas, donde se desarrolla una relación dialéctica que, a su vez, media entre el significante y el significado y produce una impronta. Esta huella, como evidencia de la apropiación, establece el vínculo entre ambos sujetos, es decir, muestra cómo el individuo o el colectivo se adueñan del espacio.

En este sentido, es necesario tener una referencia en la geografía de las emociones para comprender cómo esta vinculación compromete elementos simbólicos y las emociones que surgen de la persona o colectivo al interactuar con este espacio. De ahí se infiere una noción de los efectos y emociones que traen conceptos como “Nación” o “Patria”, ligados al elemento geográfico respecto a la atadura o la relación entre sujeto y espacio. Esta vinculación ha sido llamada *place-attachement*, o apego emocional que se hace frente a un lugar y que permite habitar espacios y también corporeizar afectos como “sentirse en casa” (Blunt & Dowling, 2006). La apropiación permite que un lugar adquiera un significado que puede ser perpetuado en el tiempo por una sociedad o grupo que, a través de la interacción y uso que este tenga sobre el territorio, lo codifica y lo transforma. Esto permite que la apropiación pueda medirse también de manera cualitativa, en tanto los sujetos de manera individual o colectiva desarrollan percepciones que proporcionan cualidades al territorio que es poseído, para dar como resultado una filiación valorativa del espacio.

El espacio público puede tener este tipo de consideraciones, ya en este se establecen las relaciones entre individuos y colectivos que interactúan entre sí en la cotidianidad. De esta manera, la apropiación y la manera que se haga en el espacio público y también de consumo generará unas sensaciones según las experiencias que se conciban en este, así como lo señala Morella Briceño, al afirmar:

De las distintas sensaciones que despiertan los espacios de la ciudad dependerá el estímulo que sientan las personas para recorrerlos; el diseño de los espacios públicos debe orientarse a persuadir e invitar a los peatones a transitar por ellos (Briceño Ávila, 2018).

De esta manera, la apropiación del espacio no solo depende de las características físicas que este posea, sino también del fenómeno psicosocial que este produzca o exalte en quienes transitan y se apropian de él (Nassauer, J. 2012; Russell, J.A. 1980).

La apropiación puede ser concebida como una acción continua que se perpetúa según las condiciones que ofrezca el lugar y cómo provee significación para quien transita por él. Así, los espacios generan significados distintos en función de los imaginarios que se creen a su alrededor. La forma en que se apropia un parque, un bulevar o una calle depende de las sensaciones que esta produzca en la población o sujeto que la frecuenta. Las cualidades físicas del lugar, las condiciones que tenga, lo apto para que un tipo de población lo frecuente (personas adultas, trabajadores, estudiantes, niños, mujeres...), la seguridad del territorio, accesos y confort son esenciales para ello. Esta relación entre espacio y personas está conexas a las situaciones psicoafectivas que el individuo desarrolla frente a ese espacio, donde la subjetividad es el elemento fundante para que esto suceda (Briceño Ávila, 2018). Esto se puede ejemplificar con el caso de un parque, que puede tener distintas apropiaciones según la población que lo frecuente y la hora del día en que suceda, añadiendo las situaciones individuales de cada sujeto, que crean un vínculo con el lugar, así se puede observar en la imagen 1 en donde se ven personas caminando en la calle alrededor del parque Lleras un sábado antes de la medianoche.



Imagen 2. Parque Lleras, en el barrio El Poblado, un sábado en la noche. Elaboración propia (2019).

Así lo explica Sergi Valera, al enunciar el significado social de espacio:

Cualquier espacio, entendido como una unidad de significado para una persona o conjunto de personas, toma su criterio de validez del conjunto de significados —pasados, actuales o potenciales— que es capaz de soportar, así como del conjunto de configuraciones psicológicas significativas que es capaz de elucidar entre las personas que se relacionaron, se relacionan o se relacionarán con él. (Sergi, 2010, pág. 127)

De los distintos grados de apropiación que se otorga a un lugar y los vínculos afectivos que este genere se crean las relaciones que se establezcan entre personas; esto significa que la apropiación del espacio también altera y afecta las relaciones entre los usuarios del espacio. Los grados de apropiación y la asimilación que el individuo forma sobre el espacio configuran la alteridad:

Según Eduardo Sousa González, “el concepto de alteridad (del latín alter: el Otro de entre dos términos, considerado desde la posición del «uno», esto es, del Yo)

es el principio filosófico de alternar o cambiar la propia perspectiva por la del Otro, considerando y teniendo en cuenta el punto de vista, la concepción del mundo, los intereses y la ideología del Otro, y no dando por supuesto que la «de uno» es la única posible. El término alteridad se aplica al descubrimiento que el Yo hace del Otro, lo que hace surgir una amplia gama de imágenes del Otro, del nosotros, así como visiones múltiples del Yo”. (Sousa E. , 2011)

Se puede inferir entonces que “no es absurdo suponer que el espacio apropiado pase a ser considerado como un factor de continuidad y estabilidad del *self*, a la par que un factor de estabilidad de la identidad y la cohesión del grupo” (Vidal Moranta & Pol Urrutia, 2005, pág. 285). La apropiación del espacio permite la creación de vinculación social y el reforzamiento del sujeto como ciudadano. Estas son prácticas humanas que devienen en procesos sociales que se reflejan en formas espaciales de apropiación del espacio.

Cada sociedad establece unos modos de apropiación del espacio que son influenciados por sistemas políticos, lingüísticos, científicos y religiosos, algo que puede tener connotación negativa en la forma abusiva de apropiación de un espacio por agentes inmobiliarios, empresas, burguesía y élite (Martínez, 2014). De esta manera, se configuran los diferentes modos de apropiación del espacio que es aprehendido según la persona o el grupo social; es decir, el espacio no es apropiado por toda la sociedad de la misma manera, ya que este va a depender de las características físicas del territorio y las psicosociales del individuo, incluyendo el poder que este ejerza (Bourdieu, La miseria del mundo, 2007).

Según el espacio y cómo este es habitado se desenvuelven distintas formas de ciudadanía con sus propios sistemas de hábitos y comportamientos etnográficos, que permiten desarrollar la capacidad de interactuar con miembros que no necesariamente pertenecen al grupo social propio, permitiendo, de esta manera, reforzar la alteridad y las dialécticas sociales que construyen la ciudad (Bourdieu, Poder, Derecho y clases Sociales, 2001). Los diferentes tipos de espacios que existen en la ciudad permiten la interacción de grupos de personas que lo habitan y lo frecuentan con motivaciones que son dispares entre sí, lo que permite la sociabilidad y el encuentro permanente entre individuos que se reconocen entre sí al entender la diferencia con el otro.

A través de la apropiación se expresa lo autorreferencial y la distinción de los ciudadanos que crean sus propios códigos de lenguaje y semiologías cotidianas que se expresan a través de la

estética del que transita el espacio (Herrera Ojeda, 2003). No es solo un espacio físico urbano: es un espacio emocional que está en las mentalidades de los ciudadanos. La plaza, calle o alameda es pensada por el usuario y ese proceso de pensamiento permite que se cree y se recree el espacio de manera constante, formando situaciones para referenciar la identidad individual y grupal y su relación con la ciudad.

En la apropiación del espacio se crea la dialéctica entre lo social y lo individual, lo que se hace y se piensa por voluntad propia pero que tiene como fin un acto colectivo de referencialidad, en donde el yo se pone en un espacio urbano para que los demás conozcan la identidad propia y para crear, entre todos los individuos, una red de relaciones conectadas y que comparten territorio.

1.3 EL ESPACIO PÚBLICO Y DE CONSUMO: EL LUGAR COMÚN Y SOCIAL DE LA MODERNIDAD

El espacio urbano tiene diferentes gradaciones o formas que identifican su uso y carácter dentro de la sociedad que lo habita (Waisman, 1995). Esto significa que la ciudad tiene unas tipologías espaciales que hacen que haya variedad. Se muestra las dos gradaciones del espacio trabajadas en esta investigación las cuales son el espacio público y el espacio de consumo y los tránsitos que hacen las personas que están en ellos según el hábitus que los caracterice.

1.3.1 EL ESPACIO PÚBLICO

En ese sentido, el espacio público está sometido a la percepción y la sensación de las personas que están en relación con él y estas lo califican según lo que este trasmite y las sensaciones que provoque en el usuario; así como lo refiere García-Doménech, al afirmar que el espacio público es el hábitat físico común del ciudadano, conformado por valores comunes, esto es, reconocidos y estimados por él. El ciudadano estima el espacio público en el momento en que reconoce sus cualidades como lugar de encuentro (García-Doménech, 2017, pág. 72). Así mismo es el lugar donde se refleja y condiciona la alteridad, donde se conoce al otro y se reconoce como un par que tiene derechos y deberes, como miembro de una sociedad que está sujeta por vínculos reales y simbólicos que posibilitan la cohesión y la vigencia de un contrato social entre las partes que se apropian de este espacio.

El espacio público es tangible, pasa por lo sensible y puede ser visto, oído y tocado, es aprehensible por los usuarios que transitan por él (Oliveros Amaya, 2017). Se constituye en este territorio que es común a los miembros de una sociedad que se organizan como un cuerpo Civitas en cuanto tienen normas comunes que los regulan. Lo público de este espacio se regula por la ley dada por el Estado, que cuida los intereses que se presentan en este ámbito común, convirtiéndose en el garante de que la cosa pública cumpla sus funciones sociales.

En el espacio público se realizan y se actualizan las normas de conducta sociales que permiten el “buen” funcionamiento de la sociedad; es decir, el espacio público se circunscribe a unas categorías axiológicas, de esta noción parte el sentido de igualdad que busca el espacio

público en la ciudad y su derecho equitativo (Escotto, 2018). A partir de la interacción de los usuarios y el espacio público, nacen la ley y los códigos de conducta social que son de carácter moral y que permiten que los individuos que interactúan en el espacio público conozcan su límites, así como sus derechos y sus deberes ciudadanos (Borja & Muxi, El espacio público, ciudad y ciudadanía, 2000, pág. 81). Esto se puede apreciar en el gráfico 2 en donde siguiendo los conceptos de Bourdieu se comprende cómo las relaciones sociales y la apropiación del espacio están relacionados con el habitus y las practicas que se desprenden de este, permitiendo que haya una interacción entre individuos en el espacio mediados por las condiciones sociales expresan ellos mismos.

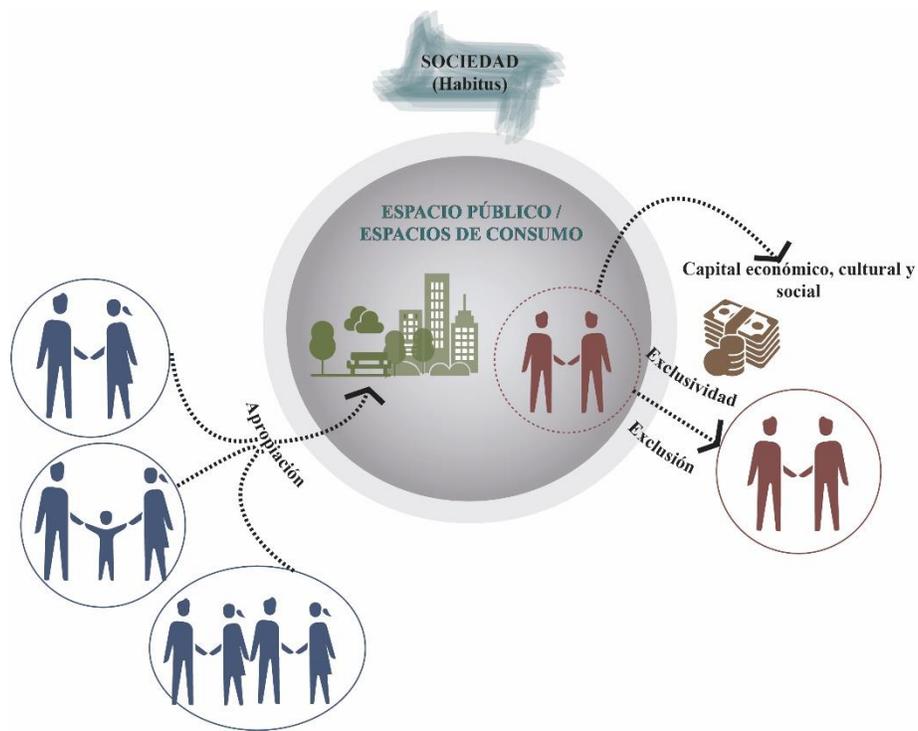


Gráfico 2. Relaciones establecidas entre los usuarios y el espacio público. Es en la interacción entre ellos y la apropiación del espacio donde se genera la ciudadanía y la creación de la ciudad, a partir de las aproximaciones de Pierre Bourdieu.

Así, se puede entender que el espacio público es el elemento simbólico y estructural de la ciudad que legitima y da sentido a las relaciones sociales entre los individuos:

El espacio público da nombre al conjunto de actividades de socialización que se desarrollan de manera circundante, la mayoría de las cuales son lugares de

encuentro privados como cafeterías, bares, restaurantes, discotecas, etc. Este ejemplo nos ilustra cómo el espacio público organiza un conjunto de actividades privadas y cómo la actividad privada tiene la posibilidad de generar espacio público aunque sean de carácter privado, (Carrión, 2004).

En este orden de ideas, en el espacio público se llevan a cabo las rupturas, tensiones y revoluciones que permiten que aquello que acontece presente un dinamismo permanente que permite que la sociedad no sea estática, sino siempre cambiante. El espacio público es, así mismo, el lugar de la revolución y del cambio, donde las ideas se mezclan para permitir las relaciones sociales en aras del cambio, es el lugar donde se funde aquello que no es tangible pero se puede materializar a través de las acciones sociales (Sousa E. , 2011). El espacio público, es entonces, potencialmente explosivo debido a la confluencia de pensamientos de toda índole que provienen de los diferentes individuos que lo habitan. Según Manuel Delgado, el espacio público:

Tiende a constituirse en escenario de un tipo insólito de estructuración social, organizada en torno al anonimato y la desatención mutua o bien a partir de relaciones efímeras basadas en la apariencia, la percepción inmediata y relaciones altamente codificadas y en gran medida fundadas en el simulacro y el disimulo. (Delgado, 1999, pág. 13).

Es en el espacio público donde se da lugar a las distintas manifestaciones de la sociedad y cada uno de los miembros que la componen. Allí realizan parte de su vida, la representan y la perpetúan, se expresan las relaciones de los usuarios, que difieren de los otros espacios como los de tránsito, de consumo o privados. Jordi Borja le confiere, además, el carácter de “vinculante” entre la variada y múltiple población que habita en una ciudad pues:

El espacio público tiende fundamentalmente a la mezcla social, hace de su uso un derecho ciudadano de primer orden, así el espacio público debe garantizar, en términos de igualdad, la apropiación por diferentes colectivos sociales y culturales, de género y de edad. (Borja & Muxi, El espacio público, ciudad y ciudadanía, 2000, pág. 11)

La condición primigenia del espacio público es la ciudad, éste, bajo las condiciones de lo urbano, ha cambiado en diferentes contextos y épocas de la historia en que las relaciones humanas han estado condicionadas a este espacio que se proyecta como el sitio de encuentro para diferentes

usos, incluso desde el histórico. No obstante, el término espacio público como definición es bastante reciente.

En las culturas antiguas el espacio público tenía una doble connotación entre lo sacro y lo profano; había una importante consideración sacra e hierofánica (Eliade, 1970, pág. 24). En estos espacios se practicaban ritos religiosos y se expresaban de manera comunitaria las relaciones sociales con aquello que consideraban sagrado o trascendente. Esta situación de apropiación de lo público evoluciona en la medida en que las condiciones económicas se hacen más preponderantes en la vida cotidiana y el espacio público se convierte en el lugar de encuentro en donde se entrelazan las dialécticas de la condición humana y se llevan a cabo las actividades de la vida cotidiana fuera del espacio privado, como las actividades de gobierno, defensa y economía, además de las actividades de ocio y recreación, como el deporte y la cultura (Ipiña García, 2016).

Esto significa que desde la antigua Grecia el espacio público es pensado como el espacio en donde se ejercen los poderes de gobierno y de orden social, es el sitio en donde están los ojos fijos sobre los “otros” y se ejerce el dominio y el poder social, de ahí surge una forma de control, de distinción entre unos y otros además del establecimiento de las relaciones de poder social. Esta situación del espacio público es, de igual manera, trasladada a la República y al Imperio Romano, donde la ciudad capital se convierte en un centro de fomento de lo público y la exposición de ideas entre los mismos conciudadanos que compartían un mismo espacio pero no una misma forma de pensamiento. De esta manera, en la antigüedad el espacio público, pensándolo desde un sentido histórico occidental, se concebía como el lugar de convergencias que permite el desarrollo y la consolidación del habitante de la ciudad, no solo como ciudadano que está en ella, sino también como aquel que la transforma (Ricar & Remesar, 2013). Del desarrollo de esta idea a lo largo de los siglos hasta el nacimiento del urbanismo como disciplina se organiza la idea del espacio público como el lugar donde nacen la pluralidad y la diversidad de pensamiento en cuanto se permite el encuentro entre personas (Borja & Muxi, *El espacio público, ciudad y ciudadanía*, 2000, pág. 28).

Es así como lo público se constituye en patrimonio de la sociedad que habita y transita un mismo territorio aprehendiéndolo y llenándolo de sentido. En este sentido, el espacio público es el escenario donde se manifiestan todas estas situaciones y se permite la democratización política y social (Borja, *La ciudad conquistada*, 2003, pág. 134).

El espacio público tiene, entonces, una identidad que lo diferencia de otros espacios, constituyendo, así, un lugar múltiple y variable según las condiciones del tiempo en que este sea habitado y el espacio que este ocupe. En consecuencia, el espacio público no tiene una determinación cerrada por las condiciones geográficas en donde está ubicado, sino que también está condicionado por la capacidad de creación y transformación de los grupos sociales que lo abordan; es decir, estos lugares de dominio público como la plaza, la calle, el boulevard o el parque tienen unas condiciones particulares por el espacio geográfico apropiado y en ello se incluye también las situaciones ambientales que permiten que haya una ocupación específica. Así mismo, estas condiciones geográficas no son condicionantes plenas del espacio público, sino que también el hombre, de manera dialógica a estas situaciones, puede y construye estos espacios según las necesidades o ideologías que las sociedades presenten en un tiempo.

1.3.2 EL ESPACIO DE CONSUMO

El espacio público no es un lugar vacío sin un contexto que lo vincula a otros espacios que son aquellos que están conectados a través de la calle y donde se contiene el individuo y la multitud (Meza Echavarría & Montoya Jaramillo, 2005, pág. 17). Entre los múltiples lugares que acompañan el espacio público están aquellos donde se desarrollan las actividades, los rituales y formas de relación para el consumo de la actividad económica que se practica en la ciudad. El proceso económico es explicado por Federico Medina Cano así:

La actividad económica en la ciudad puede ser contemplada, de forma simplificada, como un proceso en el que se articulan diversos momentos que se suceden en el tiempo según la lógica específica de funcionamiento: una fase inicial de producción, una fase intermedia de intercambio y una fase final de consumo (Medina Cano, 2015, pág. 20).

El mismo autor sigue explicando en su texto ‘Comunicación, consumo y ciudad’ que el consumo es un fenómeno que tiene una dimensión cuantitativa y cualitativa, ya que es una práctica real y objetiva así como un evento simbólico que muestra la forma en la que el hombre se apropia de su espacio y la relación que tiene con este (Medina Cano, 2015). De esta manera, se configura el consumo como uno de los elementos que proveen de movimiento de la ciudad, que fomenta enlaces y relaciones entre los usuarios o ciudadanos. Así mismo, el autor José Manuel Valdés

establece que el comercio y el consumo tienen un “carácter estructurante” en las relaciones de los individuos en su entorno (Valdés, 1992).

El consumo permite que las formas de apropiación en la ciudad delimiten unas prácticas específicas que pueden dar unos matices a los lugares que se caracterizan como espacios de comercio y de transacciones de bienes y servicios. En este sentido, el consumo no solo crea relaciones sociales, sino que también permite que estas se expresen en el espacio que se carga de sentido según los consumidores se apropien de este (Alonso, 2005). Los grupos sociales con alto capital simbólico y cultural son los que trazan las tendencias de autocontrol, sabiduría, calidad y ciudadanía de consumo; esto se traduce en acciones reales en cuanto a la promoción de nuevos espacios de consumo fomentados por estos grupos sociales que, en medio de las lógicas de oferta y demanda, crean sinergias entre el producto consumido, el sujeto consumidor y los espacios donde ocurren estas transacciones de capital.

Autores como Michael Sorkin relatan que algunos de estos espacios son los conocidos *mall* o centros de comercio cerrados, que tienen características propias dadas a partir de la asunción del neocapitalismo occidental. Estos se convierten en lugares de consumo de todo tipo, donde el poder se relaciona con la capacidad adquisitiva del sujeto y existen estrategias de control y vigilancia al ser espacios privados que simulan, de manera poco asertiva, los usos tradicionales del espacio público (Sorkin, 2004). Otra situación de estos espacios cerrados es que ofrecen un cierto tipo de seguridad al arrebatar al consumidor de los asuntos de la vida cotidiana al dar un espacio donde aparentemente no hay los mismos peligros del espacio público; estos alejan al sujeto de las problemáticas del diario vivir y, (Alonso, 2005, pág. 120). Las condiciones del espacio de estudio no son de mall o sitios cerrados pero ilustran de cierta manera ciertas condiciones o características de los espacios de consumo que están relacionados con el espacio público y que emulan en lugares donde hay alta concentración de comercio como el barrio El Poblado.

Tras estas condiciones de seguridad vienen otros poderes simbólicos, como la pérdida de identidad con los centros de la ciudad, las centralidades y el uso de espacios públicos tradicionales como parques y plazas, ya que las dinámicas comerciales de los mall y lo que ofrecen persuaden al usuario a buscar estos espacios y no aquellos que son públicos; aun así, no son solo espacios de consumo de productos, sino que son espacios visuales que ofrecen confort por las maneras

estéticas de su arquitectura. Son espacios, así mismo consumidos por sus formas y representaciones visuales, de ahí que se convierten, en muchas ocasiones, en edificios - galería que deben tener unos diseños que sobresalgan en medio de la calle, para así ser llamativos al transeúnte o a quien se movilice en automóvil.

1.3.3. EL *HABITUS* QUE PERMITE LA APROPIACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO Y DE CONSUMO

El desarrollo de la vida del ciudadano que habita y transita el espacio público está sujeto al escrutinio sensible de las demás personas que coincidan en él. El espacio público permite crear tensiones entre los distintos individuos de la sociedad que poseen pulsiones que inducen su interacción; es el espacio público el que permite las relaciones en la sociedad, ya que la interacción se da allí y es donde se sitúan las necesidades de los ciudadanos (Tamayo, 2006). Esto significa que hay una variopinta gama de identidades de individuos que se entremezclan durante la jornada en los espacios dispuestos para el encuentro. Así se constituye el espacio público como aquél que permite la asociación de personas y la creación del *habitus* que constituyen la forma de ver y apropiarse del mundo (espacio y tiempo) a partir de unas consideraciones tipificadas por Pierre Bourdieu. Para él, el espacio es deseado, producido y consumido por los miembros de la sociedad (Bourdieu, Poder, Derecho y clases Sociales, 2001)

Desde el corpus teórico de Pierre Bourdieu, es posible pensar la ciudad como un campo social de fuerzas en pugna, que tiene una dimensión histórica, y, así, analizar dialécticamente la contradicción entre *propiedad* y *apropiación*. Una contradicción que desata el conflicto entre un derecho social y un derecho real, que atraviesa axialmente hasta el mismo corazón de las políticas públicas urbanas (Nuñez, 2002).

En esta consideración entran los múltiples grupos sociales en la ciudad que buscan en el espacio público el desarrollo su nicho social, que se establece a partir de las interacciones en el espacio público subordinadas a una consideración de poder que se convierte en un escenario donde se crean y se reproducen los sujetos de una sociedad (Frassin, 2013).

Bourdieu define en ‘La distinción’ (1979) que el *Habitus* es aquel en donde el individuo aprehende su contexto social a partir de la misma estructura social que lo delimita de manera

inmediata, se debe a su contexto y a la clase social a la que pertenece. El *habitus* incluye la percepción, la asimilación y la habitación en el mundo según las teorías sociológicas desarrolladas por Pierre Bourdieu. Tanto individuo como sociedad están intrínsecamente condicionados a través de una relación dialéctica transversalizada por las condiciones de clase de aquellos que habitan en un mismo entorno caracterizado por las condiciones económicas y culturales (material simbólico). Esto significa que un individuo, por su *habitus*, crea y recrea lo que a través de un material simbólico se le ha dado como elemento fundante de su condición de vida. Bourdieu lo establece como “principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones que pueden ser objetivamente adaptadas a su meta sin suponer el propósito consciente de ciertos fines ni el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos” (Bourdieu, *El Sentido Práctico*, 2007, pág. 86).

Referente a lo anterior, Bourdieu establece la teoría de los campos, que son los espacios sociales donde se desarrollan los *habitus*. Estos están determinados por las cualidades económicas de quienes hacen parte de este y que dan lugar a las relaciones sociales configuradas en torno al capital y al poder. Núñez (2002) complementa esta idea al exponer que:

El campo no sólo tiene una connotación económica, sino que distingue distintos tipos de capital: el económico, el cultural, el social y el simbólico, de los cuales, a su vez, pueden surgir subespecies a partir del trabajo empírico, complementados con las nociones de *volumen* (la suma de los distintos capitales) y *estructura* (la distribución entre las distintas especies de capital). Así, el volumen y la estructura de capital tienen un fuerte peso en la construcción de las clases sociales (Núñez, 2002).

Para Bourdieu, el sujeto es un ser social que se construye en unos espacios y tiempos que se traducen en un contexto específico, que va codificando su forma de actuar en el mundo al tener una asimilación propia de lo que lo rodea (Alonso, 2005). Esto no se ejecuta de manera individual al ser el sujeto un constructo social; es decir, el *habitus* viene aprehendido por unos códigos que existen en el aparato social que rodea al individuo. Así mismo, los *habitus* son sistemas de disposiciones duraderas, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como “estructuras estructurantes, es decir, en tanto que principios de generación y de estructuración de prácticas y representaciones” (Bourdieu, *El Sentido práctico*, 1991, pág. 92).

El *habitus* no es un sistema de acciones superpuestas en los sujetos en una macroestructura que viene incorporada a él, sino la expresión del sujeto mismo en el mundo, siendo algo que no solo conviene entenderse como un proceso interno del individuo, sino también externo, y que se materializa en las relaciones que se establecen entre los miembros de una sociedad y en un campo específico, esto es lo que Bourdieu llama *capital* (Bourdieu, 2001); de esta manera se puede concebir que el *habitus* no es un modo de apropiación sino aquel que media las formas en la que se realiza la apropiación de un espacio; a partir del *habitus* se establecen las características de comportamiento en el espacio, la asimilación de este así como las representaciones reales y simbólicas que un individuo hace de él. La estructuración del *habitus* es incorporación de la estructuración de las relaciones sociales, y todo elemento que lo compone solo tiene pleno sentido por su situación en el conjunto estructurado de fuerzas que se circunscriben a una posición social (Alonso, 2005, pág. 189).

Así, el *habitus* se establece como las relaciones entre individuos de una misma sociedad pero que comparten una condición social que los hace participar de unas acciones comunes que se traducen en una forma de asimilar su entorno de una manera propia que, a su vez, es compartido por otros que pertenecen a ese mismo campo social. Esto se traduce, en la vida cotidiana, en prácticas que se configuran de forma paulatina en las situaciones que abarcan al individuo, supeditadas a la condición social, y, así mismo, se reproducen en cuanto la persona interactúa con otras. Así la posición social crea una configuración que da al sujeto una forma de ser y de actuar. En la trama de las relaciones sociales y su constante movimiento se evidencia que en el *habitus* hay un juego de intereses que implica que las acciones que se realizan van a tener sentido no solo inmanente para lo que corresponde a su resultado inmediato, sino también aspiración intrínseca al sujeto que viene condicionado por los intereses o búsquedas de su campo social.

La comprensión del *habitus* permite asimilar las formas en las que el espacio es visto por los usuarios que se apropian de él; según los habitantes se apropian de un espacio, este se carga de sentido, de ahí parten las distintas formas de apropiación del espacio público y de consumo en la ciudad. El *habitus* de los ciudadanos condiciona, de esta manera, lo que un mismo espacio puede ofrecerles, esto significa que no todos los usuarios van a ver un territorio de la misma manera y el concepto que este tenga del territorio otorgará unas medidas de apropiación en cuanto

al sentido que se le dé; esto va a ser generado por las condiciones, la calidad, los usos o la memoria que haya sobre cada lugar.

La experiencia del lugar está, en primera instancia, mediada por una acepción estética del espacio, una estética que a través de la sensibilidad permita no solo dar una significación del objeto, sino también un sentido que admita que el ciudadano se apropie de éste. Para entender de manera sencilla la estética, se seguirá la definición dada por el filósofo italiano Benedetto Croce, de principios del siglo XX, quien dice que esta puede ser entendida como una rama de la filosofía que se encarga de estudiar las experiencias sensibles del hombre en el mundo y la clasificación que este elabore de ellas (Croce, 1973); Así, la estética tiene como encargo estudiar la belleza que se presenta en el mundo, siempre desde una consideración mediada por los sentidos. También se puede referir a esta acepción tomada del profesor Pedro Buraglia para la revista Bitácora urbano territorial, en la que define que:

Es un producto humano, ya que no existe en la naturaleza material de las cosas sino en las construcciones de la mente y los sentimientos humanos que buscan entender, explicar o experimentar en sus significados y valores y adquiere, por lo tanto, un valor o "utilidad" propios. (Buraglia, 1988, pág. 42)

En consecuencia la relación entre el usuario y el espacio que este ocupe estará mediada por la experiencia sensible que exista entre ambos, formando una relación dialéctica en la que se provee de sentido a un territorio que comienza a poseer unas características no solamente físicas sino, también, espirituales. De ahí partirá la apropiación de los agentes urbanos sobre los espacios públicos y de consumo que poseen unas características espaciales y físicas y estos agentes que poseen unos *habitus* que, a partir de la experiencia estética, median las relaciones entre ambos.

1.4 LA EXCLUSIVIDAD COMO FENÓMENO SOCIAL

La exclusividad es un fenómeno social discutido y estudiado desde la sociología y la economía, así como desde otras disciplinas que intentan estudiar las relaciones sociales entre poblaciones que habitan aparentemente un mismo lugar, pero que se apropian de éste de manera distinta, según los valores que cada clase social posea (Bourdieu, *Las estructuras sociales de la economía*, 2002). La exclusividad se define como un fenómeno en el cual un individuo según su posición social, condicionada a la clase y a los recursos económicos, podrá acceder a bienes y servicios de mayor costo que a su vez se convierten en elementos de distinción compartidos con otros individuos con similar capital cultural y económico y que representan una excepcionalidad dentro de los bienes que consume mayoritariamente la sociedad; estos individuos tienden a desarrollar gustos exclusivos y sofisticados, a interesarse por desarrollar sus conocimientos y a incorporar en su vida una valoración positiva y un intento de realización efectiva de la belleza (Gayo, Teitelboim, & Méndez, 2013, pág. 101). La exclusividad permite que se configuren elementos de poder entre los miembros de la sociedad determinados por las posesiones y actividades desarrolladas por estos en su vida cotidiana que se traduce en unos estilos de vida diferenciados por aquello que se pueda adquirir y que a mayor precio se hace menos común.

Según Sassen y Sennet, las ciudades se reinventan, no son cerradas o estáticas; por lo tanto, la sociedad que habita la ciudad se presenta como múltiple y no equívoca, con pobladores sin muchas variables en común pero que sí tienen capacidad de convivir a partir de unas normas estatales que permiten cierta cohesión social (Sassen & Sennet, 2015). Esta cohesión no significa mezcla, significa inclusión pero no necesariamente integración; en estas prácticas sociales comienza a formarse ciertos fenómenos de segregación y exclusión en los que quienes poseen campos de distinción los usan para diferenciarse de aquellos que no compatibilizan con sus microcosmos sociales, que se ven reflejados en la estructura de la ciudad. Dentro de estos fenómenos se crean prácticas como la exclusividad de bienes y servicios, que no son de alto flujo en el sistema de bienes de consumo de la ciudad.

La exclusividad comienza a estructurarse, de esta manera, en la relativa escasez que haya de ciertos servicios o mobiliario y su difícil forma de alcanzarlos, poseerlos y usufructuarlos; en consecuencia, el fenómeno de la exclusividad permite que aquellos que no

puedan adquirir estos bienes sean segregados por aquellos que sí poseen los capitales para hacerlo (económico, social o cultural) (Bourdieu, El Sentido práctico, 1991). La exclusividad puede influir en posibles manifestaciones de exclusión, ya que quienes no posean este tipo de capitales no podrán estar al alcance de quienes de alguna manera quisieran tener o usar.

La exclusividad se impone desde el grado superior de la pirámide social jerarquizada que busca diferenciarse del otro a través de medios tangibles e intangibles como el gusto en la ropa, el decoro en la vivienda, el tipo de vehículo que se tiene o la forma de expresarse lingüísticamente. Todo este fenómeno se establece para diferenciar el privilegio del tener y poseer a través de unas luchas sociales que el individuo de manera propia o colectiva llega a disfrutar. De la exclusividad se seguirán otros procesos urbanos de apropiación como la exclusión o la segregación socioespacial los cuales están presentes en la formación de la ciudad.

1.4.1 PROCESOS URBANOS CERCANOS A LA EXCLUSIVIDAD: EXCLUSIÓN Y SEGREGACIÓN SOCIOESPACIAL

En el proceso de construcción y formalización de la ciudad se recrean imaginarios de quienes tienen la capacidad y el poder de ejecutar el ordenamiento urbano. Estos imaginarios son reproducidos en los campos en los cuales los ciudadanos desarrollan sus actividades cotidianas donde se forman las dinámicas de asociación entre semejantes en el espacio de ciudad (Bourdieu, Las estructuras sociales de la economía, 2002). A partir de esto, quienes tienen unos *habitus* definidos buscan a otros que posean unos similares, para así compartir espacios en común que permiten una asociación e identificación entre el individuo y espacio, según lo que Pierre Bourdieu conceptualiza en su obra, en la que señala que hay unas identidades sociales que están mediadas por las condiciones culturales y económicas de quien las posea. De esta manera se fomenta la segregación socioespacial en algunos sectores de la ciudad donde las prácticas sociales, traducidas en un *habitus* individual y colectivo, incitan que ciertos espacios o sectores de la ciudad sean para el acceso, el disfrute o la residencia de unos pocos. Aun así, la segregación socioespacial surge de la exclusión como principal fenómeno diferenciador entre seres humanos que condiciona una amplia gama de actividades

y condiciones que son practicadas o vividas por individuos que son miembros de una sociedad (Díez Nicolás & López Narbona, 2019).

