

eran los componentes, cómo se había manejado en México, en Argentina. Entonces se hicieron unas mesas de trabajo para empezar a determinar la metodología, ahí es donde ellos descubren que habían algunas cuestiones inconclusas para delimitar el área, porque al principio no se sabía si era por municipio, entonces se empezaron a determinar los atributos y se establecieron la metodología y se encargaron trabajos a las universidades, y se solicitó a las gobernaciones la realización de convenios con las universidades, entonces aquí en Armenia correspondía a la Universidad del Quindío como institución pública que conformará convenio con la gobernación, para hacer las encuestas, los antropólogos y especialistas en ese tema iban a hacer unas encuestas para la percepción que tenían los cafeteros, los cultivadores sobre el tema del café, dentro de eso estaba una persona de la Federación de Cafeteros que también estaba vinculada a la universidad para empezar a definir qué veredas en el Quindío serían las que estarían; y estábamos nosotros la Universidad La Gran Colombia, cuando estaba Juan Carlos (Antiguo decano) hicimos la caracterización.

¿Qué tan profundo fueron esos estudios? digamos que la profundidad que se alcanzó con los pocos recursos, entonces era más la voluntad de los investigadores, de los aportes, de las universidades, y digamos que se cumplieron las exigencias que tiene la Unesco para la documentación.”

El sector académico es uno de los principales actores institucionales que conforman y gestionan el PCC, con relación al conocimiento, valoración y formación de las áreas relacionadas con el manejo y el desarrollo del PCC, por lo tanto, fueron los principales participantes dentro de la Cátedra UNESCO, la cual permitió la integración e intercambio de información, además de la participación de todos los actores involucrados, por lo tanto, según el informe de la cátedra, los espacios de debate se dieron en torno a diferentes ejes temáticos relacionados al paisaje, tales como (1) cultura y patrimonio; (2) medio ambiente; (3) turismo y arqueología; (4) economía; (5) cultura y comunicación. Así, el trabajo previo y posterior al taller por parte de las 8 universidades generó avances significativos en la conformación del proyecto, pero sobre todo en el plan de manejo, esto además de las múltiples y numerosas reuniones de los actores donde se acordaron los criterios de selección para la delimitación de las áreas, pero no fue sino hasta el año 2008 donde se logró establecer de manera oportuna la metodología para la delimitación.

El modelo fue un proyecto de la Universidad de Tecnológica de Pereira, Risaralda para identificar las zonas homogéneas que contenían las características de los atributos seleccionados, este modelado se dio sobre un software, y que hizo parte de un proyecto de investigación de dicha universidad, como señalan sus autores, es un modelo de simulación “que trata de identificar las áreas donde se concentra un fenómeno complejo (la cultura cafetera), a partir de una serie de atributos de interés que se expresan en mapas temáticos construidos a partir de conjuntos de datos de diferentes fuentes” (Universidad Católica Popular de Risaralda et al. 2006:52). A partir de este insumo, los equipos regionales realizaron

discusiones a lo largo del año 2007 con el fin de seleccionar los atributos y ajustar algunos de los criterios empleados en el modelo original.

La siguiente lista de atributos es la presentada dentro de los documentos oficiales, los cuales fueron resultado del trabajo interinstitucional, donde se debe enfatizar que la mayoría de estos corresponde a la industria cafetera, es decir, al cultivo y al proceso mismo del café, mientras que los demás representa los aspectos físicos.

Atributos del paisaje cultural cafetero

1. **Café de Montaña:** son las áreas de café dentro de la franja de altitud óptima para este cultivo, entre los 1000 y 2000 metros de altitud, específicamente entre 1400 y 1800 m.s.n.m
2. **Predominio de café:** expresa el influjo del uso de la tierra para cultivo de café sobre otros cultivos
3. **Cultivo en ladera:** es la adaptación de los cultivos de café en zonas de alta pendiente mayores a 25%, atributo que le da una forma y diseño particular al paisaje
4. **Edad de la caficultura:** consiste en la renovación de plantaciones de café permitiendo mantener joven y vivo el patrimonio. Este atributo posibilita la permanencia del PCC
5. **Influencia de la modernización:** Comprende la adaptación del paisaje a las condiciones de la vida moderna como la infraestructura de vías de comunicación y servicios públicos, salud y educación
6. **Institucionalidad cafetera y redes económicas afines:** se refiere a la existencia de redes institucionales y económicas que inciden en el funcionamiento y dinámica del PCC. Son la garantía de la sustentabilidad del paisaje como sitio patrimonial
7. **Tradición histórica en la producción de café:** hace referencia a la persistencia del cultivo de café y la resistencia al cambio en el uso del suelo a pesar de la crisis cafetera.
8. **Estructura de pequeña propiedad cafetera:** la prevalencia del minifundio como sistema de propiedad, es otro elemento que configura el paisaje cafetero
9. **Cultivos múltiples:** es la multiplicidad de cultivos que conforman una “colcha de retazos” elementos característicos del Paisaje Cultural Cafetero
10. **Tecnologías y formas de producción sostenibles en la cadena productiva del café:** Este atributo muestra las condiciones para producir café de manera sostenible, y cómo la comunidad cafetera ha adaptado su forma de trabajo, tradicional, hacia mejores condiciones de producción modernas y con menos impactos ambientales.
11. **Patrimonio arquitectónico:** el PCC posee un patrimonio que ha sido creado por los pobladores de la zona, se trata de la arquitectura regional de bahareque, que se expresa en los saberes tradicionales del diseño y construcción de sus viviendas.
12. **Patrimonio urbanístico:** la forma de nuestros pueblos ha sido una adaptación del modelo hispánico de trazado de cuadrícula. Este tipo de estructuras urbanas en contraposición con el relieve, las calles de gran pendiente y las manzanas ortogonales son una muestra de la adaptación de la cultura cafetera a las condiciones ambientales particulares de la topografía quebrada, dando como resultado las estructuras urbanas de damero en ladera
13. **Patrimonio arqueológico:** desde hace más o menos diez mil años, se tiene conocimiento de la presencia humana en el Eje cafetero. Se han dado a conocer hallazgos de vestigios arqueológicos. La orfebrería y la cerámica son algunos. Los aportes de nuestros antepasados han sido desde la domesticación de plantas alimenticias y animales hasta la evolución de prácticas agrícolas como la producción de café
14. **Patrimonio natural:** la caficultura en el centro occidente de Colombia se ubica en la Ecorregión Andina Tropical; por sus condiciones de localización, relieve, clima y suelos, presenta un elevado número de hábitat de interés estratégico para la conservación de la diversidad biológica (Rangel 1995; Andrade 1992, en: Rodríguez y Osorio 2008)
15. **Disponibilidad hídrica:** es la alta presencia de unidades prioritarias para la retención y regulación del agua. La oferta de agua, es determinante en la cosecha del Café.

De acuerdo a los atributos, la recopilación de la información permito además de la identificación de las zonas homogéneas (rurales), la delimitación de las temáticas y datos necesarios, por lo tanto, cada comité de cafeteros debía entrega al departamento correspondiente la información actualizada de las fincas productoras de café, mientras que los atributos correspondientes al patrimonio se basó en los listados de inventarios de bienes culturales realizados por las demás universidades, en este caso, la Universidad del Quindío entregó los proyectos de patrimonio arqueológico, natural e hidrológico, y la Universidad la Gran Colombia los inventarios de patrimonio urbanístico y arquitectónico.

Sobre este desarrollo, la maestra Gloria comenta desde su experiencia y participación en el proyecto, comenta que el Ministerio de Cultura recopiló las diferentes investigaciones sobre los temas y las áreas correspondientes para definir una metodología de criterios de selección, por lo tanto se evidencia en los documentos oficiales la inconsistencia y la poca claridad del proceso de selección de las áreas, es aquí, donde surge una crítica a la FNC, ya que la información proporcionada para el Quindío fue en gran parte errónea, pues uno de los proyectos del Semillero de Patrimonio fue el inventario de 100 fincas cafeteras pertenecientes al PCC de las cuales, los registros del FNC no coincidían o con los atributos o con la propia información pues algunas de las fincas ya no existían o habían cambiado de usos. Y un hecho particular, surge en el municipio de Montenegro, en él se concentra las propiedades y acciones de la FNC del departamento, además el Parque del Café de su propiedad es uno de los principales atractivos de la región, por lo que, Montenegro es el único municipio que tiene el área urbana como parte del área principal del PCC, entendiendo que en los demás municipios corresponde sólo al área rural y el área urbana es parte de la zona de amortiguamiento, el Sociólogo, Docente de la Universidad del Quindío, Gustavo Pinzón comenta como se desarrolló el argumento para incluir a Montenegro en el área principal:

DC: ¿Porque Montenegro es el único municipio que tiene el área urbana como área principal?

GP: Eso está asociado al turismo también, Montenegro paga los menores salarios rurales del departamento del Quindío, es uno de los municipios con mayor índice de violencia por micrográfico, narcotráfico, y otro problema es la frontera agrícola, no hay una investigación de cuanto se redujo la frontera agrícola para darle paso al turismo en el municipio, agroturismo, plantea es que un sitio debe proveer más o menos 60 % de los alimentos en el sitio turístico, y eso allí no sucede, entonces se acabó los grandes cultivos para darle paso a los hoteles campestres, parques temáticos y demás.

GP: Ah claro, y hay una anécdota sobre eso, Montenegro no tiene ni la altura porque la altura esta 1400-1800 y Montenegro está a 1300 -1350, es una anécdota muy interesante, estábamos reunidos en la Finca El Agrado, que queda en Pueblo Tapao, la finca está a 1300 mts y Montenegro a 1350, entonces estábamos definiendo el área principal del paisaje y estaba el director del comité de cafeteros Oscar Jaramillo, entonces al estar ahí dijeron que queda por

fuera la Finca, el Parque del Café, y yo no sé quién llamo a la Alcaldesa de Montenegro, entonces empezaron a cuestionar porque no iban a estar dentro del PCC, entonces por eso entraron, por gestión de la Alcaldía

DC: ¿entonces fue a beneficio del Comité de cafeteros?

GP: si claro, ellos no podían dejar por fuera el Parque del Café

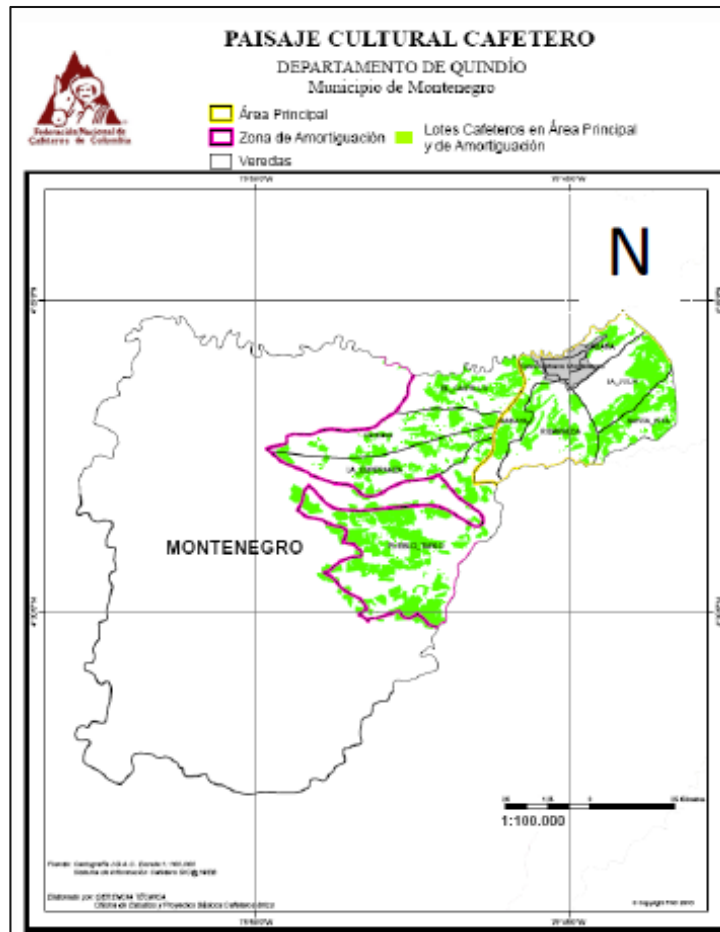


Ilustración 9. PCC. Municipio de Montenegro Fuente: (Ministerio de Cultura Colombia, 2011)

Esto junto con el análisis de los documentos oficiales por parte del Ministerio de Cultural y el Dossier oficial presentado ante la UNESCO se evidencia discrepancias, como la cantidad de municipios en algunos casos, además que no mencionan en detalle la metodología para seleccionar las zonas homogéneas, ni todo el proceso correspondiente, lo que demuestra que el documento y el proyecto fue la suma de varias investigaciones no muy claras bajo ciertos intereses institucionales.