Así la exclusión se comprende como la creación de límites diferenciadores entre individuos que comparten unas características comunes indeseables que conducen a la discriminación y a la devaluación marcada con un signo de estigmatizante hacia la persona que sufre las consecuencias de tal diferenciación (Goffman, 2006). La discriminación es padecida por un grupo o un individuo en relación con sus condiciones sociales o características físicas que involucran el origen, etnia, sexo, condición de género y económica; pero a su vez es ejercida por un grupo o individuo que emocional o físicamente no se quiera sentir relacionado con quien es excluido y no deseable. Los grupos sociales que suelen ser más rechazados son aquellos basados en alguna característica personal más que grupal, lo que implica que la gente es más tolerante con los individuos que pertenecen a un grupo con independencia de su elección (raza diferente) que con aquellos a los que se supone que pertenece debido a su elección personal (Díez Nicolás & López Narbona, 2019, pág. 49). La exclusión es una situación histórica y repetitiva dentro de las sociedades que rechazan total o parcialmente, de cualquiera de los sistemas social, económico, político o cultural, que determinan la integración de una persona en una sociedad (Levitas, 2005).

De lo anterior deviene la segregación socioespacial que se convierte en la forma en que unos pocos, con una identidad definida por su clase social, se excluyen o son excluidos de otros espacios que no están dentro del pensamiento de apropiación territorial. Sobre esto se ha dicho que la desigualdad social se expresa de manera mecánica en la ciudad para provocar que los grupos sociales habiten territorios que no se mezclan entre sí, formulando la teoría “espejo”, en que las situaciones económicas y sociales se reflejan en la forma de habitar la ciudad (Vergara-Erices & Garín Contreras, 2016).

Esta segregación residencial y comercial ha sido un patrón generalizado en las ciudades latinoamericanas en el siglo XX, donde las élites se han asentado en una zona exclusiva y los sectores más pobres de la sociedad en extensas zonas deprimidas, lo que hace evidente la brecha social y económica en la región que se ejemplifica en sectores urbanos o barrios estratificados según las capacidades económicas de quienes los habitan (Sabatini, Cáceres, & Cerda, 2001).

La segregación urbana es motivada por las diferencias entre habitantes de la ciudad y la desigualdad de condiciones que hay entre ellos; esta desigualdad se expresa en el acceso a empleo, educación, salud, transporte público y servicios. De esto puede surgir la duda si la segregación es una situación espontánea en la forma de ocupar un espacio o está planeada por los agentes de ciudad que detentan el poder. La posición de Nilson Espino, en su breve explicación teórica, demuestra cómo la segregación tiene un vínculo con la posesión de dinero y de una identificación de clase que separa de aquellos que no poseen unas cualidades de consumo similares:

El dinero es más un medio que un fin. La posición social se logra a través del consumo y el comportamiento adecuado. La persona consigue, a través de la casa que habita, los objetos que lo rodean, la ropa que usa, y su comportamiento, identificarse y relacionarse con un grupo o clase social que tiene entonces que reconocerlo como miembro. En el área de la vivienda, esto necesariamente implica una segregación espacial por grupos económicos, puesto que, ante la ausencia de reglas fijas de consumo y comportamiento, la agrupación espacial por grupos homogéneos se convierte en una forma privilegiada de establecer el estatus social del residente de manera clara (Espino Méndez, 2008).

En los procesos de configuración urbana y en la creación de la malla residencial, quienes se apropian de estos espacios buscan, a la manera en la que Pierre Bourdieu lo define, diferenciarse de los demás, siendo el punto de tensión más alto entre los grupos sociales que comparten los campos más similares en los componentes económico, social o cultural. Es común encontrar en la ciudad vallas publicitarias que ofrezcan bienes y servicios exclusivos, incluyendo vivienda y comercio, exclusividad ligada a los precios de estos bienes que en la generalidad no son asequibles para la mayoría de la población. Es común que esto se exprese también con estéticas particulares que hacen evidente, a través de los sentidos, la exclusividad de estos bienes; esta estética puede ser reforzada, igualmente, a través de un lenguaje formal que apela a extranjerismos que promueven la idea de peculiaridad y unicidad de este objeto.

De manera mecánica a estos movimientos sociales y urbanos, el consumo de estos grupos cambia y se ajusta a la relación de sus *habitus*. La relación entre consumo y segregación puede ser directamente proporcional en cuanto que a mayor distinción social,

cultural o económica, el individuo o grupo recrea un estatus que se expresa a través de los precios de todo aquello que se ofrece y está disponible para el consumo, incluyendo los bienes que se encuentran dentro de la planificación y el urbanismo (Espino Méndez, 2008). El consumo viene medido, en gran proporción, en la desigualdad social que hay en las sociedades modernas y capitalistas, debido a que la tenencia o no de dinero está relacionada con las condiciones de vida de quienes habitan una ciudad. Esto no significa que la segregación que viven ambos grupos sociales, según el análisis teórico de Bourdieu, no haga parte del aparato global de la sociedad; es, precisamente, en el antagonismo que ambos grupos, tanto los que detentan el poder y los medios como los subalternos, que se forma la sociedad y los *habitus* de clase, uno en contraparte del otro, creando una dialéctica en que las tensiones entre ambas partes permiten que la estructura de la sociedad moderna se conserve.

En el urbanismo actual, esta separación de grupos sociales puede verse reflejada en procesos de gentrificación en lugares antiguos o en desuso de la ciudad como el centro, espacios que son intervenidos por privados o por el Estado para que lleguen habitantes con altos recursos económicos, para alejar igualmente a los antiguos residentes (Vergara-Erices & Garín Contreras, 2016). De esta manera, se fomenta la segregación espacial en la ciudad al crearse espacios disímiles y alejados entre poblaciones pudientes y pobres, sobre todo en materia residencial; tal generalidad tiene sus excepciones, ya que hay casos en los que en zonas de alto costo de habitaciones se encuentra enclaves de baja estratificación.

La segregación espacial es un fenómeno conocido por los habitantes de las ciudades en donde hay una marcada diferenciación de espacios que son habitados y disfrutados por distintos grupos sociales. Esta segregación ha hecho que tanto ricos como pobres se trasladen a las periferias geográficas de las ciudades: los ricos, buscando territorios afines a sus necesidades cotidianas y estéticas, y los que poseen menos recursos, que habitan vivienda social ubicada lejos de las centralidades de la ciudad. La segregación responde a dinámicas del individuo que busca los medios de sobrevivir dentro de un grupo que tenga las mismas características sociales ajustándose a unas características en común. El urbanismo actual busca redefinir o solucionar esta situación de una ciudad fragmentada y segregada (Espino Méndez, 2008, pág. 45), pero esta es una situación que debe comprender tanto políticas de gobierno como de intereses privados, así como cambios en la cultura social de los

ciudadanos, convirtiéndose en una labor que requiere de voluntades no solo económicas, sino también sociales que sean de larga duración. En la imagen 2 se observa cómo en la comuna 14 la estratificación social se compone mayoritariamente de los estratos 5 y 6 con pequeños parches de estratos 2 y 3 que sobresalen en la imagen.

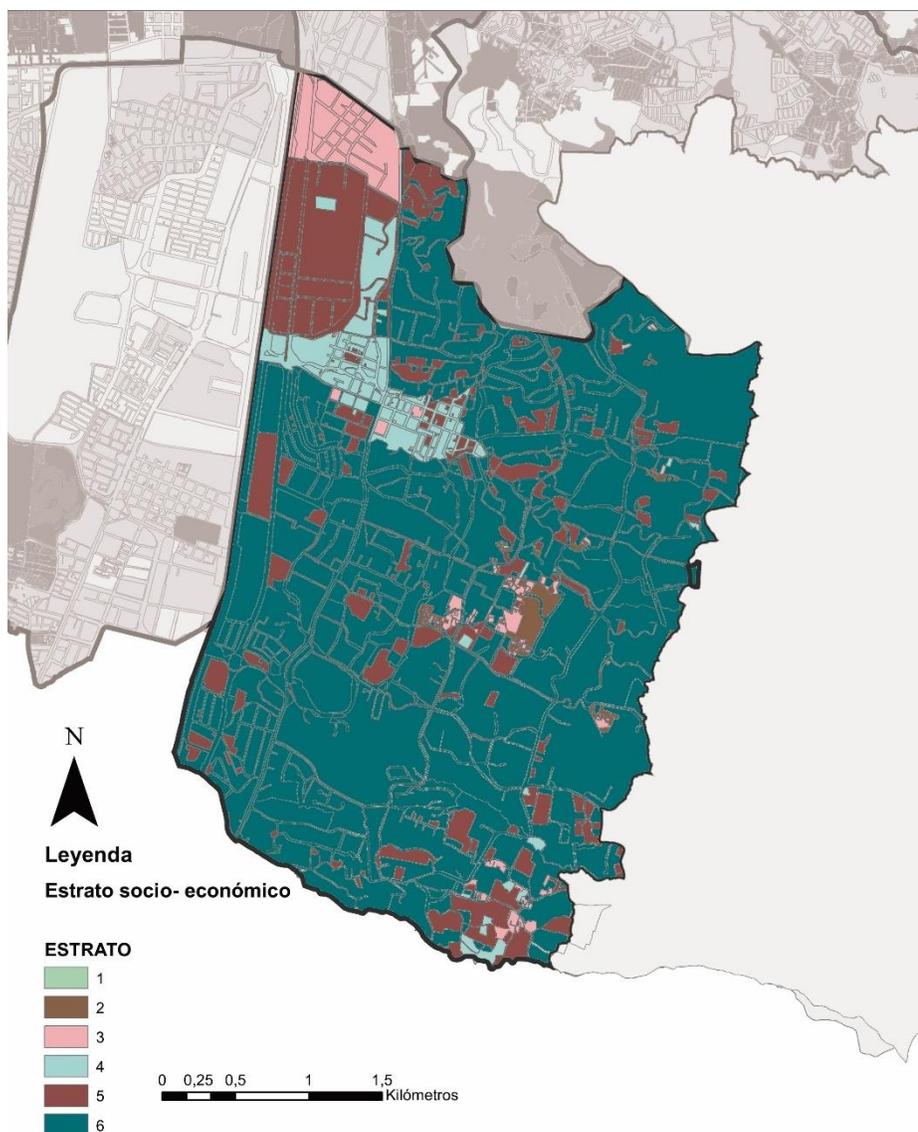


Imagen 3. Cartografía de estratos de la comuna 14. Enclaves Rosa (estrato Tres) y Café (estrato Dos) dentro de la mancha azul (estrato Seis). Fuente: Catastro Municipal.

Esta diferenciación social en cuanto al estrato de vivienda puede permitir que haya exclusión hacia los individuos que viven en estos barrios ya que según Bourdieu estos poseen unos capitales sociales y simbólicos distintos a quienes habitan en los demás barrios de la comuna a pesar de que haya espacios públicos compartidos y geográficamente sean territorios cercanos y similares.

1.4.2 EL CONSUMO DEL ESPACIO Y EL MARKETING TERRITORIAL.

El espacio de la ciudad es consumido de distintas maneras por los grupos sociales que la habitan. Este consumo está reflejado en aquello que la ciudad ofrece dentro de los procesos de economía global, aprovechados tanto por los habitantes de la ciudad como por aquellos que la visitan, buscando un referente económico que caracterice un determinado espacio urbano. Cada región o área urbana busca potenciar aquello que produce para mejorar sus rendimientos económicos, fomentando e impulsando el valor de aquello que es propio del lugar: esta potenciación se conoce como marketing territorial.

En el contexto macro económico mundial, las ciudades buscan una marca propia que las defina y las diferencie de otras, diseñando estrategias que les permita ganar protagonismo en el orden regional y mundial; con estas estrategias cada región urbana pretende definir los productos que ofrece a la aldea global y así generar liderazgo económico que se ve reflejado en lo político y en lo social (Burbano Vallejo, González Cabo, Murgueitio, Cruz, & Moreno, 2013). De esta manera se busca, a través de un planeamiento estratégico, la promoción y el desarrollo de una zona urbana o rural, creando ventajas competitivas frente a otros territorios con características geográficas, culturales y económicas similares. Las ciudades, en calidad de productoras y territorios inmediatos de asentamiento de población, han recurrido al marketing empresarial para incorporarlas en la planificación estratégica como una alternativa para la gestión y la transformación de áreas degradadas, zonas marginadas, suelos de consolidación o también periferias que se potencian para el crecimiento de la urbe (Rua, s.f.)

De esta manera el marketing territorial crea estrategias que impulsan una región o ciudad para la promoción económica de esta, explotando valores culturales, biológicos, académicos, tecnológicos o históricos que hacen de estos territorios únicos o diferenciados de los demás; esto significa que las localidades y ciudades buscan especializarse en términos

de industria, comercio y servicios dentro del panorama global (Benko, 2000). Al atraer capitales por medio de este tipo de estrategias se busca la mejora de la calidad de vida de los residentes o de quienes aprovechan este tipo de ganancias monetarias; además, consecuente a las ganancias económicas hay mejoras físicas realizadas por estamentos públicos y privados. Así, el marketing territorial permite el mejoramiento en el mobiliario público, en las comunicaciones de los territorios, los paramentos de los espacios transitados, renovación en el paisaje del lugar y creación de nuevos espacios para el hospedaje, el encuentro y el tránsito de quienes llegan a estos lugares. De esta manera, las regiones y ciudades se convierten en polos de ventajas comparativas y competitivas frente a otros sitios que no logran ajustarse al mundo globalizado y competitivo.

La estrategia de marketing tiene como consecuencia la consolidación de las fuerzas económicas, ya que redefine y establece una ruta para que los grupos sociales beneficiarios de este tipo de desarrollos puedan ir en la misma vía de quienes promueven este tipo de iniciativas, es decir, en la dialéctica económica el impulso no solo viene desde arriba (Estado), sino también desde abajo (pymes, sindicatos, federaciones industriales y comerciales, entre otras). Así, puede darse un cambio de fuerza de trabajo hacia otras formas de empleo no tradicionales pero que se ajustan a las necesidades globalizadas que, además, fomentan las industrias creativas e incluyentes; por ejemplo, el impulso de trabajo a mujeres o grupos minoritarios o empleos e industrias que protegen el medio ambiente y suscitan iniciativas de sostenibilidad. En consecuencia, el marketing territorial busca la renovación de espacios urbanos degradados o en proceso de obsolescencia para una identidad, uso y apropiación nuevos. En este proceso, hay búsqueda por promocionar la imagen de una ciudad deseada que se proyecta para que tanto locales como foráneos encuentren en ella un espacio que satisfaga las necesidades de los ciudadanos, pero que, a su vez, sea real y contextualizada a los procesos urbanos y sociales que se llevan a cabo en esta. En este sentido, según Antonio Martínez Gómez:

Es necesario aplicar una estrategia de ciudad que se plantee necesariamente, por una parte, la información sobre su realidad actual, para tener bases y argumentos en los que apoyar el proceso de toma de decisiones de los distintos agentes ciudadanos (sociales, económicos y políticos), y, por

otra parte, el conocimiento de las características del modelo urbano que desea la propia ciudadanía (Martínez Gómez, 2004).

De acuerdo con lo anterior, debe manifestarse la unión entre actor urbanos (públicos y privados) y la población que habita estos territorios, para que no exista desfase entre el proyecto y las estrategias y los movimientos reales de la sociedad. La interacción entre todos los actores debe ser permanente y sólida, para que las intencionalidades de cada uno de ellos no desborden las capacidades del otro, fungiendo como sujetos vocales que gestionan el desarrollo del propio territorio.

Una consecuencia de este tipo de iniciativas es la cohesión social en estos espacios, al crear una imagen territorial que permite la identificación entre el valor que quiere explotarse y el individuo que permite que esto se realice, suscitando un fuerte sentido de pertenencia que puede transformarse en reivindicación y defensa de los valores locales (Benko, 2000, pág. 69). En este sentido, hay un desarrollo de apropiación e identidad frente a la semiología de estas estrategias de marketing que permiten relacionar de inmediato el territorio con la imagen o marca que lo identifica. Ejemplos de esto son el café en Colombia, el fútbol en Brasil, la hoja de arce en Canadá o la pasta en Italia. La recordación en la marca dentro del marketing es conocida como *Top of mind* y se refiere al vínculo entre el objeto y la imagen que lo identifica (Roldán Zuluaga, 2010); tanto los gobiernos como compañías privadas buscan que se consolide esta imagen positiva del territorio para, así, obtener mayores beneficios a la inversión que se haga en este.

El marketing territorial tiene como consecuencia que el espacio no solo sea vivido sino que, además, este sea consumido. En estas estrategias también se permite la ejecución de mercados inmobiliarios que se aprovechan de las ventajas y mejoras que trae consigo el replanteamiento de los usos y destinos del suelo, impulsando el mercado y los precios del territorio, que tienden a subir cuando la apropiación y la percepción del usuario cambian cuando estos espacios generan mayor atracción a inversionistas (Pancorbo Sandoval, Zamora Mayorga, Yela Burgos, & Gracia Pulido, 2013).

El marketing territorial también pueden generar efectos negativos en la ciudad al potencializar la competencia con otros territorios que presentan las mismas características geográficas o económicas, explotando en las comunidades los proyectos de marca y

fomentando que el territorio se hiper especialice en un solo ámbito económico en medio de las búsquedas por diferenciarse de los otros, pero creando una notable desventaja en la competitividad al no tener otros recursos de peso o sostenibles para el desarrollo y la competencia producto de una homogenización del capital ofertado por una región (Aranda & Combariza, 2007). El marketing territorial también puede implicar una confusión al impulsar a través del discurso de la globalización la pérdida de los valores Estado/Nación promulgando unos valores que solo se enfocan en el desarrollo económico (Paz, 2004). A partir de esta situación en la homogenización económica, la mano de obra tiende a abarataarse por la sobre oferta presentada del producto o servicio que se ofrece en el territorio, generando a partir de esto una menor capacidad económica de los habitantes del lugar y, así, menor capacidad adquisitiva de los bienes y servicios de su mismo territorio.

El marketing territorial también puede convertirse en un factor político que a nivel local los gobernantes usan para la promoción de sus propias acciones y estrategias de gobierno no con la intención de favorecer la economía local y el bienestar de los habitantes de la región o ciudad sino para asegurar su imagen positiva y una posible reelección valorizando las acciones del candidato y no el desarrollo urbano (Benko, 2000). En la dimensión urbana también puede generarse una burbuja inmobiliaria en los lugares donde se promueve la imagen de ciudad y donde el turismo crece con mayor proporción que en otras áreas, fomentando la gentrificación de ciertas áreas de la ciudad con altos precios de renta o venta que suscita que los habitantes originales a quienes en un principio iba a beneficiar las propuestas del marketing territorial sean segregados y se desplacen a otras zonas que no son tan competitivas y donde la bonanza económica no es igual (Janoschka, 2006).

De esta manera, el marketing territorial o el *citymarketing* se consolida en la actualidad como una de las estrategias más utilizadas para el desarrollo y la competitividad de un territorio, ya sea urbano o regional; este, por medio de la gestión de la imagen de la ciudad, busca la promoción y el mejoramiento urbano junto con el aprovechamiento sostenible de las comunidades que se asientan en ella. Así, la ciudad se visualiza y se emplea como un objeto que se consume tanto por aquellos que habitan en ella así como los que la visitan.

1.5 EL COLECTIVO GAY: ACTOR DE TRANSFORMACIÓN DE LA CIUDAD DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

El colectivo LGBTI (Lesbianas, gays, bisexuales, transgenero, intersexuales) hace parte de la estructura orgánica y funcional de la ciudad, ya que, en esta, habitan integrados a la multiplicidad y variedad de grupos sociales que comprende el universo societario del siglo XXI. Según datos oficiales de la Organización de Naciones Unidas y algunas ONG, la población total de personas que pertenecen a este grupo social puede variar según las condiciones de seguridad del país o ciudad que se ubique, ya que solo se puede contabilizar el número a partir de encuestas de percepción y su respuestas están sujetas a las mismas condiciones del individuo y su entorno, en virtud de que este puede ser hostil a este tipo de condición humana³. En informes de la ONU se establece que probablemente el 15% de la población pertenece a este grupo; de acuerdo con algunas encuestas aplicadas en países europeos, en Alemania el porcentaje está sobre el 7.4% y en España el 6.9% (Carpallo, 2018). Según estos datos, que pueden ser imprecisos, pero son sintomáticos a la situación, se puede inferir que es un número importante dentro de la población urbana en el mundo.

Respecto a la población LGBTI se puede ejecutar un rastreo histórico sobre su planteamiento biológico, social, moral y religioso, pero sobre esto solo es necesario comprender que a este grupo pertenecen aquellas personas cuya orientación sexual manifiesta atracción y vínculos afectivos, emocionales y sexo/eróticas por/hacia personas del mismo sexo (Correa Montoya, 2017, pág. 93). La población gay hace parte de este grupo y en esta se congrega los hombres homosexuales, es decir, aquellos con preferencias sexuales hacia otros hombres.

Dentro del contexto de la ciudad es necesario entender el colectivo gay como un elemento dentro de las dinámicas sociales que tienden a incorporar las poblaciones que en otro momento estaban marginadas o segregadas de los movimientos de la ciudad. Entender el colectivo gay no es una tarea simplista, porque dentro de esta también surgen tensiones y situaciones de segregación supeditadas a condiciones que también tienen lugar en otros grupos como la exclusión a partir del componente económico, exclusión por expresiones

³ Según información del portal digital Colombia Diversa, 74 países consideran la homosexualidad en cualquiera de sus manifestaciones como un delito, con pena de muerte en cinco estados pertenecientes a la ONU (Colombia Diversa, 2019).

estéticas o por condiciones raciales. De allí que este grupo social presenta tensiones que son tanto *Ad extra* (desde fuera del grupo) como *Ad intra* (desde adentro), lo que hace que se origine una problematización permanente, que es de carácter sociológico e histórico, y se expresa en la planeación de la ciudad contemporánea. Estas situaciones de tensión están circunscritas en fenómenos antropológicos como la aporofobia y la endofobia.

Acerca de este último término, se han elaborado investigaciones en Colombia que buscan identificar la situación sobre los problemas internos dentro del colectivo gay en donde se produce discriminación por raza, clase, edad, identidad o gustos sexuales (Castelar & Quintero 2010; Zamora Peña 2015; Esguerra Muelle & Bello Ramírez, 2014). Según estos estudios, hay situaciones que causan tensión dentro del grupo social motivados por desconocimiento, por falta de interés en las luchas de las minorías o por temor a ser confundidos con aquello se muestra más distinto a la “normalidad” que está ligada a los normas de conductas alienadas a una moral heteronormativa y cristiana.

La perspectiva de género se ha convertido en un elemento constitutivo en el estudio y aplicación de la disciplina del urbanismo actual, al considerar dentro de la planeación urbana todos los actores sociales que habitan la ciudad y evitar, en consecuencia, la comprensión homogénea (unificadora de actores sociales) que de manera utópica está en constante búsqueda de la justicia y el derecho (Castells, 1998; Lefebvre, 1975).

Así, se puede comprender que habitar la ciudad no es solo trabajar, dormir, alimentarse y descansar: es más que la simple combinación de estos factores. De acuerdo con investigadoras en género y urbanismo, habitar significa “desarrollar las diferentes esferas de la vida en igualdad de oportunidades, con intensidad e integridad” (Muxí Martínez, Casanovas, Ciocoletto, Fonseca, & Gutiérrez Valdivia, 2011, pág. 4). La ciudad debe ser, de esta manera, complejizada por la multiplicidad de actores que la habitan y la transforman de manera permanente, esto significa que el urbanismo en perspectiva de género busca no silenciar al hombre en pro de dar una voz a la mujer y a los demás actores sociales, sino que todos puedan residir en este espacio de la manera más equitativa posible, al tener en cuenta las necesidades de cada uno.

El urbanismo de género pretende replantear la visión de la ciudad como centro de producción, como lo puede inferir el urbanismo de finales del siglo XIX y afianzado a

principios del XX (Carta de Atenas), además de dar visión y estructura que garanticen condiciones de habitabilidad más adecuadas a quienes tradicionalmente no son incluidos en la toma de decisiones en la planeación de la ciudad; es decir, convertir la ciudad en un espacio inclusivo e incluyente sin discriminación por asuntos sexuales que se pueden extender a categorías étnicas, etarias o también educativas y económicas. Se infiere que el urbanismo con perspectiva de género busca un cambio sistemático en el pensamiento colectivo sobre los roles de género y los espacios de ciudad en la tradicional dialéctica público/masculino - privado/femenino (Ortiz Escalante, Ana; Col lectiu punt 6, 2017). Esta dialéctica es resumida por Sánchez de Madariaga, quien comenta que esta diferenciación se manifiesta en grandes rasgos por la “división sexual del trabajo, de los papeles que ambos realizan en la esfera pública y en la privada, en el ámbito del trabajo reproductivo no remunerado y en el del trabajo efectivo” (Sánchez de Madariaga, 2016).

Considerando lo anterior, el urbanismo de género no solo aboga las situaciones que ocurren en el espacio público o que son de dominio tradicional del hombre; este piensa, además, la configuración de los espacios privados incluido el doméstico, históricamente considerado como un espacio para la mujer. Consecuentemente a lo anterior y según lo que se manifiesta en el artículo ‘¿Qué aporta el urbanismo de género al urbanismo?’, se puede entender que:

La perspectiva de género aplicada al urbanismo significa poner en igualdad de condiciones las exigencias derivadas del mundo productivo y las derivadas del mundo reproductivo, es decir, las necesidades cotidianas de atención a las personas (Muxí Martínez, Casanovas, Ciocoletto, Fonseca, & Gutiérrez Valdivia, 2011).

Así se puede configurar la ciudad como creación colectiva donde la voz sea múltiple y no sea emitida solo por una tecnocracia político-técnica (Seminario de urbanismo inclusivo, 2012). En esta creación colectiva debe haber consideración de género al querer racionalizar esta voz que no es unívoca, sino que es un compendio de múltiples grupos sociales que no se limitan al régimen binario (hombre - mujer) o a la pirámide patriarcal. De esta manera, se puede ejercer una real participación ciudadana como herramienta democrática que permite

que la urbe sea más justa, equitativa y justa, como lo expresa Isabela Velázquez en su introducción al Seminario de urbanismo inclusivo celebrado en Barcelona, España (2012).

De esta manera, el urbanismo permite dar visibilidad social a los que no han tenido un papel preponderante en la configuración de las redes de ciudadanía, como el caso del colectivo LGBTI (Hernandis, 2018). En la actualidad, el urbanismo desde una perspectiva de género está enfocado sobre todo en la visión feminista de la ciudad con una menor cuantía de estudios sobre las poblaciones diversas y su participación en la ciudad.

Muchos autores han repensado el papel de la mujer y las poblaciones diversas para proyectar el urbanismo futuro, sobre todo en países europeos y en Estados Unidos, aunque las investigaciones también se han irradiado a América Latina. Richard Florida es un ejemplo de estos autores, al definir los componentes necesarios para planear la ciudad con base en una economía creativa (Florida, 2002). Dentro de sus componentes de la ciudad creativa se sitúa el *índice gay*, que se define como las condiciones de seguridad y confort que tiene la población gay en una ciudad cuya consecuencia es mayor habitabilidad para toda la población al ser territorios en los que hay menor discriminación y segregación.

La aplicación del urbanismo de género debe remitirse no solo a lo teórico o conceptual, sino también a la realidad de la planeación de las ciudades, pensándolas desde las perspectivas de sus actores. De esta manera, se plantearía un mobiliario urbano que permita la apropiación de toda la población reconociendo la igualdad de los derechos de los habitantes de la ciudad (Ortiz de Lejarazu, 2017). También estructuras de vivienda, comercio e industria que contemplen, además de generalidades de las personas que las habitan, transitan y usan, las especificidades que redunden en la inclusión real de los ciudadanos tal como lo evidencian estudios sobre la población gay y su relación con la ciudad (Pastor, 2018). Esta se refleja en espacios urbanos acondicionados y que garanticen seguridad, participación y confort, así como espacios privados pensados para toda clase de personas, constituidos en varias esferas: “productiva (trabajo remunerado), reproductiva (cuidado de personas y del hogar), personal (ocio, deporte y cuidado) y comunitaria (mejora de la sociedad o la comunidad donde se vive)” (Ortiz Escalante, Ana; Col lectiu punt 6, 2017, pág. 7). El desenlace de toda esta aproximación teórica debe ser estudios más rigurosos sobre las necesidades físicas y sociales de los actores urbanos.

Al plantearse este tipo de situaciones, se pueden establecer espacios de equidad que estén pensados para todo tipo de usuarios donde no se ejemplifique una segmentación en términos de género. Lo anterior requiere, no solo de inversión técnica y económica, sino también de voluntades en la esfera de gobierno, para hacer posible el real entendimiento de los ciudadanos junto con una redefinición epistemológica desde los posicionamientos teórico y metodológico del urbanismo (Torres Zuccardi, 2006).

Dichos espacios de equidad son los entornos donde se vive la cotidianidad del urbanita que, según Muxí et al, se pueden dividir en seis: Los espacios públicos o de relación, los equipamientos, la movilidad, la vivienda, la participación y la seguridad (Muxí Martínez, Casanovas, Ciocoletto, Fonseca, & Gutiérrez Valdivia, 2011). Todos estos deben converger para que la dinámica de la ciudad permita la convivencia y la inclusión de la heterogénea población que tiene necesidades y proyecciones distintas construyendo una ciudad desde la diferencia. Aunque el enfoque no es directamente relacionado con la población LGBTI, este grupo puede tomar las apreciaciones y orientaciones que ha hecho el urbanismo de género sobre las mujeres, por ejemplo, el empoderamiento, la visibilidad, el diagnóstico, la evaluación y las propuestas de planeación que sean dadas por este grupo social, para así poder ser diluidas las amenazas y obstáculos que puede tener este grupo en la ciudad.

A pesar de las políticas públicas existentes, con las que se busca la visibilidad de la población gay y la restitución de sus derechos como ciudadanos, el proceso de asimilación capitalista y de consumo ha permitido que la misma población se segmente creando diferencias o exclusión según las capacidades o capitales que los individuos posean, así como lo establece Bourdieu. Dentro de las dinámicas de la ciudad se ha mercantilizado a este segmento de la población como elemento que puede ser rentable en la economía urbana ya que una de las consecuencias de la visibilización es el posterior consumo que los gays tienen dentro de la ciudad. Sobre esto escribe Karla Camacho ejemplificando la situación de segmentación de las personas gay diferenciando entre ricos y pobres:

Como efecto de este mercantilismo, se soportan públicamente ciertos eventos y a sus protagonistas, en este caso el colectivo LGTB, pero solo porque sirven para llevar adelante el negocio; se les permite tener visibilidad porque tienen dinero y consumen, pero no porque se respete a las personas o a la

homosexualidad. El *gaycapitalismo*, por lo tanto, es para el citado activista un sistema que amplifica la exclusión, porque no todas las personas homosexuales tienen dinero ni patrones de consumo como los que se les atribuye en el imaginario dominante: hay bastantes homosexuales pobres, desempleados, que no tienen prestaciones, que padecen enfermedades y que escapan del modelo de identidad clasista y capitalista del discurso sobre el consumo gay (Camacho Rodríguez, 2019).

En la práctica del urbanismo y la perspectiva de género que incluya la población LGBTI cabe mencionar la situación que ocurre en España. Allí existe una normativa, la Ley 2/2016 de Identidad y Expresión de Género e Igualdad Social y la Ley 3/2016 de Protección Integral contra la LGTBIfobia y la Discriminación por Razón de Orientación e Identidad Sexual, que incluye los planes urbanísticos para que esta normativa sea implementada en ellos. Sobre esta cuestión, cabe nombrar el plan de construcción de viviendas en la ciudad Boadilla, frenado por sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Madrid, al no tener en cuenta las consideraciones de género dentro del proyecto (Ñudi, 2017).

2 EL POBLADO: TERRITORIO DE DISTINCIÓN Y RELACIONES DE PODER EXCLUSIVAS

Las clases con mayor poder adquisitivo de Medellín han estado en permanente movimiento desde la misma fundación de la ciudad (Avendaño, 1998). El centro urbano de la colonia era aquel que acogía a las élites que residían alrededor de la plaza central hoy llamada *Parque de Berrío*. Junto a los centros de poder, que eran la Iglesia y el cabildo, estaban también las residencias de los ricos y adelantados de la población. Conforme la pequeña urbe colonial crecía, sobre todo después del periodo de Independencia, las élites buscaban espacios lejos del ajetreado centro y planearon asentarse a principios del siglo XX en las faldas que se ubicaban hacia el norte de la quebrada La Hueso, detrás de la Catedral Metropolitana, que en ese momento estaba en construcción, y en la ribera de la quebrada Santa Elena (Botero, 1993, pág. 17). A mediados del siglo XX se produjo otra movilización de las personas más acaudaladas hacía el barrio Laureles, ubicado en Otrabanda, y durante los años 60, 70 y 80, hacia la ladera suroriental en el barrio El Poblado, donde han expandido sus fronteras hasta colonizar las altas laderas de la montaña con una movilización actual de las personas con mayor poder adquisitivo hacia algunas zonas del Valle de San Nicolás, Llanogrande y Sajonia. En la imagen 3 se puede observar una panorámica general de la comuna 14 de Medellín desde el cerro Nutibara, donde se aprecia el desarrollo urbano y la densidad de construcciones que hay en este territorio de la ciudad



Imagen 4. Panorámica de la comuna 14 de Medellín. Elaboración propia (2018)

De esta manera la movilización de las élites conlleva a que las formas de sociabilidad se vean permeadas en las maneras de apropiarse y habitar un lugar como ha ocurrido en El Poblado. El hecho social de movilización de personas con mayor poder adquisitivo refiere de manera automática el cambio de flujos de capitales a otras zonas geográficas, permitiendo que se generen fenómenos de obsolescencia, gentrificación, aceleración económica y valorización, entre otras condiciones que suceden cuando hay movilidad humana. En la comuna 14 de Medellín, al ser el lugar donde se encuentra la propiedad raíz más costosa de la ciudad (Promedio 6.000.000 pesos según algunas constructoras como Conaltura, 2019) y, por ende, las personas que pueden acceder a este tipo de propiedad, se permite entonces mayores flujos de capitales e inversión de empresas privadas, así como personas naturales que conforme se apropian del lugar lo ajustan y lo transforman. Esto ocurre con las constructoras que, en sinergia con algunos elementos estatales, en las más recientes décadas

han delimitado y proyectado el espacio urbano de El Poblado. Así mismo, se debe tener en cuenta la influencia de los capitales privados de carácter ilícito que también han aportado a la formación de la comuna en las últimas décadas.