VALOR	PRINCIPALES FACTORES QUE AFECTAN EL BIEN	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS
Esfuerzo humano familiar, generacional e histórico para la producción de un café de excelente calidad	Disminución de la rentabilidad de la caficultura	1. Fomentar la competitividad de la actividad cafetera	1. Lograr una caficultura joven, productiva y rentable
	Bajo relevo generacional	2. Promover el desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno	2. Mejorar los procesos educativos y de capacitación en la comunidad cafetera
	Cambio de vocación de uso de la tierra		3. Gestionar proyecto que mejoren la infraestructura de la comunidad
Cultura Cafetera para el mundo	Bajo relevo generacional	3. Conservar, revitalizar y promover el patrimonio cultural y articulado al desarrollo regional	4. Incentivar el desarrollo de los proyectos productivos y turísticos que generen valor a los habitantes rurales
	Pérdida de saberes y técnicas constructivas tradicionales		5. Fomentar la investigación, valoración y conservación del patrimonio cultural
	Rentabilidad de los usos alternativos de las edificaciones		6. Promover la participación social en el proceso de valoración, comunicación y difusión del patrimonio cultural y los valores sociales del PCC
	Movimientos sísmicos		
Capital social estratégico constituido alrededor de una institucionalidad	Bajo relevo generacional	4. Fortalecer el capital social cafetero	7. Fomentar el liderazgo y la participación de la población cafetera
		5. Impulsar la integración y desarrollo regional	8. Integrar los objetivos de la conservación del PCC a la política regional, nacional e internacional
Relación entre tradición y tecnología para garantizar la calidad y sostenibilidad del producto	Contaminación de recursos naturales	6. Apoyar la sostenibilidad productiva y ambiental del PCC	9. Desarrollar iniciativas que generen un impacto positivo en el medio ambiente
	Pérdida de microcuencas y fuentes de agua		10. Proveer desarrollos científicos y tecnológicos oportunos y pertinentes que fomenten el uso sostenible del PCC
	Deslizamientos de tierra		

Cuadro 7. Síntesis Plan de Manejo. (Universidad Tecnológica de Pereira; Universidad del Quindío, 2010)

Ahora bien, hoy en día existe un interés por parte de las instituciones en revisar el plan de manejo y los objetivos de lineamientos que estipulo la UNESCO, ya que el PCC cumple cinco años desde su inclusión en la Lista de Patrimonio Mundial, por lo tanto, en los últimos cinco años se han llevado a cabo muchas acciones, como la realización de inventarios de patrimonio material (mueble e inmueble) e inmaterial, la intervención de edificaciones para adecuarlas como infraestructura cultural en los municipios del PCC, el desarrollo de talleres y la elaboración de productos de comunicación para fortalecer la apropiación social de los valores culturales del PCC. Las universidades y el Observatorio de Paisajes Culturales han continuado desarrollando investigaciones y propuestas conceptuales de sumo interés para el manejo de este sitio como un elemento del patrimonio mundial. Por su parte, los cafeteros

han fortalecido los apoyos a la actividad cafetera, los departamentos y municipios han integrado el PCC en los planes de ordenamiento territorial y en los planes de desarrollo en diferentes grados y con diversos énfasis, y han trabajado en favor de él; los gobiernos locales han aumentado su compromiso y participación en el manejo del PCC con acciones claras, como es el caso de la reciente creación de la Asociación de Municipios del PCC. (Ministerio de Cultura, 2016)

De lo anterior, el Ministerio de Cultura publica un libro sobre los avances y trayectoria del PCC en estos cinco años, donde expone brevemente lo siguiente: “solo para mencionar algunas acciones, en los municipios del PCC se han construido o recuperado dieciséis inmuebles que finalmente han sido convertidos en salas de danza, teatros y casas de la cultura. Asimismo, se han dotado 25 escuelas de música y las bibliotecas públicas de 35 municipios; se ha formado a más de 2850 colombianos en diferentes áreas culturales, artísticas y de emprendimiento; se ha apoyado un número considerable de estímulos y proyectos culturales, así como de inversiones en proyectos de comunicación y difusión del patrimonio cultural del PCC.” (Ministerio de Cultura, 2016). Sin embargo al revisar el cuadro anterior con la síntesis del plan de manejo, es un poco más completo que un informe sobre las dotaciones que se han realizado a los diferentes municipios, si bien existe un mayor interés por la conservación de los atributos del PCC, se logra identificar que para cumplir las metas de dicho plan falta lograr varios objetivos, empezando por la vinculación del PCC en los ordenamientos territoriales⁷ de los municipios correspondientes, es decir, debido a que el paisaje abarca grandes áreas territoriales, lo principal es la delegación y responsabilidad a las administraciones municipales, en este sentido, los Esquemas de Ordenamiento Territorial no han sido actualizados para vincular el paisaje, lo cual fue publicado por parte del Ministerio como una guía para la vinculación del PCC en los ordenamientos territoriales y hacen parte del Plan de Manejo presentado a la Unesco.

A diferencia de otros municipios, Armenia cuenta con un proceso vigente de actualización y vinculación del PCC en el Plan de Ordenamiento Territorial (POT), tal y como lo comenta la Arquitecta Geraldine Cardona:

“GC: yo inicie a trabajar con la Alcaldía como contratista gestora del PCC dentro del POT, que pasa, el POT tiene tres estados, está el punto de formulación que fue en el 2009, la revisión a corto plazo que es hasta el 2015 y pues se está haciendo la revisión a corto plazo en este momento y la revisión a largo plazo, cuando yo ingrese, fue para poder reconocer desde el POT el paisaje cultural cafetero, que pasa con eso, empecé a evaluar lo que existía

⁷ En Colombia bajo la Ley 388, los ordenamientos territoriales se designan de acuerdo al tamaño de la población, por lo tanto, los Planes de Ordenamiento Territorial (POT) es para ciudades de más de 100.000 habitantes. Los Planes Básicos de Ordenamiento Territorial (PBOT) son para ciudades entre 30.000 y 100.000 habitantes, y los Esquemas de Ordenamiento Territorial (EOT) son para ciudades con una población menor a 30.000 habitantes, por lo tanto, en el Quindío la única ciudad que tiene POT es Armenia, lo demás municipios cuentan en su mayoría EOT

en el POT, como esta hasta el 2009, salió antes de la declaratoria que fue en el 2011, entonces digamos que no tenía casi nada del PCC y aun así nos encontramos con la sorpresa de que había un proyecto para la posible declaratoria, ese proyecto digamos que se venía cumpliendo bien y se cumplió afirmadamente desde el acuerdo 016, cuando yo entre fue a evaluar esa parte, aparte hay una guía que sacó el ministerio de cultura, que se llama la guía de introducción del PCC al POT, empezamos a hacer unos cuadros de diagnóstico del POT con el PCC, ese proceso terminó en marzo, y ahora estoy en la parte de introducción del PCC en las UPR, estas son las Unidades de Planificación Rural, que es lo que nos va ayudar a reglamentar pues la parte del paisaje dentro de la zona rural⁸.”

De acuerdo a lo anterior el municipio de Armenia al no contar con un área rural de producción de café de forma significativa, utiliza su ubicación estratégica y su posición de capital del departamento para vincular de otra manera el PCC, por lo cual, presenta en gran avance un trabajo sobre la normatividad de las áreas rurales, usando las guías que ha formulado el ministerio, de este estudio de las Unidades de Planificación Rural (UPR) y de la socialización con las academias, el Arq. Edgar Arbeláez⁹ encargado de la revisión del proyecto, comenta que uno de los errores es pensar y gestionar las áreas rurales de igual manera que las áreas urbanas, por lo tanto, se evidencia una falta de normatividad y coherencia entre el territorio y los objetivos del PCC, sin embargo, Armenia tiene la ventaja de tener el proceso vigente, el interés y los recursos para la actualización del POT, algo que no sucede en otros municipios. Por lo tanto, el acuerdo 016 que menciona la Arquitecta, consiste en:

GC: El acuerdo se trata como de una lista de requerimientos y compromisos que debe adquirir el municipio con el proyecto del PCC, entre ellos está el proyecto de "Anillo verde" que es un parque peri-urbano que encierra todo el cuento del café y de todo el proceso del café, está la creación del comité por el PCC y pues, hay otros requerimientos y compromisos que tiene la Cámara de Comercio y planeación.

Este acuerdo toma como proyecto principal el “Anillo Verde del Paisaje Cultural Cafetero del Municipio de Armenia” para fortalecer la ruralidad en los espacios delimitados, sin embargo, el documento permite analizar el propio proyecto como una marca más o un proyecto estratégico dentro del municipio para detonar el PCC:

PARAGRAFO: Se establecen como objetivos específicos que contemplará el proyecto “ANILLO VERDE DEL PAISAJE CULTURAL CAFETERO DEL MUNICIPIO DE ARMENIA”, los siguientes:

1. Posicionar la marca, productos y servicios de las áreas patrimoniales, bajo la denominación de origen: PAISAJE CULTURAL CAFETERO DEL MUNICIPIO DE ARMENIA, asociando su calidad a los valores y atributos del Paisaje Cultural inscrito por la UNESCO como PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD, acorde a las directrices y estrategias del Gobierno Nacional en la materia.
2. EN RELACIÓN AL ORDENAMIENTO TERRITORIAL: Preservar el Paisaje Cultural Cafetero

⁸ Arquitecta de Planeación Municipal de Armenia, gestora del PCC en el municipio

⁹ Arquitecto y docente de la Universidad La Gran Colombia sede Armenia

en el municipio de Armenia, a través de un proceso de transformación urbanística que permita garantizar su conservación, restauración y mejora integral en las áreas principal y de amortiguamiento del PCC.

3. EN RELACIÓN AL USO PÚBLICO Y SOSTENIBLE DEL TERRITORIO: Diseñar, adecuar, dotar, señalar y mantener la infraestructura necesaria para la realización de actividades recreativas, deportivas (ciclo rutas, caminatas.), educativas y de sensibilización del patrimonio cultural y ambiental, a fin de obtener una importante, adecuada y equilibrada afluencia de público local, nacional e internacional. A lo largo y ancho del Municipio de Armenia contenedor del Anillo Verde del Paisaje Cultural Cafetero.

4. EN RELACIÓN A LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA: Promover el mejor conocimiento de la biodiversidad asociada al Anillo Verde y su importancia estratégica dentro del sistema regional, desde el punto de vista del estudio científico multidisciplinar de este territorio, estableciendo pautas de gestión y buenas prácticas respetuosas con la conservación de los valores y atributos del Paisaje Cultural Cafetero.

5. EN RELACIÓN AL DESARROLLO ECONÓMICO: Promover la creación, fortalecimiento, implementación y seguimiento al clúster, modelos organizativos, economías de escala, emprendimiento rural, transformación y comercialización de productos en diferentes mercados, turismo de bajo impacto, la conservación y mejora del patrimonio rural.

6. EN RELACIÓN AL DESARROLLO SOCIOCULTURAL: Promover la apropiación, compromiso, bienestar y la mejora en la calidad de vida de quienes habitan, trabajan o disfrutan de este territorio periurbano. (Planeación Municipal Armenia, 2013)

Si bien se observa un interés mayor por parte de la administración municipal para regular las áreas rurales, también se puede entender este interés como un proyecto de aprovechamiento del PCC, además que incrementar el papel de la ciudad dentro del mismo proyecto, es decir, ofrecer no solo un mayor desarrollo para la población sino también incrementar las actividades y ofertas con relación al paisaje cultural. Y por otro lado, se evidencia la falta de avances en este tema por parte de otros municipios, en especial Salento, el director de Planeación Milton Torres comenta que más allá de la necesidad de actualización y vinculación del PCC en el Esquema de Ordenamiento Territorial (EOT) del municipio, se debe entender que Salento es principalmente área de amortiguación no sólo del PCC sino también del Parque Nacional de los Nevados, sumando todas las grandes áreas de reservas naturales que ha limitado la acción y la actualización de dicho Esquema, pero se contempla desde la parte normativa un interés y conservación por el patrimonio urbano y arquitectónico, lo que ha sido detonado y explotado como el principal sitio de atracción turístico.

Por otro lado, Ricardo Munard¹⁰ experto en producción de café y sus marcas en el departamento, comenta que si bien el PCC se presenta como una oportunidad para conservar la caficultura, ha sido un reto ya que el Quindío no es realmente el principal productor de café a nivel nacional, por lo tanto, uno de los riesgos es la pérdida de áreas de cultivo:

RM: Pues yo diría que el Paisaje Cultural Cafetero es una oportunidad gigante, hay que verla como una oportunidad y no como una amenaza, si nos dieron la declaratoria fue porque encontraron méritos en lo que teníamos en el Quindío y en las otras zonas, las fortalezas que

¹⁰ Coordinador Marcas de Café, Cámara de Comercio de Armenia

tiene esa declaratoria, yo diría que se debe enfocar un poco más a trabajar con temas de producción, en temas de mantener las áreas, como la frase de cajón "si no hay cultivos pues no hay café y si no hay café pues no hay declaratoria", entonces yo diría que ya aumentar áreas y subir y pues a acordarnos de cuando teníamos 60 mil hectáreas es muy duro, pero por lo menos si en trabajar en sostener lo que tenemos, y empezar a involucrar al productor para que sienta que esta declaratoria es beneficioso para él, para que él también se enamore y siga conservando su cultivo como tal.

Este comentario de Ricardo indica que los beneficios que tan ampliamente expone la Federación Nacional de Cafeteros sobre los logros hacia los caficultores, tema que fue mencionado por Gloria Escobar, directora de Turismo de la Cámara de Comercio, al preguntar sobre los beneficios u oportunidades hacia el actor propiamente involucrado, ella comenta que por parte de la FNC se expone grandes avances, sin embargo, al igual que Ricardo, Angélica María Angulo, coordinadora de logística en Caravela Trilladora, comenta que la producción de café en el Quindío ha disminuido, y actualmente es el departamento del Tolima y el Huila los principales productores, asimismo, uno de los principales problemas en la industria del café es actualmente la falta del propio caficultor, es decir, la calidad del café depende del método de recolección manual, pero la mayoría de esta figura son adultos mayores generando poco relevo generacional, punto que es crítico dentro del plan de manejo, y a lo cual, no existe una avance o proyecto para conservar esa figura dentro de la caficultura.

Angélica M. Angulo: es un riesgo grandísimo, porque cuando se necesita recoger el café, la mano de obra son adultos mayores, no se encuentra jóvenes para realizar el trabajo. Pero eso también ha sido culpa no solo de la Federación sino del Gobierno. Por ejemplo hay gente que dice, " no es que el café en el Quindío tiene que evolucionar, no nos podemos poner a vender café para que lo haga en otros países", y la realidad es que nuestro negocio es ese, lo que pasa es que no se da un valor agregado y no se intenta mejorar la calidad del producto, sino lo que se busca es la cantidad, entonces no hay un proyecto para enseñar a los caficultores de calidad, eso es un error de la Federación, porque además que se acostumbraron a que todo se lo entreguen, tampoco quieren mejorar.

Por lo tanto en las entrevistas hacia los actores institucionales, varios coincidieron en que el mayor beneficio hasta ahora del PCC ha sido el incremento turístico, es decir, la mayoría de los proyectos que destacan y que promueven paisajes es el área del turismo, tema que será tratado más adelante, pero con respecto al proyecto del PCC, las opiniones de los expertos coincidieron en varios aspectos: (1) el principal cambio y beneficio ha sido el turismo; (2) el PCC se concibe como un proyecto de oportunidades para el desarrollo de la región en especial para el Quindío; (3) la declaratoria es reciente por lo tanto gran parte de la implementación del Plan de Manejo, en este sentido, aún falta mucho trabajo por parte de las administraciones, y (4) existe un desconocimiento sobre el proyecto del PCC, es decir, se reconoce la declaratoria pero la sociedad desconoce los atributos o valores específicos del proyecto.

Gloria Escobar: pues porque el turismo es lo que nos, ejemplo Quindío, yo diría que la primera, yo creería que la primera, éramos segundos y ahora ya creo que es el primer renglón de la economía del departamento es el turismo, porque alrededor de un turista hay muchos servicios, entonces la actividad económica nuestra es el turismo, y es a lo que le tenemos que apuntar porque no tenemos más, ya Pereira y los otros municipio pues se benefician de otras cosas pero también el Valle se está fortaleciendo y se está aprovechando lo del PCC, entonces yo diría que a nosotros nos ha beneficiado mucho el turismo, de pronto a Caldas y al Quindío más, y a los productores también, por lo que le contaba de la presentación de Lina Rivas del FNC, de todo lo que han invertido en la siembra de café, en los productores, en lo económico, en lo social y cultural.

Ricardo Munard: si claro pero el tema es prepararnos y organizarnos porque digamos que es una fuente económica gigante para un departamento que está muy agobiado con el índice de desempleo, si no tuviéramos el turismo estaríamos peor, y otro tema importante es que el turista compra café, el turista lleva café, el turista consume café, el turista visibiliza el café, y es uno de los temas más importantes en la economía local, entonces yo diría que esas son las oportunidades, que si tenemos una especie de amenaza en que tenemos que organizarnos más, tener un turismo y una oferta más responsable, con el uso de suelos, con las zonas, pero digamos que es una ventaja que la podemos hacer nosotros y no dependemos de nadie más, pero tenemos la oportunidad de que nos conozcan y que digamos pues cambiar la economía, porque si no otras ciudades o digamos otros países que también tiene oferta turística pues no podrían hacerlo.

Para concluir, los actores institucionales conciben el PCC como una oportunidad, ya que se incrementa el interés por los valores patrimoniales, pero también abre las puertas a un mercado global-turismo cultural. Sin embargo, se evidencia una opinión generalizada en la poca gestión o aprovechamiento del PCC. Por otro lado, se evidencia el incremento de publicaciones por parte del Ministerio de Cultura en convenio con otras instituciones sobre los planes y el propio proyecto, es decir, se desglosa los documentos oficiales en cartillas publicitarias sobre el paisaje, pero aun así existe un desconocimiento por parte de sociedad sobre los detalles del proyecto.

4.2 Territorio y relación urbano-rural.

El Paisaje Cultural Cafetero se conforma por varios elementos representativos del proceso de la colonización antioqueña: el café, valorado y reconocido como uno de los mejores del mundo, el trabajo del campesino en el proceso de recolección manual, tratamiento y distribución, la tradición y el legado familiar, y la transformación del paisaje. Por lo tanto, el reconocimiento de este paisaje productor se compone de un conjunto de bienes tanto material como inmateriales. De acuerdo al documento de divulgación del paisaje, la región declarada está conformada por áreas de 47 municipios y 411 veredas de los departamentos del Quindío, Risaralda, Caldas y Valle del Cauca, en donde se encuentran cerca de

24.000 fincas cafeteras, en las que vive una población estimada de 80.000 personas. De esta manera, la conformación y las características del paisaje cultural se dan en torno a la producción cafetera que generó toda una cultura, desde la ocupación del territorio, la transformación de grandes terrenos para el cultivo, y hasta el objeto arquitectónico (fincas cafeteras de arquitectura de la colonización antioqueña). En este sentido, la inscripción del PCC en la lista de patrimonio mundial que determinan su excepcionalidad se sintetizan en cuatro valores: (1) Trabajo familiar, generacional e histórico para la producción de un café de excelente calidad, en el marco de un desarrollo sostenible; (2) Cultura cafetera para el mundo; (3) Capital social estratégico construido alrededor de una institucionalidad; y (4) Relación entre tradición y tecnología para garantizar la calidad y sostenibilidad del producto.

Dentro de los cuales, la vivienda cafetera constituye uno de los elementos principales, para lo cual, hasta el siglo XIX la vivienda tradicional en Colombia estuvo influenciada por la arquitectura española, específicamente del sur de la península Ibérica, sin embargo, fue la colonización antioqueña la que le dio las cualidades arquitectónicas, como la técnica y el material de construcción, además de la adaptación e implantación en la topografía, y las calidades espaciales entre otros. Estas características añaden valor estético y cultural al paisaje, sin embargo, se consideran dos tipologías de vivienda, la urbana y la rural, distinguidas principalmente por las dimensiones y el uso, mientras que la vivienda urbana es de uso habitacional, la rural es de uso habitacional y productivo, pues se caracteriza además de las extensiones de terreno de cultivo, por el espacio destinado al secado de los granos de café, tradicionalmente ubicado sobre terrazas o cubiertas.

entre el oriente y el occidente de Colombia, fue ruta obligatoria de los personajes de esa época y del proceso de la colonización antioqueña en el siglo XIX, durante el cual se fundó la mayoría de los municipios del departamento. El cultivo de café y el auge de la economía cafetera trajeron consigo un rápido desarrollo económico y demográfico a la región. En la actualidad esta zona concentra gran parte de la demanda turística. (Ministerio de Cultura Colombia, 2011)

El departamento del Quindío es el más pequeño del territorio del país, con una superficie de 1.845 km². Se destaca en el país por el fuerte arraigo de la cultura cafetera y por su riqueza natural, representada en una exuberante vegetación y gran diversidad de ecosistemas. La totalidad de los 12 municipios del Quindío son productores de café, y 207 de sus 267 veredas son cafeteras. El departamento es el doceavo productor de café del país (de una totalidad de 20), con una producción anual estimada de 666.000 sacos de 60 kilogramos de café verde o, en otras palabras, el 6% de la cosecha colombiana, cuenta con aproximadamente con 5.655 caficultores, 30.174 hectáreas sembradas en café y 6.547 fincas cafeteras, de las cuales hay 5.900 ubicadas en el área de influencia del PCC. (Ministerio de Cultura Colombia, 2011)

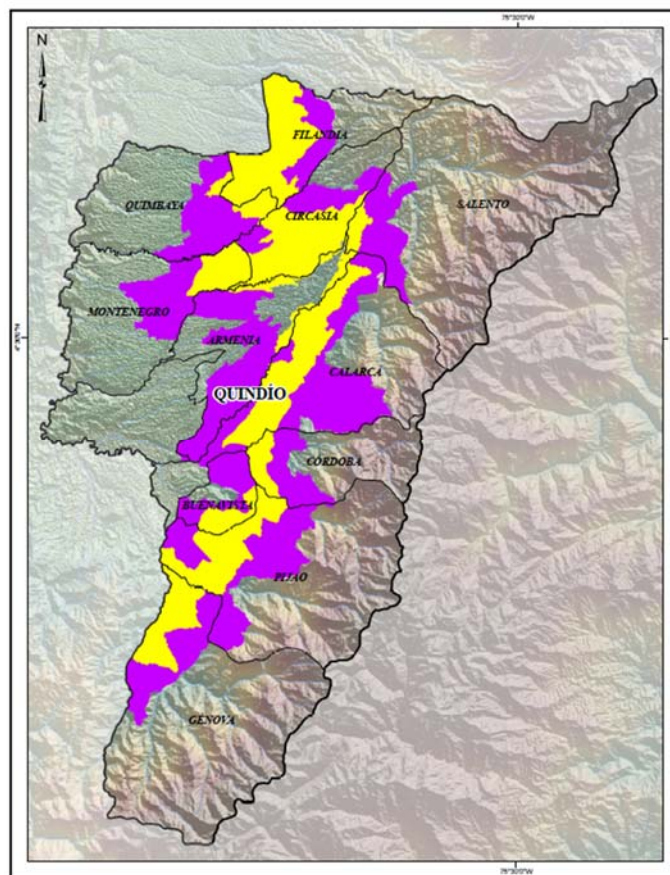


Ilustración 11. Mapa del PCC en el departamento del Quindío. Fuente:

<http://paisajeculturalcafetero.org.co/static/files/quindiofinal.pdf>

De los 12 municipios del departamento se reconoce como los mayores productores de café a Génova, Pijao, Córdoba, Calarcá y en cierta medida Buenavista, de estos municipios existe actualmente un incremento de vistas locales y nacionales debido a la creación de puntos de cafés especializados y al reconocimiento del municipio de Pijao por entrar en la red de Cittaslow¹¹, sin embargo, en los últimos 3 años se ha presentado un cambio de uso del suelo rural, es decir, algunas fincas cafeteras cambiaron su uso de productores para entrar en la oferta de hoteles en el mercado turístico, o en otros casos, la mayoría de las veredas ofrece recorridos turísticos, el caso de Pijao fue analizado dentro del trabajo de campo con el semillero de investigación de la Universidad la Gran Colombia, que si bien no es uno de los municipios seleccionados dentro de la investigación se menciona por su importancia como municipio de cordillera pero además por ser actualmente otro destino turístico.



Ilustración 12. Café Concord Pijao. Fuente: Cifuentes (2017)

De acuerdo al estudio que se realizó dentro del semillero, el municipio de Pijao presenta cambios a partir del proyecto del PCC, principalmente en aprovechar e incrementar los cultivos, producción y tiendas de café especial para ofrecer mayores actividades y atraer al turista que en su mayoría es local, esto se considera uno de los principales cambios ya que el Pijao al igual que el municipio de Buenavista no se posicionaban como puntos de atracción, por lo tanto, el grupo del semillero encuentra una gran red de oferta temática dentro del área rural que se complementa con los puntos de venta de café especializados.

¹¹ Liliana Mónica Flores Arcila ha liderado el proceso de incluir a Pijao en la lista de Cittaslow durante más de ocho años haciendo cambios y transformaciones, creando la fundación de Pijao Cittaslow lo cual logro siendo la Concejal del lugar en el periodo 2012-2015 donde se dedicó a recuperar y embellecer las antiguas fachadas, impulsando programas de huertas orgánicas comunitarias, educación ambiental y gastronomía saludable. Todo esto con el fin de cumplir con los requisitos necesarios para que Pier Giorgio Olivetti (de Cittaslow internacional) hiciera el proceso de verificación para lograr que el Municipio de Pijao hiciera parte de la red mundial de pueblos sin prisa “Cittaslow”.

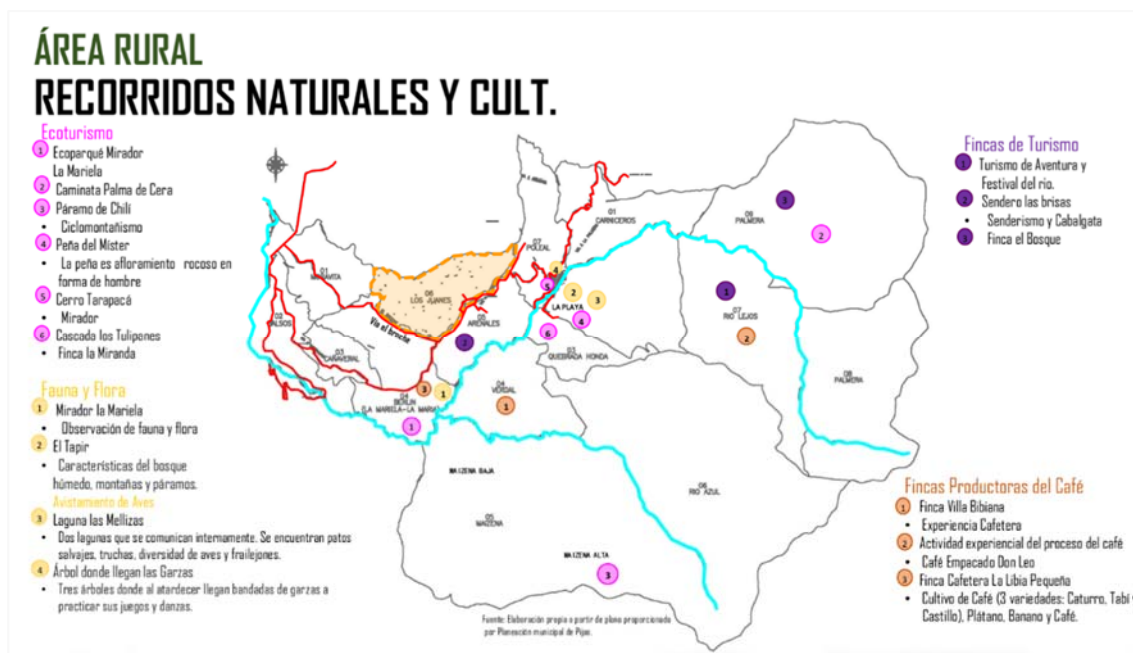


Ilustración 13. Mapa Municipio de Pijao. Fuente: Grupo Semillero de Investigación en Patrimonio UGCA, 2017

Por otro lado, los municipios de Quimbaya y Montenegro han presentado en últimos 10 años un cambio e incremento del uso de área rural destinada al turismo principalmente a la oferta de alojamiento rural, debido a los parques temáticos. El Parque del Café, la principal atracción fue creada en 1995 por la Federación Nacional de Cafeteros y el Comité departamental de Cafeteros, inicia como un museo de la caficultura, pero al pasar varios años fue incrementando sus actividades y hoy en día es uno de los mayores parques temáticos, esto ha sido un elemento detonante dentro del área y el departamento, lo que ha implicado un mayor uso del área rural, y la oportunidad de creación de nuevos parques temáticos dentro del área.