Los límites urbanizados de la comuna se extendieron no solo hacia la ladera, sino también, de manera vertical, con edificios de altura de usos residencial y comercial, en donde se pueden encontrar en su arquitectura y su diseño las estéticas que particularmente traen consigo un *habitus* de la población con más altos ingresos de la ciudad (Bourdieu, Poder, Derecho y clases Sociales, 2001). El parque de El Poblado, sus alrededores y toda la comuna se convirtieron, así, en el área de mayor riqueza de la ciudad, con una calidad de vida que supera en mucho los demás barrios de Medellín, con un estándar de 75,3, según el indicador multidimensional⁴ de condiciones de vida (Medellín cómo vamos, 2018, pág. 17).

La llegada de las mafias del narcotráfico introdujo en la ciudad y en la comuna de El Poblado un esplendor de capitales y fortunas que permearon el territorio de gran cantidad de dinero desde finales de los años 70 hasta la actualidad (Rodríguez, 2009). Estos dineros se mezclaron con los dineros legales provenientes de aquellas empresas y negocios tradicionales que habían nacido en Medellín décadas atrás. Tal situación impulsó lujos exorbitantes y construcciones muy características de aquellos que se beneficiaron de este negocio de las drogas y el comercio ilegal.

Las ciudades actuales tienen una caracterización y una jerarquización de sus individuos a partir de la capacidad y del poder adquisitivo de sus urbanitas; de ahí se desprende, que en los habitantes se cree una estructura piramidal no formal que depende de su forma de habitar el espacio y las capacidades de adquirir o acceder a todo lo que la ciudad ofrezca. Por esta razón, la ciudad y los distintos territorios que la componen se pueden convertir en sujeto de deseo que para ciertos grupos sociales subalternos o marginado es inalcanzable o intransitable, en virtud de sus condiciones sociales y económicas, quedan excluidas de las garantías y comodidades que esta ofrece a partir de unas condiciones estructurales de

⁴ El indicador multidimensional mide el entorno y calidad de vivienda, acceso a los servicios públicos, medio ambiente (percepción frente a distintos tipos de contaminación urbana, escolaridad en el hogar, desescolarización, movilidad, capital físico en el hogar, participación democrática, libertad y seguridad, vulnerabilidad, salud, trabajo, recreación, percepción de calidad de vida, ingresos. Este sirve como medidor global de la calidad de vida en las unidades territoriales (comunidades) y en la ciudad.

servicios y equipamiento que están mejor proveídas en los lugares más exclusivos de las ciudades.

Allí, donde hay más capacidad adquisitiva de sus habitantes, los precios de lo que se comercializa tienden a incrementarse y ser mayores que en otras zonas de la ciudad. Esta es la comuna de Medellín donde la vivienda tiene el más alto costo por m², con un promedio de 6'500.000 COP, así como donde el comercio es el de más alto valor (Ballesteros Altuve, 2018).

2.1 EL POBLADO, TERRITORIO DE EXCLUSIVIDAD: TRASFORMACIONES DEL TEJIDO RESIDENCIAL, PARQUES Y CALLES

El Poblado es una de las 16 comunas y 5 corregimientos en los que se divide Medellín. Su ubicación geográfica es la zona suroriental de la ciudad, en el extremo de la zona media del Valle de Aburrá. Es la comuna más grande territorialmente de todo el municipio, abarcando casi un cuarto de la zona urbana, con 1.432 hectáreas (Medellín, Plan de desarrollo Comuna El Poblado, 2010, pág. 18). A pesar de sus dimensiones, no es la comuna más poblada, en cambio es la de menor densidad poblacional, aunque sí es la que presenta los índices de ingreso y de calidad de vida más altos de la ciudad (Alcaldía de Medellín, 2016, pág. 154).

Cuando Medellín se convirtió en la capital de la provincia en el siglo XIX y adquirió el título de ciudad, la población comenzó a crecer en términos exponenciales y la naciente industria que se fundaría allí se instaló en la margen suroriental del río hasta finales de siglo XX, lo que trajo nuevos habitantes y propietarios que dieron un pequeño enfoque residencial a la población denominada corregimiento en 1865, junto con las fincas de recreo que desde esta época se construyeron en las zonas bajas y medias de todo el sector (Peralta, 2001, pág. 29). Hasta recién comenzado el siglo XXI, algunas de estas fincas aún sobrevivían, como La Francia, Ceylán y San Fernando, no obstante hoy en día han desaparecido, para dar paso a edificaciones de altura dedicadas al comercio y al turismo sobre todo alrededor de la Avenida de El Poblado.

En el inicio del siglo pasado, alrededor del parque se construyeron más casas que le daban al sector aire de pueblo. Así, aparecieron los barrios Lalinde, Lleras, Astorga y Manila. Desde ese entonces, el área ha tenido diferentes cambios en la apropiación del suelo, pasando por diferentes usos como fincas ganaderas y de cultivo, así como lugares de recreo en los siglos XVIII y XIX, hasta la situación actual, en la que la mayoría del espacio ha sido urbanizado con fines habitacionales, industriales y comerciales (Melo, 1996).

El origen del parque y toda la centralidad lo da el templo católico que está en la banda oriental de este; El Poblado fue un lugar doctrinero cuya destinación era, entre otras, la evangelización de los indígenas allí establecidos. A finales del siglo XIX se estableció en el frente del templo un parque destinado a ferias o mercado, para activar la producción de

mercancías alimenticias de la zona y el movimiento de personas entre el corregimiento, Medellín y Envigado (Peralta, 2001). En la imagen 4 se observa la fachada principal del templo actual de San José en el parque de El Poblado, esta sirve como referencia del barrio y la comuna a pesar del crecimiento urbano que ha tenido el sector en las últimas décadas.

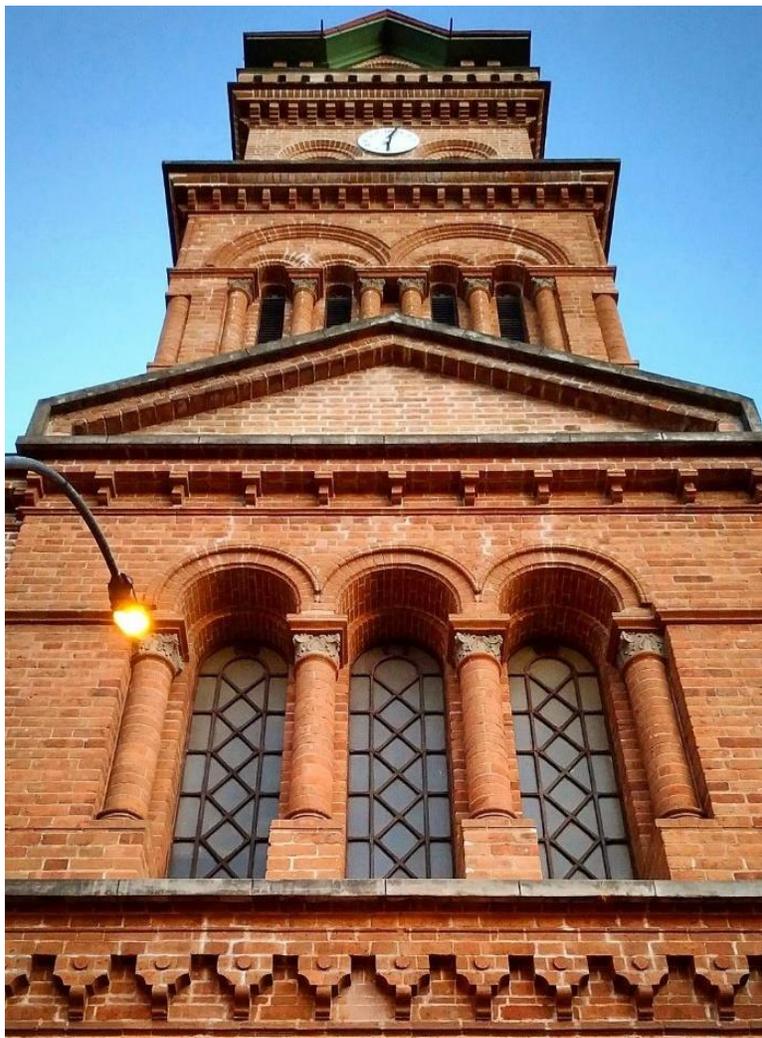


Imagen 5. Fachada del templo San José, de El Poblado. Elaboración propia (2018).

El Poblado era habitado por distintos tipos de personas según las condiciones económicas que los caracterizaban: los más ricos, que estaban en las fincas por temporadas cuando salían del centro urbano de Medellín y cuyos nombres familiares dieron nombre a los actuales barrios o zonas de la comuna (Los González, Los Parra) o por el nombre de las fincas (Chipre, Alejandría, Oviedo, San Fernando, La Francia, Castropol, Ceylán, Patio Bonito, Palermo y Lorena, entre otros); las familias de nivel de ingresos medios, que eran los

comerciantes asentados alrededor de la Iglesia y que se dedicaban a proveer de bienes y servicios al pequeño caserío. Y los de ingresos bajos o “pobres”, que eran los trabajadores o agregados de las fincas y que hasta hoy se asientan en barrios como El Chispero, El Hoyo, El Garabato o La Chacona. Aunque el plan ‘Medellín Futuro’, de 1903, no incluye el sector El Poblado, algunas de las mejoras modernas fueron la instalación de un acueducto y la apertura de algunas calles.

Posteriormente en las décadas de los 30 y los 40 tuvieron especial carácter urbanizador en el barrio, ya que el crecimiento acelerado de la población de la ciudad incentivó la búsqueda de nuevas zonas residenciales para población obrera y profesional de clase media. Por esta razón, se construyó el primer barrio “planificado” en la zona: el Lleras, en el que, con financiación del Banco Central Hipotecario, se construyó 45 casas de tres tipologías diferentes con un parque en la zona alta de la iglesia San José (Peralta, 2001). Esto permitiría la ampliación de lugares de vivienda y circulación, junto con la constitución de espacios de educación como el colegio femenino Palermo de San José. El barrio adquirió este nombre en honor al presidente del banco, Julio Eduardo Lleras. Estos lugares de urbanización implicaron comercio como locales de abastecimiento y tiendas de surtido permanente para la población ya asentada. Sucedió entonces la primera transformación no formal de cambios de programa en algunas edificaciones del barrio, como el bar Niágara, localizado cerca del parque Lleras.

Luego de los años 50 y 60 del siglo XX, El Poblado se hizo parte de la zona urbana de Medellín y la apropiación urbana alrededor del parque cambió de manera radical, desplazando su poder comercial, civil y religioso a otras zonas de la ladera que conforma el barrio: la avenida que llevaba al centro de la ciudad se amplió para dar paso a los vehículos de tracción a gasolina, aparecieron las zonas de comercio formal para atender las necesidades de los nuevos habitantes de la zona y en los años 60 y 70 se fundaron nuevas parroquias en los barrios periféricos al parque y que evidencian el crecimiento residencial, sobre todo de casas de una y dos plantas en los barrios Lleras y Lalinde. Así, las fincas ubicadas al margen del río y en las laderas de la montaña dieron paso a barrios de casas con las que se aumenta la población obrera y de clase alta en toda la zona (Melo, 1996). La formación de estos espacios incluye la generación de espacio público con condiciones particulares por la

característica de los barrios de El Poblado que apenas comenzaban a organizarse y a crecer en medio de la urbe, que medianamente era planificada conforme crecía su población.

La apropiación y la planeación del espacio público en la comuna cambiaron respecto a la construcción de nuevos espacios de encuentro como centros comerciales y zonas comunes de las unidades residenciales. El trazado de nuevas calles y formas de urbanización que tuvieron lugar en El Poblado durante las décadas de los 80 y 90, y que hasta la actualidad permanece como forma regular de planeación y construcción del espacio en el lugar. La crisis de la violencia urbana en Medellín, junto con los peligros que acarrearba permanecer en espacios abiertos como calles y parques, incentivó a la construcción de unidades de vivienda cerradas con enmallado y seguridad privada permanente.

Este conflicto, la ciudad abierta, el vecindario, la calle como espacio de encuentro y de intercambio fueron sistemáticamente rechazados por muchos habitantes, quienes respaldaron cada vez más la posibilidad de encerrarse en sus conjuntos residenciales, con el anhelo de tener tranquilidad y seguridad. (Sanín Naranjo, 2010, pág. 127)

En el centro de la comuna se encuentra el parque de El Poblado y la Iglesia de San José, los hitos arquitectónicos más antiguos de toda la comuna, y en sus alrededores el actual polo de comercio, servicios y financiero en Medellín, llamado Milla de Oro. A partir de estos se ha desarrollado todo el sistema urbano y residencial del área, junto con las distintas formas de espacio público de esta zona, promovidas por el crecimiento residencial del lugar. Entre sus elementos se destacan las zonas de libre acceso como los andenes de los barrios Astorga, Poblado y Provenza, que se ubican entre la calle y el paramento de las casas, que a lo largo de su historia han cambiado de vocación o destino al tener al inicio un uso residencial y se han transformado en espacios de comercio, donde se puede observar espacios de ocio como restaurantes, bares, galerías, discotecas, tiendas de ropa, mercados y comercio de servicios, hoteles, hostales, agencias de viaje, entre otros. En los alrededores también hay centros educativos como el INEM y el colegio El Palermo.

2.2 MORFOLOGÍA Y CAMBIOS DEL SUELO EN EL BARRIO EL POBLADO

La zona de estudio comprende el barrio El Poblado, de la comuna 14. El parque tuvo un desarrollo inicial en la Colonia española, cuando este era un resguardo de indígenas; en el siglo XIX, luego de la independencia el territorio, aún lejano de Medellín, constituía una pequeña aldea a mitad de camino entre la ciudad y Envigado. En las primeras décadas del siglo XX, su desarrollo urbanístico tuvo notables cambios, ya que se convirtió en zona de estación del ferrocarril y del tranvía. El barrio Lleras fue fundado en 1936 y el barrio Provenza, en 1956; ambos barrios son parte del proyecto urbanizador financiado por entidades bancarias y de crédito en la ciudad, en este caso por el Banco Central Hipotecario.

El plano general de Medellín, elaborado por el Departamento Técnico del Municipio en 1938 (Imagen 5) no muestra aún el desarrollo de estos dos barrios que están cercanos al parque y a la iglesia de San José: en él se ven solo dos asentamientos nombrados en el mapa como El Poblado y Andalucía, con pocas calles de longitud. En este fragmento del plano se puede observar la línea férrea que pasa por el sector y el río Medellín aún sin rectificar.

El desarrollo de estos barrios a mediados del siglo XX fue de carácter habitacional, con una forma de construcción moderna, según los estándares de la época, en donde los lotes de las casas tenían considerable amplitud. En un plano de 1944, elaborado por la sección de Urbanismo de la Dirección de Obras Públicas Municipales (Imagen 6), se muestra el desarrollo del barrio Lleras entre la calle 10 y la quebrada La Presidenta; en este, además se muestra el río rectificado.



Imagen 6. Fragmento del plano general de Medellín en 1938, con base en planimetría –de la Sala Belisario Betancur. Fuente: Biblioteca Darío Múnera Vélez, de la Universidad Pontificia Bolivariana.



Imagen 7. Fragmento El Poblado, del plano de Medellín de 1944, por la sección de Urbanismo de la Dirección de Obras Públicas Municipales. Fuente: DAPM Biblioteca Pública Piloto.

En la zona sur de la ciudad, en el proyecto Plan Piloto de Medellín, de Paul Lester Wiener y José Luis Sert, de 1950 (imagen 7), se muestra la proyección de la avenida El Poblado, fundamentada en la importancia que dió este plan de desarrollo de la ciudad al automóvil, situación que se mantiene en la actualidad, siendo este un medio de transporte de gran importancia para la movilidad urbana; antes de la creación de la avenida, la comunicación con el centro se hacía por un camellón que partía de la zona occidental del

parque El Poblado, hasta convertirse en la carrera Palacé. Esta zona está totalmente diferenciada de otros usos, ya que con el mencionado proyecto se buscaba zonificar el área de la ciudad de la industria y la residencia.

En este no se muestra el barrio Provenza, pero se evidencia un núcleo barrial que se desarrolla en primer lugar en torno al parque El Poblado y unas cuabras más hacia el oriente en torno al parque Lleras. Esta estructura barrial no estaba aún unida a la conglomeración urbana de Medellín y se presentaba como aislada del centro. Ambos barrios eran fincas que, al ser loteadas, conservaron sus nombres, al igual que otros cercanos, como Vizcaya, Lalinde



o Manila.

Imagen 8. Fragmento de El Poblado en el plano de Medellín de Weiner y Sert. Town Planning Associates. 1950. Fuente: Biblioteca Darío Múnera Vélez, Universidad Pontificia Bolivariana.

En el plano de zonificación y límite urbano de 1956 de la oficina del Plan Regulador del mismo año se evidencia una de las razones del aislamiento del barrio El Poblado a

mediados de siglo: la destinación que se asignó a los predios y lotes ubicados entre la centralidad de Medellín y el barrio; esto tuvo un destino industrial hasta mediados de los años 90, en toda la zona de los barrios Colombia y Villa Carlota, con fábricas e industrias como Argos, Simesa, Cartón de Colombia, Fábrica de Tubería y Pintuco. A pesar de la proyección de Weiner y Sert, la zona de industria estuvo ubicada muy cerca del corazón de El Poblado por muchas décadas. En la imagen 8 de 1957 ya se observa un crecimiento importante de la zona que se forma como zona residencial con la presencia del nuevo barrio Provenza unido al barrio Lleras.

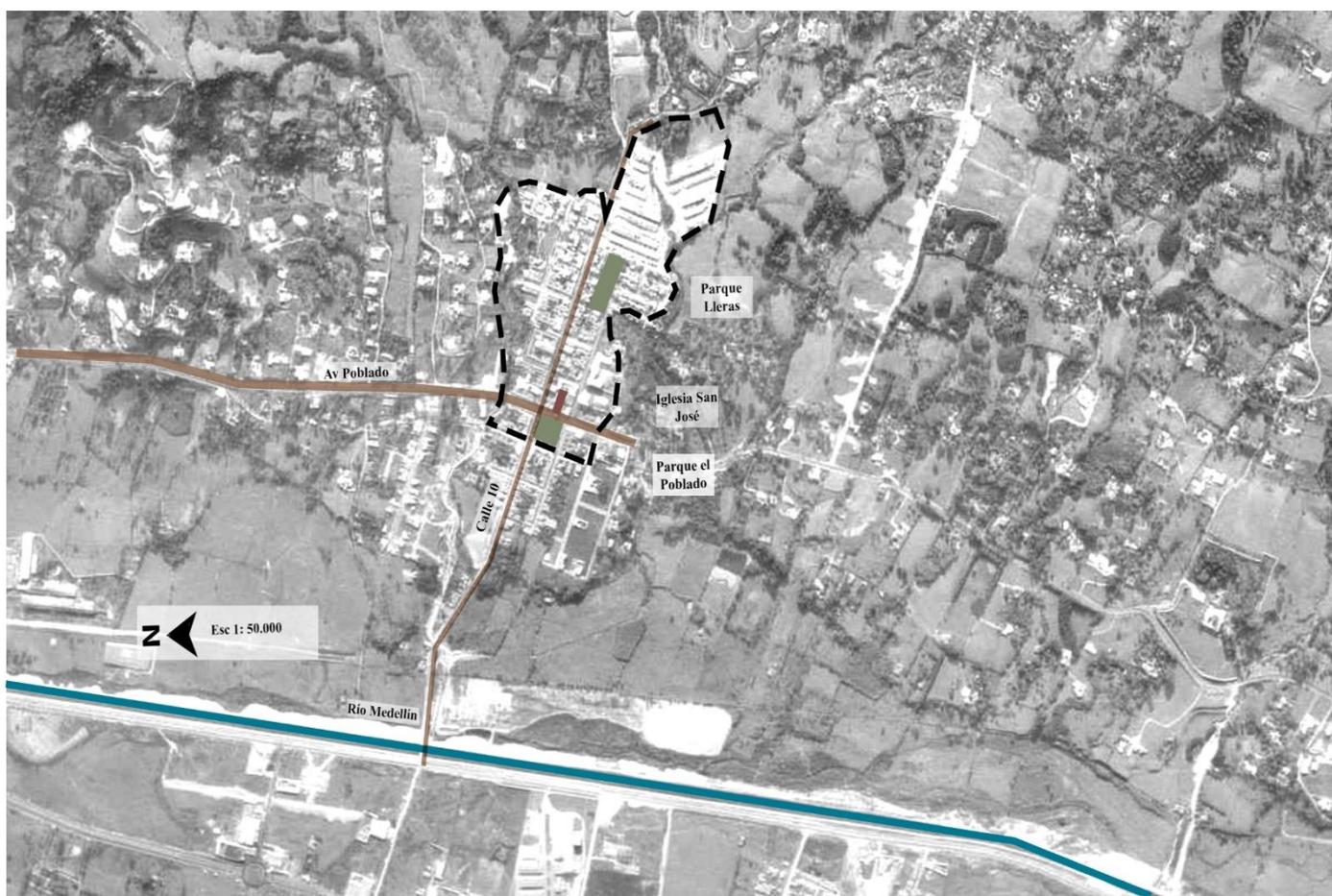


Imagen 9. Fragmento de Fotografía 3567, vuelo M153, de 1957, del barrio El Poblado. Cortesía: Instituto Geográfico Agustín Codazzi. Lleras, en rojo se identifica la iglesia de San José y en verde el parque Lleras y el poblado, en café la calle 10ª, que viene desde el río Medellín y la Av. El poblado.

A partir de las décadas del 60 y el 70, ocurre el mayor crecimiento poblacional, en el que se da prioridad al automóvil como medio de comunicación con otros territorios de la ciudad, ya que el tranvía había cesado su funcionamiento en 1951. Esto significa que el espacio va a contener alta densidad de automóviles que, en cierta manera, condicionan las formas de relacionamiento entre quienes ocupan los espacios habitados y quienes proceden de otras zonas de la ciudad. También comienzan el loteo paulatino y la desaparición de las antiguas fincas de recreo que estaban ubicadas a lo largo de la ladera suroriental de la ciudad para dar paso a unidades habitacionales y nuevas zonas de comercio. En cuanto a equipamientos urbanos de la zona, se proyectan dos parques y algunas zonas verdes que aún no están construidas. En 1966, por decreto del arzobispo Tulio Botero Salazar, se funda la parroquia La Divina Eucaristía, en el barrio Provenza, en el sur, en la nueva zona de urbanización más allá de la quebrada La Presidenta. La presencia de este espacio religioso implicó la consolidación definitiva del barrio. Frente al templo fue construida una cancha multipropósito para el barrio, que funciona hasta la actualidad, junto con un gimnasio al aire libre que se localiza contiguo a esta.

El Instituto Geográfico Agustín Codazzi elaboró planchas topográficas en el transcurso de los años 70 y 80 (imágenes 8, 9, 10) en las que se dibujaron planos aerofotogramétricos en los que se muestra, con mejor detalle, la estructura barrial y la composición de las manzanas, tanto de la zona del parque El Poblado como las de los barrios Lleras y Provenza. En estas planchas se exponen el trazado de la calle y la longitud de los predios; asimismo, la profundidad que estos tienen desde la calle y la presencia de patios o solares interiores en las residencias del barrio. Ambos planos dejan evidencia de la aparición de espacios comerciales y culturales distintos a los espacios religiosos tradicionalmente ubicados en la zona. En su reciente creación se demuestra la evolución social y demográfica de la zona que incorpora nuevos espacios urbanos, que responden a las necesidades de la población asentada en ella. También, se evidencian instituciones financieras sobre la avenida y una zona de mayor complejidad y densidad comercial sobre la calle 10, en la que se ven espacios comerciales y de consumo como galerías, tiendas, talleres, centros especializados en salud, centros de estudio y centros comerciales. En las planchas se puede ver el cambio de nomenclatura de las carreras, que se conserva hasta la actualidad.

En la década de los 50 comenzaron a incrementarse los costos de vivienda y comercio en la zona, debido al atractivo que tiene para los habitantes de la ciudad. Estos barrios son ocupados por personas de ingresos medios - altos y altos que abandonaron sus viviendas en el centro para buscar zonas más tranquilas aunque igualmente conectadas con otros barrios. Por medio del sistema de valorización, se comenzó a cobrar a los residentes las obras de mejoramiento del barrio, que consistían, básicamente, en la construcción y el mejoramiento de vías como aquellas ejecutadas a partir de las obras 272 y 246, que concluirían en las vías paralelas de conexión entre El Poblado, la zona industrial y el centro de Medellín. (Naranjo Giraldo, 1992). El sistema de valoración generó la presión económica sobre los habitantes, que se vieron obligados a pagar por estas mejoras en sus lugares de residencia. Dicha situación significó para muchos la incapacidad de sostener su vivienda en el sector y buscar otros espacios de la ciudad que sí pudieran asumir, tal como lo remarca Builes al decir que:

Desde los años 70, El Poblado viene presentando una tendencia a la segregación espacial y social, no siendo este un territorio para el acceso de cualquier ciudadano por los altos costos que implica la residencia o tenencia de cualquier bien allí. (Builes Vélez & Uribe Lemarie, 2019, pág. 24).

En las imágenes 8, 9 y 10 se puede observar el crecimiento del barrio en la década de los 70 desde las fotografías aéreas y las planchas del Instituto Geográfico Agustín Codazzi. La calle 10 se establece como eje de circulación del barrio que pasa tanto por el parque principal así como a una cuadra del parque Lleras, es la vía de acceso a las residencias que comunica con el centro de la ciudad. En las planchas se pueden observar ya establecimientos de comercio que progresivamente se fueron ubicando en el corredor de la calle 10 y luego fueron expandiéndose a otras calles vecinas. A partir de esta década comienzan los cambios en los usos del suelo pasando de un uso netamente residencial a uno comercial y de servicios como se presenta en la actualidad.

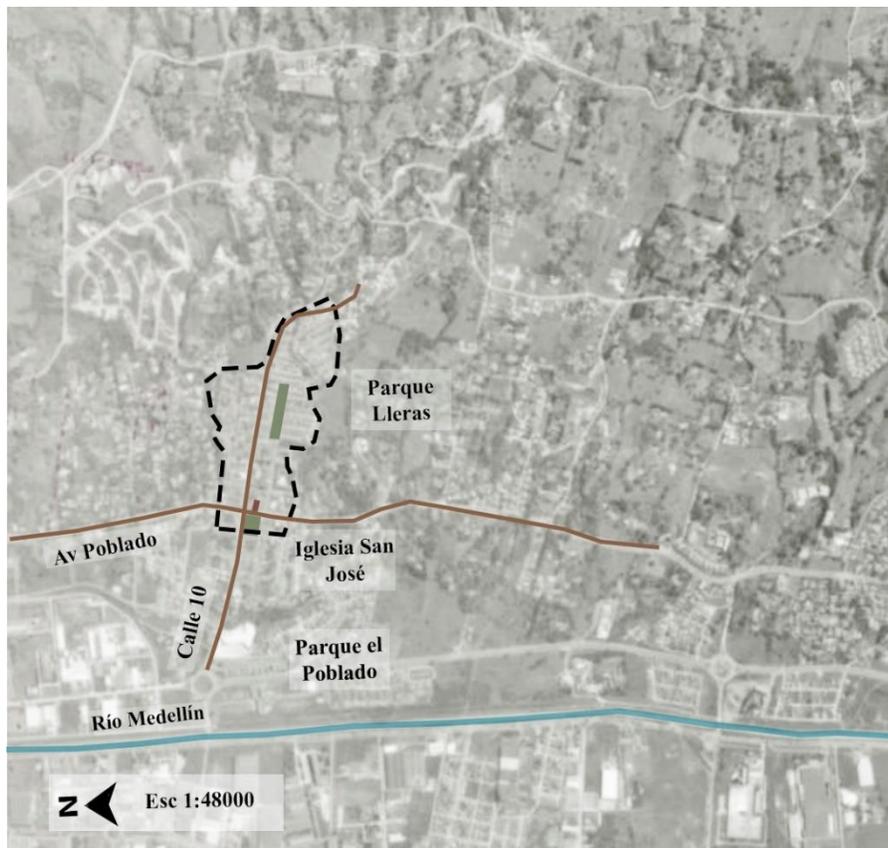


Imagen 10. Fragmento de fotografía de El Poblado. Sobre 27721, vuelo C-1607, en 1975 del barrio El Poblado. Cortesía: Instituto Geográfico Agustín Codazzi.

Con el decreto 459 de 1977, comenzó a surtirse una nueva etapa en la transformación urbanística del barrio, al permitir la densificación del territorio y dar lugar a nuevas estructuras urbanas como los conjuntos residenciales, los edificios de altura y, posteriormente, las unidades cerradas. Con dicho documento, se permitió la transformación de la vocación del suelo en el barrio, que, posteriormente, evolucionó hacia un uso comercial y financiero, que primero se asentó alrededor del parque de El Poblado y luego se extendió por la calle 10 hacia la ladera de la montaña. En el espacio cercano al Parque de El Poblado y al Parque Lleras se dió el cambio a vivienda de uso medio, que luego se transformó a zona de comercio medio. (Builes Vélez & Uribe Lemarie, 2019).



Imagen 12. Fragmento de Plancha 240, 2, barrio El Poblado. Instituto Geográfico Agustín Codazzi, 1973. Archivo Histórico de Medellín.

El mencionado decreto dio lugar al desplazamiento paulatino de las personas que compartían su lugar. Estos barrios se pensaron para una destinación residencial, pero el crecimiento de la ciudad, junto con el desarrollo de la zona al convertirse en la centralidad de la Comuna, hizo que los usos del suelo se transformaran hacia un uso comercial, que se mantiene en la actualidad, ya que el POT que rige la ciudad (Acuerdo 48 de 2014) lo considera un “área o corredor de alta mixtura, centralidades de predominancia económica”. Eso significa que ha existido presión sobre los usos y destinos que se da a estos espacios que fueron construidos con un destino y se han transformado con el tiempo. Se pasa de una zona de una generalidad de casas de familia de clase media a una de uso casi exclusivo de comercio (Builes Vélez & Uribe Lemarie, 2019).

Hoy en día, este territorio tiene un destino en el que se potencia los usos comerciales y de servicios con muy pocas viviendas que se concentran, en su mayoría, en la calle 38, entre Provenza y Vía Primavera. En este territorio, además de locales para el ocio y la recreación, hay hoteles, hostales, galerías de arte, supermercados, centros de tatuado y oficinas de todo tipo, que tienen sede o sucursal en el barrio, al igual que gimnasios y bancos que comparten el espacio público con las discotecas, restaurantes y bares del lugar. Sin embargo, con la normativa urbana vigente, las antiguas construcciones han comenzado a ser derrumbadas, para construir nuevos edificios de más plantas que permiten generar más ganancias. Esto generará que en pocos años el paisaje y la forma física del barrio se transformen en su totalidad.

En la actualidad la zona ha cambiado de tal manera que pocas unidades residenciales sobreviven en el lugar y casi la totalidad del territorio tiene un uso comercial. En la imagen 11 se observan los usos del suelo según el POT vigente en Medellín, donde se observa que la zona se establece como área de alta mixtura con predominancia económica.

Una de las particularidades de la caracterización de este territorio es que los locales comerciales cambian de unidad de negocio, ya que muchos de ellos no tienen permanencia duradera en el tiempo. Muchos bares y discotecas pueden presentar una vida corta ya que algunos de estos espacios son de alquiler que son requeridos para otros usos o la demanda de estos espacios no es la suficiente, haciendo que el negocio cierre. También puede suceder que la unidad de negocio permanezca pero el nombre del establecimiento cambie para atraer nuevo público; estos cambios ocurren a razón de la demanda de clientes y de los costos que el local tenga.



Imagen 13. Fragmento cartografía de los usos del suelo en el barrio El Poblado (2019) en ocre las áreas y corredores de alta mixtura, centralidades con predominancia económica, en rojo centralidades y corredores de alta mixtura; en naranja áreas y corredores de media mixtura, zonas de transición. En verde oscuro, espacio público existente, y en verde claro, espacio público proyectado; en azul, suelo de uso dotacional. Obtenido de <https://www.medellin.gov.co/geomedellin/#openModal>.

El barrio es dinámico, con inversiones permanentes y cambios en los usos y destinación de los locales y propiedades que allí se ubican, así como constante flujo de personas que lo transitan y recorren, sobre todo con fines de ocio y esparcimiento en horas de la noche, por ello es, en la actualidad, uno de los lugares más turísticos de la ciudad con reconocimiento internacional, como lo sugieren medios de comunicación locales y nacionales (Palacio Tamayo, Expectativa por remodelación millonaria del Lleras, 2019).

En la actualidad, el sector presenta situaciones de mal uso del espacio público, exceso de ruido, venta de licor adulterado, redes de prostitución y tráfico de estupefacientes; esta situación no es nueva y las autoridades de gobierno y policía han ejecutado numerosas intervenciones tanto en el espacio público como en los locales, para evitar este tipo de situaciones de orden público que también hacen que la comunidad de la zona tenga

2.3 CARACTERIZACIÓN DEL COLECTIVO GAY MASCULINO

Entre las muchas formas que tiene el ser humano de *ser* y *estar* en el mundo está aquella que se constituye como homosexualidad masculina, es decir, hombres cuya inclinación y atracción sexual está referida hacia otros hombres; esto se puede ampliar no solo a los gustos y preferencias sexuales, sino también a unas identidades, comportamientos y maneras de apropiarse del espacio y relacionarse con los demás. La historia de la homosexualidad es una cuestión hoy en día discutida e investigada desde varios abordajes académicos, como se puede evidenciar en ramas de las ciencias sociales como la Historia cultural y social (Mizrahi, 2016), (Correa Montoya, 2017), (Bustamante, 2013); la sociología (Mott, 1997); la psicología (Bustamante Tejada, 2008); la antropología (Serrano, 1997) y el urbanismo (Castellanos, 2016), que quieran conferir visibilidad a una población que ha permanecido en la subalternidad y el anonimato.

La población LGBTI ha tenido permanentes situaciones de lucha para tener un lugar en la sociedad, de la que históricamente ha sido excluida y marginada. Desde los años 60 del siglo XX, este colectivo ha obtenido aceptación y capacidad de aparecer y destacar en diferentes campos de la sociedad, así como la figuración más libre en el espacio público (Arroyo, 2015). En el campo jurídico históricamente se ha tenido el concepto de “normalidad” a aquello que responde por lo que las tendencias afectivas de la heterosexualidad plantean, es decir, sentirse atraído hacia el otro sexo en los campos emotivo, romántico, sexual y afectivo (Monereo Atienza, 2010, pág. 14). Todo aquello que se sale de este concepto de “normalidad” incluye la homosexualidad y la bisexualidad, situación en la que ambas estuvieron durante siglos en las sombras de la norma (Fonseca Hernández & Quintero Soto, 2009).

La cuestión LGTB se presenta en el mundo occidental del siglo XXI como un agente de consideración en todas las dinámicas de poder, socialización, economía y cultura de la sociedad que lentamente ha comenzado a “normalizar” aquellos comportamientos que en otro tiempo estaban inmersos en los tabúes sociales fuera de los paradigmas de una cultura homogenizada por consideraciones religiosas y políticas. Las luchas por la identidad y la revolución sexual del siglo XX ayudaron a que esta situación cambiara (Mott, 1997, pág. 141), para permitir que desde muchos enfoques o segmentos sociales se emprendiera la

búsqueda por los derechos y un espacio formal en una sociedad heteronormativa (Bourdieu, La dominación masculina, 1998, pág. 11).