En este sentido, es importante puntualizar que la relación urbana-rural que se presenta en el departamento permite interactuar entre los municipios, es decir, el recorrido de todo el departamento se facilita por tener poca extensión territorial, lo que se convierte en atractivo turístico como las “Rutas del Paisaje Cultural Cafetero” que veremos en detalle más adelante, asimismo cada municipio presenta caracterizaciones diferentes, mientras que Montenegro, Quimbaya y Calarcá han tenido mayor desarrollo urbano presentan un mayor uso rural, y Génova, Pijao, Córdoba y Buenavista han sido poco desarrollados, ya que sus áreas urbanas son las más alejadas de la ciudad de Armenia, y por otro lado, Filandia, Circasia y Salento son los más cercanos, permiten una relación mayor con Armenia. Por lo que se puede establecer que se presenta una costumbre en el departamento por visitar municipios los fines de semana en su mayoría.



Ilustración 14. Acceso Parque del Café. Montenegro. Fuente: Cifuentes, (2017)

El municipio de Montenegro tiene una población de 41.578 habitantes por lo tanto presenta un Plan Básico de Ordenamiento Territorial actualizado en el 2011, el cual en la versión 2000-2006 representa el corto y mediano plazo tiene como visión el uso del suelo netamente agropecuario, presentando mayor interés en lo siguiente:

AGRO-ARTESANIAS: Transformación de productos endémicos (Guadua, guasca de plátano), en productos artesanales y en elementos básicos. Para la construcción y la producción de muebles.

AGRO Y ECO TURISMO: Aprovechamiento equilibrado del componente paisaje y de la oferta de escenarios naturales de sin igual belleza (Salto de Nápoles y La Granja), para los procesos de ecoturismo; adecuación de las fincas cafetaleras como sitios de alojamiento en respuesta a la demanda derivada del emplazamiento en el entorno geográfico Montenegriño del Parque de la Cultura Cafetera. Este aspecto será factor alternativo de ingresos adicionales a las prácticas agropecuarias establecidas.

AGRO INDUSTRIA: Generar los espacios necesarios para garantizar la transformación de productos agrícolas de la región y excedentes de su explotación en pasta base para la producción de concentrados para animales, establecimiento de centros de producción de panela con base en la caña de azúcar propendiendo por generar una mayor oferta del producto a fin de satisfacer la demanda local, regional y nacional. (Secretaría de Planeación Municipal Montenegro, 2000)

Los cuales se actualizan dentro del Acuerdo N° 007 en el 2011 como usos de suelo rural, categorizados por zona de desarrollo agro-turístico, áreas para vivienda campestre, áreas de conservación ambiental, áreas de recuperación y protección ambiental, entre otras áreas y reservas naturales y áreas rurales para proyectos especiales “Parque del Café” las cuales indica lo siguiente:

Otras actividades turísticas. “los atractivos de más relevancia turística lo conforman la temática del Parque Nacional de la Cultura Cafetera y 450 fincas cafeteras que han acondicionado sus viviendas con las exigencias modernas de alojamiento para brindarle a propios y extraños un espacio

de integración con el entorno cafetero; un espacio de esparcimiento y cultura propios de la idiosincrasia de la región. Dichos atractivos actualmente se encuentran ocupando suelo rural y la actividad que desarrollan es incompatible con el uso agrícola y pecuario del municipio, razón por la cual a partir del presente Acuerdo de Revisión y Ajuste del Plan Básico de Ordenamiento Territorial, y en cumplimiento del Decreto 097 de 2006, queda totalmente prohibida la parcelación rural y el desarrollo de proyectos de infraestructura que no se encuentren directamente relacionados con su uso agropecuario. (Secretaria de Planeación Municipal Montenegro, 2011)

Lo anterior demuestra que desde el ordenamiento territorial se proyectan algunas áreas rurales como zonas turísticas, las cuales han sido modificadas por el impacto del parque temático, a su vez cambiando el uso del suelo y desarrollo rural en el sector, sin embargo se intenta prevenir el cambio que implique la modificación del uso agropecuario, pero debido a los cambios existentes el EOT establece la necesidad de formular un “plan de regulación y manejo de su actividad comercial y turística” con el objetivo de mitigar los efectos urbanísticos que no permitan conservar el proyecto del PCC (Secretaria de Planeación Municipal Montenegro, 2011), no obstante la vía y el entorno al parque temático indica que cada vez los cambios son mayores, si bien no se presentan las parcelaciones que prohíbe el EOT si incrementa el uso de alojamiento rural y el uso comercial enfrente del parque.

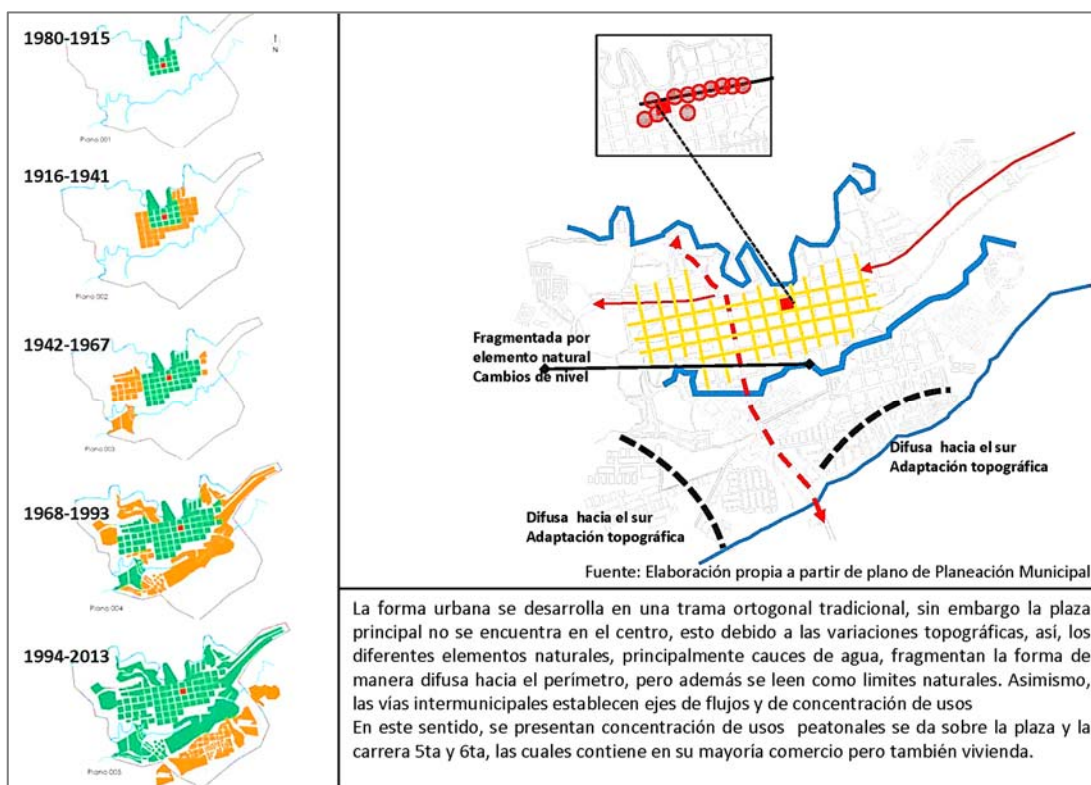


Ilustración 15. Ficha de análisis morfológico 2. Montenegro. Fuente: Elaboración propia a partir del EOT (2017)

Por otro lado, el área urbana presenta un crecimiento y desarrollo mayor en comparación de otros municipios, y presenta un modelo de ocupación de zonas homogéneas debido a la adaptación topográfica, asimismo la forma urbana en trama ortogonal se expande en relación a la plaza principal donde se concentran los usos administrativos, de servicios y comercio, concentrando un uso peatonal constante. Asimismo, la relación urbana-rural es constante además de las relaciones intermunicipales con Armenia, Quimbaya, Filandia y Tebaida que incrementan los usos y valores del suelo rural. Sin embargo, el área urbana no presenta patrimonio arquitectónico ni zonas de conservación lo cual se contradice al ser el único municipio donde el área urbana hace parte de área principal del PCC, elemento que se cuestiona dado que el municipio concentra propiedades e intereses por parte del Comité departamental de Cafeteros y la Federación Nacional de Cafeteros, teniendo en cuenta además el impacto del Parque del Café.

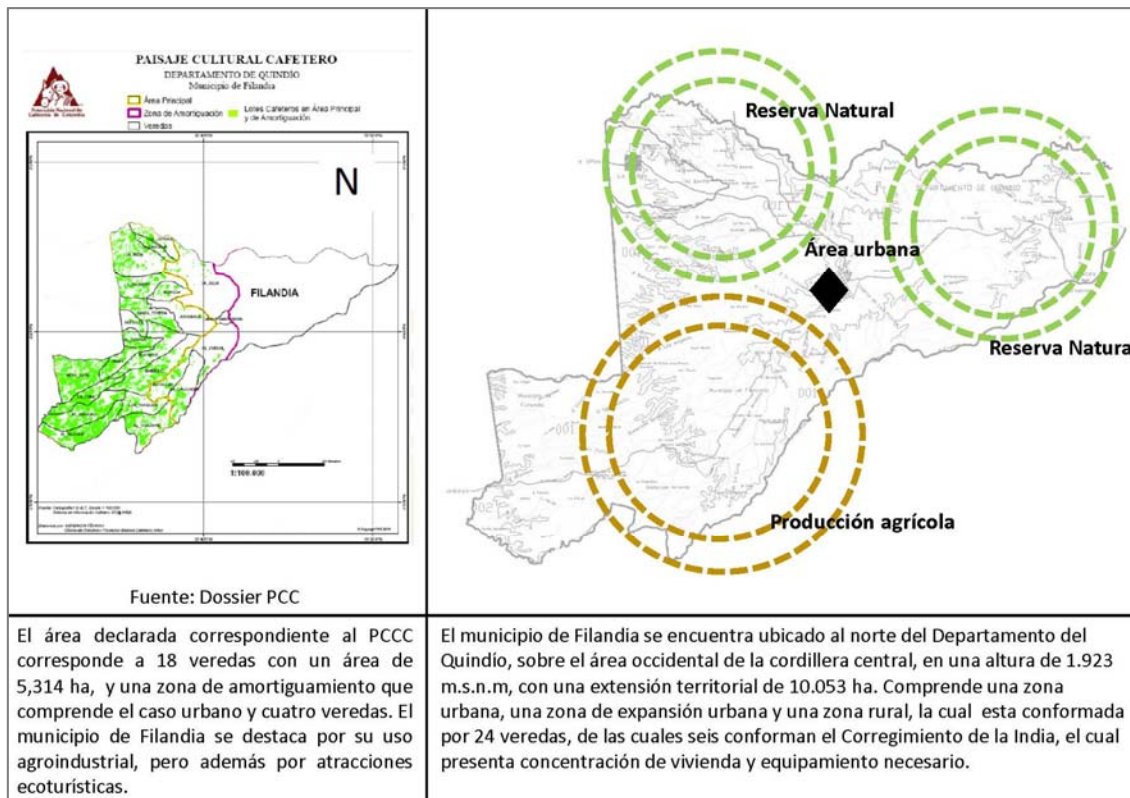


Ilustración 16. Ficha de análisis morfológico, Filandia. Fuente: Elaboración propia (2017)

Filandia por su parte ha presentado cambios de uso en el área urbana y un incremento de uso turístico en los últimos 3 años, sin embargo, las áreas rurales concentran gran parte del área principal del PCC y reservas naturales, mientras que el área urbana hace parte del área de amortiguamiento. En este

sentido, Filandía es uno de los municipios que presenta cambios de usos turísticos a partir de la declaratoria del PCC como lo comenta Gloria Escobar:

GE: El turismo en Filandía hace cinco años no estaba así, uno iba y se tomaba un café y no pasaba nadie, si era agradable para algunos, porque era más tranquilo, pero para los extranjeros y nacionales Filandía no llamaba la atención, en cambio ahora eso es lleno de extranjeros. Creo que hace unos tres años, con todas esas promociones de Camino Nacional, con todas las actividades que se han realizado, con el proyecto OBO que es un proyecto con Japón, con temas de la artesanía, son muchas cosas que han ayudado, el café, la artesanía, el municipio como tal, lo que se ha arreglado de los balcones, ahora tiene un proyecto de la gobernación para hacerlo nuevamente con Pintuco (marca de pintura) que Humberto Guevara había hecho para volver a organizar los balcones de algunas cuadras, entonces eso impacta muchísimo.

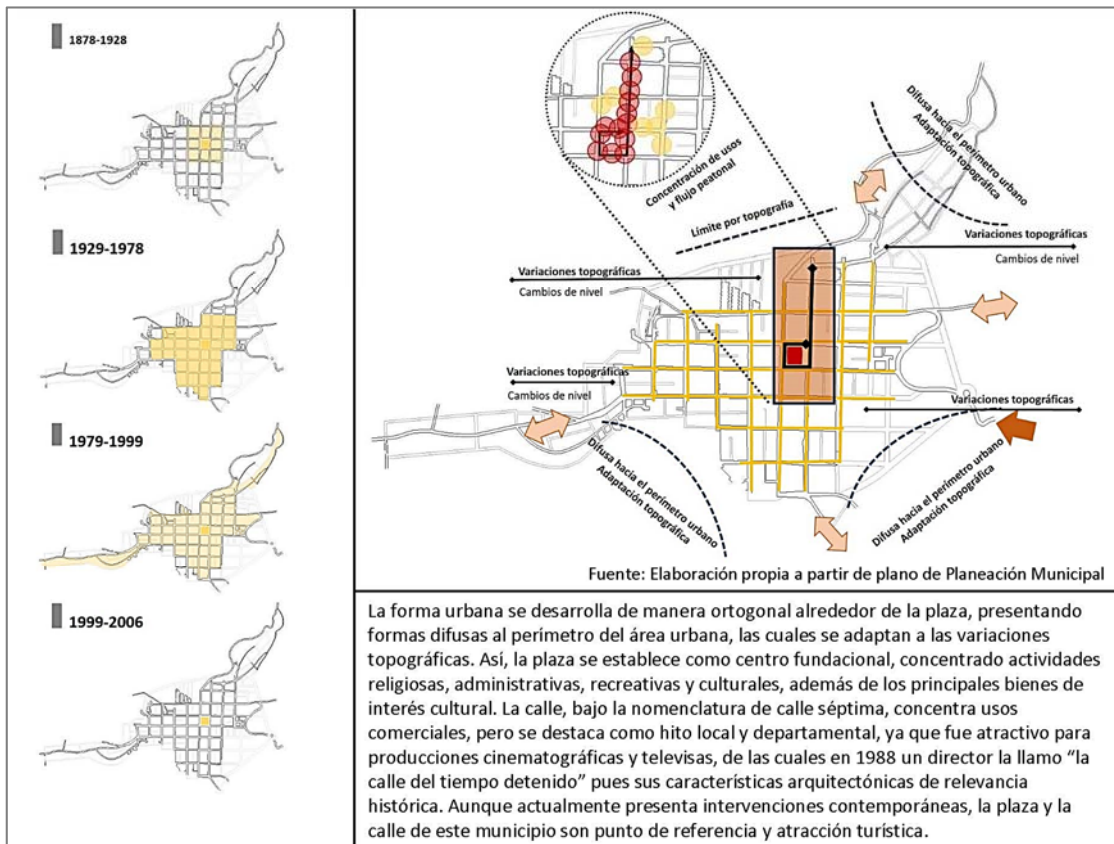


Ilustración 17. Ficha de análisis morfológico 2, Filandía. Fuente: Elaboración propia (2017)

De acuerdo a lo anterior, el proceso de crecimiento del área urbana entorno a la plaza principal donde se consolida el patrimonio arquitectónico, el cual ha sido foco de interés los últimos 5 años por ser conservados, sin embargo, el contexto inmediato a la plaza y a la calle principal presenta incremento

y cambio de uso residencial a comercial, los cuales en su mayoría concentran restaurantes y tiendas de café especial, esto ha significado una constante relación urbana-rural e intermunicipal, pero a diferencia de Montenegro, el área rural de Filandia no presenta grandes cambios de uso de vivienda o áreas de cultivo, en este caso, las áreas rurales al representar mayor parte del área principal del PCC implican mayor conservación, aunque, este interés ha estado presente desde el ordenamiento territorial gracias a las reservas naturales que contiene el municipio, el cual tiene como visión: “Un municipio con identidad propia, posicionándolo en el ámbito regional como municipio agropecuarios con tendencia agroindustrial y eco-turística y en su casco urbano, como poblado de interés patrimonial con actividades culturales y artesanales y un sector comunitario, comprometido y participativo en la dinámica local” (Secretaría de Planeación Municipal Filandia, 2000, pág. 3).

ARTICULO SEXTO. VOCACIÓN DEL MUNICIPIO. El municipio de Filandia se manifiesta con una clara vocación de oferente ambiental de agua, aire y producción agropecuaria con sello verde y tendencias eco turístico por sus valores ambientales y paisajísticos. (Secretaría de Planeación Municipal Filandia, 2000, pág. 3)

Por consiguiente, tanto la visión como la vocación del municipio corresponden a los atributos del PCC, pero además implican un interés mayor por conservar el patrimonio y a su vez la imagen urbana, la cual se ha desarrollado a partir de hechos significativos y simbólicos, por una parte es uno de los municipios con mayor producción de café, gran variedad de recursos ambientales, por lo tanto, el paisaje, la imagen productora de café y el valor del patrimonio urbanístico, lo establecen actualmente como un gran potencial para la industria agro turística.



Ilustración 18. Calle real, Filandia. Fuente: Cifuentes (2017)

Por otro lado, el municipio de Salento, como principal destino turístico por su patrimonio arquitectónico y natural, es considerado como un punto de referencia dentro del propio PCC, principalmente por su imagen urbana tradicional, aunque en realidad, el porcentaje del área declarada del municipio es poco en comparación a municipios como Filandia con 4,845.3 ha o Pijao con 3,513.3 ha sólo en el área principal, donde además la zona declarada no corresponde a los destinos principales del municipio, tales como el área urbana por su patrimonio arquitectónico y el Valle de Cocora por su patrimonio natural (Ministerio de Cultura Colombia, 2011)

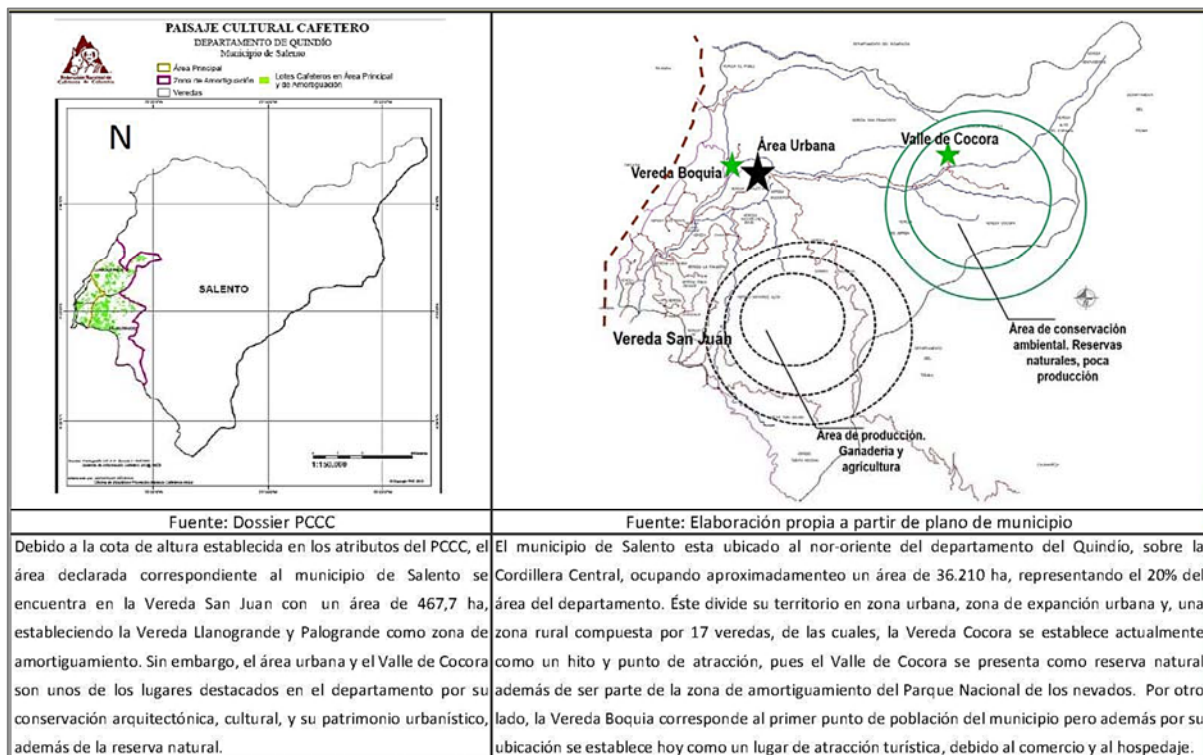


Ilustración 19. Ficha de análisis morfológico, Salento. Fuente: Elaboración propia (2017)

Aunque representa poca área principal del PCC, es el municipio que se ha desarrollado turísticamente, en comparación a Montenegro, Salento representa el “pueblo cafetero tradicional”, por su patrimonio arquitectónico y urbanístico, pero también natural, además de la concentración y cambios de usos del centro fundacional. Por lo tanto, la relación urbano-rural se basa en el desarrollo eco turístico y agropecuario. En este sentido, el ordenamiento territorial ha estado concentrado en la conservación de las áreas patrimoniales y reservas ambientales, lo cual implica limitaciones en los usos rurales, asimismo el área urbana limita las acciones urbanísticas que vayan en contra de la conservación arquitectónica o que modifiquen la imagen urbana tradicional. Por consiguiente el EOT tiene como uno de sus objetivos “aprovechar las ventajas comparativas del municipio en oferta turística tanto por su valor histórico como por sus paisajes, para convertir estos recursos en fuentes de riqueza” (Concejo Municipal Salento, 2001).

Se adopta la siguiente reglamentación para todo el suelo del perímetro urbano del municipio se clasifican los usos permitidos, restringidos o prohibidos, según su impacto positivo o negativo sobre las construcciones y el espacio público.

a) Usos permitidos: Son los usos del suelo que generan impactos positivos sobre las edificaciones, es decir, dan lugar al desarrollo de actividades que permiten la valoración arquitectónica y urbana del inmueble.

b) Usos restringidos: Se entiende por usos restringidos todos aquellos que puedan generar impacto negativo, por lo tanto, requieren de un análisis previo para determinar si pueden o no ser permitidos.

c) Usos prohibidos: Son aquellos usos que de alguna manera atentan contra la preservación de los valores históricos, urbanos, arquitectónicos y contra las calidades ambientales del centro histórico. Son también, aquellos que impactan de forma negativa en el espacio público y las edificaciones por incendio o desplome, afectan las condiciones ambientales por contaminación atmosférica, sónica o visual e interfieren con las actividades a incentivar. (Concejo Municipal Salento, 2001, pág. 54)

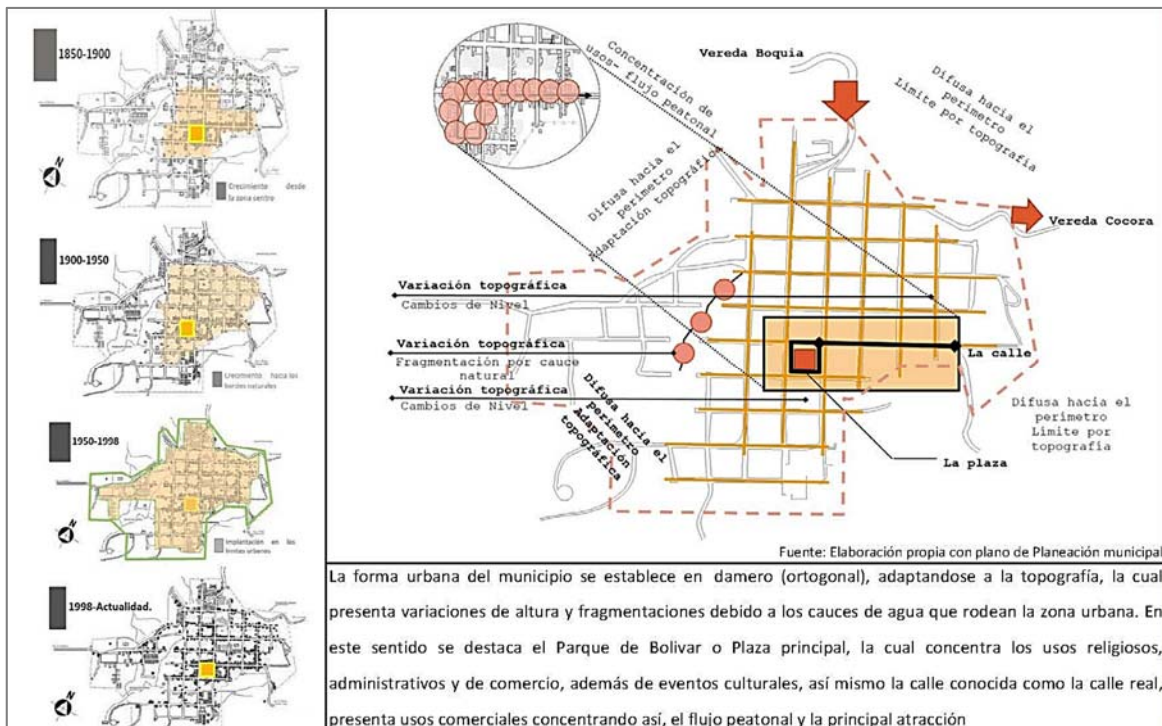


Ilustración 20. Ficha de análisis morfológico 2, Salento. Fuente: Elaboración propia (2017)

Sin embargo, el efecto del turismo ha ocasionado varios cambios dirigidos a mejorar e incrementar la oferta turística, los cuales, teniendo en cuenta el área urbana (55 has km²), la topografía, las dimensiones de las calles, el alto flujo vehicular ha ocasionado el cierre de vías y el acceso a la misma área urbana, lo cual ha representado que parte del flujo turístico se desvié hacia el municipio de Filandia, Gloria Escobar comenta:

GE: El problema de Salento es, pues pienso yo desde mi óptica, uno, la movilidad, tenemos un problema grave en Salento y es que solo hay una vía, y eso yo lo vengo discutiendo hace varios años y yo no sé por qué no lo han hecho, que organizaran esa otra vía por otra vereda, como esta Filandia que tiene como tres salidas entonces nunca se ve embotellado, claro que uno si ve carros por allá parqueados lejos, pero bueno no tenemos suficientes parqueaderos en ninguno de los dos municipios. Dos, que Salento se dirigió mucho al turismo masivo, y ese problema del turismo masivo es el que afecta la región porque cuando llegan los grupos en los buses se estacionan dónde quieren, o dejan la basura y traen un mundo de gente que ni consume, ni siquiera utilizan el hospedaje o comen en los restaurantes, ahora se está tratando de combatir un poquito, con las agencias se les está advirtiéndolo que no lo hagan de esa manera, y también hay un problema, yo no estoy en contra de los mochileros, y lo aclaro, cuando empezaron a venir mochileros y vieron la oportunidad de negocio, entonces cuando el mochilero viene de paseo y ve la oportunidad, volvió a comprarse una casa. Entonces compraron las casas y las convirtieron en hostales.