Muchos de los fenómenos de discriminación de que son víctimas las personas de los sectores LGBTI ocurren en los espacios públicos, lo que limita su apropiación de los mismos y el ejercicio de su ciudadanía, siendo los actos de discriminación más frecuentes las burlas, los comentarios insultantes, aproximaciones físicas ofensivas e incluso represión de manifestaciones de afecto en público por la Policía (Castellanos, 2016). Tal situación se puede reflejar en numerosos titulares de prensa (El Colombiano, El Espectador, Shock, El Tiempo), en los que se menciona la conducta discriminatoria de varios actores sociales en contra de la población gay en Colombia tanto en espacios públicos como privados. Sobre esto, Sergio Salazar refiere que:

Mientras los heterosexuales pueden actuar sus deseos de manera pública, cualquier demostración de afecto homosexual puede causar repudio, acoso e incluso ataques físicos. La producción heterosexual del espacio se materializa con la repetición de acciones, como el tomarse de la mano, el despliegue de publicidad que muestre personas actuando un género binario (mujeres en la cocina, maquillándose y hombres trabajando, operando herramienta, por ejemplo) y se regula mediante las miradas de otros que esperan determinadas conductas, movimientos, gestos y características físicas de acuerdo con los roles asignados. (Salazar Barrón, 2016)

A pesar de las situaciones cotidianas de discriminación en Colombia se despenalizó la homosexualidad desde el decreto 100 de 1980, por el que se elimina toda presunción de criminalidad y perversión en personas homosexuales tanto masculinas como femeninas, y cuyo alcance se extendió aún más con la nueva Constitución Política de Colombia de 1991, en la que se declara la igualdad entre los ciudadanos del país y protege la diversidad y la multiculturalidad de la Nación, entre las que están las consideraciones de género e identidad sexual. En el siglo XXI se continuó la búsqueda sobre los derechos en el orden privado y familiar con un cronograma de defensa por los derechos de la comunidad LGBTI. Aun así, Colombia es un país que en el ámbito regional ha proclamado, al menos dentro de la

legalidad, los derechos a las personas homosexuales que poseen mayor paridad con los de las personas heterosexuales en cuestiones relacionadas con la vida familiar y privada, como el acceso a la pensión de la pareja, al matrimonio y a la adopción. La discriminación por situaciones de género y condición sexual son delito en Colombia, aun así la discriminación en los espacios públicos se evidencia en casos que muestran cómo la comunidad LGBTI sigue siendo excluida por su condición sexual.

Referente a esta situación, el Ministerio de Salud y Protección Social establece que los Derechos Sexuales y Derechos Reproductivos son el marco de referencia para entender la sexualidad como un asunto individual que implica una característica esencial de la identidad; es decir, como un factor tan relevante que comprende el ejercicio mismo de ser humano (Profamilia, 2015, pág. 504). Desde el Gobierno nacional y las Cortes se ha avanzado en políticas públicas y decretos que permitan el libre desarrollo de este grupo social, pero desde el Congreso de la República las iniciativas de ley para la protección de los derechos de las personas LGBTI se han hundido en 19 ocasiones, como lo reseña la encuesta ENDS 2015. En el caso de Colombia, son las Cortes las que se han pronunciado a favor de los derechos de las poblaciones diversas en numerosas sentencias desde comienzos de siglo, dando, de esta manera, posicionamiento y reevaluación de los valores sociales de la población LGBTI (Sentencia C-044 de 2004. Corte Constitucional de la República de Colombia).

La historia de la homosexualidad en Medellín tiene condiciones particulares, en cuanto a que está condicionada a las transformaciones de la urbe, que pasó de tener identidad rural y campesina a una urbana, industrial y globalizada en menos de un siglo. En Medellín hay registros históricos de la población homosexual en los que se relata, según archivos históricos y prensa, cómo hombres con comportamientos subversivos promovían los actos sátiros, pederastas y perversos (Pérez Álvarez, Correa Montoya, & Catañeda Castro, 2013).

A pesar de esto, la población gay ha tenido lugares de encuentro y socialización que permiten el relacionamiento de personas que se identifican con esta condición; esto se refleja en ciertos espacios comerciales que se enfocan en el mercado LGBTI. Se incluyen además tiendas, bares y discotecas enfocadas a este grupo social. Añadido a esto, Medellín se convirtió en la primera ciudad en Colombia con una política pública de protección de la población LGBTI (Caracol Radio, 2011). La capital antioqueña posee numerosos programas

para la inclusión de esta comunidad, pero, a su vez, en el interior de este conjunto social se presentan numerosos casos de discriminación ya sea de índoles económica, racial, educativa o incluso estética, como la mesa LGBT de la comuna Ocho, que ha sido reconocida por la Unidad de Víctimas como sujeto de reparación colectiva (Forero, 2018).

En cuanto a la situación de la comunidad gay y su apropiación del territorio en la comuna 14, esta encuentra un lugar en donde la histórica exclusión puede tener menor afectación, ya que la comuna se concibe, junto con otros espacios también de la ciudad pero en menor cuantía, como un territorio que por sus cualidades culturales permite que este grupo social tenga menores indicadores de discriminación y, posiblemente, un lugar que pueda prestarse para reducir la invisibilización, siendo por tanto propicio para la intervención urbanística de género (Pérez Álvarez, Correa Montoya, & Catañeda Castro, 2013, pág. 23). Esta zona de Medellín, así como la ciudad en sí misma, es el resultado de toda una mixtura cultural en la que también son protagónicas todas aquellas poblaciones que tradicionalmente no tienen una forma de ser bajo los parámetros de normalidad. Allí se encuentra, precisamente, la población gay (Borja & Muxi, El espacio público, ciudad y ciudadanía, 2000). En la imagen 14 se observa personas homosexuales masculinas en el lugar del barrio El Poblado donde más concentración se da de este grupo social; se observa cómo los establecimientos privados (azul) están llenos y la acera (rojo) es usada como su continuidad, donde las personas se sientan y continúan con sus encuentros sociales mientras consumen aquello que se vende en los bares cercanos.

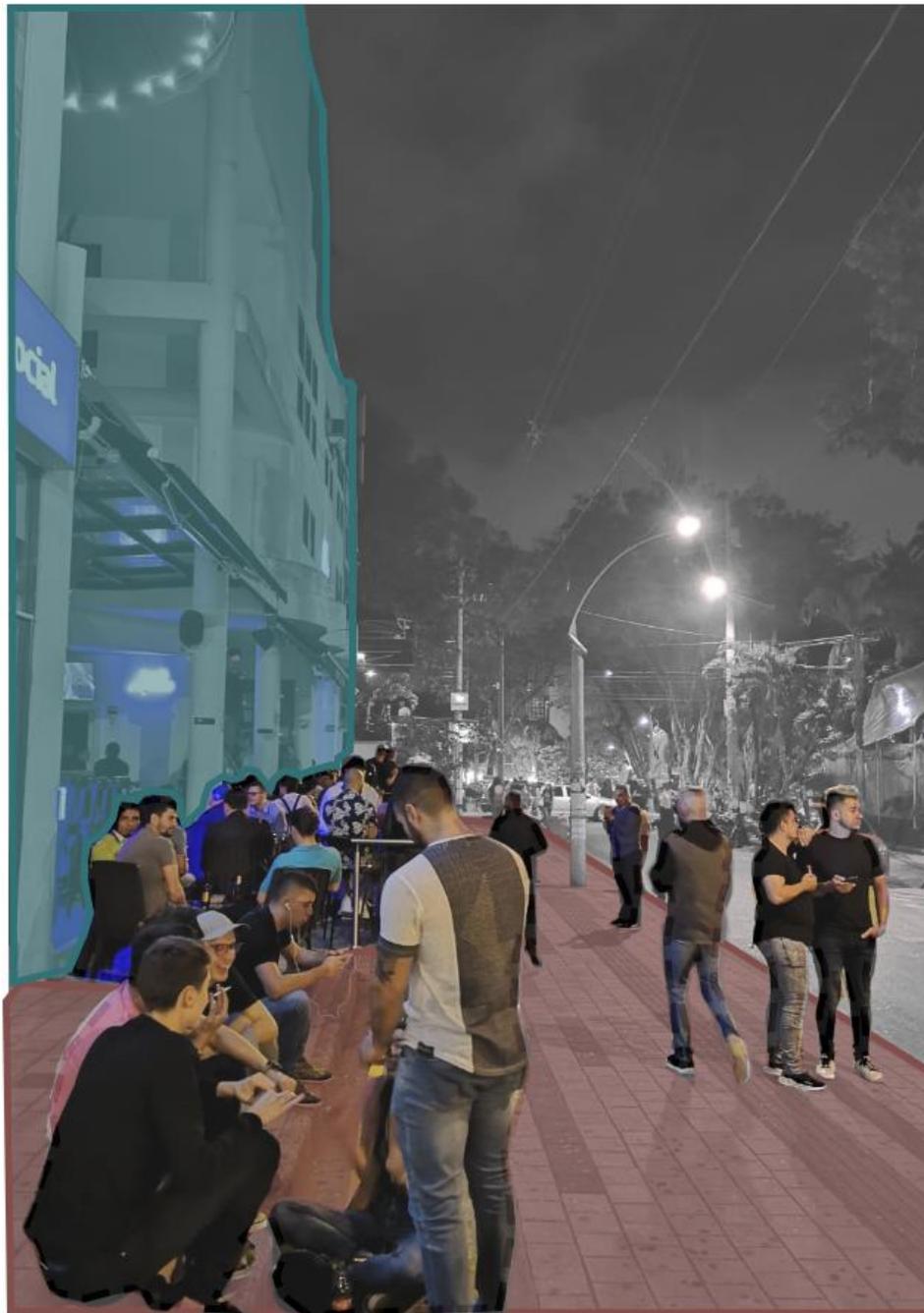


Imagen 15. Personas homosexuales en los espacios privado y público en la carrera 38, en el barrio El Poblado. Elaboración propia (2019).

Estimar la población total de personas homosexuales no es una tarea sencilla, debido a las implicaciones sociales que esta situación trae para los individuos que dicen tener dicha condición. La demografía de la orientación sexual está condicionada a la veracidad de las

personas al responder a sondeos y encuestas de medición que se aplican para estos fines. Según la Organización de Naciones Unidas, el porcentaje de población LGBTI en el mundo es de al menos el 10%, pero la Encuesta Nacional de Demografía y Salud (ENDS) arrojó en sus resultados que el 1.8% de la población en Colombia se considera homosexual hombre (Rubio, 2017). La ENDS, llevada a cabo por el Ministerio de Salud y Protección Social a través de Profamilia, arrojó resultados que demuestran que el grado de aceptación de esta condición se da, en mayor porcentaje, en condiciones de riqueza y educación más alta, de acuerdo con el quintil de riqueza, en el que el nivel alto tuvo prevalencia de 1.7% y el nivel muy alto del 2% (Profamilia, 2015). Estos datos se pueden verificar en el gráfico 2 que es la muestra de la encuesta ENDS sobre la educación y riqueza de la población LGBTI.

Característica	MUJERES			Número de mujeres	HOMBRES			Número de hombres
	Heterosexual	Homosexual	Bisexual		Heterosexual	Homosexual	Bisexual	
Educación								
Sin educación	99.5	0.3	0.3	501	99.4	0.1	0.5	554
Primaria	99.7	0.2	0.1	6,179	99.5	0.3	0.1	5,650
Secundaria	99.0	0.4	0.6	19,061	98.3	1.1	0.6	15,872
Superior	98.8	0.5	0.7	12,977	96.9	1.9	1.1	8,405
Quintil de riqueza								
Más bajo	99.5	0.2	0.3	6,813	99.4	0.4	0.2	6,159
Bajo	99.3	0.2	0.5	7,935	98.8	0.7	0.5	6,253
Medio	99.0	0.6	0.4	8,182	98.3	1.1	0.6	5,895
Alto	98.8	0.5	0.7	7,894	97.6	1.7	0.7	6,225
Más alto	98.7	0.5	0.8	7,895	96.9	2.0	1.1	5,949
Total 13-49	99.0	0.4	0.6	38,718	98.2	1.2	0.6	30,481
Total 50-59	na	na	na	na	99.5	0.2	0.2	5,302
Total 13-59	na	na	na	na	98.4	1.0	0.6	35,783

Tabla 1. Encuesta ENDS acerca de educación y quintil de riqueza de población LGBTI. Tomado del cuadro 15.14.1 de la Encuesta Nacional de Demografía y Salud, 2015.

Según la misma interpretación de la encuesta, en los niveles socioeconómicos más altos la aceptación personal y social es mayor que en otros espacios. Teniendo en cuenta que en la comuna 14 se ubica la población con el más alto nivel educativo y capacidad económica de esta ciudad (Observatorio de educación superior, 2017) podría inferirse que este es el espacio donde se darían las tasas más altas de aceptación y tolerancia hacia personas del grupo LGBTI.

Además, como lo relata la ENDS, esta comuna, al ser la que evidencia más capacidades económicas y con mayor nivel educativo en virtud de que el 83.42 % tiene

acceso a la educación superior (Observatorio de educación superior, 2017), se supondría que es el lugar en la ciudad con los niveles más altos de tolerancia y aceptación de las personas LGBTI (Profamilia, 2015, pág. 507).

3 LA POBLACIÓN GAY Y EL HABITUS EN LA APROPIACIÓN DEL ESPACIO

La apropiación de la población gay del espacio público y de consumo en la zona de estudio debe ser comprendida no solo por un marco teórico sino que, también, a través de una metodología de investigación se debe dar respuesta a la pregunta planteada y, en consecuencia, a los objetivos específicos de esta investigación. El área de estudio es el sector central de la comuna 14, que, dado a su relevancia histórica, económica y cultural, es el espacio considerado para elaborar esta investigación. La centralidad de dicha comuna está enmarcada por el Parque de El Poblado y el templo de San José. Desde allí se efectuó el estudio del polígono ya descrito (imagen 12) que comienza en el parque de El Poblado y va hacia el oriente, por la calle 10, hasta el cruce con la carrera 33, en el sector Provenza.

El debido uso de los recursos de la investigación permite que los resultados de esta sean verídicos, haciendo uso de una metodología mixta que, a través de herramientas tanto cuantitativas como cualitativas, den lugar a los resultados de la pregunta de dicha investigación. Según Patton (2011), los datos cualitativos son descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, situaciones, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones. El proceso de indagación es más flexible que el cuantitativo y tiene como propósito reconstruir la realidad. Dicho método evalúa y estima lo que sucede en la realidad sin la manipulación de ella por el investigador (Corbetta, 2007). Así mismo, Blasco y Pérez definen que la investigación cualitativa:

Estudia la realidad en su contexto natural tal y como sucede, sacando e interpretando los fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes (Blasco Mira & Pérez Turpín, 2007).

Ello se hace pertinente en este tipo de investigación, ya que articula la apropiación del espacio público con una comunidad específica que requiere de este tipo de herramientas para la indagación de sus relaciones en el espacio tanto público como privado, tal como ha sido

trabajado en investigaciones sobre territorialización de la política pública LGBTI en Chapinero (Avendaño Carrascal, 2014), donde la investigadora hace uso de herramientas cualitativas y cuantitativas como entrevistas y encuestas; también, se puede verificar la pertinencia de estas herramientas con la investigación de Catherine Castellanos sobre apropiación y espacio público de la comunidad LGBTI, igualmente en Chapinero (Castellanos, 2016), en la que se pone en diálogo los discursos de los entrevistados y los postulados de las políticas públicas para la comunidad estudiada.

Se puede anclar, de esta manera, la investigación en una metodología mixta, en que la relación entre ambas permitirá comprobar y analizar las variables de la investigación siguiendo ejemplos de otras indagaciones sobre género en que se ha utilizado este tipo de herramienta (Páramo & Burbano, Género y espacialidad: análisis de factores que condicionan la equidad en el espacio público urbano, 2011). En primer lugar, se practicará una observación no participante, en la que se hará evaluación de la zona y las personas que la frecuentan, con las actividades que desarrollan. A partir de este primer acercamiento, se hará observaciones generales, conversaciones informales y anotaciones preliminares.

3.1 ETAPAS DE INVESTIGACIÓN Y ELABORACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

La investigación práctica estuvo estructurada en varios momentos, en los que se incluye la planeación y la elaboración de los instrumentos de medición como primera etapa; luego, se hizo el trabajo de campo en el que estos fueron aplicados en una muestra de 100 personas en el área de estudio con las cuatro herramientas iniciales (Encuestas, prisma espacio - tiempo, cartografía social y entrevistas), para concluir con la observación participante, en la que se buscó corroborar los resultados obtenidos previamente en las otras herramientas. El tercer y último momento fue la organización y la interpretación de los resultados.

La primera que se desarrolló fue la sección cuantitativa con una encuesta que permitió arrojar datos sobre la población estudiada en el espacio determinado y con la que se conoció la participación del colectivo gay en el lugar y sus espacios de preferencia. La encuesta es un “modo de obtener información preguntando a los individuos que son objeto de la investigación, que forman parte de una muestra representativa mediante un procedimiento estandarizado de cuestionario, con el fin de estudiar las relaciones existentes entre las variables” (Corbetta, 2007, pág. 146).

En este caso, se encargó de verificar dos subvariables: *Prácticas materiales* y *Posición social*, a partir del ofrecimiento de datos como ocupación, ingreso, edad, locación de vivienda, estrato socioeconómico y nivel de estudio. Contempló una muestra de 300 personas aproximadamente, con datos exactos, para lograr identificar, de manera estadística, estas dos subvariables.

La segunda etapa se basó en la metodología cualitativa con diversas herramientas para la verificación de las subvariables. Las indicadas para este tipo de recolección de información son las subvariables *Procesos de significación*, *Interacción socioespacial*, *Elementos de distinción* y *Relaciones de poder*. Todas estas, tanto cuantitativas como cualitativas están explicadas y relacionadas con una herramienta en la tabla de indicadores de medición con toda la información idónea para la recolección de datos y la respuesta de los objetivos específicos. En el gráfico 3 se pueden ver los indicadores de medición con las respectivas variables y subvariables en donde se expresa la clasificación, el indicador de medición, el instrumento y la herramienta para responderlos.

INDICADORES DE MEDICIÓN

De la exclusión a la exclusividad: apropiación del Espacio Público y de consumo por la población gay en la Comuna 14 de Medellín.

Variable	Subvariable	Definición	Clasificación de subvariable	Indicador	Tipo de indicador	Método	Herramienta
<p>Apropiación</p> <p>Es la forma en que una persona o grupo social de cualquier índole de manera formal o espontánea adquiere sentido de pertenencia hacia un lugar específico. A través de esta el individuo alcanza un dominio de las significaciones del espacio habitado.</p>	Prácticas materiales	Las prácticas materiales son los elementos rituales reales que el individuo realiza en el espacio público	Económico	Lugar: espacio donde se realizan las prácticas material. Práctica material: Actividad que realiza el usuario como agente social en relación con el objeto o espacio.	Mixto	Con la encuesta obtener información cuantitativa que arroje resultados exactos que se puedan contrarrestar con los datos cualitativos	Encuesta/ Cartografía social
	Procesos de significación	Proceso a través del cual un individuo luego de asimilar un espacio y apropiarse de él le da una significación simbólica y real a un espacio	Social	Tipología de uso: relacional, ocio, trabajo, vivienda. Identificación y confort: Sensación de confort con el espacio frecuentado	Cualitativo	A través de la entrevista y la cartografía social demostrar las formas de uso y la identificación por el uso que se le de relatando las sensaciones que este espacio provee al usuario.	Entrevista semi estructurada/Encuesta/Cartografía social/Prisma espacio tiempo
	Interacción socio/espacial	Es la influencia recíproca entre individuo/espacio en relación con el tipo de espacio y el tiempo que allí se está.	Social	Frecuencia de uso: Visitas al mes y días que lo frecuenta. Tipo de espacio: bar, discoteca, restaurante, galería, tienda, gimnasio.	Cuantitativo	A partir de la entrevista semi estructurada identificar las frecuencias que hay de visita a determinado lugar según el tipo de espacio que sea	Entrevista semi estructurada/Encuesta/ Observación no participante
<p>Exclusividad</p> <p>Fenómeno en el cual un individuo según su posición social, condicionada a la clase y a los recursos económicos, podrá acceder a bienes y servicios de mayor costo que a su vez se convierten en elementos excepcionales y poco comunes compartidos con otros individuos con similar capital cultural y económico.</p>	Posición social	Referencia el lugar dentro de las relaciones sociales que tienen un individuo, superpuesta en una pirámide jerarquizada en donde se establecen unos usos, costumbres y formas de ser (político, económico, cultural, social)	Social/Económico	Estrato social: escala 1,2,3,4,5,6. Nivel de estudios: Bachiller, pregrado, postgrado Procedencia habitacional: Adentro y fuera de la comuna 14.	Cualitativo	A través de la encuesta hallar en que posición social a través de la estratificación según el inmueble donde resida conforme a la norma colombiana (1-6)	Encuesta
	Elementos de distinción	Son aquellos que devienen de los criterios de clase y gusto, en donde el refinamiento y lo popular se establecen como polos determinantes del atributo	Exclusión/Exclusividad. Económico	Consumo precios: Alto, medio, bajo Permanencia: Una, dos o tres estancias Estilo de vida: Proporción de gasto en esparcimiento y ocio	Cualitativo	Con la entrevista semiestructurada indagar las formas de distinción a través del consumo, permanencia y estilo de vida de las personas entrevistadas que permitan identificar estos elementos de distinción que llevan a la formar el fenómeno de la exclusividad.	Entrevista semi estructurada/Cartografía Social/Prisma espacio-tiempo
	Relaciones de poder	Relación de dominación entre unos y otros, dentro de la comunidad y fuera de ella.	Social	Relaciones con otros usuarios: relaciones entre usuarios heterosexuales y homosexuales y las tensiones que se generan en la interacción entre ambos grupos a partir de las condiciones de clase	Cualitativo	Las dos herramientas propuestas permiten entender las relaciones de poder entre usuarios que están tratando con otros usuarios del espacio y los vínculos que se generan entre ellos.	Entrevista semi estructurada/Observación participante/Encuesta

Tabla 2. Indicadores de medición de la investigación.

Las herramientas escogidas y que buscaron responder los objetivos son la observación participante, la entrevista, la cartografía social y herramienta geográfica/social prisma “espacio - tiempo”. Estas herramientas las han utilizado, por ejemplo, investigadores como Pedro Páramo y Ana Milena Burbano para procesos inestigativos sobre espacio y género donde identificaron la apropiación y percepción del espacio público por distintos grupos de personas en parques de Bogotá (Páramo & Burbano, Los usos y la apropiación del espacio público para el fortalecimiento de la democracia, 2014). La observación participante se efectuó durante dos fines de semana (jueves, viernes y sábado) en la franja horaria de 8:00 p.m. a 3:00 a.m., en la que se llevaron a cabo también las entrevistas semiestructuradas, que permitieron la integración del mapeo de la cartografía social y el prisma de tiempos.

La entrevista semi-estructurada es clase de entrevista ofrece la oportunidad de explorar sobre los participantes de un proyecto de investigación en cuanto a los aspectos de la vida cotidiana (Páramo, La Entrevista, 2008). Luego, los datos obtenidos fueron transcritos y codificados según los datos de las encuestas que, para contextualizar al entrevistado, fueron practicadas en el mismo espacio de estudio, ya sea el espacio público o de consumo de la zona; esta, puede arrojar algunos resultados ambiguos y limitados, en virtud de las respuestas que puedan dar los entrevistados, sus opiniones y estado anímico del momento. La entrevista permite no solo el acercamiento entre el investigador y el sujeto entrevistado. Según Hugo Cerda, la entrevista:

Es una conversación que tiene un propósito muy definido, y este propósito se da en función del tema que se investiga. En general, se plantea como un proceso de transacción de dar y recibir información, de pregunta - respuesta, de emisor - receptor, hasta alcanzar los objetivos que se propongan los investigadores. (Cerda Gutiérrez, 1993, pág. 253)

En la misma entrevista se podrá diseñar, de manera simultánea, la cartografía social y los prismas espacio - tiempo. La cartografía social es una herramienta que ayuda sobre todo en la gestión del territorio; con ella, se permite que los habitantes expresen la percepción y el conocimiento que tienen del espacio donde viven o desarrollan algunas actividades (Mendoza, 2008). La cartografía, según Cerda:

Es una ciencia que tiene por objeto representar todos los aspectos físicos de la superficie terrestre. Para efectuar este tipo de trabajo, utiliza mapas, que son representaciones gráficas reducidas y convencionales de una parte o de la totalidad de la superficie terrestre (Cerdeja Gutiérrez, 1993, pág. 419).

El mapa permite que las personas que lo elaboren relacionen sus vivencias cotidianas y las plasmen en un espacio físico. La cartografía social respondió a los procesos de significación y a los elementos de distinción en que los entrevistados mapearon sus experiencias de confort que tienen en los espacios frecuentados y estipulen el tipo de espacio que visitan (si el espacio tiene una consideración de uso gay o no); sobre esta herramienta existen múltiples trabajos, como el elaborado por Manuel Felipe García Arias y Gregorio Hernández Pulgarín, relacionado con la revitalización de espacios públicos como un parque urbano. Allí, a través del mapeo, pudieron encontrar las distintas formas de apropiación de distintos grupos sociales en un parque de Manizales, capital de Caldas (Colombia) (García Arias & Hernández Pulgarín, 2019).

La cartografía social es una herramienta usada en diferentes disciplinas de las ciencias sociales y “ha sido implementada en diversas áreas tales como: geografía, gestión de recursos naturales, enseñanza, delimitación de territorios, planeamiento, resolución de conflictos, entre muchos otros” (López Gómez, 2012, pág. 9). Esta, como herramienta cualitativa, permite diagnosticar problemáticas sociales y, así mismo, que la comunidad evalúe y resuelva las situaciones que tiene en su entorno, que, además, brinda la capacidad a las personas de apropiarse de su territorio al conocerlo a través del mapa (Nosotros vamos a dibujar nuestro propio espacio territorial. Reapropiación del territorio y apropiación de la Cartografía en la Zonal Pewence, 2012); en el caso de estudio, las personas que elaboraron sus mapas según las sensaciones y percepciones que tengan del territorio mostraron los modos de apropiación del espacio público y de consumo y las prácticas espaciales que allí se realizan. El resultado del análisis permitió comprender los conflictos y las potencialidades, así como las relaciones de poder derivadas en el espacio. De esta manera, los entrevistados pudieron a su vez diseñar cartografía y aprender sobre los ritmos y usos del espacio estudiado a partir de la percepción que ellos tengan.

Junto con la cartografía social se hizo uso de la herramienta geográfica espacio - tiempo según el modelo de Torsten Hägerstrand. En esta, el tiempo es categoría de análisis que permite entender los movimientos de una población en su vida cotidiana y el tiempo posibilita entender la estructura de la vida cotidiana que está organizada por ritmos y rutinas establecidas en meses, semanas o días (Sabaté Martínez, Rodríguez Moya, & Díaz Muñoz, 1995). Esta herramienta es descrita como:

La trayectoria de los movimientos de una entidad en el espacio físico a través del tiempo. Las rutas forman un espacio continuo, con un sistema de coordenadas ortogonal que recibe el nombre de prisma espacio - tiempo. Cuando un prisma espacio - tiempo se proyecta sobre un espacio bidimensional, el resultado es una región que se conoce como zona potencial de rutas. Si bien las rutas se usan para representar los movimientos históricos de una entidad, el prisma y la zona potencial representan el espacio y la región accesible bajo un cierto conjunto de restricciones. (Del Río San Jose, 2010, pág. 35).

A través de esta herramienta se midió la frecuencia, el tiempo de uso y el gasto de los usuarios en el espacio público y de consumo con la elaboración de un plano bidimensional en donde los entrevistados elaboren una ruta y los tiempos que tardan por lugar, identificando hasta tres visitas y el dinero gastado en cada uno de estos lugares. Esta ya ha sido utilizada en investigaciones de género como la elaborada por Sabaté Martínez (1995), en la que, a través de este modelo espaciotemporal, demostró las distintas apropiaciones geográficas entre hombres y mujeres, permitiendo también usarse en otros estudios como la comunidad LGBTI. Esta herramienta fue elaborada para quienes estaban en la zona del parque Lleras, lugar en donde se localizan los espacios de consumo nocturno.

Dicha herramienta se aplica en el máximo nivel de segregación, que es el individual, entonces debe practicarse individuo por individuo. Ana Sabaté et. Al. explican la herramienta en la que la base del lenguaje es la región espaciotemporal, en la que el espacio es reducido a dos dimensiones -un plano- y en la tercera, perpendicular a las anteriores, figura el tiempo (Sabaté Martínez, Rodríguez Moya, & Díaz Muñoz, 1995, pág. 309).

Además de las dos herramientas anteriores, que se hicieron en simultánea con la entrevista semiestructurada, se efectuó, durante un fin de semana, observación participante

en el polígono de estudio. Esta se cumplió al final de la elaboración de las encuestas y entrevistas, ya que sirve como medio de corregir y aclarar dudas ante los resultados antes obtenidos (Páramo & Duque, Observación participante, 2008). La observación participante debe:

Fundamentar en procedimientos estandarizados para obtener los datos y donde generalmente se requiere definir categorías y unidades de conducta que van a ser observadas y desarrollar estrategias de medición. [...] Uno de los aspectos clave para llevar a cabo dichas observaciones es no intervenir en lo que se observa, con el propósito de capturar de la manera más confiable la ocurrencia natural de los eventos que se desea estudiar. (Páramo & Duque, Observación participante, 2008, pág. 171).

Esta última herramienta sirvió como elemento para confrontar lo que está en los resultados de las entrevistas con lo que se hace en los espacios públicos y de consumo de los dos, permitiendo así mismo desarrollar familiaridad con el ambiente cultural, entendiendo que la observación y la participación son clave para atestiguar fenómenos de la condición humana (Páramo & Duque, Observación participante, 2008). El limitante está en que la observación participante normalmente requiere de largos lapsos para desarrollarse y los actores investigados y sus ánimos pueden cambiar con el tiempo.

Es importante al final de la observación y al concluir la elaboración de las herramientas, un cuestionamiento sobre las posibles relaciones entre el observador y el observado cuando hay una participación activa: relaciones de poder que se mantienen ocultas o que son ignoradas, la mayoría de las veces, por quienes se valen de la información recogida como parte del poder y la dominación que está detrás de la relación entre investigador y el investigado, que, muchas veces, incluye vínculos de dominación de clase y de género (Páramo & Duque, Observación participante, 2008, pág. 181).

3.2 MUESTRA ESTADÍSTICA DEL TRABAJO DE CAMPO

Para la muestra se utilizó, como base, datos dados recaudados por la Alcaldía sobre la población de Medellín. En el perfil demográfico de la ciudad en 2019, se estima que el total de hombres entre los 20 y los 60 años es de 695.721, apoyándose en la Encuesta Nacional de Demografía y Salud, en la que se expone que el 1.8% de la muestra representativa en

Medellín y el área metropolitana se identifica como homosexual hombre, esto indicaría que 12.522 hombres en la ciudad serían homosexuales. Estos son solo datos estadísticos podrían estar subestimados, pero se usarán para determinar la muestra representativa para las encuestas y conocer su margen de error.

$$n = \frac{N \times z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N-1) + z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

En esta ecuación:

N = Tamaño poblacional estimado de personas gay en Medellín.

N = 12.522

Z = Valor de la tabla normal para una confianza del 95 % en los resultados estimados

p = proporción de hombres homosexuales en la ciudad

p = 1.8%

q = proporción de personas no gay en la ciudad

q = 98.2%

d = error estimado admitido (probabilidad de que los resultados no reflejen al encuestado)

d = 3%

Según los parámetros anteriores, el tamaño de muestra requerido para el estudio es de 75 personas para que el margen de error sea del 3% y exista representatividad muestral, pero en el ejercicio investigativo en términos de significancia y representatividad se practicó con 100 personas, con una confianza de al menos 98%.

Las herramientas fueron realizadas por personas que estaban en el sector (elaboración *in situ*) durante dos semanas los jueves, viernes y sábados en la noche en un horario que permitiera el fácil encuentro con las personas y que no interrumpiera las actividades que estuvieran desarrollando. Las visitas a campo sucedieron desde las 7:00 hasta las 11:00 de la noche. En la ilustración 19, se muestra los lugares donde se aplicaron las herramientas, para las que se buscó no solo personas que estuvieran en el espacio público sino, también, en espacios privados de consumo, donde, con el permiso expreso de sus administradores, se pudo entrar para encuestar a quienes estuvieran en esos lugares.

Durante seis noches se elaboraron 100 encuestas con el prisma espacio - tiempo; aquellas personas que accedieron a seguir siendo encuestadas desarrollaron la cartografía social, de la que se diligenció 50 mapas. El prisma permitió entender los tránsitos de las personas en los distintos lugares que visitan durante su estancia en El Poblado y cómo, a través de estos flujos, se fomentan espacios nuevos de apropiación, en los que lo público se mezcla con lo privado y viceversa. De otro lado, en la cartografía social se explora las densidades en las que las personas de la comunidad gay se apropian y proyectan sus sensaciones respecto a confort, seguridad, discriminación y tránsitos en la zona.

Frente a las encuestas sobre la orientación sexual, es necesario tener en cuenta las dificultades que tienen, al ser un tema que no todos están dispuestos a responder. Por eso mismo, Profamilia presenta esta situación en la ENDS, al informar que “las preguntas sobre orientación sexual implican dificultades de respuesta relacionadas con el temor a la discriminación, el rechazo externo y al estigma, entendido como la asignación de un atributo que desacredita a quien lo posee, que puede ser un estigma interiorizado, percibido o efectivamente sentido” (Profamilia, 2015, pág. 505). Las personas encuestadas mostraron tendencias y promedios por los que se permite resolver los objetivos y entender las formas y las prácticas del espacio de estudio.

En la imagen 15 se ilustra los lugares donde fueron aplicadas las herramientas en el trabajo de campo, ubicándose en distintos lugares de concentración de personas gay en el barrio el poblado sobre todo en los lugares adyacentes a bares y discotecas que estas personas más frecuentan.



Imagen 16. Cartografía del barrio El Poblado, donde fueron elaboradas las herramientas de investigación. Lugares donde fueron aplicadas las herramientas; en naranja, las encuestas y prismas espacio - tiempo, y en azul, la cartografía social y entrevistas. Fuente: elaboración propia.

4 EL ESPACIO Y LA TRANSFORMACIÓN A PARTIR DE LA APROPIACIÓN DE PERSONAS GAY

La hipótesis de la investigación se verifica a partir de la consecución de los indicadores de medición que responden a los objetivos específicos. Cada variable, con su respectiva subvariable, se contrarresta con los resultados de cada una de las herramientas, lo que permite, de esta manera, ver la transformación que tiene un espacio tanto público como privado cuando este grupo social se apropia de él, visto desde el abordaje teórico de Pierre Bourdieu y su concepto de Habitus. En la tabla 3 se construye el detalle de la totalidad de individuos encuestados y organizados por su identificación y orientación de género según las edades en que se ubicó cada persona.

Variable	<20	20 - 25	26 - 30	31 - 35	36 - 40	41 - 45	Total general
Femenino	1						1
Lesbiana	1						1
Masculino	6	19	37	24	5	1	92
Gay	6	19	37	24	5	1	92
Otro		4	2	1			7
Bisexual		4	2	1			7
Total general	7	23	39	25	5	1	100

Tabla 3. Personas por identificación de género (femenino, masculino, bisexual) contrastada con la orientación de género (Lesbiana, gay, bisexual) y los grupos etarios a los que pertenecen.

A pesar de que la investigación está dirigida a la población gay, uno se identificó como femenino y orientación sexual lésbica (1), mientras que otros se identificaron como bisexuales, ni como femenino ni masculino, según lo muestra el gráfico 3. Así se puede encontrar que la gran mayoría de la muestra es gay masculino y tiene una edad entre los 26 y los 30 años con un total de 37 personas seguidos así mismo por gays masculinos entre los 31 y los 35 años (24 individuos). Las personas que visitan la zona de estudio son de esta manera hombres jóvenes, mayores de edad, que ya superaron la etapa de adolescencia y cuyas edades son cercanas a los 30 años.

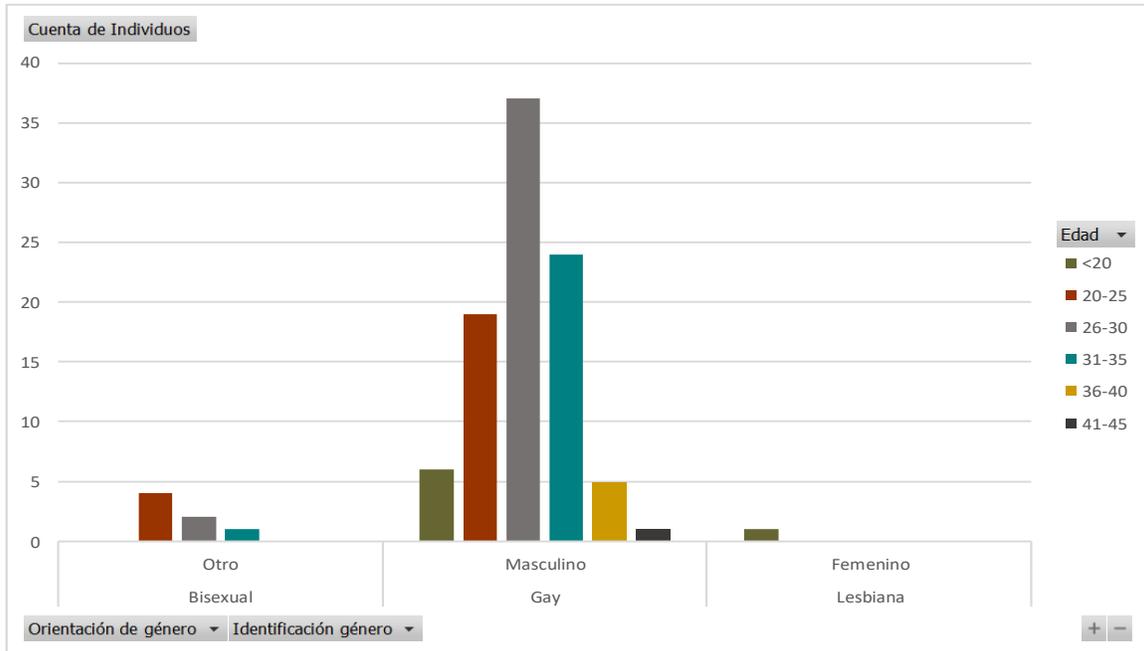


Gráfico 3. Identidad y orientación de género discriminada por edades en la muestra de la investigación.

Respecto a la identificación y expresión corporal de las personas entrevistadas, el 92% de la muestra se identificó como masculino, dejando solo un pequeño porcentaje a la identificación “otro”, en la que la respuesta alternativa fue *Queer*⁵, esto puede dar evidencia de que la población homosexual masculina que está en los espacios público y de consumo en El Poblado responde a un modo de ser masculino y a una estética o exteriorización de este mismo tipo. En una de las entrevistas, una de las personas, quien se identificó como *Queer*, estableció que a pesar de ser biológicamente un hombre con una tipología de comportamiento masculina, no se identifica en un código binario en su género.

Sobre orientación de género, el 94% de la muestra se identificó como gay. Esta alta proporción se debe a que las respuestas dadas por los hombres encuestados no hallan correspondencia absoluta entre la orientación de género y la identificación de género. Aun así, la identificación gay de una proporción tan alta demuestra que las personas que frecuentan los espacios rosa en El Poblado son, en su mayoría, homosexuales masculinos que

⁵ Queer se refiere a la forma de identidad sexual o género que no se orienta a los estándares tradicionales y que ampara otras formas de sexualidad fuera de la sigla LGBTI.

transitan permanentemente en el sector haciendo uso tanto del espacio público como de los lugares que están orientados a ofrecer servicios de consumo para personas homosexuales, así como los que no tienen especificación de servicios a una población determinada. A pesar del alto porcentaje de hombres homosexuales que frecuentan la zona, el 81% de los encuestados no conoce la política pública nacional sobre personas LGBTI, expedida por el Ministerio del Interior en mayo de 2018. Con esto se demuestra que la apropiación del espacio público puede suscitarse de manera espontánea por la población, aunque en su gran mayoría no conoce los derechos, la autonomía, la libertad de expresión y las garantías que debe ofrecer el Estado en cuanto a la libertad y la seguridad de estas personas en el territorio nacional (Gobierno de Colombia, 2018).

4.1 APROPIACIÓN DE LA POBLACIÓN GAY DEL ESPACIO PÚBLICO Y DE CONSUMO

Como ya se ha definido anteriormente, las prácticas materiales son los elementos rituales reales que el individuo lleva a cabo en el espacio público, que son sensibles y apreciables por otros individuos que interactúan con él. Estas fueron determinadas por el lugar y las actividades que los sujetos desarrollaron en este espacio, a partir de la cartografía social, la encuesta y el prisma espacio - tiempo.

4.1.1 LAS PRÁCTICAS MATERIALES Y PROCESOS DE SIGNIFICACIÓN

Las *prácticas materiales* son las primeras que se evidencian en los hábitos de las personas que habitan un lugar y comienzan la apropiación de este. Según Pier Bourdieu el hábito precede las prácticas, este al ser contemplado desde un espacio y unas circunstancias permite observar al habitante de un lugar y cómo se ubica en este espacio. En primera instancia el lugar es el barrio El Poblado en los sectores de mayor consumo comercial como el parque El Poblado, el parque Lleras y Provenza. En la tabla 4 se aprecia la totalidad de individuos encuestados discriminados por el estrato de residencia según sus respuestas.

Estrato social	Individuos
3	23
4	28
5	41
6	8
Total general	100

Tabla 4. Totales de individuos encuestados por estratificación de vivienda.

De quienes frecuentaron el lugar, el mayor porcentaje no vive en la comuna 14 (82 personas en total, frente a 18 que sí habitan) demostrando que este es un lugar que, a pesar de tener alto costo para el consumo, es frecuentado por lo menos una vez al mes por personas que residen fuera de esta. En el gráfico 4 se puede apreciar cómo las frecuencias de visita aumentan al cambiar de estrato, siendo los estratos Cinco y Seis que habitan en El Poblado los de mayor promedio, al responder en su totalidad que visitan la zona al menos una vez al mes; en el caso de los estratos Cuatro y Cinco que no habitan en la comuna 14 el promedio es, de igual manera, más alto, al indicar que al menos 25 y 27 personas, respectivamente, frecuentan el barrio. Quienes habitan en estrato Tres dieron como respuesta que no tienen

frecuencia tan alta como los demás. Así mismo ocurre con los índices de frecuencia según el estrato y la procedencia de residencia en la ciudad, demostrando que la apropiación del lugar no se genera por todos los habitantes de la ciudad de la misma manera, al menos por la frecuencia de visita mensual, como se identifica en el gráfico 4.

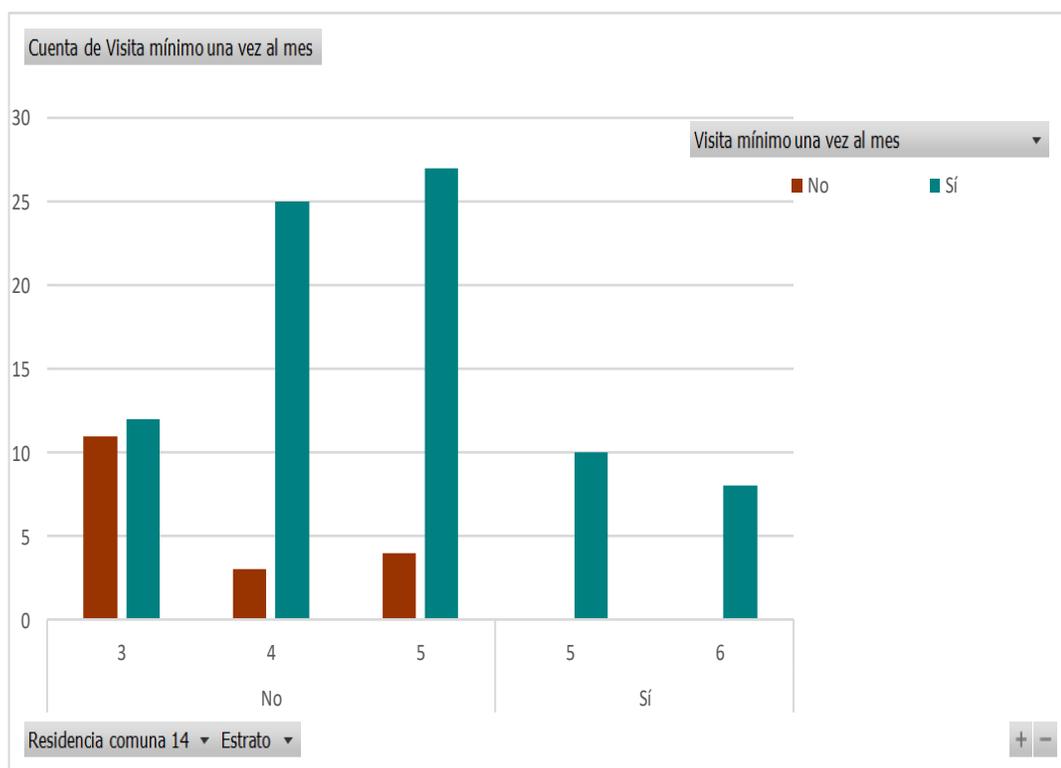


Gráfico 4. Visitas al barrio El Poblado por número de frecuencia mensual, lugar de residencia y estratificación.

Ninguno de los encuestados respondió que habita en residencias de estratos Uno y Dos, que representan el 47% de las viviendas de la ciudad (Medellín, Estratificación socioeconómica viviendas, 2011). Las personas que visitan las zonas Parque Lleras, Provenza y parque El Poblado no viven mayoritariamente en la comuna 14; no obstante, indica que hay un porcentaje de exclusividad en el territorio, ya que la frecuencia de uso no incluye a un amplio sector de la sociedad de la ciudad que representa una mayoría, en este caso se configura una exclusividad de uso, en virtud de las condiciones habitacionales, que están relacionadas, así mismo, con la capacidad económica.

Frecuencia por semana	
Lunes	3
Martes	3
Miércoles	9
Jueves	29
Viernes	65
Sábado	91
Domingo	12

Tabla 5. Frecuencia de visitas por día de la semana según los encuestados.

Dentro de las *prácticas materiales* también se puede entrever las actividades que se desarrollan en el espacio una vez se transita por este, al existir variada oferta de actividades tanto culturales como económicas que ofrece el barrio durante toda la semana y a distintas horas del día. En la tabla 5 se puede apreciar la frecuencia de visita durante la semana. Una de las personas entrevistadas manifestó respecto a las visitas que: “Normalmente vengo en los fines de semana de quincena que puedo venir con mis amigos, más que todo los sábados que salimos hasta las horas de la madrugada”; este tipo de respuestas contrarrestada con los resultados de la encuestas reafirma que la población, no solo gay, tiene una mayor tendencia a ir a la zona de estudio los fines de semana.

Los lunes son los de menos frecuencia, solo tres personas transitan en horas de la mañana; los martes se reporta un número igual de tránsitos, cifra que sube hasta 9 los miércoles; los jueves crece hasta 29 y los viernes hasta 65; entre tanto, el día de mayor cantidad es el sábado, con un pico de 91 individuos, lo que permite establecer que casi la totalidad de la muestra frecuenta este lugar los sábados, sobre todo en horas de la tarde y noche, franja en la que se presenta el mayor consumo, según lo que arrojó la herramienta del prisma espacio - tiempo y como se puede apreciar en la gráfica 5, en la que se plasma cómo las visitas aumentan conforme pasan los días de la semana.

Los domingos vuelve a caer el número de visitas, hasta tener solo 12 individuos que acuden al barrio este día de la semana; estos días, los establecimientos de consumo como los bares y discotecas suelen estar cerrados al público. En el gráfico 5 se aprecia las frecuencias

de visita por días de la semana y el número de individuos que respondieron ir al lugar en alguna de estas jornadas viendo los incrementos de visita según avanza la semana hasta el domingo en dónde vuelve a caer el número de visitas.

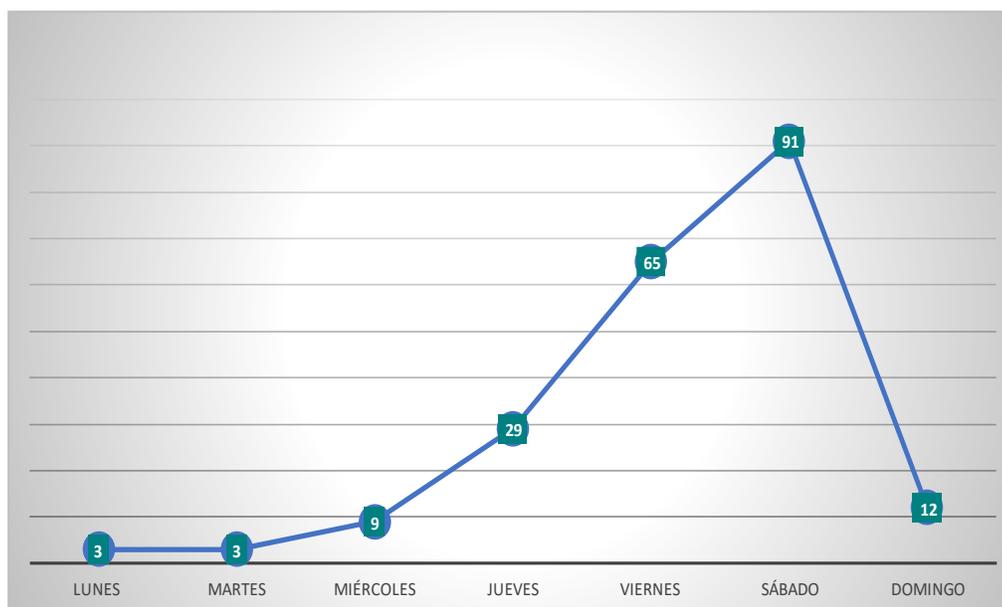


Gráfico 5. Frecuencia de visitas al barrio El Poblado por día de la semana.

Esto implica que los *procesos de significación* no sean los mismos para todos los individuos de la ciudad que se apropian del lugar y confieren un valor simbólico a este espacio. Para las personas que habitan la comuna y que visitan mayor número de veces el barrio, el significado y el valor simbólico resultan siendo distintos que para aquellos que lo visitan menos. Para aquellos que son residentes de la zona se suscita la normalización, al tener más apropiado este territorio, mientras que para los otros no hay tanta comunidad con este barrio que es visitado o transitado en menor cuantía. “Para mí no es que sea el mejor lugar para parchar con mis amigos, vivo aquí mismo en El Poblado, pero es donde hay mejor oferta para comer y hay algunos buenos sitios para rumbar aunque son pocos la verdad” (Anónimo, comunicación personal, 11 de mayo de 2019); eso contestó uno de los entrevistados al ser indagado sobre los espacios y la apropiación de la población gay, esta persona fue una de las que contestó que habitaba dentro de la comuna que en cierta manera

ha normalizado frecuentar la zona y no le provee un valor simbólico de importancia aunque la frecuente con regularidad.

En la tabla 6 se muestra la mayor frecuencia de visita en la franja horaria de la tarde, con 42 encuestados, y en la noche con 91: casi la totalidad dijo visitar la zona durante dicha franja. Así, la incidencia de personas en estos horarios representa que los espacios de consumo también ofrecen los escenarios para las estancias de estas personas y una mayor oferta para el consumo de estos usuarios que visitan este barrio por distintas razones y circunstancias. Estas personas se convierten así en actores que promueven la economía del sector al consumir en los espacios privados que se encuentran en este.

Horario	
Mañana	1
Mediodía	7
Tarde	42
Noche	91

Tabla 6. Horarios de visita según franjas horarias.

La encuesta estuvo vinculada al prisma espacio - tiempo. La relación entre el estrato de procedencia y los usos se evidencia en los tránsitos hechos según el origen habitacional del encuestado. A juicio de los resultados, quienes más transitan entre un espacio privado y otro fueron los de estratos Cinco y Seis, con una media de tres espacios visitados, incluyendo el restaurante, el bar y, por último, la discoteca; en algunos casos, los tránsitos en esta población eran, además, más prolongados, por lo que también se induce que hay mayor gasto, al posiblemente consumir más productos en esa estancia. Así, a mayor estrato socioeconómico, mayor capacidad de gasto y de estancia en espacios privados donde consecuentemente va a haber mayor consumo.

La respuesta del estrato Cuatro es similar a los casos de tránsitos anteriores, aunque baja el tiempo de estadía, con menos frecuencias en el establecimiento de comidas, pero con finalización también en la discoteca hasta las horas de la madrugada. Finalmente, las personas de estrato Tres usan el espacio con menor tiempo, pero, igualmente, pasando por el bar y la discoteca, aunque la diferencia no es tan perceptible, ya que de los estratos Tres al Seis los tránsitos en los lugares no son tan diferentes, en lo que se nota más diferencia es en los

tiempos de estadía. Esto puede significar la presión que ejercen las personas que tienen mayor capacidad de gasto y consumo en estos lugares y arrastran a quienes acompañan sus visitas y tránsitos a gastar de la misma manera o, al menos, intentar igualar los tiempos y el consumo de quienes no tienen estas capacidades.

Así mismo, dentro de los *procesos de significación* están la identificación y el nivel de confort que los individuos encuentran en el barrio. Esto se traduce en los niveles de seguridad y las tensiones que se presentan allí, sobre todo al considerar este espacio como un lugar en el que existen libertades, en su mayoría, en el libre desarrollo de la personalidad y la expresión. Las personas encuestadas mostraron tendencia neutral frente a ambas situaciones, evidenciando que no hay plena satisfacción con el confort o la seguridad que este lugar les pueda brindar, más que todo en referencia al libre desarrollo de la personalidad, como se puede ver en la tabla 7; de esta manera, las abstracciones simbólicas que este grupo de personas tiene sobre el espacio no va a ser la misma si las condiciones cambiaran respecto a seguridad y confort. Las respuestas cambian de manera considerable si las personas conocen la política pública sobre personas LGBTI para reconocimiento, protección, atención y garantías de los derechos de estas personas, teniendo una opinión menos neutral. Respecto a esta situación, varios entrevistados respondieron que no se sienten intimidados por ser gays al visitar la zona pero que sí sienten una situación de incomodidad al visitar ciertos lugares y no sentirse bien atendido por sus condiciones sociales o estéticas; por ejemplo uno de ellos respondió: “Es muy maluco uno llegar a un bar y que lo primero que vean es la pinta que uno lleva y así saber si lo atienden bien o no a uno” (Anónimo, comunicación personal, 11 de mayo de 2019).

Escala	Individuos
Muy de acuerdo	8
Acuerdo	46
Neutral	19
En desacuerdo	24
Muy en desacuerdo	3
Total general	100

Tabla 7. Escala de medición sobre la percepción del libre desarrollo de la personalidad en el espacio público.

Las personas, al responder sobre ambas situaciones, coinciden en sus opiniones y percepciones sobre el espacio y la seguridad y el libre desarrollo de la personalidad que allí pueden sentir (gráfico 6). La información que suministraron no permite generar una conclusión taxativa hacia alguna tendencia de favorabilidad o de desacuerdo, lo que hace difícil entender las situaciones de seguridad y libertad en un espacio, ya que las respuestas resultan, de alguna manera, en ambigüedad.

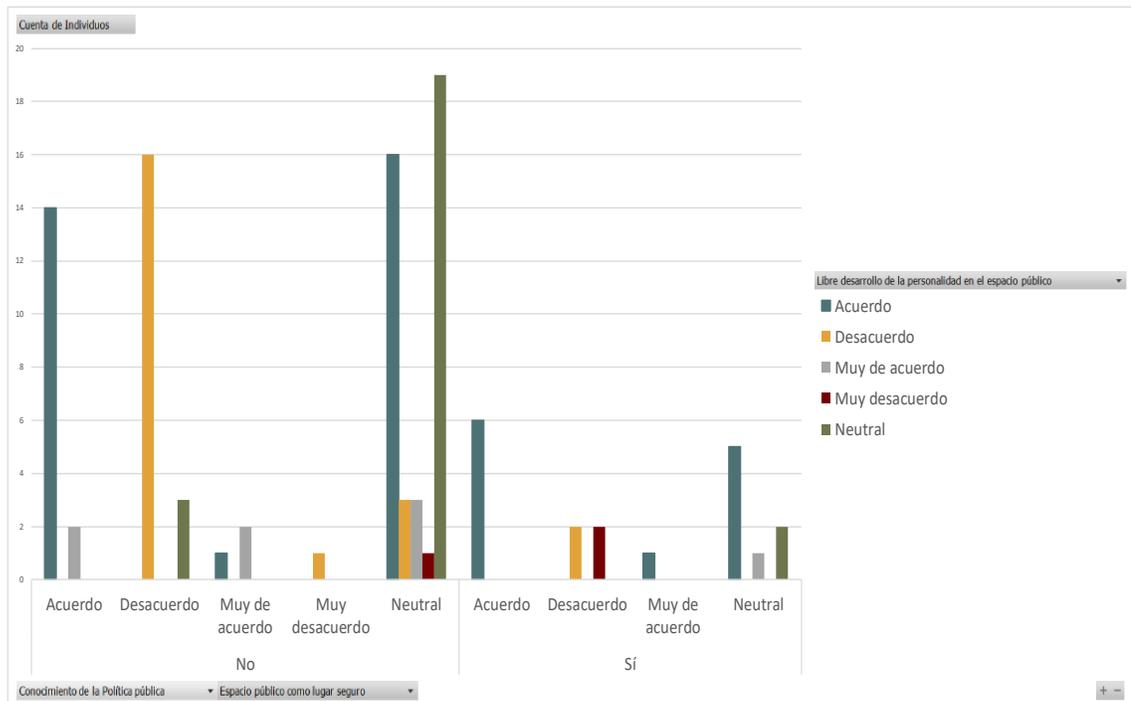


Gráfico 6. Espacio público como lugar seguro confrontado con su apropiación libre y sin censura, teniendo en cuenta el conocimiento de la política pública sobre la población LGBTI.

También, en el espacio público existen zonas donde hay más estancias y otras son usadas más como tránsito. Las zonas donde hay estancia en el espacio público son aquellas en las que se forma la mixtura entre el espacio público y el de consumo, ya que las personas suelen salir y entrar del lugar con frecuencia y llevar las acciones del espacio privado a espacio público. Es allí donde ocurre la gradación de estos dos espacios, lo que permite que los usuarios transiten entre ambos, en que la diferencia, siendo evidente, no afecta su apropiación, como se evidencia en la imagen 16. En ella se ven la acera y el espacio de consumo (bar); las personas que están en este lugar transitan permanentemente entre ambos, comprando productos en el bar y consumiéndolos en la acera adyacente, también existen casos de personas que fumaban en la calle y volvían al bar a sentarse en las mesas, una vez terminado de consumir el cigarrillo.

Imagen 17. Carrera 38 entre las calles 10ª y 9ª. En este punto existen tres bares para público gay (Donde



Aquellos, Zutra y Deep 9) donde la acera (rojo) cumple una función de encuentro y socialización antes de consumir en los bares convirtiéndose en una extensión del espacio de consumo (azul).

Las escaleras y la barrera son la separación entre ambos tipos de espacios, pero las personas que están allí los ven como una continuidad de un espacio o del otro. En algunos momentos de la noche la acera queda completamente llena de personas a la espera de continuar a otros espacios mientras la noche transcurre. En la tabla 8 se detalla los números totales que registraron las personas encuestadas sobre el espacio público como lugar seguro, en las que se evidencia la tendencia general a pensar que el espacio público en el barrio es seguro para la población gay que transita allí.

Escala	Individuos
Muy de acuerdo	4
Acuerdo	44
Neutral	26
En desacuerdo	25
Muy en desacuerdo	1
Total general	100

Tabla 8. Espacio público como lugar seguro según la muestra encuestada.

Por su parte, las personas fueron más claras en tomar posición frente a la percepción respecto a los espacios privados y de consumo, al responder de manera más favorable hacia las sensaciones de libertad y confort en este tipo de espacios. En relación con esto, las personas tienen mejor percepción frente a los lugares de consumo que al espacio público, en el que se pueden llegar a sentir más inseguros. En los espacios de consumo, el 61% de los encuestados está de acuerdo en que hay libertad de expresión (tabla 9), en la que se incluyen los porcentajes sobre la percepción de la muestra frente a la libertad de expresión en los espacios privado, siendo la respuesta de mayor incidencia.

Escala	Individuos
Muy de acuerdo	6
Acuerdo	61
Neutral	16
En desacuerdo	17
Total general	100

Tabla 9. Percepción de la libertad de expresión en los espacios de consumo.

La totalidad de personas que se mostraron Muy de acuerdo y De acuerdo frente a la libertad de expresión en los espacios privados (67%) demuestra amplia favorabilidad en cuanto a la percepción positiva y la sensación de confort que se siente allí. Igualmente, hay tendencia a mostrarse neutral, con un 16% del total de respuestas en ese sentido en la sumatoria de ambas variables, que se pueden añadir a la respuesta en la que están ubicadas en la subvariable base. En este espacio, la percepción negativa fue de 17% en desacuerdo con el espacio de consumo abierto a la población gay y solo 11% en desacuerdo a la libertad de expresión en los espacios privados.

Todo esto se traduce en la percepción de las personas sobre los espacios de consumo y su apertura y tolerancia frente a la población gay, aspecto en el que las respuestas muestran igualmente favorabilidad, pero en un mayor porcentaje, puesto que 73% (tabla 10) de los individuos está de acuerdo en que estos espacios son abiertos a la visita y tránsito de la población gay, sumándose a este indicador otro 10% de los que respondieron que están muy de acuerdo. La percepción negativa fue la más baja en todas las encuestas de frecuencia, en la que un total de 17% (sumatoria desacuerdo y muy desacuerdo) respondió que estos espacios de consumo no son idóneos para la población gay.

Escala	Individuos
Muy de acuerdo	10
Acuerdo	73
En desacuerdo	14
Muy en desacuerdo	3
Total general	100

Tabla 10. Percepción sobre los espacios de consumo abiertos a la población gay.

En el gráfico 7 se puede ver los resultados de las escalas anteriores contrastadas, en las que se evidencia la percepción favorable que tiene la muestra frente a los espacios privados de consumo en El Poblado. Así se puede evidenciar, contrastando con los resultados del prisma, que los individuos prefieren estar en los espacios de consumo al sentirse más seguros y menos discriminados al ser zonas más abiertas a la diversidad. Los establecimientos comerciales tienen políticas para evitar este tipo de situaciones de

discriminación⁶, que contribuyan a evitar multas o clausura del lugar. “Pues yo me siento más cómodo en un bar sentado y escuchando música que estar afuera parado y sin saber pa’ dónde coger, adentro igual si me tomo de la mano con mi pareja no me van a poner problema”, así se manifestó una de las personas entrevistadas señalando que en el espacio privado se siente más cómodo y seguro que en la acera o calle.

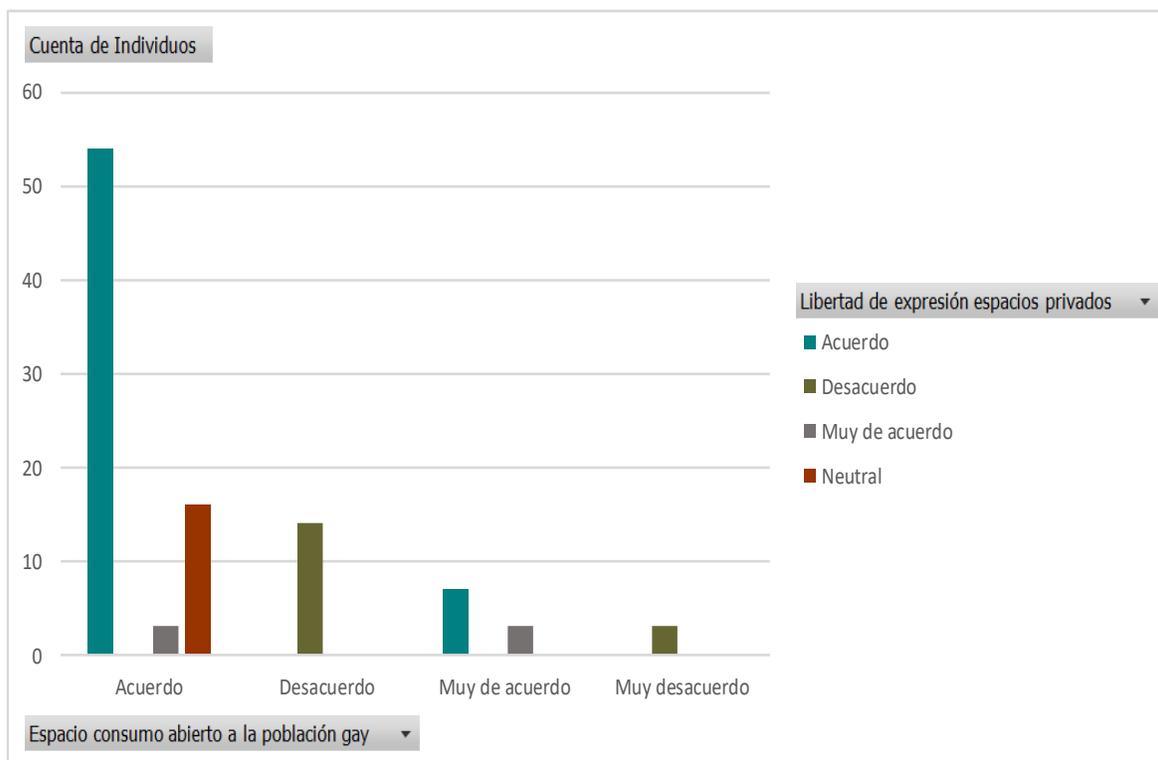


Gráfico 7. Espacio de consumo abierto a la población gay y la percepción de libertad de expresión en los espacios privados.

La información anterior puede ser contrastada con los resultados totales del prisma espacio – tiempo (tabla 11), en los que se muestra que las personas permanecen más tiempo en los espacios de consumo que en la calle o en el espacio público. Los encuestados permanecieron en total 102 horas en el espacio público, frente a 644 en los espacios de consumo entre los que se cuentan restaurantes, bares, discotecas, cafés, galerías, tiendas de

⁶ A pesar de la existencia de una ley y de políticas públicas, todavía en los medios se reportan situaciones de este tipo como la sucedida, por ejemplo, en Bogotá, en el centro comercial Andino, en abril de 2019 (<https://www.wradio.com.co/noticias/actualidad/pareja-gay-no-protagonizo-actos-obsenos-gerente-centro-comercial-andino/20190416/nota/3891694.aspx>).

ropa y gimnasios. Es decir que la sensación de confort y seguridad en los sistemas simbólicos de las personas gay que transitan en El Poblado se evidencia, sobre todo, en los espacios de consumo.

PRISMA ESPACIO TIEMPO	
Horas bar	
Total	146
Promedio	1.46
Horas bar 2	
Total	100
Promedio	1
Horas acera	
Total	102
Promedio	1.02
Horas restaurante	
Total	94
Promedio	0.94
Horas discoteca	
Total	304
Promedio	3.04
TIEMPO BARRIO EL POBLADO	
Total horas	1000
Total horas fuera de casa	746
Total horas espacio público	102
Total horas espacio consumo	644

Tabla 11. Resultados del prisma espacio - tiempo en el que se enuncia las horas totales de los espacios de consumo de mayor frecuencia de visita junto con el tiempo que se está en espacio público como en el de consumo.

Estas personas respondieron que visitaban tanto el café, el restaurante, la discoteca y el bar en horas de la tarde y noche, cuando hubo mayor frecuencia. En relación con la estratificación y las visitas a los bares (tabla 12), el estrato Cuatro es el que mostró mayor porcentaje de frecuencia, con 89%, mientras que el estrato Seis fue del 62,5%, siendo el más bajo, y los estratos Tres y Cinco, ambos con 83% de visita a los bares. En la tabla 13 se observa que la visita a las discotecas aumenta en porcentajes, al ubicarse el estrato Tres en 57%, el Cuatro en 79%, el Cinco en 61% y el Seis en 75%, siendo la visita a la discoteca no solo la de mayor estancia sino, también, la de mayor porcentaje.

Individuos			
Estrato	No	Sí	Total general
Tres	4	19	23
Cuatro	3	25	28
Cinco	7	34	41
Seis	3	5	8

Tabla 12. Frecuencia de visita a los bares según el estrato socioeconómico de los encuestados.

Individuos			
Estrato	No	Sí	Total general
Tres	10	13	23
Cuatro	6	22	28
Cinco	16	25	41
Seis	2	6	8

Tabla 13. Frecuencia de visita a discotecas según el estrato socioeconómico de los encuestados.

El caso de los restaurantes hace evidente que el desplazamiento al lugar para cenar corresponde a los estratos más altos, siendo el Cinco el de mayor frecuencia, con 83% de los encuestados, y el Seis, con 50%. Las personas de estrato Tres respondieron negativamente sobre la visita a un restaurante evidenciando que la estancia puede ser más corta y con menos tránsito entre distintos lugares de consumo, permaneciendo hasta una hora menos (aproximadamente) que aquellos que tienen mayor capacidad económica, según su estratificación de vivienda, en función de los resultados del prisma. Una de las personas entrevistadas del estrato Cinco expuso: “En comida con mi pareja nos podemos gastar entre los dos hasta 100.000 pesos cuando venimos a El Poblado” (Anónimo, comunicación personal, 11 de mayo de 2019). Queda comprobado que no todos los entrevistados tienen esa capacidad de gasto para el ocio durante una noche de visita al sector y que, cuanto mayor es el estrato, mayor gasto podrá tener la persona.