El comentario anterior conlleva el análisis de los cambios de usos del centro fundacional, los cuales corresponden al tema de las intervenciones urbanas, dado que es la unidad de análisis que será explicada en el siguiente capítulo, sin embargo, se debe puntualizar que si bien desde la administración y el ordenamiento territorial se ha querido conservar el patrimonio también es considerado como un recurso turístico, tema que es analizado en el siguiente apartado. No obstante, el territorio del PCC correspondiente al departamento del Quindío mencionado hasta este punto, se organiza en coherencia con su división política y administrativa, por lo tanto, el municipio de Armenia ubicado en el centro del departamento corresponde asimismo a la capital, concentrando los usos administrativos, comerciales, servicios y equipamientos. En este sentido, la relación urbano-rural e intermunicipal es mayor, sin embargo, el área rural se encuentra en su mayoría urbanizada.

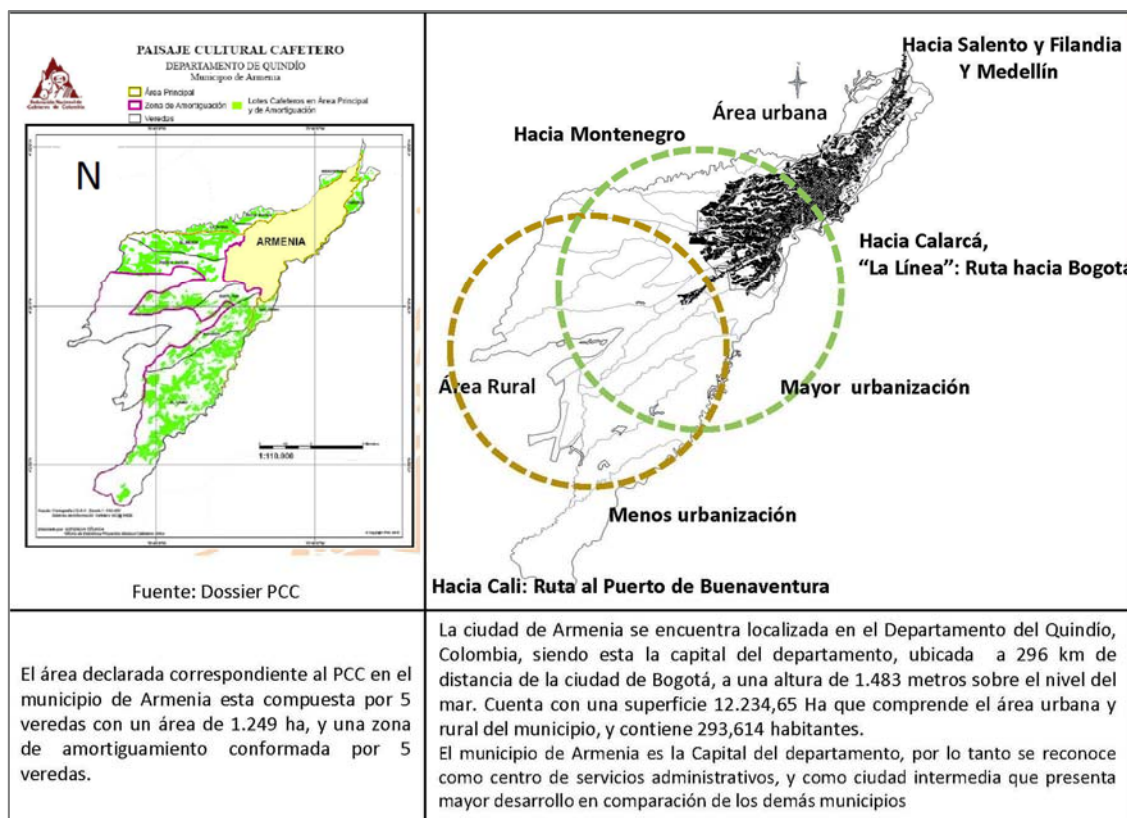


Ilustración 21. Ficha de análisis morfológico, Armenia. Fuente: Elaboración propia (2017)

Como se mencionó anteriormente, planeación municipal de Armenia está realizando el proyecto de actualización e inclusión del PCC en el POT, lo cual conlleva al trabajo de regulación de las áreas rurales, las cuales presentan urbanización basada en la construcción de viviendas campestres, sin embargo la Arquitecta Geraldine Cardona comenta que las áreas de fincas cafeteras no se encuentran sobre las vías principales intermunicipales, sino en vías secundarias y retiradas del área urbana, no obstante las áreas de cultivo son realmente pocas en comparación con otros municipios, pero la ubicación estratégica y su posición administrativa la hacen partícipe del PCC, por lo tanto, la participación de Armenia corresponde a la imagen y manejo de la marca:

Geraldine Cardona: “el aporte de Armenia estaría yo creo que, en la generación de la marca, somos urbanos, manejamos el comercio, eso ya estaría con la Cámara de Comercio, y la idea es en la próxima semana convocar al comité del PCC para apoyar y definir cómo va aportar la Cámara de comercio con la marca del PCC y el con el parque peri-urbano, como lo vamos a hacer y cómo se va a integrar, además del aporte del FNC.”

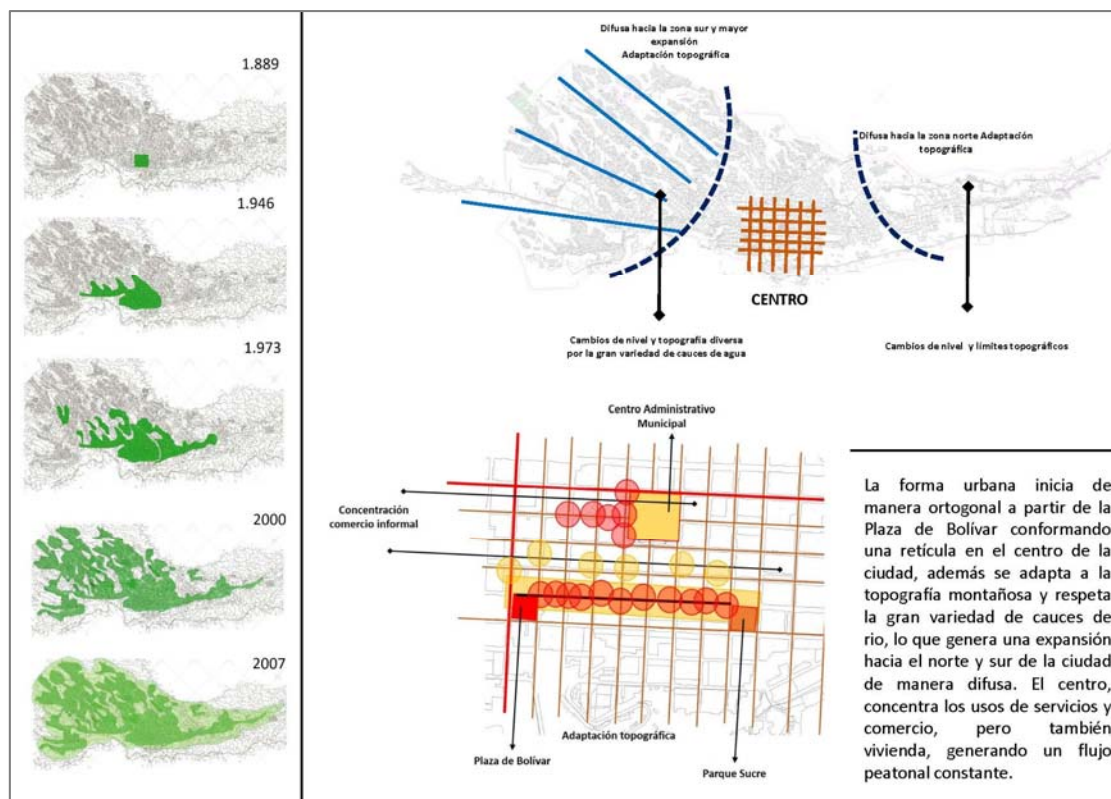


Ilustración 22. Ficha de análisis morfológico 2, Armenia. Fuente: Elaboración propia (2017)

Lo anterior conlleva al siguiente apartado donde se explicara el desarrollo de la marca del PCC, específicamente la mercantilización, pero antes se debe puntualizar que el centro de Armenia es una de las unidades de análisis que se explicaran en el siguiente capítulo por la intervención urbana, en este sentido, la ciudad presenta un desarrollo y crecimiento urbano mayor, el cual, teniendo como antecedente el impacto pero también el cambio que se realizó después del sismo de 1999, la ciudad se ha enfocado en consolidar el área urbana y expandirse hacia las áreas rurales, sin embargo, desde el POT existe un límite de expansión urbana con la intención de continuar como ciudad compacta y disminuir el impacto ambiental, estos límites han representado el interés del desarrollo mobiliario, lo cual desde planeación municipal pretende limitar o aprovechar con el proyecto del parque periurbano “Anillo Verde” mencionado anteriormente.

Para concluir, la relación urbano-rural de cada municipio y la conformación del territorio del PCC permite reconocer el valor y el uso del área rural, pero además la comprensión del impacto y el desarrollo que hasta ahora se ve reflejado en los municipios por medio de un proyecto que integra los valores territoriales y culturales del departamento, por lo tanto, la relación intermunicipal se convierte en el principal atractivo y de valor turístico.

4.3 La internacionalización del Paisaje Cultural Cafetero

Dentro del proyecto del PCC existe además la creación y el desarrollo de la marca del PCC como parte del plan de comunicaciones, el cual define las estrategias y acciones según las fases de la campaña y los públicos a cubrir y contempla las acciones mediáticas, por lo tanto, se presenta la “identidad visual” para crear la marca, esta se desarrolló como un ejercicio conceptual basado en la metodología de diseño conocido como el alma de la marca. Esta conceptualización involucra elementos tales como “la esencia, la personalidad, respaldo de marca, público objetivo y beneficioso” (Ministerio de Cultura Colombia, 2011, pág. 153), todo con la intención de comunicar los beneficios del PCC, por lo tanto su conformación debe representar los atributos y valores del PCC, es decir, los elementos que hacen del paisaje cultural singular y significativo.



Ilustración 23. Descripción del logo símbolo. Fuente: (Ministerio de Cultura Colombia, 2011)

Por consiguiente se crea un Manual de la Identidad Visual del PCC, documento que explica de manera extensa la elaboración y creación del logo y marca del PCC, el cual identifica como público objetivo a la comunidad, turistas, inversores y benefactores, asimismo, menciona las instituciones de respaldo al Ministerio de Cultura, la Federación Nacional de Cafeteros, los Comités departamentales de cafeteros, las gobernaciones y Corporaciones autónomas y otras instituciones académicas de cada departamento, y como elemento diferenciador menciona la institucionalidad representada en la función de la FNC y los comités. En este sentido, Gloria Escobar comenta que la marca es de la FNC pero tiene un convenio de comodato con la Cámara de Comercio:

GE. “de hecho, Lina Rivas (FNC) nos dijo esta semana, porque mucha gente que escribe que quiere tener esta marca, ella dijo que no promovamos que la gente pida esa marca sola, que la pidamos Rutas, entonces para poder tener esa marca es otro proceso, en el proyecto de ruta del café inicialmente, había un ítem, un programa que era diseñar un manual de buenas prácticas, entonces ese manual lo construimos mientras íbamos haciendo el proyecto con los mismo empresarios, nos reuníamos en una mesa con los alojamientos, nos reuníamos con los de aventura, con los guías de turismo, con los de cafés, transportadores, restaurantes y fuimos diseñando y también ajustándonos a las normas a nivel nacional, las normas técnicas que habían en ese momento, diseñamos un manual de buenas prácticas que está en la página, ese manual tiene los 14 subsectores de la academia turística, y cada subsector tiene unos requisitos que cumplir, los legales, los requisitos de gestión, los requisitos de infraestructura y esos requisitos son los que hacen acreedores de esta marca, esta marca no la tienen todos, en estos momentos en el Quindío la tiene 152 empresarios, entonces cada uno me solicita, yo mando el correo, les mando el manual en pdf, les mando un formulario de inscripción, cuando llevan por ahí el 80% ya que vean que lo cumplieron entonces me mandan la solicitud, se paga \$100.000 (peso colombiano) para yo poder mandar el consultor, eso es un valor pues, es un trámite más, el consultor va y hace la visita y me trae el informe y me dice si cumplió o no, hay dos requisitos muy importantes en ese manual que a diferencia de todos, que es 1. que tenga el curso del PCC como mínimo pues, yo como dueño de un hotel o de un café especial saber toda la historia del PCC, yo hice el diplomado, nosotros aquí todos lo hicimos, un diplomado que dictamos acá y que lo compramos a la Universidad del Quindío, pero entonces que al menos en la página del SENA que esta virtual, la gente lo haga, y sepa toda la historia del PCC, y 2, que en cada sitio se venda y se promueva el consumo de café de la región para que el que llegue se le ofrezca un tinto, o si se lo estoy vendiendo pero también le cuento "este es de tal altura, tiene tal sombrero, es de tal lote, es especial es orgánico, de tal fecha", entonces cada uno que cuente una historia, son dos requisitos diferentes a todos los manuales que existen”.