Individuos

Estrato	No	Sí	Total general
Tres	23	0	23
Cuatro	20	8	28
Cinco	7	34	41
Seis	4	4	8

Tabla 14. Frecuencia de visita a restaurantes según el estrato socioeconómico de los encuestados.

Respecto a la visita al café (tabla 15), dada en horas más tempranas o de la tarde, los encuestados respondieron de múltiples maneras, aunque los estratos Cuatro y Cinco son los que más reportan. La estancia en el café requiere de menos gasto y aunque este espacio no estuvo en el prisma en la verificación, un barista gay que trabaja en uno de los cafés de la zona respondió qué una persona puede gastar entre 10.000 y 15.000 pesos por visita. Así se demuestra la mayor frecuencia a esta lugar.

Individuos			
Estrato	No	Sí	Total general
Tres	21	2	23
Cuatro	10	18	28
Cinco	17	24	41
Seis	5	3	8

Tabla 15. Frecuencia de visita a cafés según el estrato socioeconómico de los encuestados.

La cartografía social y la observación participante permitieron encontrar densidades de uso sobre el territorio de estudio que establecen los tránsitos y lugares de mayor frecuencia, confort y sensación de discriminación. Las densidades más altas de estancias se manifiestan en las carreras 38 entre la calle 10ª y el parque Lleras, la carrera 37 entre las calles 10ª y 10ªA y la carrera 35, en el sector Provenza. Es particular que en estas zonas de alta densidad se presenten, de manera simultánea, las percepciones de confort y discriminación así como las de mayor gasto. Esto podría interpretarse en la manera en que en estos sitios, que son más frecuentados por la comunidad gay, surjan tensiones que originan discriminación entre aquellos que hacen parte de este grupo.



Imagen 18. Resultado de la cartografía social a partir de las frecuencias asociadas a las categorías de análisis.

Existen varios espacios identificados como espacios ‘rosa’⁷, como los bares Chiquita, Donde Aquellos, Discoteca Querida, Discoteca Oráculo y Bar Deep⁹, y otros como la Galería de la Fama o Salón Amador, donde la población gay también hace fuerte presencia. Los establecimientos de la zona de provenza es donde se evidenció mayor gasto.

Así mismo, se verificó que los lugares fuera de los espacios ‘rosa’ donde más existía discriminación están ubicados en las inmediaciones del parque Lleras (gris), siendo este donde más personas y más tránsitos hay, ya que este es el punto de encuentro y de reunión para los encuentros que ocurren en dicho territorio. La mezcla y la variedad de personas pueden fomentar, de algún modo, la sensación de inseguridad y la percepción de discriminación por la población gay.

⁷ Se identifica lugar rosa como aquellos de uso casi exclusivo de la población gay que puede extenderse a otros individuos del grupo LGBTI.

Los lugares de mayor estancia corresponden, de igual modo, a los sitios donde la sensación de confort fue identificada y que, además, en algunos casos, son identificados como sitios gay. Estos no están muy dispersos, sino solo separados por máximo cuatro cuadras. El lugar más alejado y que está fuera del polígono, pero dentro del área del parque de El Poblado, es el bar Querida, sobre la calle 10ª, a menos de una cuadra del parque hacia el occidente: este establecimiento, junto con La Galería de la Fama, hace parte de los espacios de apropiación gay en las inmediaciones del parque de El Poblado. Hacia la calle 10ªB, algunas personas se refirieron a unos cafés que en horas de la tarde son frecuentados por personas gay que regularmente transitan por el lugar.

Sobre el sector Provenza se puede analizar que hay un fuerte grado de apropiación a pesar de no haber lugares propiamente ‘rosa’ y que, además, los establecimientos de esta zona son los de mayor costo de consumo. El bar Chiquita y la discoteca Oráculo son los dos lugares donde se mezclan cuatro indicadores, en particular confort y discriminación: es una situación ambigua, pero que deja entrever las formas de asimilación que hay sobre estos lugares de las personas que los frecuentan. Frente esto un entrevistado respondió sobre la apropiación: “Me gusta más venir a Provenza que al Lleras, ir al Lleras ya es muy maluco; en Provenza es más bacano, los lugares son más diversos, no es tan mañé y a pesar de ser más caro pues me siento mejor aquí” (Anónimo, comunicación personal, 11 de mayo de 2019).

A partir de la observación participante y las muestras de los recorridos, no se evidencia que haya zonas de tránsito de uso preferencial de la comunidad gay. Estos tránsitos se comparten con las demás personas que llegan al barrio. Lo anterior permite entender que la discriminación se presenta en el momento de la interacción entre los grupos sociales que comparten el espacio.

Particularmente, la zona de mayor densidad de discriminación es el parque Lleras, donde no hay confort ni sensación de seguridad para la población encuestada. En estos mismos términos, algunos señalaron el ítem Discriminación en dos lugares que se configuran como espacio ‘rosa’, lo que significa que hay percepción de discriminación en los lugares frecuentados por personas homosexuales que se ajustan a los resultados de las encuestas, en los que la escala de discriminación en el grupo social es relativamente mayor que la que

sienten fuera del grupo, siendo así la concentración más alta en el parque Lleras y su entorno, para luego trasladarse a los dos espacios ‘rosa’ que fueron marcados en la cartografía.

4.1.2 INTERACCIÓN SOCIOESPACIAL

La interacción socioespacial se refiere a la relación que surge entre el espacio y el individuo una vez se ha apropiado de este. Respecto a ella los indicadores medidos son los tipos de espacios y la motivación que hay para visitarlos. A partir de los resultados, se infiere que la mayoría de las personas encuestadas van al barrio El Poblado a cenar y a fiestas en la noche, siendo este horario el de más frecuencia entre todos los encuestados y la fiesta la que más incidencia tiene (83%), así como la motivación gastronómica (46%).

Como aparece en la gráfica 8, quienes van a este lugar por trabajo son pequeña minoría, algunos de ellos trabajan en los mismos restaurantes y bares, frecuentando la zona también en horario nocturno. El 25% respondió que van a este lugar por motivaciones relacionales lo cual se refiere a citas o encuentros de pareja demostrando que el *habitus* de las personas gay que frecuentan el barrio no es en su mayoría de fines románticos; de esta manera, se abre un abanico de opciones como los planes de amigos o salidas de individuos que están en los espacios solos.

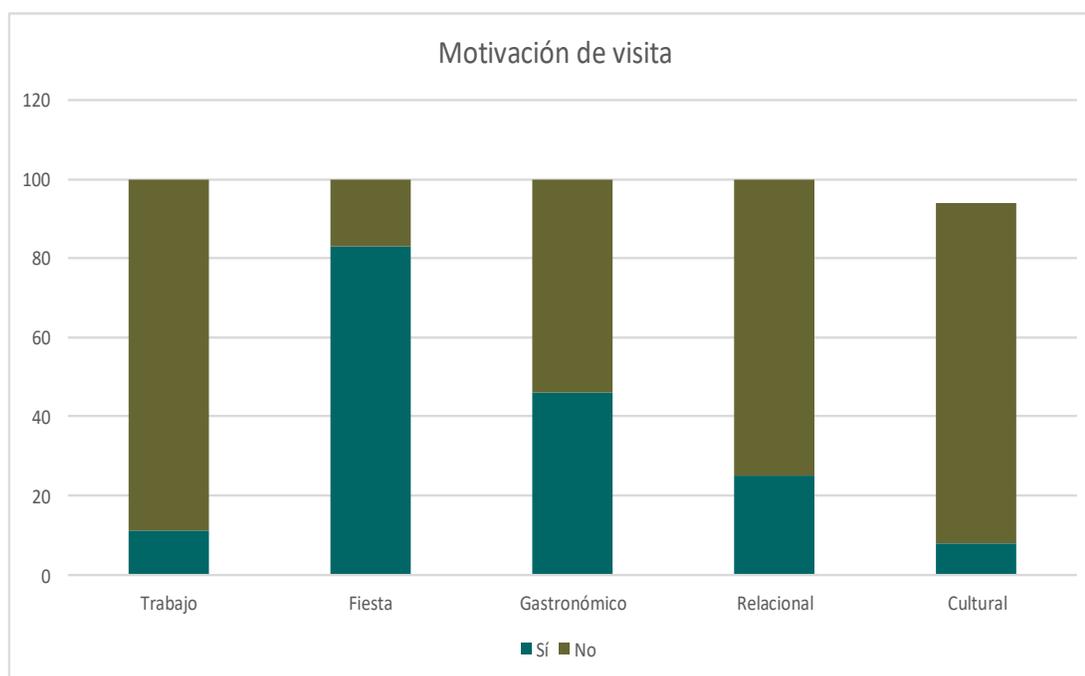


Gráfico 8. Motivaciones de visita a los espacios de consumo en el barrio El Poblado.

Los espacios más frecuentados y donde se expresa el habitus de las personas gay en el barrio El poblado con mayor incidencia, es decir, donde surgen las interacciones socioespaciales, son los bares, restaurantes y discotecas, como se aprecia en el gráfico 9. Así se puede concluir que la exclusividad expresada en comportamientos sociales y usos territoriales ocurre en espacios de consumo, para luego gradarse en el espacio público en las inmediaciones del lugar, se mezcla, así la exclusividad en los espacios de consumo por unos usos y capitales, excluyendo a quienes no poseen estas características a pesar de que los mismos encuestados respondieron no haber sentido exclusión por su orientación de género. Existen otros espacios como los cafés, las tiendas de ropa, el gimnasio y las galerías, que, con menor incidencia, también son lugares frecuentados por personas gay en El Poblado.

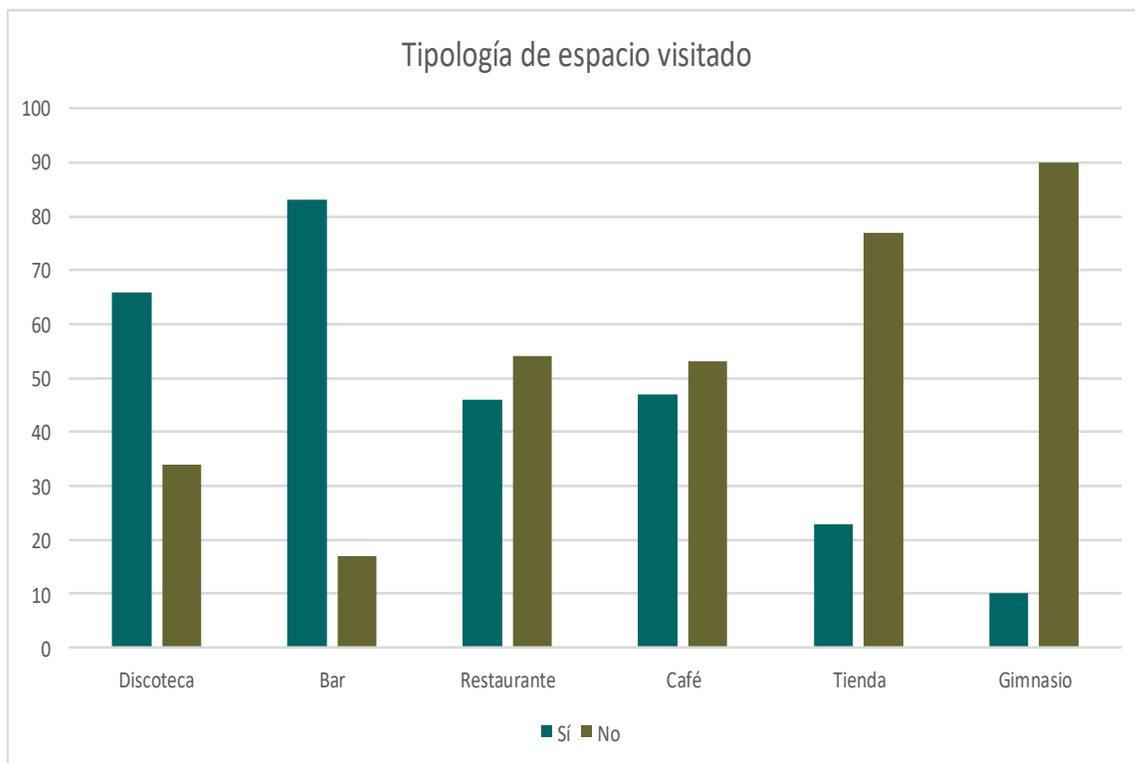


Gráfico 9. Tipología de espacios frecuentados por personas gay en el barrio El Poblado.

A pesar de ser una zona pública que puede ser transitada durante toda la semana, las visitas tienen picos durante la noche y los fines de semana, con lo que se puede verificar que esta es una zona de esparcimiento nocturno con alta concentración de personas durante los

fin de semana, con frecuencia en ascenso desde los jueves y pico los sábados, día en el que el 91% de los encuestados manifestó visitar la zona. Durante los fines de semana se pondera el uso de los bares y discotecas con tránsitos que regularmente oscilan entre las 8:00 p.m. y las 4:00 a.m. Los domingos, quienes van al territorio de estudio suelen hacerlo con fines gastronómicos, con uso en restaurantes, cafés o reposterías dispersos sobre todo en Provenza, hacia las carreras 35 y 37 con calle 10ªB. La alta confluencia de personas ocurre los jueves, viernes y sábados, con uso compartido entre los espacios público y de consumo, ya que entre ambos hay tránsitos y usos comunes mientras se moviliza de un lugar a otro. Por ejemplo, algunos bares, cafés o heladerías no tienen suficiente espacio para que sus clientes se ubiquen adentro, lo cual hace que en numerosas ocasiones las personas usen las aceras o antejardines para sentarse, conversar, departir e, incluso, consumir lo comprado en el establecimiento, lo que implica que el uso y el destino del local se extiendan hasta el espacio público.

Esta situación ocurre con mayor frecuencia en la carrera 35 entre las calles 8ª y 10ª en la acera occidental (Provenza), en la carrera 37 entre las calles 10ª y 10 y en la carrera 38 entre las calles 9ª y 10ª, zonas de mayor densidad de uso y tránsito entre los espacios público y privado. Quienes consumen allí están en permanente cambio entre la acera y el local, con modificaciones solo en caso de lluvia. En Provenza, algunos establecimientos incluso invaden el espacio público con mesas en las jardineras entre la acera y la calle. Así, el espacio privado puede extender su rango de uso desde el paramento hasta el sardinel de la calle.

La población gay que visita la zona de estudio suele frecuentarla los fines de semana y en la noche, señalando que el 91% lo hace a partir de las 8 de la noche, llegando en primera instancia a un restaurante a comer antes de continuar los tránsitos por la zona.

Según esto, se puede entender también que este grupo social no tiene unos espacios exclusivos: los que frecuentan los hombres homosexuales suelen ser los mismos en donde están las personas heterosexuales, lo que demuestra que no hay exclusión explícita *ad extra* entre heterosexuales y homosexuales, aunque en las encuestas las personas respondieron que sí hay tensiones entre ambos grupos, evidenciando que la discriminación y exclusión entre ambos puede ser una cuestión más allá de situaciones explícitas en el espacio. Según el gráfico 6 (pág. 90) las personas estuvieron en promedio 7 horas y 46 minutos en el barrio (cuantificando también el tiempo de transporte entre el hogar y el territorio de investigación),

desglosados en los espacios de consumo y en el espacio público que sirve para los tránsitos entre un lugar y otro, además de convertirse en un lugar donde también se comparte y se consume.

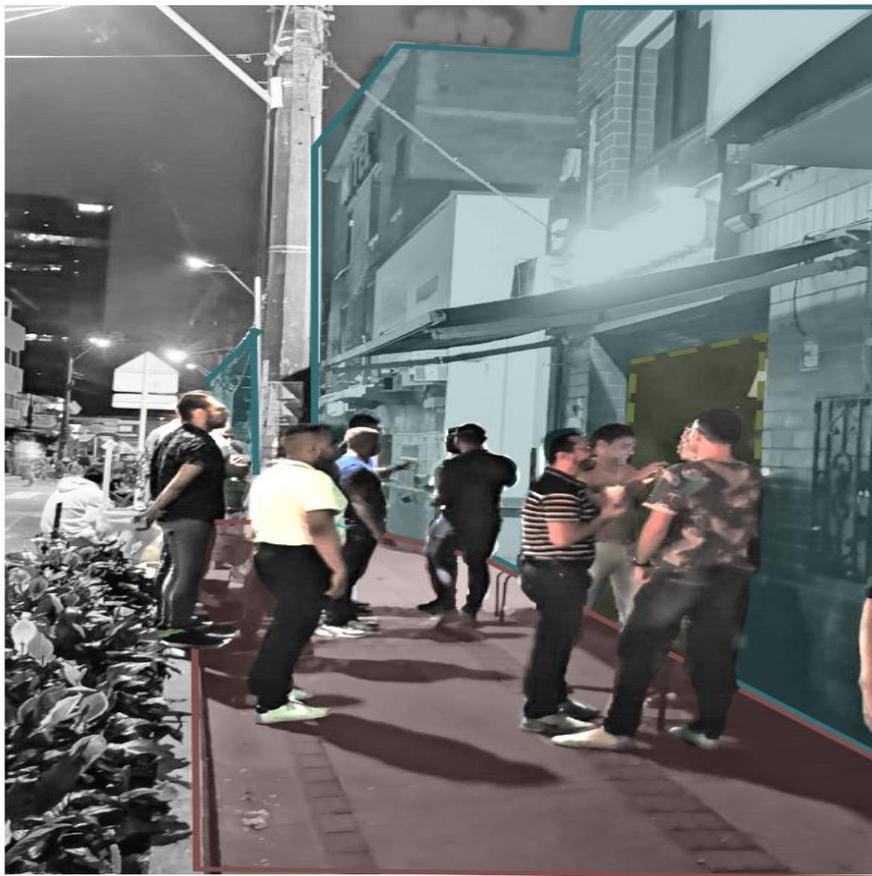
A pesar de ser los bares los espacios de consumo de mayor frecuencia, las estancias fueron más prolongadas en las discotecas con un promedio de 3.04 horas en estas frente a 2.46 horas en los bares. Así se confirma que los bares son más visitados pero no siempre quienes van a estos terminan su estancia en una discoteca. En las observación participante se puede advertir que los espacios donde más gradación hay entre el espacio público y privado es en los exteriores de los bares y discotecas, ya que los individuos salen y entran de ambos espacios permanentemente. En estos tránsitos, las personas salían a fumar, comer algo, encontrarse con otros o departir en el espacio público durante cierto tiempo, como se puede observar en la imagen a la salida de una discoteca gay en la carrera 37. En la imagen 18 se observa un grupo de personas afuera de una discoteca en la calle 36 (marcada en verde) sobre la acera (marcada en gris), creando una extensión de ella como lugar de encuentro y de consumo.



Imagen 19. Grupo de personas afuera de una discoteca un sábado en la noche haciendo uso del espacio público para conversar, descansar y comer. En rojo el espacio público (acera); en verde la entrada al establecimiento y lugar donde se hace la gradación del espacio público; en amarillo, el establecimiento privado.

Esta misma situación se pudo observar en un bar / cantina en el parque de El Poblado (imagen 19), cuando el sitio se llenó y las personas se apropiaron del espacio público al no encontrar espacio dentro para tomar licor, fumar y conversar; a pesar de estar en la acera, los meseros ofrecían sus productos a quienes estaban afuera, por lo que esta se convirtió en prolongación del espacio de consumo. Particularmente en este lugar conforme las horas de noche pasaban más personas se ubicaban allí y usaban el antejardín para sentarse y relacionarse con otras personas. Uno de los individuos entrevistados explicó: “En la acera es más fácil encontrarse con los amigos y no me cobran cover por entrar un rato” (Anónimo, comunicación personal, 11 de mayo de 2019). Escuchar la música del establecimiento en la acera adyacente a este permite, además, que las personas sigan disfrutando del ambiente del lugar así estén afuera.

Imagen 20. Bar / cantina ubicado en El Poblado sobre la carrera 43B, con personas al exterior que consumen



los productos que allí ofrecen y ubicándose en la acera próxima. En rojo el espacio público (acera); en verde la entrada al establecimiento y lugar donde se cumple la gradación del espacio público, y en amarillo, el establecimiento privado.

4.2 EXCLUSIVIDAD: POSICIÓN SOCIAL, ELEMENTOS DE DISTINCIÓN Y RELACIONES DE PODER

La segunda caracterización de la muestra se basa en las condiciones sociales y económicas de las personas estudiadas para responder a las variables de medición de exclusividad: esta primera parte permite identificar las relaciones de poder, los elementos de distinción y la posición social en la población estudiada. Esta fue respondida directamente a través de la encuesta y del prisma espacio - tiempo y reafirmada con la observación participante. Se podrá identificar la posición social de la persona y los elementos de distinción a partir de su estrato, residencia en la comuna 14 y nivel de estudios. Las relaciones de poder entre usuarios crean un *habitus* que permite la exclusión a partir de la exclusividad con tensiones entre homosexuales / heterosexuales y homosexuales / homosexuales.

4.2.1 POSICIÓN SOCIAL Y ELEMENTOS DE DISTINCIÓN

Respecto a las edades, más del 39% de la muestra poblacional está entre 26 y 30 años, y 25% entre los 31 y los 35, siendo estos grupos los de mayor proporción. Esta información, cruzada con el nivel de escolaridad, permite entender que los hombres que visitan el lugar están en la adultez temprana y han terminado sus estudios universitarios, y en 26% de los casos han continuado con su posgrado (tabla 16). Así se entrevistó que son jóvenes profesionales que, en consecuencia con sus salarios, provenientes de empleos calificados que requieren de educación superior, visitan la zona y hacen distintas transiciones entre el espacio público, en búsqueda de zonas en donde consumir en los espacios privados de comercio en el barrio.

Individuos		
Estudios	Estrato	Total
Bachiller	Tres	1
	Cuatro	2
	Cinco	4
Total Bachiller		7
Tecnólogo / tecnología	Tres	4
Total tecnólogo / tecnología		4
Pregrado	Tres	18
	Cuatro	23
	Cinco	18
	Seis	4
Total pregrado		63
Especialización	Cinco	10
Total especialización		10
Maestría	Cuatro	3
	Cinco	9
	Seis	4
Total maestría		16
Total general		100

Tabla 16. Relación entre los individuos y su nivel de estudios contrastado con el estrato de su residencia.

Esto se observa en el gráfico 10, en la que se relaciona la especificación de los niveles de estudio de los encuestados; en esta se puede verificar que cuanto mayor es el estrato económico mayor es el nivel de estudios, encontrando en el estrato Tres personas en niveles de bachiller y tecnología, en el estrato Cuatro, personas de todos los niveles, menos de especialización, y en estrato Cinco, la mayoría con maestría, además que quienes respondieron tener una especialización residen en estrato Cuatro; de las ocho personas que respondieron que residen en estrato Seis, cuatro respondieron que están en nivel de maestría y los otros 4 en pregrado.

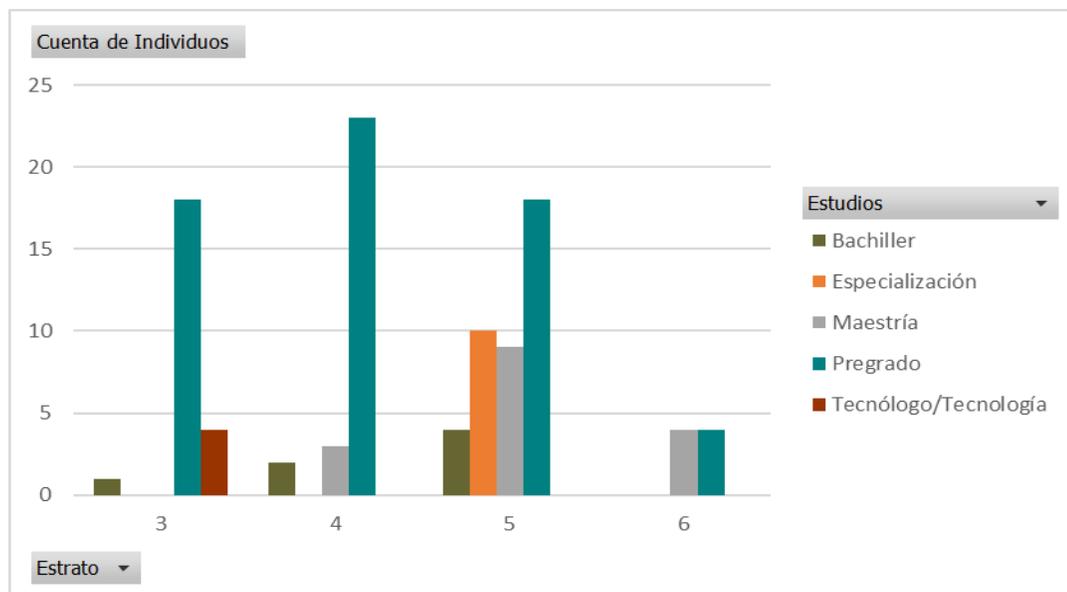


Gráfico 10. Nivel de estudios de las personas encuestadas según el estrato en donde tienen su lugar de residencia.

En la muestra de estudio se reconoce que la mayoría de la población está cursando o ha terminado ya sus estudios superiores en nivel universitario y que solo el 7% está en nivel de bachiller. De esta manera, se evidencia el nivel de escolaridad como variable de distinción, ya que la mayoría de quienes frecuentan este territorio posee educación superior. Así, se puede desarrollar un *habitus* en las interacciones y relaciones fomentadas a partir del capital cultural de quienes frecuentan este espacio adquirido a partir de los estudios y la socialización hecha como descalce de los conocimientos y capacidad de sociabilidad que este le permita poseer.

Además, esta información suministrada por el nivel de escolaridad se transversaliza con los estratos donde se ubican las viviendas de las personas (Imagen 20): un 49% reside en estratos alto (Seis) y medio alto (Cinco), un número significativo en la muestra, ya que en toda la ciudad ambos estratos solo representan el 12% de las viviendas (Medellín cómo vamos, 2018, pág. 124). El 51% de la población encuestada respondió que tiene su lugar de residencia en los estratos Tres y Cuatro, lo que se ajusta un poco más a los datos del informe Medellín Cómo Vamos, en el que se destaca que el 41% de las viviendas de la ciudad está en ambos niveles, que corresponden al socioeconómico medio.

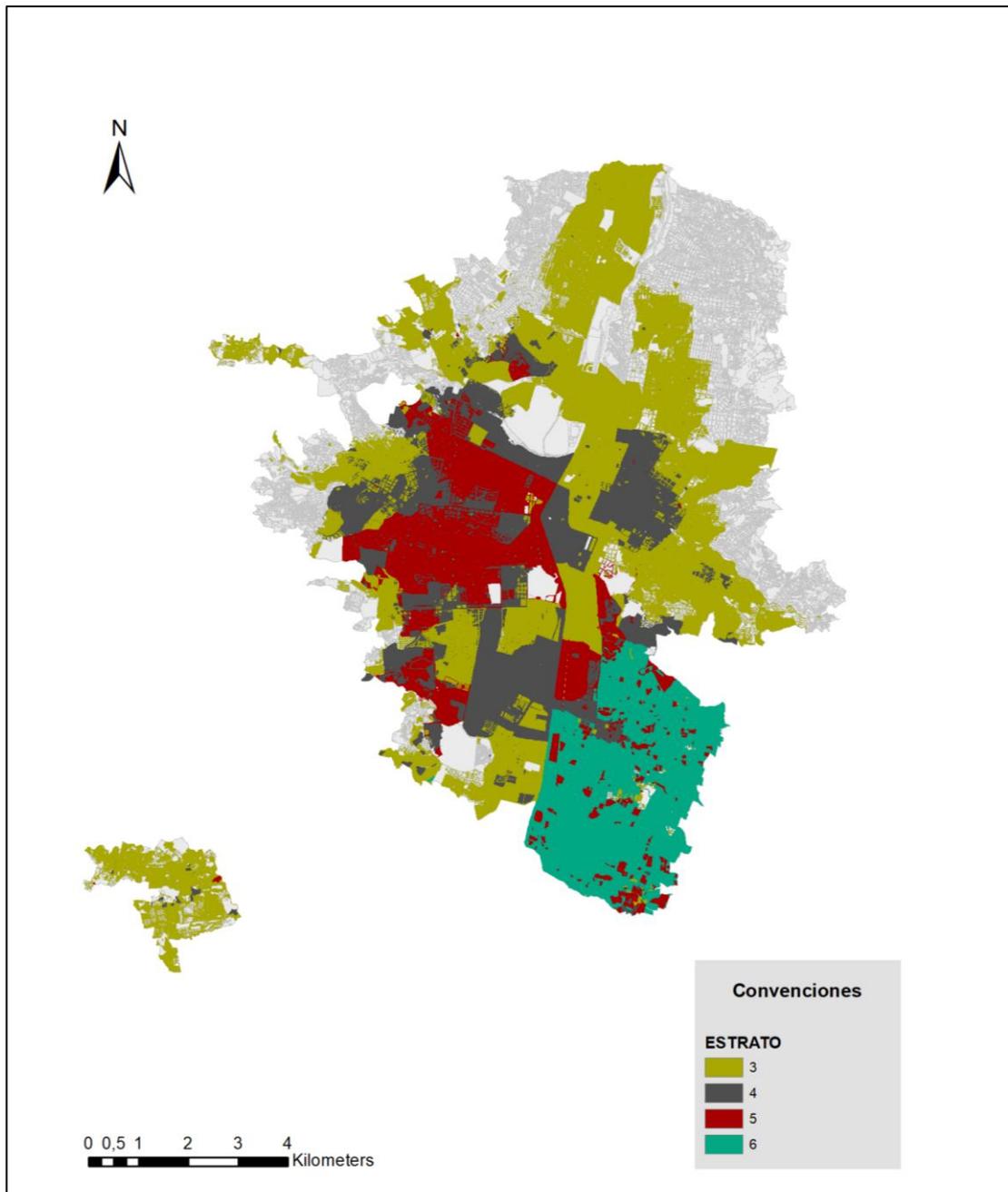


Imagen 21. Cartografía de Medellín urbana, según los estratos socioeconómicos Tres al Seis, identificando los posibles lugares de procedencia de quienes frecuentan el espacio de investigación.

De esta información se puede concluir el capital económico de las personas que visitan el lugar a partir de la definición de los lugares de residencia y la estratificación de estos, además del consumo realizado una vez se está en el lugar. A estos números significativos se suma la alta frecuencia de visitas de esta muestra poblacional a la zona, en la que el 86%

afirmó que acude al barrio al menos una vez, de lo que se puede identificar alta relación con este espacio, que ofrece alternativas de estancia durante varios días de la semana y en el que se puede hallar amplia tipología o usos del suelo, entre los que se cuentan bares, restaurantes y discotecas, que son, tradicionalmente, los más frecuentados por esta comunidad. El número de visitas al mes también ayuda a identificar la capacidad de gasto y consumo, ya que cada visita requiere de alto gasto mínimo por visita, lo que incrementa el consumo en cada uno de los lugares que se frecuenta. Esto, según Pierre Bourdieu, se traduce en capital económico y un *habitus* diferencial en las personas que pueden invertir más en ocio y entretenimiento que en gastos cotidianos como transporte, alimentación y vivienda (Bourdieu, 2001). Este capital económico permite, además, relacionarse con el capital social de los individuos que visitan el territorio, ya que hay cierta comunidad en cuanto a la pertenencia a un grupo social de clases alta y media alta con alto poder adquisitivo y de consumo.

El consumo pudo ser identificado también en los prismas espacio – tiempo, donde se obtuvo los promedios de horas en los restaurantes, bares y discotecas. El tiempo de estancia en los lugares de comida fue de una hora. Luego de pasar por el restaurante visitan uno o dos bares de estancia corta, con promedio de 2.46 horas en las dos alternativas de bares o tabernas que se permitió elegir. Esto significa que entre los tres lugares hay mínimo consumo de tres productos de cada lugar (platos, bebidas, cocteles, tragos, entremeses y *shots*). Así, se identifica unos elementos de distinción en los que las personas hacen gasto significativo por cada visita a la zona, evidenciado, una vez más, el capital económico de quienes frecuentan el barrio.

Según las entrevistas aplicadas, las personas tienen un gasto promedio un sábado (día de más estancia y consumo) de 150.000 pesos; esto tiene fuerte peso en el gasto y consumo para entender la distinción y la clase social de quienes frecuentan la zona Lleras, ya que en Colombia, en 2019, el salario mínimo es de 828.116 pesos. El *habitus* y estilo de vida de los gay permiten entender que a partir del gasto que se pueda realizar se genera la exclusividad de los espacios de consumo. Las personas encuestadas que habitan en los estratos 5 y 6 son quienes más frecuentan estos espacios debido al alto costo de los productos allí ofrecidos y el poder económico del que se requiere para poder hacer este tipo de gastos.

Suponiendo que las personas acuden al menos dos veces por mes, una por quincena, el gasto se incrementará y el porcentaje respecto a alguien que devenga el salario mínimo será superior. Esto demuestra alto poder adquisitivo y alta capacidad de consumo, ya que este promedio se estableció con un solo día de visita en la semana. Hay que añadir que luego de las tres estancias primeras (restaurante, bar 1 y bar 2) la mayoría termina su noche en una discoteca, ya sea en Provenza, Lleras o el parque de El Poblado. Generalmente el *cover* o precio de entrada fluctúa entre los 5.000 y los 15.000 pesos -según el día o el evento de turno-, a lo que hay que sumar lo que se consuma en licor o comida. En las encuestas y entrevistas no se hizo mención o preguntas sobre consumo de estupefacientes y el posible gasto en este tipo de sustancias; no se tuvo en cuenta en la muestra, pero debe mencionarse, ya que en el sector hay alto índice de consumo de drogas (Restrepo & Matta Colorado, 2019).

Así mismo, se puede establecer los tipos de espacios que frecuentan, ya que no se puede limitar solo a los observados en la herramienta espaciotemporal. Además, en la encuesta se preguntó por otros espacios adonde las personas gay van cuando están en la zona, que corresponden a otros horarios y usos que no son exclusivamente de diversión nocturna. Están los cafés, también con alto porcentaje de visitas, así como las tiendas de ropa de la zona. Entre Provenza y el parque Lleras se localiza la calle Vía Primavera, caracterizada por el comercio de ropa de diseñador, y que se ha convertido en punto de referencia en el barrio. Cabe también mencionarse que las galerías de arte y los gimnasios fueron incluidos, pero la incidencia o las visitas no arrojan un porcentaje alto al respecto.

Otro gasto adicional al consumo que se hace directamente en el espacio es el transporte entre el lugar de vivienda y El Poblado. Según las encuestas, el 82% de los hombres homosexuales que visitan el lugar de investigación no reside en la comuna 14. El gasto en movilización implica que las personas lleguen en transporte público o privado. Respecto al transporte privado, su uso es menor, ya que la mayoría ingiere bebidas alcohólicas, lo que imposibilita su uso para el regreso al lugar de residencia, salvo en los casos en que se deje el vehículo en un parqueadero y sea recogido en otro momento; la otra alternativa es el transporte público, ya sea taxi, bus, metro o aplicativos como Uber y Cabify.

El transporte desde otros sectores de Medellín implica una de las cuantías más altas, ya que los estratos Tres, Cuatro y Cinco están fuera de la comuna 14. Según la Alcaldía de

Medellín (Medellín, Estratificación socioeconómica viviendas, 2011), las viviendas por estratos medio, medio alto y alto están discriminadas así: la comuna Cinco (Castilla) cuenta con 547 unidades habitacionales en estrato Cuatro; la Siete (Robledo), con 4.262 unidades habitacionales en estrato Cuatro, 773 en estrato Cinco y dos en estrato Seis. La comuna Ocho (Villahermosa) cuenta con 984 viviendas en estrato Cuatro; la comuna 10 (Buenos Aires), con 4.559 en estrato Cuatro, 501 en el Cinco y 286 en el Seis; La Candelaria o comuna 10 posee 16.002 viviendas en estrato Cuatro, 1.118 en el Cinco y una en el Seis; la comuna 11 (Laureles - Estadio), con 15.102 viviendas en estrato Cuatro y 25.784 en el Cinco; La América o comuna 12 tiene 15.083 unidades en estrato Cuatro y 8.898 en el Cinco; la comuna 13 (San Javier), 2.536 viviendas en el Cuatro. La comuna 14 (El Poblado) tiene 1.544 viviendas en estrato Cuatro, 8.453 en el Cinco y 31.603 en el Seis. Aunque el gasto en transporte no se refleje en el consumo en la zona, sí debe tenerse en cuenta como factor de medición del capital económico, al ser un elemento importante y que representa alto gasto en la totalidad de dinero invertido en una visita al lugar de investigación.

4.2.2 RELACIONES DE PODER

Los espacios público y de consumo en El Poblado no son exclusivos de la población gay. Estos son altamente diversos y quienes los frecuentan poseen características ampliamente variadas, ya que es un sitio de encuentro y esparcimiento para un gran porcentaje poblacional de la ciudad. Lo anterior puede generar situaciones de tensión al ser un lugar compartido y donde las formas de expresión o exteriorización de la persona entran en relación con los otros. Las relaciones de poder se expresan en las situaciones de tensión entre la población gay y las personas heterosexuales que están en el territorio, así como las tensiones entre usuarios homosexuales en los espacios de consumo y que transitan por el espacio público.

La encuesta arrojó un resultado que no permite concluir tendencias hacia una presunta situación de tensión, ya que el resultado fue 59 / 41, en el que el mayor porcentaje respondió que sí hay tensiones entre ambos grupos (Tabla 17). Esto se refleja en desconfianza o temor de la libre expresión de la personalidad cuando hay personas que no sean homosexuales en el entorno, así como bajos niveles de confort.

Respuesta	Individuos
No	41
Sí	59

Tabla 17. Percepción de tensiones entre homosexuales y heterosexuales en el espacio público y privado.

Seguido a las situaciones de tensión, las personas fueron indagadas por el libre desarrollo de la personalidad en el espacio público en cuanto a la manifestación de su condición sexual. Esto, como sinónimo de garantía y seguridad frente a las condiciones de género de la población estudiada. Los resultados mostraron tendencia hacia la percepción de que las personas pueden o se sienten libres de expresarse libremente en el espacio público, con un 54% de los encuestados mostrando favorabilidad (tabla 18). Un porcentaje igualmente alto indicó que se siente neutral frente a la pregunta (19%). Esto podría significar, también, que muchas personas no están al tanto de la situación o que su nivel de confort en el espacio no representa inquietud sobre las tensiones que surgen en el espacio público, lo que demuestra interacción no excluyente con personas heterosexuales.

Escala	Individuos
Muy de acuerdo	8
De acuerdo	46
Neutral	19
En desacuerdo	24
Muy en desacuerdo	3

Tabla 18. Percepción del libre desarrollo de la personalidad en el espacio público de los encuestados.

La gráfica 11 muestra las tendencias de los encuestados sobre la apropiación libre y sin censura en el espacio público frente al libre desarrollo de la personalidad, en ella las personas demostraron que están de acuerdo, sobre todo a que en estos espacios se pueden expresar de manera libre y demostrar su condición de género y sexual sin necesidad de esconder lo que son, aun así muchos respondieron que se sienten neutrales frente a esta situación, lo que implica mayores libertades de la población gay en estos espacios, a pesar de ello 27 personas respondieron que no hay apropiación libre y sin censura ni libre desarrollo de la personalidad

en el espacio público. Aunque es un número menor, no deja de ser significativa esta percepción.

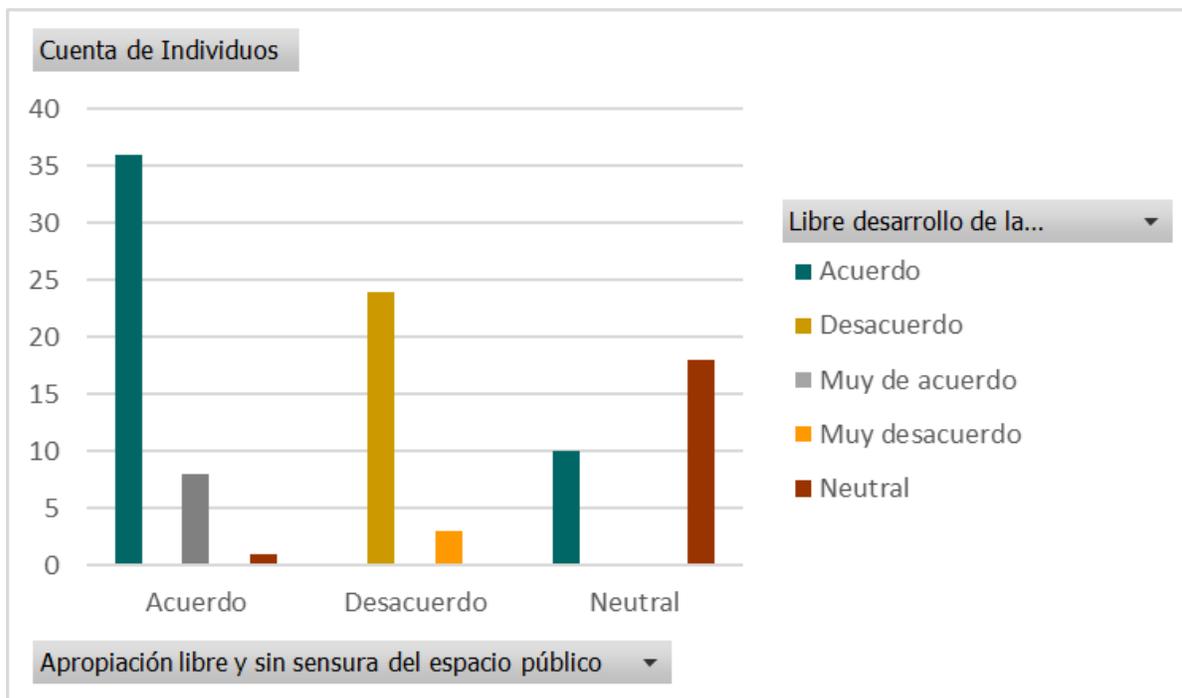


Gráfico 11. Apropiación libre y sin censura del espacio público frente al libre desarrollo de la personalidad en el espacio público.

También se quiso visualizar la apropiación del espacio desde la seguridad que ofrece la persona, la seguridad entendida como aquella que permite que se sienta cómoda, sin riesgos y no vulnerable ante las situaciones del contexto y los cambios en el entorno (tabla 19). Aunque la pregunta es directa sobre la seguridad respecto a la persona que se identifica como gay, las respuestas pueden estar referidas a inseguridad general que cualquier usuario del espacio puede experimentar como atracos, secuestros, cosquilleo (robo de las pertenencias que se llevan dentro de los bolsillos), robo con alcaloides, extorsión, entre otros, o la respuesta directamente relacionada sobre inseguridad que presenta la persona por su condición y orientación sexual.

Frecuencia	Individuos
Muy de acuerdo	4

Acuerdo	44
Neutral	26
En desacuerdo	25
Muy en desacuerdo	1

Tabla 19. Percepción del espacio público como lugar seguro.

En la respuesta se muestra la tendencia favorable hacia la seguridad en el espacio público, pero un número importante se reconoció neutral, mostrando ambigüedad hacia el sentimiento de seguridad. Esto permite inferir que, independiente del contexto o la situación, las personas pueden sentirse seguras en el espacio público cuando acuden al barrio El Poblado. En la imagen 21 se muestra uno de los sitios en donde los encuestados, desde la cartografía social, establecieron que más se presentaba la discriminación y percepción de inseguridad, paradójicamente luego de los recorridos y la observación participante en este lugar es donde hacía mayor presencia la Policía en las horas de noche.



Imagen 22. Espacio donde fue ubicada en la cartografía social mayor inseguridad en los alrededores del parque Lleras en la calle 9ª. Elaboración propia (2019).

Además, se verificó estas mismas condiciones en el espacio privado y de consumo. En cuanto a ese ámbito, los encuestados respondieron con favorabilidad hacia el respeto y la libertad en los espacios privados. Las personas respondieron con favorabilidad respecto a la libertad de expresión y la apertura de los espacios de consumo a la población gay, habiendo mayor confort y menor sensación de discriminación en los espacios privados frente al espacio público. En el gráfico 12 se aprecian las tendencias de las encuestas, en las que las personas respondieron con favorabilidad frente a este tipo de situaciones en el espacio privado.

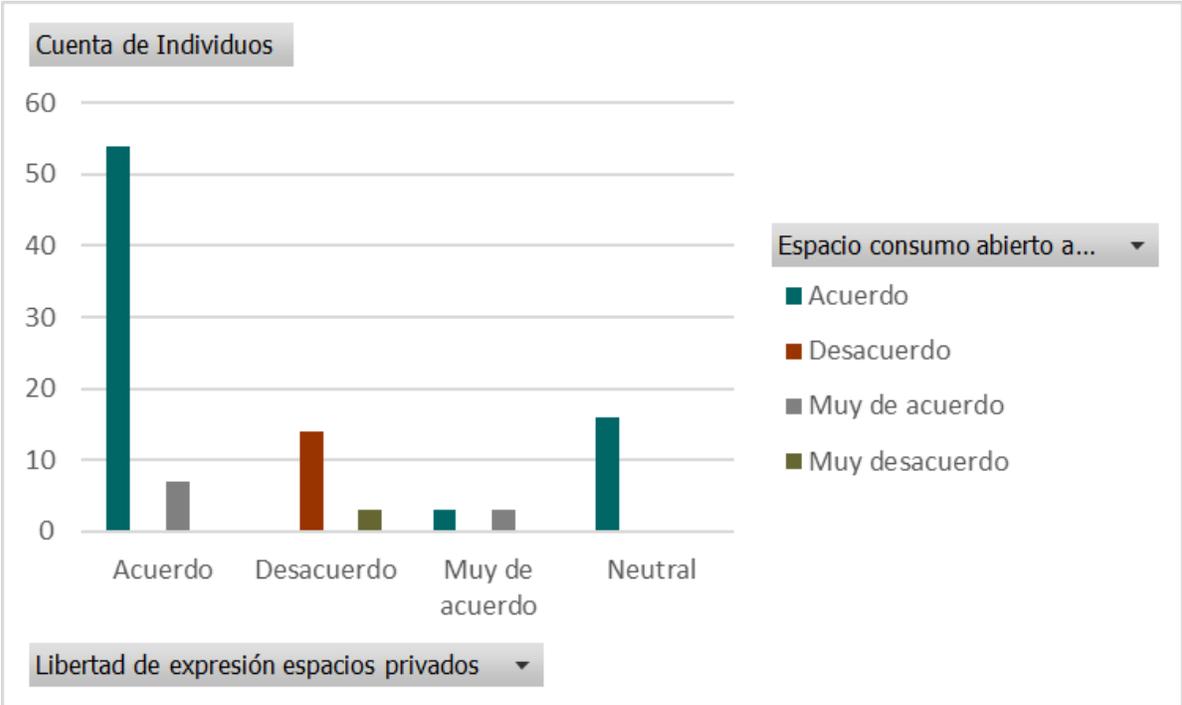


Gráfico 12. Libertad de expresión en los espacios privados frente a los espacios de consumo abiertos a la población gay.

Sobre la percepción de apertura de los lugares privados y de consumo hacia la diversidad de las personas que transitan en estos espacios, en la muestra los encuestados respondieron que sienten los espacios de consumo (bares, restaurantes, discotecas, tiendas, galerías, entre otros) abiertos a quienes pertenecen a la comunidad gay y que, a su vez, ya que se pregunta por la diversidad, puede extenderse hacia todo el colectivo LGBTI. Frente a eso, puede entenderse que los usuarios logren tener conocimiento de que la discriminación hacia los miembros de este colectivo es un delito en Colombia desde la expedición de la Ley 1482 de 2011 y que, por sentencia T-673 de 2013 de la Corte Constitucional, las expresiones

de afecto entre parejas del mismo sexo deben ser permitidas de igual manera que las de las parejas heterosexuales. Ante el conocimiento generalizado de las personas homosexuales de que en los espacios privados no se puede permitir ni fomentar algún tipo de discriminación, la comunidad considera que estos lugares deben estar abiertos a recibir y atender la población diversa, por tanto existe asimilación más abierta sobre lo que pueden expresar en ellos.

Las relaciones de poder son expresadas en las tensiones dentro de la misma comunidad homosexual masculina y las que se suscitan *ad intra* a partir de la capacidad adquisitiva y que devienen de las diferentes situaciones socioeconómicas que ya se analizaron en los apartados anteriores, expresándose en un *habitus* definido por un capital económico. En la encuesta se pregunta sobre las tensiones dentro de la comunidad gay promovidas por la “clase social” evidenciadas en el consumo que hay en los espacios privados y públicos de la zona (tabla 20). El 34% respondió que estaba muy de acuerdo con tensiones dentro de la población gay y 37% de acuerdo, para un total de 71% de favorabilidad frente a esta situación, lo que demuestra los conflictos internos de este grupo social, que no son necesariamente una situación física, pero que sí se expresan de manera simbólica en el espacio. El 17% respondió estar neutral, 12% en desacuerdo y 0% muy en desacuerdo.

Escala	Individuos
Muy de acuerdo	34
Acuerdo	37
Neutral	17
En desacuerdo	12
Muy en desacuerdo	0

Tabla 20. Percepción de tensiones entre la población homosexual en el espacio público y de consumo.

Con esta pregunta se quiere responder a la hipótesis sobre la posible exclusión en un mismo grupo social pero que se segrega a partir de las condiciones de clase en relación con los *habitus* que tengan quienes pertenecen a esta, es decir, la posibilidad de exclusión de personas homosexuales debido a que existen diferencias en las capacidades económicas o adquisitivas. En la respuesta se mostró la tendencia a la percepción de que esta situación de discriminación de clase sí ocurre dentro de la población estudiada. Uno de los entrevistados manifestó, sobre esta situación: “Yo no me siento excluido por el lugar de donde vengo o si

vengo con mis amigos hetero o gay, siento es problema con las miradas que me dan los otros *manes* si vengo vestido de una manera o de otra, que trago compro o que consumo, es muy fastidiosa esa presión entre gays cuando uno sale a la calle” (Anónimo, comunicación personal, mayo 11 de 2019).

Además, la respuesta neutral podría, como en las afirmaciones anteriores, demostrar indecisión o dilema entre los encuestados que posiblemente no hallen validación a la afirmación que se les ha presentado. Con todo esto, es posible afirmar que sí hay tensiones dentro de la comunidad y que hay mediación importante de la capacidad de consumo que puede tener todo un grupo social que se presenta como agente que fomenta la discriminación. En la gráfica 13 se relaciona esa percepción de tensiones entre la población homosexual en el espacio y los estratos de vivienda de quienes fueron encuestados. Se verifica que aquellos que habitan en estratos Tres y Cuatro son los que mayor conflicto sienten respecto a las tensiones entre individuos y los estratos Cinco y Seis, donde se responde que están en desacuerdo. Esto último es posible que sea respondido como negación a la problemática o a falta de conciencia entre la exclusión por la exclusividad de los espacios y consumo que se da en El Poblado, cuanto mayor capacidad económica, menor será la incidencia de exclusión por la posesión de capitales económicos, culturales o sociales (Bourdieu, 2001).

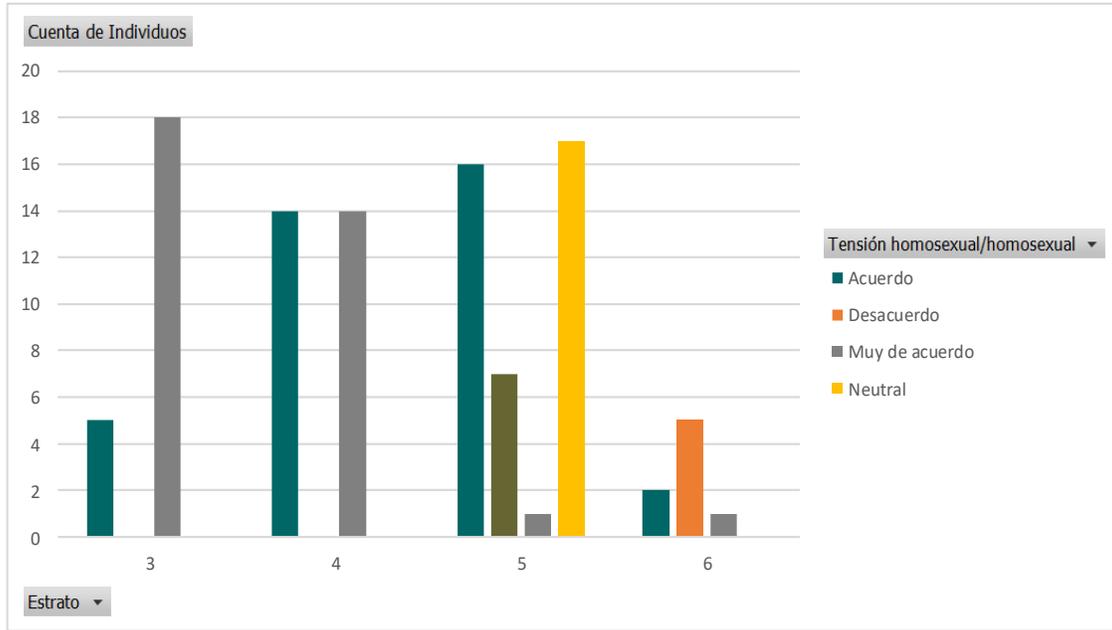


Gráfico 13. Tensión dentro de la población homosexual frente al estrato de procedencia del encuestado.

Finalmente, el gráfico 14 muestra dónde más se evidenció la exclusión por el poder adquisitivo para reafirmar lo expuesto anteriormente: en las respuestas de los estratos Tres y Cuatro, ya que los encuestados estuvieron de acuerdo y muy de acuerdo con que esta situación ocurre en estos lugares. Los de estrato Cinco respondieron de distintas maneras, pero en ellos se puede ver que 12 están en desacuerdo y muy en desacuerdo con esa afirmación, así como otras 12 respondieron neutralmente. Los que habitan en estrato Seis respondieron, en su mayoría, estar en desacuerdo con que hay exclusión por poder adquisitivo. Así, la tendencia es que si es menor el estrato social, mayor será la percepción de exclusión. Esto, desde la teoría *bourdieuana*, compromete una situación de tensión desde el capital económico donde las personas con menor capacidad de consumo pueden sentirse excluidas al no tener las mismas facultades de quienes sí pueden hacer más tránsitos entre los lugares de consumo y permanecer más tiempo en El Poblado.

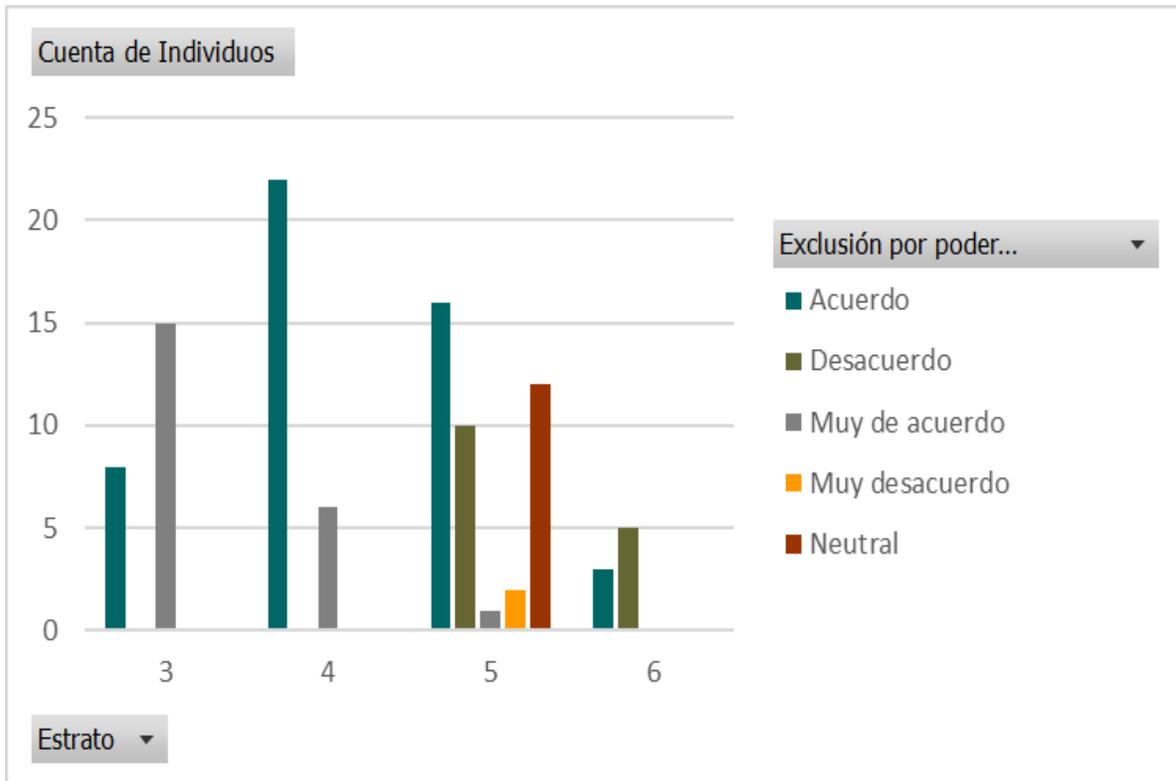


Gráfico 14. Exclusión por poder adquisitivo frente al estrato de procedencia de los encuestados.

En la afirmación se limita a preguntar por la exclusión explícita en virtud del poder adquisitivo del individuo que, al igual que la anterior, confirma las situaciones de exclusión que la comunidad gay presenta: *habitus* particulares dados en el campo social de esta población. De igual manera, las respuestas tienen un grado de similitud, no obstante los porcentajes se muevan la tendencia continúa, al afirmar que se discrimina dentro de esta población y que una de estas formas parte del poder adquisitivo del individuo.

5 CONCLUSIONES

La exclusión ha sido recurrente en términos históricos al macro colectivo social LGBTI, dentro del que se encuentra la población gay o de homosexuales masculinos, que han sido el objeto de estudio de esta investigación, y su relación con el espacio público y de consumo en el barrio El Poblado, de la comuna 14, de Medellín. Esta mencionada porción de la sociedad civil está en permanente uso de los espacios públicos y *privados* del barrio, en la que sus integrantes pueden expresar el libre desarrollo de su personalidad y, además, manifestar de manera pública su orientación sexual sin necesidad de esconder este tipo de situaciones personales, teniendo una vinculación con el orden social de la ciudad. Estos espacios privados han tenido cambios tipológicos, al transformarse de un espacio eminentemente rural en los años 30, cuando se construyó el barrio Lleras y, posteriormente, en los 60, el barrio Provenza, para adquirir un uso residencial hasta la progresiva transformación comercial acontecida durante las décadas del 70 y el 80. En la actualidad, el barrio tiene sentido comercial con fines de esparcimiento y ocio, sobre todo para actividades nocturnas.

Estas casas construidas entre los finales de los años 30 y los años 60 fueron diseñadas con amplios frentes y antejardines para el uso y el disfrute de sus residentes, que, con los cambios de uso y la transformación a un destino comercial, adquirieron otra empleabilidad; por ejemplo, algunos antejardines y los antiguos parqueaderos de estas casas fueron acondicionados como cafeterías y tiendas de ropa y, en algunas cuadras, en restaurantes o discotecas. De esta manera, el zócalo de las casas y nuevos edificios del barrio se emplea en la actualidad para el comercio en relación directa con el andén y la calle, fomentando la relación entre el espacio público y el espacio privado, que se gradúa según los usos y apropiaciones que le den los usuarios o transeúntes de este sector.

Este tipo de actuación en el espacio público permite que la persona cree vinculación con el espacio transitado, que conlleva a que este sea apropiado, de ahí que haya transformación, en primera instancia, simbólica del espacio habitado.

Esta apropiación simbólica está mediada por el fenómeno de distinción a partir de la clase social en términos sociológicos de Pierre Bourdieu (2001). Tales transformaciones, aunque espontáneas, están intervenidas por situaciones sociales de quienes las propician. Con ello se pueden generar las transformaciones físicas mediadas por el factor de consumo de la población que visita, habita y transita dicho territorio y que impulsa espacios urbanos que dan cabida a estas personas otrora silenciadas y segregadas en términos sociales.

Investigadores de urbanismo y género consultados como base teórica y conceptual de esta tesis, han identificado que el espacio urbano, en donde se incluye el espacio público y de consumo, es un sitio para la expresión de las colectividades y la cohesión de la sociedad que lo tiene como punto de encuentro; a partir de estos encuentros, que permiten identificar los ciudadanos que hacen parte de un grupo, se pueden desarrollar programas y acciones comunitarias que permiten que haya solidaridad, cohesión e integración entre pares sociales y apertura a quienes no pertenecen igualmente a estos grupos, lo que da lugar a participación e inclusión ciudadana, para dejar de lado la segregación y discriminación.

Las prácticas de apropiación pueden desarrollarse a partir de las tensiones surgidas desde la exclusión social que se genera cuando miembros del mismo grupo social (en este caso, la población gay) se relacionan de manera permanente e inmediata. Estas prácticas se expresan en los espacios público y privados a través de sistemas simbólicos, estéticos y económicos, siendo estos últimos los que definen el paradigma de exclusión en este tipo de lugares. Esto significa que en el proceso de apropiación de un espacio, ya sea público o privado, se ejerce un poder de los individuos que lo habitan; dicha influencia la ejerce quien posee los elementos de distinción establecidos por unas prácticas que se materializan en ambos espacios.

Estas prácticas pueden ser diversas y dependen, de esta manera, de quien ejerza este capital social y económico mediado por el alcance económico de los involucrados. Según las encuestas y los datos que provee el Estado, se ha encontrado que cuanto mayor nivel económico, educativo y cultural de la población, es menor la discriminación y, por ende, la aceptación de las poblaciones diversas es mayor que en otros espacios sociales. Esto permite relacionar la apropiación en el espacio público y de consumo en el barrio El Poblado por la población gay, que encuentra en este lugar un espacio idóneo para socializar. A pesar de lo

anterior, las tensiones que nacen por la condición social hacen de este lugar un espacio que segrega a partir de las condiciones económicas de la persona, debido a los recursos que se necesita para llegar, transitar y consumir bienes y servicios en la zona de estudio.

Se pudo concluir que respecto a la población gay existen dos formas de exclusión que la afectan directamente: 1. La exclusión existente entre las personas que se consideran heterosexuales y las personas homosexuales; una exclusión histórica que genera tensiones entre ambos grupos sociales asociados a la orientación sexual de las personas implicadas. A pesar de aun existir situaciones de conflicto las personas de la muestra identificaron que en este espacio las tensiones no son altas y ambos interactúan en el espacio público y privado sin mayor problemática, demostrando así un cambio en la recepción y la tolerancia hacia las personas gay que se apropian de este espacio, y 2. La exclusión interna dentro de la población gay encontrada a partir de los resultados del trabajo de campo: quienes pertenecen a este grupo social encuentran tensiones internas que nacen de la posición social de los individuos y los elementos de distinción sujetos a ello, que se convierten en elemento diferenciador entre cada uno, pero que, a su vez, permite reunir a quienes cumplen criterios de distinción similares (capitales cultural, económico y social) que derivan en un capital simbólico que posibilita que la persona sea reconocida ante los demás de un forma específica.

Entre los elementos diferenciadores está: el tipo de consumo que tiene, lo que hace en el espacio, el porcentaje de su gasto cuando visita estos lugares, la forma en la que transita entre ellos y el tiempo que permanece allí, entre otros tantos, por los que se pueden tipificar conductas que llevan a la exclusión entre personas que pertenecen a un mismo grupo social, algo que podría generar posibles casos de endofobia (contrario a la xenofobia, es el rechazo hacia las características, hábitos y rasgos del grupo social o cultural al que se pertenece) fomentada por la condición económica de la persona. Esto implica que nazcan nuevas situaciones de vulnerabilidad social y segregación en términos económicos que marginan e impiden la apropiación de un espacio. Sujeto a esta situación puede fomentarse, producto de la apertura de los espacios de consumo a las personas gay, una suerte de mercantilización de las identidades dependiente de la posición social y las capacidades económicas del sujeto impulsando nuevas segregaciones sociales (Hubbard, 2006), ligando así la identidad y orientación de género a cuestiones culturales y económicas.

La población gay tiene, así como el resto de grupos, modalidades especiales de apropiación del espacio público y de consumo que la hacen transformar los espacios que habita y consume. La situación de esta población, como grupo social minoritario, no le excluye de expresar situaciones de la macroestructura de la sociedad que se asienta en la ciudad que, a pesar de las búsquedas de matización de fenómenos de exclusión y exclusividad, continúa existiendo y reproduciéndose en el espacio urbano.

La investigación urbana en el caso colombiano está en deuda de estudios más pertinentes y actuales en que se relacione las poblaciones diversas como la gay, al igual que el colectivo LGBTI, con el estudio y la organización de la ciudad. Los estudios de urbanismo de género se han decantado por entender el rol y la participación de la mujer en la ciudad y su transformación histórica como determinante en las dinámicas de la urbe, pero los estudios de género desde la perspectiva LGBTI están apenas desarrollándose dentro del universo de estudio del urbanismo desde cualquiera de sus aproximaciones teóricas.

Entender la pertinencia del estudio de la población gay desde el urbanismo permitirá la planeación y la ejecución de políticas públicas más incluyentes con las personas diversas, que sean idóneas para que los espacios de la ciudad sean cada vez más aptos para la construcción de una ciudadanía incluyente que acepte las condiciones de los individuos que componen la sociedad y que habitan la ciudad. De esto se podrá obtener una planeación tendiente a que se transforme la ciudad en un espacio que respete la ciudadanía y que incluya a aquellos que en la historia han sido vulnerados y segregados, lo que lleva a que esta misma población tenga confianza en la institucionalidad y el Estado, así como la participación directa en la toma de decisiones en el gobierno de la ciudad como actor de la transformación urbana sobre todo el el fomento y aplicación de las políticas públicas que existen para la protección y respeto de la población LGBTI.

De lo anterior, se infiere un desafío para la población gay que debe convertirse en agente activo en la construcción de la ciudad, no como un ente residual o ciudadano de segunda categoría, sino como un sujeto de derechos que debe gozar de las mismas libertades y garantías que el resto de la población. Así las personas gays y, de igual forma, quienes pertenezcan al colectivo LGBTI podrán garantizar que no se tomará decisión alguna por

ellos, sino que ellos mismos serán quienes promuevan lo que, a su consideración, sea necesario para el planeamiento, la intervención y la funcionalidad de la ciudad.

El urbanismo de género debe ser una herramienta adicional para la búsqueda de igualdad de condiciones en la forma de habitar los espacios de la ciudad para las poblaciones que históricamente por su condición de género o tendencia sexual no han podido apropiarse de esta de la misma manera que otros sectores sociales sí pueden o logran hacerlo. Es la meta para la eliminación de la discriminación por la condición sexual y la capacidad de acceder a mejores oportunidades de empleo, de movilidad y uso de equipamientos en la urbe. Por eso el urbanismo pretende planificar y ejecutar espacios democráticos para todos y todas las personas que viven y transitan por la ciudad. El urbanismo de género en Medellín deberá formentar la creación de espacios más propicios y sobre todo seguros, no solo útiles o estéticos, sino pensados desde la perspectiva de los usuarios que transitan por esta y que según su género pueden presentar unas necesidades específicas; sin pretender con esto nuevos espacios exclusivos que promueven nuevas formas de exclusión sino unos que busquen la igualdad entre los ciudadanos integrándolos sobre todo en los espacios públicos de Medellín haciéndolos seguros, equitativos y también sostenibles.

Un elemento fundamental en el urbanismo de género en Medellín es la garantía de seguridad para los ciudadanos que hacen parte de la población gay. La percepción de seguridad debe mejorar y esto se logra con la optimización de la accesibilidad a los espacios, la iluminación en los espacios públicos o la presencia de autoridad que garantice el respeto de los derechos de esta población. Además desde la misma ciudadanía se puede potenciar la integración entre los urbanitas con herramientas como las que ofrece el urbanismo táctico a través de instalaciones efímeras o semi permanentes que contengan elementos semiolológicos que den visibilidad y sean herramientas pedagógicas como lo puede ser la bandera LGBTI.

Referente a lo anterior es necesario mencionar los alcances de la visualización de la población gay y más ampliamente la población LGBTI dentro del universo social de la ciudad que debe propiciar una democratización de espacios públicos seguros para la apropiación de grupos sociales de todas las tendencias y que no promuevan segregación espacial entre los mismos. Así es mismo es necesario mencionar los riesgos que corren los individuos que

interactúan en el espacio público en esta zona de El Poblado que están en contacto permanente con aquellos fenómenos sociales que deprimen la zona como lo son la prostitución y la drogadicción. En medio de las búsquedas de movilización social de algunos sujetos que frecuentan la zona, la prostitución y el tráfico de sustancias alucinógenas son dos elementos que entran a ser parte de los medios no tradicionales para la adquisición de dinero y un nuevo estatus social que se expresa en los espacios de consumo visitados. Esto genera tensiones dentro del mismo grupo social ya que el estatus estará medido por las capacidades económicas del sujeto y su poder adquisitivo independiente de los medios que tenga para alcanzarlo. Lo anterior transversalizado por las estéticas de los cuerpos las cuales son un elemento importante dentro de la socialización de la población gay y que se convierte en parte del *habitus* cotidiano ya que la belleza se podrá convertir también en un síntoma de estatus o de posicionamiento social; en consecuencia la remuneración por los servicios ofrecidos, sean sexuales o no, permitirá a estos individuos demostrar una mayor capacidad económica y estatus social.