Por lo tanto, cada empresario, lugar, tienda de café o marca de café puede adquirir la marca del PCC siempre y cuando cumpla con los requisitos de esta, la cual funciona como logotipo que demuestre que dicho comercio hace parte del PCC, pero además como un ejercicio de homogenización e identificación, sin embargo, Ricardo Munard comenta que si bien utilizar la marca es beneficioso para el área turística, no implica que para ciertos productores lo sea, es decir, no hay un beneficio directo hacia el caficultor al implementar la marca, por lo tanto, se implementa como una estrategia de reconocimiento del área pero además para comercializar suvenires del PCC.



Ilustración 24. catálogo de producto del PCC. Fuente: (Fondo Nacional de Turismo de Colombia, 2016, pág. 5)

Asimismo, el plan de comunicaciones presenta dos plataformas web, una que contiene la información, documentos generales y vinculaciones institucionales del PCC, y otra por parte, la Cámara de Comercio contiene una plataforma turística conocida como “Rutas el Paisaje Cultural Cafetero”. Esta plataforma hace parte de un proyecto financiado por BID en el 2009 llamado Ruta del Café, para luego ser vinculado al proyecto del PCC, Gloria cuenta la creación de este proyecto:

GE: Bueno primero se había presentado un proyecto que se llamaba Ruta del Café al BID, que inicio prácticamente 2009-2010, ese proyecto tenía varios componentes que eran de fortalecimiento para el departamento y lo empresarios, tenía varias actividades puntuales como normas técnicas, certificación, fortalecimiento empresarial, formación, innovación a empresarios. Como consecuencia a ese proyecto era una plataforma que se debería de tener, una plataforma turística, un sitio web, todo también obedece al programa que venía desde hace años que es la iniciativa Tumbaga, ésta maneja varias actividades, una que fue como el clúster de cafés, otras que era la ventana única que venía siendo esta plataforma y otra que es turismo de experiencias, entonces como teníamos ese proyecto y se estaban desarrollando todas las actividades, en el 2011 llego la declaratoria de la Unesco, para que ya éramos declarados Patrimonio de la Humanidad, en ese momento, tomamos la decisión, si tenemos la declaratoria del PCC, ¿Por qué no unirnos?, sabiendo que éramos cuatro departamentos los que teníamos municipios, sumamos los 49 o 51 que quedaron con las zonas de amortiguamiento de los cuatro departamentos, entonces ahí fue cuando se tomó la decisión en el 2012 de cambiarle el nombre ya de Ruta del Café y ya nos quedamos fue llamando Rutas del Paisaje Cultural Cafetero, también con el permiso y el aval del Gerente del BID, y pues que le gustó la idea, porque el proyecto fue formulado solo para el Quindío y por la Cámara de Comercio, tenía una coordinadora, una directora que estaba haciendo todas las actividades que se necesitaban, entonces en ese momento con el aval de la

federación que es la dueña de este logo, del PCC y con el viceministerio de Turismo en ese momento dijo, ¿Por qué no se unen como PCC y cómo Rutas?, contratamos una consultoría que nos diseñara todo el estudio, la estrategia de comunicación y promoción, y se diseñó este (logo) que nos lleva como a las rutas del PCC, desde ese momento le dimos el nombre a la plataforma, cambio de imagen, todo, como Rutas del PCC.

Las Rutas del PCC es el proyecto turístico mejor consolidado hasta el momento, integrando los municipios principalmente del departamento del Quindío, lo cual se logró gracias a la conformación de la mesa técnica de turismo y la vinculación de otras instituciones como FONTUR y PROCOLOMBIA, desde donde se ha formulado un plan estratégico que aún no se encuentra publicado, asimismo la certificación de empresas para ser vinculadas al PCC, donde se certificaron 240 empresas para alojamiento rural, hoteles, agencias de turismo, empresas de transporte y restaurantes entre otros.

GE: Formulamos otro dos proyectos que fue el de promoción nacional y el de promoción internacional, el de promoción nacional está en este momento en ejecución, también salió a licitación y se lo ganó una empresa de Pereira, de publicidad y mercadeo con el aval de Cesar Ángel que es el gerente, que él también ha sido consultor acá de varios proyectos, y entro como gerente de esa empresa, ellos están diseñando muchas cosas, están haciendo la guía turística del PCC, están haciendo los videos, los spots, las crónicas, los testimoniales, todo, y las fotos, y todo eso sube a la plataforma, la protagonista es la plataforma.

También tuvimos con ese proyecto de Fontur, alguna, la participación en ANATO (Asociación Colombiana de Agencia de Viajes y Turismo) nosotros solicitamos presupuesto para participar como PCC, entonces ya dos años consecutivos hemos estado con una gran stand de 102 mt como PCC, eso también sale a licitación, contratan con una empresa de Fontur, ellos lo diseñan, lo mandan nosotros lo vemos, lo comentamos en la mesa técnica, yo bueno siempre tengo una gran pantalla allá y promociono la plataforma y muestro todo lo que hay, y damos información a todo el que pasa, la gente no sabe que es PCC, que es una declaratoria, bueno. Los dos años hemos estado en ANATO con los recursos de ese proyecto, vamos los de las cámaras, los que trabajamos en la mesa y los de las gobernaciones y pues nos ayudamos entre todos a manejar el stand, pero como hay que vender, este año llevamos dos agencias de cada departamento que vendieran los paquetes entonces pues los ubicamos ahí.

Las agencias turísticas certificadas son las principales gestoras y beneficiarias de las Rutas del PCC y otros paquetes turísticos que se promociona, por lo tanto, la Cámara de Comercio de Armenia ha sido una de las instituciones participativas y gestoras del PCC pero también beneficiaria, pues ha logrado generar diversos proyectos turísticos con la promoción y vinculación del PCC, por lo tanto, la relación urbano-rural que se analizó en el apartado anterior, entra aquí a ser objeto de consumo:

GE: Hasta aquí le cuento lo que hemos hecho como mesa técnica del PCC, que se llama subcomité de turismo del PCC, entonces como teníamos esto de rutas de PCC, y como nosotros Cámara de Comercio pues estamos pensando, yo de directora de un proyecto de

Impulsa y veníamos pensando en lo experiencial, en el lapso de que estaba ese proyecto como 2012 a 2015, dos proyecto que generamos en Impulsa como Quindío, contratamos a Cesar Ángel y nos diseñó cuatro rutas temáticas, que son la ruta de cafés espaciales, ruta de maestros artesanos, ruta de pueblos con encanto y rutas de naturaleza y aventura, el SENA nos vio muy juicios haciendo esas rutas y contrato dos personas y otros auxiliares e hicieron las otras dos rutas, la fondas cafeteras y la de miradores naturales y otros que son pues construidos, nos las dieron y las montamos a la plataforma, las seis rutas están mapificadas y georreferenciadas, y actualizadas porque este año se actualizaron porque algunos sitios se acabaron; esas rutas se hicieron cumpliendo con todos los requisitos, ósea el consultor iba al sitio y les daba un guion y una lista de chequeo y ellos tenían que cumplir con unos requisitos mínimos para unos estándares para poder recibir a un turista, todas estas rutas tienen un enfoque experiencial, las rutas no es que usted lleve, se tomó el tinto y se fue y chao, no, si usted llega a un punto de café especial, ahí le tiene que contar la historia, tienen que hacerle el recorrido, todo el proceso, si es solamente un punto de café de venta de bebida, como mínimo tienen que contarle, de resto todo es un recorrido. Esas seis rutas están montadas en la plataforma y las estamos promocionando.

De esta manera, la ruta de cafés especiales es la mas visitada y promocionada de acuerdo a lo que comenta Gloria, ya que es una de las rutas completas porque abarca varios municipios tanto en áreas rurales como urbanas, razón por la cual el consumo y venta de café es el principal producto pero tambien uno de los comercios que se ha incrementando en varios municipios como en Filandia y en Pijao.

Ricardo Munard: yo diría que, Filandia y Salento están como en el mismo nivel digamos de producción, no son los mayores productores, pero que ha pasado, lo que pasa es que son los pueblos que por lo bonitos y por esa cultura cafetera que tiene tan conservada, digámoslo así, son lo que lo hacen atractivos para los turistas, por eso Filandia se ha venido proyectando pero además por otra cosa, porque todos los pueblos en el Quindío están trabajando para proyectarse turísticamente y el caballo de batalla de todos es el tema del café, a parte pues de Tebaida, que Tebaida si no entro digamos en la declaratoria y es el municipio que menos área de café tiene, es el municipio que su atractivo es más ligado al valle que a los temas cafeteros, pero turísticamente todos los municipios se han querido proyectar con temas de café, entonces si usted va a Circasia por ejemplo, Circasia tiene más tiendas de café que Filandia, y Circasia, usted va y allá se puede decir que se toma los mejores cafés del Quindío, que la cultura barista, los jóvenes que saben preparar café los va a encontrar en Circasia, y ellos se están queriendo proyectar de esa forma.

Filandia también ha tenido de caballo de batalla es su café, pero digamos que en Filandia el ambiente y lo arquitectónico es más llamativo

Lo anterior indica que además de ser el producto principal también ha sido modificado, ya que la implementación de nuevas tipologías de filtrado y de la propia especialización de la cultura barista, ha generado un mayor interés por el consumo y las tiendas de café especial, es decir, el café tradicional de la cultura cafetera ha sido adaptado a las nuevas formas de preparación y de cultivos, lo cual ofrece un tipo de servicio homogéneo:

GE: el programa del café, el café ha sido mejor dicho la puerta, además que ya en cada sitio, en cada municipio hay un sitio de venta de café especial, entonces usted no quiere sino irse a tomar un buen café, cuando todo esto inicio nos moríamos del susto por ir a Café San Alberto (Pijao-Buenavista) a pagar \$4000 por un café, y lo criticábamos y se quejaban, ahora ya nadie critica, yo me tomo un café delicioso así me toque pagar \$4000 pero estoy feliz porque me lo tome bien, y vi como lo filtraron y lo molieron al momento de hacer, entonces esa es la idea que uno le vende a los turistas y con la gente que uno va.

Entonces ya todo el mundo está en el boom del café, entonces ya la cafetería que vendía en tal municipio encuentra competencia que lo lleva a mejorar sus productos, y montan las máquinas para tener el mismo proceso para poder competir, entonces se volvió ya como una medio competencia y también ya una alternativa económica, eso dinamizo la economía en el Quindío impresionate, todo el mundo se va a querer tomar un buen café en cualquier punto de los que hay aquí en Armenia, o en los municipios, se va y se sienta en un café rico, entonces ya hay muchas alternativas de café, antes solo era el tinto o el café con leche. Entonces lo del café ha sido el boom, lo mismo las artesanías.

RM: claro, entonces Filandia ha proyectado su turismo con el tema de cafés y la gastronomía y ellos están trabajando en eso y se han empeñado en trabajar en eso, Circasia tema de tiendas de café y la cercanía con Armenia, usted va a Circasia y se toma un café y está un rato al rededor del parque que puede encontrar como 10 o 12 tiendas solo al rededor del parque, y usted va a Quimbaya y es lo mismo, aunque ellos tienen otro turismo de los parques temáticos, y la cordillera también está proyectándose en temas de café, porque ellos si son productores por excelencia, es donde están las mayores áreas de producción y ellos está también proyectando, pues de que usted puede ir a conocer los cafetales, hacer los recorridos cafeteros, además de ir a las tiendas de café, básicamente es como eso.

Por otro lado, el informe del Sistema de Información Turística del Paisaje Cultural Cafetero de Diciembre 2015- Enero 2016, el 92,05% del turismo en los municipios del PCC son visitantes nacionales, y el 7,09% son turistas extranjeros. Asimismo, el 56,20% indicaron alojamiento en hoteles de las tres principales ciudades (Armenia, Pereira y Manizales), mientras que el 24,70% utilizaron el alojamiento rural. Para el caso del departamento del Quindío, el 91,88% de los visitantes son turistas nacionales, en este mismo estudio indica que al 30 de Enero 2016, el departamento contó con 1.112 prestadores de servicios turísticos activos. (Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío., 2016). En este sentido, el producto más vendido por las agencias de viaje es el paquete de turismo rural dentro del Quindío, en el cual se promocionan los recorridos en los parques temáticos y las rutas del PCC (Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío, 2016).