De la *exclusión* a la *exclusividad* describe el fenómeno de la *apropiación* de la población gay en el *barrio El Poblado* de Medellín en donde los lugares de homo socialización son un elemento importante dentro de las prácticas sociales de un grupo que se ha convertido en la actualidad en un agente urbano que tiene la capacidad de transformar simbólicamente los espacios de la ciudad a partir de la apropiación y uso del espacio. Esta población ha sido históricamente excluida por la sociedad pero que luego de una apertura social progresiva en el tiempo, sobre todo desde las últimas décadas del siglo XX hasta la actualidad, ha salido del “closet” social a la que estaba atada. En consecuencia los hombres *homosexuales* pueden hoy expresarse de manera más libre en El Poblado, tanto en el espacio público como el privado, con lugares que permiten y fomentan los encuentros de ocio, cultura y esparcimiento para estas personas. Sin embargo esta apertura no ha sido igualitaria porque ha sido condicionada a las particularidades del capital social, cultural y económico de los sujetos creando un *Habitus* particular dentro de la población gay que esta sujeto a una posición social y unos elementos de distinción. Así, como ha sido verificado en el trabajo de campo, se propicia una endodiscriminación ligada a la exclusividad que tienen estos espacios, transversalizada por el *consumo* debido a que entre menor capacidad económica (estratos 3 y 4) las personas se sienten más discriminadas y menos satisfechas en el espacio público y de

consumo en El Poblado a pesar de la alta frecuencia de visita en este lugar. De esta manera la *apropiación* del espacio público y de consumo no es igual para todos los usuarios pues la percepción de estos se condiciona al habitus del personaje que la transita.

La disciplina del Urbanismo debe entender la sociedad no como un universo homogéneo sino como una masa de personas con múltiples capas y necesidades en donde las nuevas ciudadanías hagan parte de las decisiones que se tomen sobre la ciudad. La investigación debe tender a la búsqueda de métodos y herramientas para la inclusión de poblaciones históricamente subalternas en la ciudad sin caer en sesgos, nuevas formas de discriminación, segregación o revictimización. La disciplina debe pensar la ciudad, su infraestructura y la apropiación simbólica de ella para todos los sujetos que la habitan, en igualdad de condiciones para la correcta participación democrática de los individuos y colectivos que hay en ella, pensando la ciudad de manera holística y diversa y no desde una histórica mirada patriarcal o heteronormada en donde el espacio de la ciudad sea un derecho y no un lujo. De esta manera el urbanismo aportará a la plena participación ciudadana de estos grupos sociales que quieren hacer parte de la toma de decisiones en su espacio habitado además de sentirse incluidos y seguros en aquellos sitios que habitan dando una nueva simbología e identidad a los espacios de manera positiva y que no violente los derechos fundamentales del ciudadano.

BIBLIOGRAFÍA

- Albet, A., & Benach, B. N. (2012). *Doreen Massey, un sentido global del lugar*. Barcelona: Icaria.
- Alcaldía de Medellín. (2016). *Plan de desarrollo: Medellín cuenta con vos 2016-2019*. Medellín.
- Alonso, L. E. (2005). *La era del consumo*. Madrid: Siglo XXI.
- Annicchiarico, I. (2009). Psicobiología de la homosexualidad masculina: estudios recientes. *. Universitas Psychologia*, 429-446.
- Aranda, Y., & Combariza, J. (2007). Las marcas territoriales como alternativa para la diferenciación de los productos locales. *Agronomía colombiana*, 25(2), 367-376.
- Arroyo, A. (28 de Junio de 2015). El largo camino hacia la igualdad real. *El País*.
- Augé, M. (2000). *Los no lugares, espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona: Gedisa.
- Avendaño Carrascal, M. (2014). *Territorialización de la política pública LGBT distrital en la localidad de Chapinero entre los años 2006 y 2013*. Bogotá: Universidad Santo Tomás.
- Avendaño, C. (1998). Desarrollo urbano de Medellín en el siglo XX. *Pensamiento Humanista*.
- Ballesteros Altuve, A. (2 de Junio de 2018). Este es el valor del metro cuadrado en Medellín según el estrato. *El Colombiano*.
- Benach, N. (2000). Nuevos espacios de consumo y construcción de imagen de la ciudad en Barcelona. *Estudios geográficos*, 61(238), 189-205.
- Benko, G. (2000). Estrategias de comunicación y marketin urbano. *Eure*, 26(79), 67-76.

- Blasco Mira, J. E., & Pérez Turpín, J. A. (2007). *Metdología de la investigación en las ciencias de la actividad física y del deporte: ampliando horizontes*. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/12270/1/blasco.pdf>
- Blunt, A., & Dowling, R. (2006). *Home*. Londres: Routledge.
- Boivin, R. R. (2013). De cantinas, vapores, cines y discotecas. Cambios, rupturase inercias en los modos y espacios de homosocialización de la ciudad de México. *Revista Latino-americana de geografía e género*, 4(2), 118-133.
- Boivin, R. R. (2013). Rehabilitación urbana y gentrificación en el barrio Chueca: la contribución gay. *Revista Latino-Americana de estudios de geografía e género*, 4(1), 114-124.
- Boivin, R. R. (2017). Minorías sexuales y la investigación urbana en la Ciudad de México (1963-2013). *Revista latinoamericana de Geografía e Género*, 8(1), 298-332.
- Borja, J. (2003). *La ciudad conquistada*. Madrid: Alianza.
- Borja, J., & Muxi, Z. (2000). *El espacio público, ciudad y ciudadanía*. Barcelona.
- Botero, F. (1993). El espejismo de la modernidad en Medellín 1890-1950. *Lecturas de Economía*, 13-57.
- Bourdieu, P. (1991). *El Sentido práctico*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (1998). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P. (2001). *Poder, Derecho y clases Sociales*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Bourdieu, P. (2002). *Las estructuras sociales de la economía*. Buenos Aires: Manantial.
- Bourdieu, P. (2007). *La miseria del mundo*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica.
- Briceño Ávila, M. (2018). Paisaje urbano y espacio público como expresión de la vida cotidiana. *Revista de arquitectura*, 20(2), 10-19. doi:<http://dx.doi.org/10.14718/RevArq.2018.20.2.1562>

- Brunner, J. J. (1 de Abril de 2002). *Paisajes alterados*. Recuperado el 2019 de Enero de 29, de NEXOS: <https://www.nexos.com.mx/?p=10365>
- Builes Vélez, A. M., & Uribe Lemarie, N. (2019). Consumo espacio-espacio consumo. En A. M. Builes Vélez, *Moda, ciudad y economía* (pág. 108). Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Buraglia, P. (1988). Estética urbana y participación ciudadana. *Bitácora urbano territorial*, 42-47.
- Burbano Vallejo, E. L., González Cabo, V., Murgueitio, M., Cruz, L. F., & Moreno, E. (2013). Marketing territorial, una alternativa para la competitividad y el posicionamiento regional: caso de estudio La Unión, Zarzal Y Cartago. *Gestión & Desarrollo*, 10(1), 131-151.
- Burbano, A. M. (2014). La investigación sobre el espacio público en Colombia: su importancia para la gestión urbana. *Territorios*(31), 185-205.
- Bustamante Tejada, W. (2008). El delito de acceso carnal homosexual en Colombia. Entre la homofobia de la medicina psiquiátrica y el orden patriarcal legal. *Co-Herencia* 5, 113-141.
- Bustamante, W. (2013). Masculinidad y homofobia. El control de la sexualidad del varón en la construcción del Estado colombiano. *Sociedad y Economía* 23, 159-182.
- Camacho Rodriguez, K. (2019). Consumo y redes de apoyo en dos colectivos gais de la Ciudad de México y Barcelona. *Cultura y representaciones sociales*, 13(26), 300-336.
- Capel, H. (2005). *La morfología de las ciudades. Tomo II: Aedes facere: técnica, cultura y clase social en la construcción de edificios*, . Barcelona: Del Serbal.
- Caracol Radio. (16 de Abril de 2011). *Caracol Radio regional: Medellín es la primera ciudad en el país con política pública para el sector LGBT*. Obtenido de Caracol Radio: http://caracol.com.co/radio/2011/04/16/regional/1302971700_456385.html

- Carpallo, S. (5 de Julio de 2018). *Radiografía del colectivo LGTBIQ en España y en el mundo*. Obtenido de Yorokobu: <https://www.yorokobu.es/lgtbiq/>
- Carrión, F. (2004). Espacio público: punto de partida para la alteridad. *Ciudad e inclusión: Por el derecho a la ciudad*.
- Castelar, A. F., & Quintero, F. (2010). Performatividad y lenguaje de odio: expresiones de la homosexualidad masculina en la ciudad de Cali. *CS(10)*, 207-240.
- Castellanos, C. (2016). *La apropiación del espacio público, de las personas de los sectores de lesbianas, gays, bisexuales y transgeneristas (LGBT) en la localidad de Chapinero, a partir de la expedición de la política pública LGBT*. Bogotá: Universidad Piloto de Colombia.
- Cerda Gutiérrez, H. (1993). *Los elementos de la investigación: cómo reconocerlos, diseñarlos y construirlos*. Quito: Abya Yala.
- Colombia Diversa. (2019). *Situación actual de derechos de personas LGBT en el mundo*. Obtenido de Colombia Diversa: <https://colombiadiversa.org/noticias/situacion-actual-lgbt/>
- Colombia, G. d. (4 de Agosto de 1998). Decreto 1502. Bogotá, Colombia.
- Corbetta, P. (2007). *Metdología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw-Hill.
- Correa Montoya, G. A. (2017). *Raros. Historia cultural de la homosexualidad en Medellín, 1890-1980*. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Croce, B. (1973). *Estética como ciencia de la expresión lingüística*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Del Río San Jose, J. (2010). *Introducción al tratamiento de datos pesaciales en hidrología*. España: Bubok.
- Delgado, M. (1999). *El anima público*. Barcelona: Cultura Libre.

- Díez Nicolás, J., & López Narbona, A. M. (2019). Exclusión social de los vecinos en una perspectiva comparada mundial. *Revista española de investigaciones sociológicas*(166), 45-64.
- Duhau, E., & Giglia, Á. (2016). *Metrópoli, espacio público y consumo*. México: Fondo de cultura económica.
- Eliade, M. (1970). *Tratado de la historia de las religiones*. Madrid: Cristiandad.
- Escotto, D. (2018). El espacio público como modelador de identidad y transformador de la ciudad. En R. O. Serrano Moreno, *Movilidad urbana y espacio público: reflexiones, métodos y contextos* (Vol. 1, págs. 96-126). Bogotá, Colombia: Universidad Piloto de Colombia.
- Esguerra Muelle, C., & Bello Ramírez, J. (2014). Interseccionalidad y políticas públicas LGBTI en Colombia: usos y desplazamientos de una noción crítica. *Estudios sociales*(19), 19-32. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/res/n49/n49a03.pdf>
- Espino Méndez, N. A. (2008). La segregación urbana: una breve revisión teórica para urbanistas. *Revista de arquitectura, 10*, 34-48.
- FANVALMED. (2010). *Estudio socioeconómico de El Poblado*. Medellín : ITM.
- Fernández Tapia, J. (2016). Ciudadanía y desarrollo en las ciudades del siglo XX: ¿Polis y civitas o solo urbs? *Andamios, 13*(32), 131-160.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class, and how it's transforming work, leisure, community, & everyday life*. New York: basic books.
- Fonseca Hernández, C., & Quintero Soto, P. (2009). La teoría Queer. La de-construcción de las sexualidades periféricas. *Sociológica, 43-60*.
- Forero, R. (26 de Agosto de 2018). La resistencia LGBT en la comuna 8 de Medellín. *El Espectador*.
- Frassin, E. (2013). Habitus, conciencia y deseo o la intimidad atravesada por el espacio público. *Maguare, 27*(1), 137-158. Obtenido de

<http://search.ebscohost.com.consultaremota.upb.edu.co/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=95852690&lang=es&site=ehost-live>

- García Arias, M. F., & Hernández Pulgarín, G. (2019). Obsolescencia y revitaliación de un parque. Acción colectiva, cognición y ciudadanía en la apropiación de un espacio público. *Eleuthera*, 20, 55-72.
- García-Doménech, S. (2017). La polisemia de lo común en el espacio público. *Cuadernos de vivienda y urbanismo*, 10(20), 68-78. doi:10.11144
- Garzón Díaz, K., & Mogollón Pérez, A. (2009). *Aproximaciones conceptuales en torno a lo "público"*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Gayo, M., Teitelboim, B., & Méndez, M. L. (2013). Exclusividad y fragmentación: los perfiles culturales de la clase media en Chile. *Universum*, 1(28), 97-128.
- Gobierno de Colombia. (2018). *Política pública para la garantía del ejercicio efectivo de los derechos de las personas que hacen parte de los sectores sociales LGBTI y personas con orientaciones sexuales e identidades de género diversas*. Bogotá.
- Godoy Henajeros, E. (2008). *Público y privado en la filosofía práctica de Aristóteles*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Goffman, E. (2006). *Estigma*. Buenos Aires-Madrid: Amorrortu.
- Gorelik, A. (2006). Modelo para armar. Buenos Aires de la crisis al bum. *Punto de vista*(84).
- Guzmán Ariza, C. M., Chaparro Hurtado, H. R., & González Ulloa, E. O. (2017). Espacio público y prácticas corporales, un caso de estudio. *Bitácora*, 1(27), 71-78.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Batista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Hernandis, M. (17 de Julio de 2018). *¿Se sienten más seguros los gays en un barrio gay?* Obtenido de Alicanteplaza: <https://alicanteplaza.es/se-sienten-mas-seguros-los-gays-en-un-barrio-gay>
- Herrera Ojeda, R. (2003). Las calles como Espacios Públicos. *Zainak*, 513-528.

- Hubbard, P. (2006). *City*. New York: Routledge.
- Instituto Tecnológico Metropolitano . (2013). *Estudio socioeconómico proyecto de valorización El Poblado*. Medellín: ITM.
- Ipiña García, O. (2016). El Espacio Público dedicado al ocio en el siglo XXI y la búsqueda de Oasis urbanos. *Estoa*, 81-88.
- Janoschka, M. (2006). Gentrificación, desplazamiento, desposesión: procesos urbanos claves en América Latina. *INVI*, 31(88).
- Lefebvre, H. (1976). *Espacio y política. El derecho a la ciudad*. Barcelona: Península.
- Levitas, R. (2005). *The Inclusive Society? Social Exclusion and New Labour*. New York: Palgrave Macmillan.
- López Gómez, C. P. (2012). *Cartografía social: instrumento de gestión social e indicador ambiental*. Medellín: Universidad Nacional de Colombia.
- Martínez Gómez, A. (2004). Planificación estratégica y la imagen de la ciudad. *I Congreso de citymarketing Elche04*, (págs. 1-9). Elche.
- Martínez, E. (2014). Configuración urbana, habitar y apropiación del espacio. *XIII Coloquio internacional de geocrítica*. Barcelona.
- Medellín cómo vamos. (2018). *Informe de calidad de vida Medellín 2017*. Medellín.
- Medellín, A. d. (2010). *Plan de desarrollo Comuna El Poblado*. Medellín.
- Medellín, A. d. (2011). *Estratificación socioeconómica viviendas*. Obtenido de Alcaldía de Medellín:
https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpccontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Planeaci%C3%B3n%20Municipal/Secciones/Indicadores%20y%20Estad%C3%ADsticas/Documentos/Estratificaci%C3%B3n/EstimadoViviendasDiciembre30_2011.pdf
- Medellín, A. d. (2015). *Perfil demográfico 2016-2020*. Medellín.
- Medina Cano, F. (2015). *Comunicación, consumo y ciudad*. Medellín: UPB.

- Melo, J. O. (1996). *Historia de Medellín*. Medellín: Suramericana de Seguros.
- Mendoza, C. (2008). La cartografía social . En P. Páramo, *La investigación en las ciencias sociales, técnicas de recolección de información* (págs. 253-257). Bogotá: Universidad Piloto de Colombia.
- Meza Echavarría, R., & Montoya Jaramillo, C. E. (2005). *Diseño constructivo del Espacio Público*. Medellín: UPB.
- Mizrahi, M. L. (2016). *Homosexualidad y transexualismo*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Molano, F. (2016). El derecho a la ciudad: de Hnery Lefbvre a los análisis sobre la ciudad capitalista moderna. *Folios*(44), 3-19.
- Monereo Atienza, C. (2010). *Diversidad sexual, minorías sexuales y teorías feministas*. Madrid: Dykinson .
- Montoya Restrepo, N. (2014). Urbanismo social en Medellín: Una aproximación desde la utilización estratégica de los derechos. *Estudios políticos*(45), 205-222.
- Mott, L. (1997). Etno historia de la Homosexualidad en América Latina. *Historia y Sociedad*, 123-144.
- Muxí Martínez, X., Casanovas, R., Ciocoletto, A., Fonseca, M., & Gutiérrez Valdivia, B. (2011). ¿Qué aporta la perspectiva de género al urbanismo? *Feminismo/s*(17), 105-129.
- Naranjo Giraldo, G. (1992). *Medellín en zonas*. Medellín: Corporación región.
- Nosotros vamos a dibujar nuestro propio espacio territorial. Reapropiación del territorio y apropiación de la Cartografía en la Zonal Pewence. (2012). *Corpus*, 2(1). doi:10.4000/corpusarchivos.1091
- Núñez, A. (2002). Apropiación y división social del espacio. *Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, VI(116).
- Ñudi, A. (4 de Julio de 2017). El urbanismo también quiere su sello LGBTI. *El Independiente*.

- Observatorio de educación superior. (2017). *Educación superior en el nivel tecnológico: acceso, deserción e inserción laboral*. Medellín: Alcaldía de Medellín.
- Oliveros Amaya, L. I. (2017). Del espacio público planeado a los espacios públicos vivos y vividos: reflexión sobre la planificación de los espacios públicos en Bogotá. *IX Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo, Barcelona-Bogotá, Junio 2017*. Barcelona: DUOT. Obtenido de <http://hdl.handle.net/2117/108407>
- Ortiz de Lejarazu, H. (Febrero de 2017). *Integración de la perspectiva de género en el urbanismo municipal*. Obtenido de Red Kuorum: <http://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO6/Temas/Ponencia%20Helena%20Ortiz%20de%20Lejarazu.pdf?hash=f87ee33f6cbecdbe086c42d7831c4409&idioma=C>
A
- Ortiz Escalante, Ana; Col lectiu punt 6. (2017). Urbanismo desde la perspectiva de género. Buenas prácticas con perspectivas de derechos humanos. *Dfensor*, 5-9.
- Ospina Zapata, G. (Septiembre de 18 de 2018). Urbanismo social de Medellín debe buscar más equidad. *El Colombiano*.
- Palacio Tamayo, D. (14 de Septiembre de 2018). Operativos de las autoridades no frenan decadencia en el Lleras. *Vivir en El Poblado*.
- Palacio Tamayo, D. (11 de Marzo de 2019). Expectativa por remodelación millonaria del Lleras. *Vivir en el Poblado*.
- Pancorbo Sandoval, J., Zamora Mayorga, J., Yela Burgos, R. T., & Gracia Pulido, Y. A. (2013). Contribución del marketing a la gestión comercial en un centro urbano desde un enfoque de desarrollo sostenible. *Retos turísticos*.
- Páramo, P. (2008). La Entrevista. En P. Páramo, *La investigación en ciencias sociales, técnicas de recolección de información* (págs. 123-135). Bogotá: Universidad Piloto de Colombia.

- Páramo, P., & Burbano, A. M. (2011). Género y espacialidad: análisis de factores que condicionan la equidad en el espacio público urbano. *Univeristas Psychologica*, 10(1), 61-70.
- Páramo, P., & Burbano, A. M. (2014). Los usos y la apropiación del espacio público para el fortalecimiento de la democracia. *Revista de Arquitectura*, 6-15.
- Páramo, P., & Duque, G. E. (2008). Observación participante. En P. Páramo, *La investigación en las ciencias sociales, técnicas de recolección de información* (págs. 171-181). Bogotá: Universidad Piloto de Colombia .
- Pastor, A. (16 de Junio de 2018). *Ciudades para la igualdad: ¿Qué es el urbanismo con perspectiva de género?* Obtenido de El Boletín: <https://www.elboletin.com/noticia/164514/nacional/ciudades-para-la-igualdad:-que-es-el-urbanismo-con-perspectiva-de-genero.html>
- Peralta, J. A. (2001). *Los paisajes que han tejido nuestra historia, evolución histórica del entorno ambiental y social de El Poblado*. Medellín: Fondo Editorial Eafit.
- Pérez Álvarez, A., Correa Montoya, G., & Catañeda Castro, W. (2013). *Raros... Y oficios: diversidad sexual y mundo laboral: discriminación y exclusión*. Medellín: Corporación caribe afirmativo.
- Profamilia. (2015). *Encuesta Nacional de salud y demografía*. Bogotá.
- Quijano Gómez, E. (2018). El flâneur bogotano contemporáneo: reflexiones sobre el deambular en los espacios comerciales de Bogotá. *Cuadernos de urbanismo*, 11(22), 1-16.
- Ramírez Gil, J. (11 de Noviembre de 2018). *Diez bares fueron cerrados en el Lleras*. Obtenido de La FM: <https://www.lafm.com.co/colombia/diez-bares-fueron-cerrados-en-el-parque-lleras-medellin>
- Restrepo, V., & Matta Colorado, N. (14 de Enero de 2019). El crimen también hace fiesta en el Parque Lleras de Medellín. *El Colombiano*.

- Ricar, N., & Remesar, A. (2013). Reflexiones sobre el espacio público. *On the w@terfront*, 5-35.
- Rodríguez, P. (2009). Medellín: La ciudad y su gente. *Credencial Historia*.
- Roldán Zuluaga, S. (2010). Principios de posicionamiento y transmisión de las marcas en la era digital: un nuevo top of mind. *Revista de economía y administración*, 7(1), 11-121.
- Rua, S. (s.f.). *Estrategias de marketing territorial aplicadas a un gran proyecto urbano desde la perspectiva de los actores: el caso de Puerto Madero en Buenos Aires*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Rubio, M. (20 de Diciembre de 2017). Demografía LGBT. *eL Tiempo*.
- Sabaté Martínez, A., Rodríguez Moya, J. M., & Díaz Muñoz, M. Á. (1995). *Mujeres, espacio y sociedad: hacia una geografía del género*. Barcelona: Síntesis.
- Sabatini, F., Cáceres, G., & Cerda, J. (2001). Segregación residencial en las principales ciudades chilenas: tendencias en las tres últimas décadas y posibles cursos de acción. *Eure*, 28(32).
- Salazar Barrón, S. (2016). La ciudad y el género: la producción urbana del espacio heterosexual. *Bitácora de Arquitectura*(33), 98-103. Obtenido de <https://cpalsocial.org/documentos/517.pdf>
- Sánchez de Madariaga, I. (2016). *Urbanismo en perspectiva de género*. Sevilla: Instituto andaluz de la mujer.
- Sanín Naranjo, P. (2010). ¿De ciudad abierta a ciudad cerrada? Configuraciones en el barrio El Poblado, Medellín. *Territorios* 23, 213-142.
- Sassen, S., & Sennet, R. (13 de Mayo de 2015). El barrio abierto: entrevista a Saskia Sassen y Richard Sennett. (A. Martínez Velázquez, & L. Concheiro, Entrevistadores)

- Seminario de urbanismo inclusivo. (2012). Historia del uso del espacio público. Género y urbanismo en la actualidad. En I. Velázquez, *Seminario de urbanismo inclusivo, las calles tienen género* (págs. 21-29). Barcelona: Gobierno Vasco.
- Sergi, V. (2010). Identidad y significado del espacio urbano desde una perspectiva psicosocioambiental. Nuevo espacio público y nuevos retos sociales. En A. Varios, *Hacia un urbanismo alternativo* (págs. 126-136). Barcelona: UPC.
- Serrano, J. F. (1997). Entre negación y reconocimiento. Estudios sobre homosexualidad en Colombia. *Nómadas* 6.
- Socoloff, I. (2007). Buenos Aires bajo la lente de la planificación estratégica, discursos sobre la ciudad presentes en el Plan Estratégico Buenos Aires 2010 . *IV jornada de jóvenes investigadores*.
- Sorkin, M. (2004). *Variaciones sobre un parque temático, la nueva ciudad americana y el fin del espacio público*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Sousa, E. (2011). La espacialidad urbana en una metrópoli prematura: su visión imaginaria desde la otredad. *Cuadernos del CENDES*, 28(76), 23-47.
- Sousa, E. (2013). El espacio público. Una visión interpretativa desde la posición de Jürgen Habermas y Hannah Arendt. En D. Sánchez González, & C. Egea Jiménez, *La ciudad, un espacio para la vida, miradas y enfoques desde la experiencia espacial* (págs. 43-58). Granada: Universidad de Granada.
- Tamayo, S. (2006). Espacios de ciudadanía, espacios de conflicto. *Sociológica*(61), 11-40.
- Torres Zuccardi, R. (2006). Las dimensiones del Urbanismo. *A y C arquitectura y construcción*(254).
- Valdés, J. M. (1992). Formas comerciales y espacio urbano. *Política y sociedad* , 93-98.
- Vergara-Erices, L., & Garín Contreras, A. (2016). Vivienda social y segregación socio espacial en una ciudad pequeña: el caso de Angol, Chile. *Polis*(44), 2-19. doi:10.4000

- Vidal Moranta, T., & Pol Urrutia, E. (2005). La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. *Anuario de Psicología*, 36(3), 281-297.
- Vidal Morante, T., & Pol Urrútia, E. (2005). La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. *Anuario de Psicología*, 36(3), 281-297.
- Waisman, M. (1995). *La arquitectura descentrada*. Bogotá: Escala.
- Zambrano Benavides, D. (2018 de Noviembre de 13). El parque Lleras, una zona rosa difícil de manejar. *El Colombiano*.
- Zamora Peña, D. (2015). *Endodiscriminación en la comunidad LGBTI de Cali* . Cali: Universidad Abiert y a Distancia.

ANEXOS

Herramientas de recolección de información para la investigación

Encuesta

1. Edad cumplida

<20	
20 a 25	
25 a 30	
30 a 35	
35 a 40	
41 a 45	
45 a 50	
50 a 55	
>55	

2. ¿Cómo identifica su género?

Masculino	
Femenino	
Otro	

3. Orientación sexual

Gay	
Lesbiana	
Heterosexual	
Bisexual	
Otro	

4. ¿Conoce la política pública de la República de Colombia sobre la población LGBT establecida en el decreto 762 de 2018?

Sí	
No	

5. Nivel de escolaridad

Bachiller	
Técnico / Tecnológico	
Pregrado	

Especialización	
Maestría	
Doctorado	

6. En qué estrato se clasifica su lugar de residencia?

1	
2	
3	
4	
5	
6	

7. ¿Su lugar de residencia es la comuna 14 (El Poblado)?

Sí	
No	

Si su respuesta fue no, indique cuál es su barrio de residencia _____.

8. ¿Visita usted con frecuencia (al menos una vez al mes) la zona de ocio y esparcimiento de la calle 10ª y el parque Lleras?

Sí	
No	

9. ¿Qué días de la semana y en qué horario frecuenta el parque de El Poblado, el parque Lleras y Provenza?

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
-------	--------	-----------	--------	---------	--------	---------

Mañana	Mediodía	Tarde	Noche
--------	----------	-------	-------

10. ¿Qué motivación tiene para frecuentar este lugar?

Trabajo	
Fiesta	
Relacional	
Cultural	
Gastronómico	
Otro	

11. ¿Qué tipo de espacios privado y de consumo acostumbra a visitar?

Discoteca	
Bar	
Restaurante	
Galería	

Tienda de ropa	
Café	
Gimnasio	
Otro (cuál)	

12. ¿Considera que hay situaciones de tensión entre las poblaciones heterosexual y homosexual en términos de exclusión en el espacio público y de consumo en el barrio El Poblado?

Sí	
No	

Indique si frente a las siguientes preguntas está de acuerdo o en desacuerdo, o si su postura es neutral, en relación con las siguientes afirmaciones:

Muy de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
----------------	------------	---------	---------------	-------------------

El espacio público permite el libre desarrollo de la personalidad de la ciudadanía en la manifestación de su condición sexual.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
----------------	------------	---------	---------------	-------------------

En los espacios privados de El Poblado se respeta la expresión libre de la orientación sexual.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
----------------	------------	---------	---------------	-------------------

El espacio público es seguro para la población diversa, en particular la comunidad gay.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
----------------	------------	---------	---------------	-------------------

La comunidad gay es objeto de situaciones de exclusión a partir de la capacidad adquisitiva de alguno de sus miembros que limitan la apropiación del espacio en El Poblado

Muy de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
----------------	------------	---------	---------------	-------------------

Existen tensiones dentro de la comunidad gay promovidas por la “clase social” evidenciadas en el consumo que hay en los espacios privados de la zona.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
----------------	------------	---------	---------------	-------------------

En el territorio de estudio, la población gay se apropia del espacio público con expresiones de afectividad de manera libre y sin censura.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
----------------	------------	---------	---------------	-------------------

Los espacios de consumo en El Poblado son abiertos a la diversidad, en tanto que allí se permite la apropiación de la comunidad gay que frecuenta la zona.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Neutral	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
----------------	------------	---------	---------------	-------------------

Entrevista

Preguntas para formular en la entrevista semiestructurada:

- ¿Considera usted que en los espacios público y de consumo del barrio El Poblado existen condiciones favorables para el tránsito y la apropiación de quienes pertenecen a la comunidad gay?
- ¿Cómo observa la apropiación del espacio público de las personas que pertenecen a la comunidad gay?
- ¿Cree que en esta zona puedan manifestarse situaciones de discriminación hacia la población gay que frecuenta dicho espacio?
- ¿Cómo identifica la relación entre las personas de la comunidad gay y los espacios comerciales y de consumo que hay en el barrio El Poblado?
- ¿Podría identificar tipos de tensiones que puedan ocurrir entre la comunidad gay y la población heterosexual?
- ¿Podrían personas pertenecientes a la comunidad gay excluir a otras personas de la comunidad a partir de sus condiciones socioeconómicas?
- ¿Cuánto puede gastar en una noche de ocio en la zona?
- ¿Qué proporción hay en el gasto que tienen para el ocio y la recreación en la zona respecto a su ingreso mensual?
- Durante su estadía, ¿cuántos lugares puede visitar o transitar?
- ¿Considera que alguno de estos lugares se puede definir como un espacio gay?
- ¿Qué actividades desarrolla durante su visita a la zona con normalidad?
- ¿Qué transformaciones se pueden ver el espacio público y de consumo respecto a la apropiación que hay de la población gay en esta zona?

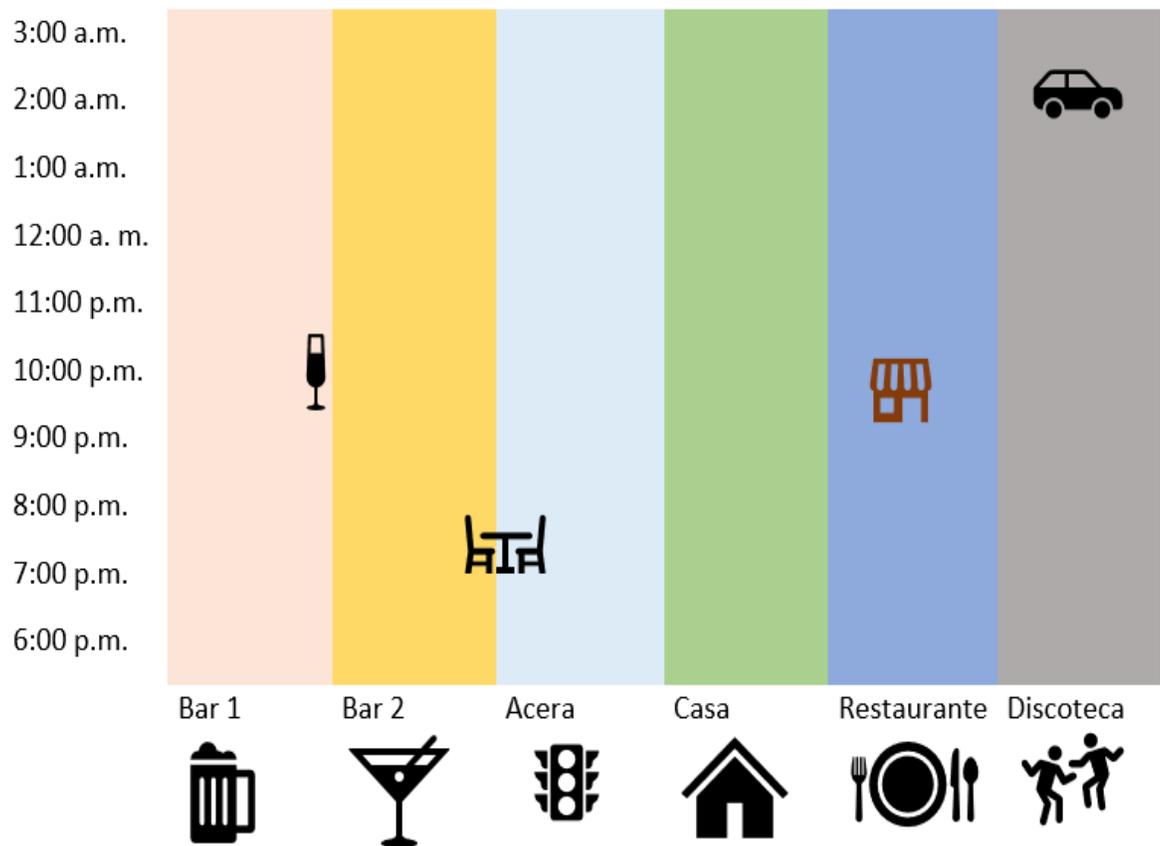
Cartografía social

Sobre el mapa deberá colocar el adhesivo correspondiente según la percepción que tenga sobre los espacios donde se presentan las siguientes situaciones:

Indicadores	Pregunta	Símbolo
Estancias	¿Cuáles son los lugares que más frecuenta en la zona?	
Discriminación	¿Cuáles pueden ser las zonas donde exista discriminación hacia la comunidad gay?	
Confort	¿En dónde hay mayor confort para la libre expresión y la apropiación del espacio entre la población gay?	
Espacios 'rosa'	¿Cuáles son los espacios o establecimientos donde se muestra mayor incidencia de la población gay?	
Recorridos	¿Cómo es el recorrido más común cuando frecuenta la zona?	
Gasto	¿Dónde se localizan los lugares más costosos de la zona?	

Prisma espacio - tiempo

Comunidad gay en el espacio público y de consumo en el barrio El Poblado



Elabore una línea con la que represente los tránsitos a distintas horas de la noche durante su estancia en el barrio El Poblado, desplazándola según el lugar que visite, comenzando en el punto de partida a las 6:00 p.m., hasta la hora de terminación de la jornada.