De esta manera, el Paisaje Cultural Cafetero, propone, por lo tanto, un ejercicio de valoración de un bien con características patrimoniales en el marco del desarrollo y la planificación del turismo como parte de un proceso organizativo de desarrollo económico. Por lo tanto, la construcción de una imagen del territorio se basa en los recursos productores, atracciones y servicios específicamente turísticos. Esta

necesidad de incorporar nuevos planteamientos para la gestión del turismo, implica ampliar este tópico dentro de los planes de ordenamiento territorial, pero además complementar el Plan de Manejo del patrimonio presentado a la Unesco

Teniendo en cuenta lo anterior, el concepto de paisaje cultural y el patrimonio, las relaciones entre sus diferentes categorías de análisis, como la transformación del territorio, la percepción, imagen y significado del ambiente en torno a las relaciones que establece el ser humano con el medio natural, el paisaje cafetero como atractivo cultura y natural, establece una imagen como marca, el cual es explotado desde la propia historia, la cultura cafetera, la arquitectura, la naturaleza y biodiversidad. Todo esto dentro de un territorio caracterizado por las dinámicas urbano-rurales, pues la diversidad del área urbana también se convierte en punto focal del turismo en el departamento, mientras que la ciudad de Armenia se establece como la ciudad central, debido a su posición geográfica con relación a los demás municipios pero también por su carácter administrativo y político, de esta manera presenta una arquitectura contemporánea, teniendo en cuenta el desarrollo inmobiliario que se presenta actualmente. Mientras que los demás municipios como Calarcá, Montenegro, Quimbaya y Circasia, presentan variedad en sus tipologías arquitectónicas, pues van desde lo colonial hasta lo contemporáneo, así, Salento, Filandia, Pijao y Génova presentan en su mayoría arquitectura representativa del proceso de poblamiento de la colonización antioqueña, siendo Salento el municipio más representativo y atractivo turístico por sus características tradicionales.

5. Intervenciones urbanas en centros históricos

Este apartado corresponde a las intervenciones urbanas en los centros históricos de los municipios, los cuales responden a dos tipos de ciudades, por un lado la ciudad intermedia con su centro fundacional y urbano de tipología contemporánea, donde se conserva la trama urbana tradicional pero a su vez es foco de atracción para proyectos estratégicos; mientras que las pequeñas ciudades presentan poco crecimiento urbano permitiendo conservar el centro fundacional con patrimonio arquitectónico, no obstante, se encuentra el caso de Montenegro, uno de los municipios en constante crecimiento, que si bien conserva la plaza principal y la calle real no conserva patrimonio arquitectónico, por el contrario, se encuentra en transformación con una intervención sobre la calle real.

En este sentido, desde la metodología se define dos tipos de intervenciones, las puntuales (Armenia y Montenegro) y las progresivas (Filandia y Salento), para comprender que una intervención urbana es parte de un proceso y está en constante transformación, lo cual, de acuerdo al objetivo y el caso de estudio se intenta encontrar la relación entre la patrimonialización y las intervenciones urbanas. En consecuencia, es necesario la descripción y análisis de manera general sobre los cuatro departamentos, a los cuales se realizaron el análisis morfológico que ha permitido comprender la complejidad del fenómeno pero también la necesidad de puntualizar en dos unidades de análisis (Salento y Armenia), cada una representa una tipología de intervención, siendo Salento la principal atracción turística por su alto contenido patrimonial (intervención progresiva), y Armenia como ciudad intermedia (intervención puntual).

Conceptualmente el centro de una ciudad representa la identidad y su contexto socio histórico, y por lo cual está en constante cambio y movimiento, históricamente representa el sitio fundacional y la vida urbana por excelencia a lo largo del tiempo, Borja establece que “los centros urbanos son los lugares polisémicos: atractivos para el exterior, integradores para el interior, multifuncionales y simbólicos, son la diferencia más relevante de cada ciudad, la parte de la misma que puede proporcionar más sentido a la vida urbana, excepto cuando se especializan y se homogenizan (...)” (Borja & Muxí, 2001) por lo tanto, el centro debe ser conservado y reconvertido para resguardar la memoria pero además para evolucionar la ciudad.

Es necesario comprender que como proceso de cambio corresponde a una planeación y en este caso, una planeación estratégica, la cual se presenta como una herramienta para el desarrollo urbano, económico y social, y se enfoca en dos postulados, primero, “asumir la ciudad como una más de las empresas que compiten en el mercado global; y segundo, el hecho de que las ciudades deben hacer frente a un entorno cada vez más dinámico e incierto” (Franco, 2013, pág. 303). Por consiguiente, el ejercicio

del planeamiento estratégico consiste en definir mecanismos para cumplir las metas propuestas, y se divide en dos caminos, por una parte, “a través de operaciones estratégicas de transformación urbana (generalmente proyectos de regeneración), capaces de ocasionar nuevas transformaciones en el entorno; y por otro, mediante la formulación de planes estratégicos propiamente dichos.” (Franco, 2013, pág. 306). En este sentido, los proyectos estratégicos se basan en la acupuntura urbana, es decir, al introducir un proyecto o planteamiento de renovación en un área específica, con el fin es renovar todo un sector, el proyecto introducido se establece como un punto focal y el inicio de muchas más renovaciones con la idea de seguir mejorando y cambiando la imagen urbana, la cual consiste en las características físicas y visuales del paisaje urbano.

Intervención puntual

Para el análisis de la intervención puntual se selecciona Armenia y Montenegro, si bien se conciben de acuerdo al contexto y las situaciones particulares, las dos se desarrollan en base a la peatonalización de la calle real como proyecto estratégico con el fin de renovar y reactivar el centro.



Ilustración 25. Calle Real Montenegro. Semi-peatonal. Fuente: Cifuentes (2017)

La gran actividad turística que sitúa al eje cafetero como segundo destino de Colombia, se ha desarrollado en las áreas rurales, principalmente en el municipio de Montenegro debido a la ubicación de los parques temáticos, en espacio el Parque del Café, algo que no se refleja en el casco urbano, posiblemente porque no ofrece actividades para los visitantes, por esta razón, la administración municipal ve la necesidad de generar un proyecto detonador en el centro histórico, que permita atraer al turista que visita las áreas rurales.

Por todo lo anterior, la Alcaldía de Montenegro, propone el proyecto estratégico denominado “RUTA TURÍSTICA - PASEO DE LOS SENTIDOS”, como respuesta a los fines buscados de revitalización del centro y de aumento de la actividad turística en el Municipio de Montenegro. Este proyecto consiste en

la semi-peatonalización de la carrera 5 desde la Plaza de Bolívar hasta La Antigua Estación del Ferrocarril, con el fin de reacondicionar estos dos espacios y unirlos con un tejido urbano compuesto por una calle de amplios andenes (banquetas), texturas de piso, zonas verdes, iluminación, aéreas de recreación y cultura, libre de contaminación visual que genere nuevas dinámicas económicas y sociales enfocadas en potencializar el desarrollo turístico del municipio.



Ilustración 26. La plaza y la calle real. Montenegro. Fuente: Cifuentes (2017)

Si bien no es un proyecto terminado, muestra como la renovación de la calle real a partir de la intervención del espacio público se pretende modificar la imagen urbana del centro, pero además ser un proyecto turístico de carácter urbano, teniendo en cuenta el desarrollo turístico del municipio concentrado en el área rural. Por otro lado, da cuenta de una realidad del espacio, y son las condiciones y horarios de uso, es decir, el flujo peatonal y las actividades mismas varían, mientras que los días entre semana, es un flujo y comercio constante, los fines de semana incrementa, aunque no se encuentren abiertos muchos de los establecimientos de comercio, se da la oportunidad para el comercio ambulante, complementado por actividades culturales, principalmente en la plaza.



Ilustración 27. Centro Comercial de Cielos Abiertos. Armenia. Fuente: Oficina Arquitectura Civil (2006)

La ciudad de Armenia ha experimentado grandes cambios a nivel económico y social relacionados con las dinámicas propias del turismo y el crecimiento de las actividades ligadas a este servicio. Esto, sumado a diversas propuestas que se encaminan a revitalizar el centro de la ciudad, como por ejemplo el Plan Integral para el Centro de Armenia, generan la necesidad de llevar a cabo proyectos urbanos estratégicos y de gran impacto que respondan a las condiciones actuales, propicias para el desarrollo económico y el mejoramiento de la calidad de vida.

Por su parte, la Carrera 14 se ha consolidado a través del tiempo como el eje principal de la ciudad; un eje de vida urbana que ha propiciado el desarrollo del comercio más prestigioso del departamento. Esta condición hace que la vía sea una centralidad en sí misma, que invita a la reunión de los ciudadanos tanto por su función urbana como por su relación con los espacios que las personas encuentran a lo largo de su recorrido. Estos espacios, entre ellos el Parque Cafetero, la Plaza de Bolívar, el Pasaje Bolívar y el Parque Sucre, a su articulan a la Carrera 14 con otros sitios de la vida urbana de Armenia que conforman el centro de la ciudad. Son espacios simbólicos, representativos históricamente y con un alto potencial

para la renovación, como la Estación del Ferrocarril, el Barrio Uribe y la zona en la que se localiza actualmente el Centro Administrativo Municipal.



Ilustración 28. Parque Sucre y Plaza de Bolívar. Armenia. Fuente: Cifuentes (2017)

A pesar, de todas las fortalezas espaciales, sociales, culturales y económicas de la Carrera 14 y los espacios ligados a ella, habían venido perdiendo fuerza en el imaginario colectivo y algo del estatus que históricamente la ha caracterizado. Un espacio peatonal estrecho y con obstáculos en su recorrido; espacios para descarga de pasajeros utilizados como estacionamientos; monotonía en el comercio que había perdido la variedad de productos, y otros actores como la falta de competitividad económica frente a otras ciudades, han hecho que este eje no fuera tan atractivo y dinámico económicamente como lo fue en momentos. Lo que permitió sustentar la peatonalización como proyecto estratégico, claro está, que para su desarrollo se hicieron análisis de flujos para complementar con la apertura de nuevas vialidades, esto considerando que la carrera 14 presento un flujo vehicular alto y un flujo peatonal constante en relación a la actividad comercial. Es importante señalar, que la peatonalización se complementó con la remodelación y construcción de nuevos espacios comerciales, como el centro comercial yuldana, entre otros.



Ilustración 29. Ficha análisis morfológico-intervención. Armenia 3. Fuente: Elaboración propia (2017)

Intervención progresiva

La intervención progresiva se considera en los municipios no presentan un proyecto definido como los anteriores, pero si un cambio y un uso constante del centro, además del patrimonio arquitectónico, por lo tanto, las intervenciones se han desarrollado bajo el objetivo de conservar la imagen urbana.

En este sentido, Filandia y Salento presentan una transformación en búsqueda de la conservación de la imagen urbana, no obstante, se debe resaltar que, si bien los municipios presentan similitud de intervenciones, es realmente Salento el que tiene un mayor desarrollo, considerando que la conservación del patrimonio arquitectónico ha sido mayor por diversos factores, de lo cual, Filandia busca replicar estas acciones como un caso de éxito, ya que la conservación y el patrimonio en si es de menor incidencia, pero los cambios en búsqueda de los usos y actividades similares a Salento han generado las intervenciones en los últimos 3 años.



Ilustración 30. Ficha análisis morfológico-intervención, Filandia. Fuente: elaboración propia (2017)

En términos normativos, la imagen urbana de Filandia no presenta grandes restricciones, sin embargo, el centro urbano conserva una tipología de arquitectura tradicional, conservando los elementos de fachada, como los balcones, las puertas-ventanas, y los aleros de cubierta en teja de barro, aunque se encuentran algunas edificaciones contemporáneas; igualmente, alrededor de la plaza, se presentan edificaciones bajo otras tipologías, cambiando los materiales, estilos de fachadas y la distribución de la vivienda tradicional, aunque se respeta las alturas para conservar un perfil urbano de baja altura.

Por otro lado, el espacio público es regido por la Ley 388 de 1997, para lo cual todas la actividades públicas y culturales se desarrollan en torno a la plaza, mientras que otros espacios públicos como parques y la plaza de ferias se dieron en concesión ante un ente particular.



Ilustración 31. Ficha análisis morfológico-intervención. Filandia 2. Fuente: elaboración propia (2017)

Debido al incremento de uso peatonal los fines de semana, la plaza y la calle principal pasan a ser de uso semi-peatonal y en la mayoría de los casos a ser uso exclusivo al peatón. Como hecho particular, las fachadas han sido reconstruidas bajo un proyecto llamado “embellecimiento de fachadas” por parte de la administración municipal, las cuales fueron en su mayoría pintadas y restauradas para conservar y en algunos casos crearon una fachada falsa para dar la imagen histórica. Además, a diferencia de las dinámicas que ofrece Salento donde se niega el uso de la plaza, en Filandia, la plaza es usada de manera cotidiana respetando los módulos de comercio que se encuentran alrededor.

Por otro lado, en el Esquema de Ordenamiento Territorial del municipio de Salento, se contemplan artículos correspondientes a la zona histórica y de conservación, en específico al conjunto de bienes materiales e inmateriales, estos tienen restricciones de intervención, aunque las construcciones de toda el área urbana presentan límites en términos de su imagen urbana, con el fin de preservar una imagen unificada bajo el interés histórico, arquitectónico y urbanístico que lo caracterizan.

Mientras que en Salento, la imagen urbana prevalece desde la normativa de conservación histórica, no sólo para el centro histórico sino para toda el área urbana, es una imagen de representación de la arquitectura y una combinación de usos urbano-rurales que caracterizan el municipio. Sin embargo,

la normativa sólo se aplica a las edificaciones, pero no parece tener claridad en las intervenciones de espacio público y sobre todo en la plaza, la cual, no ha sido intervenida.

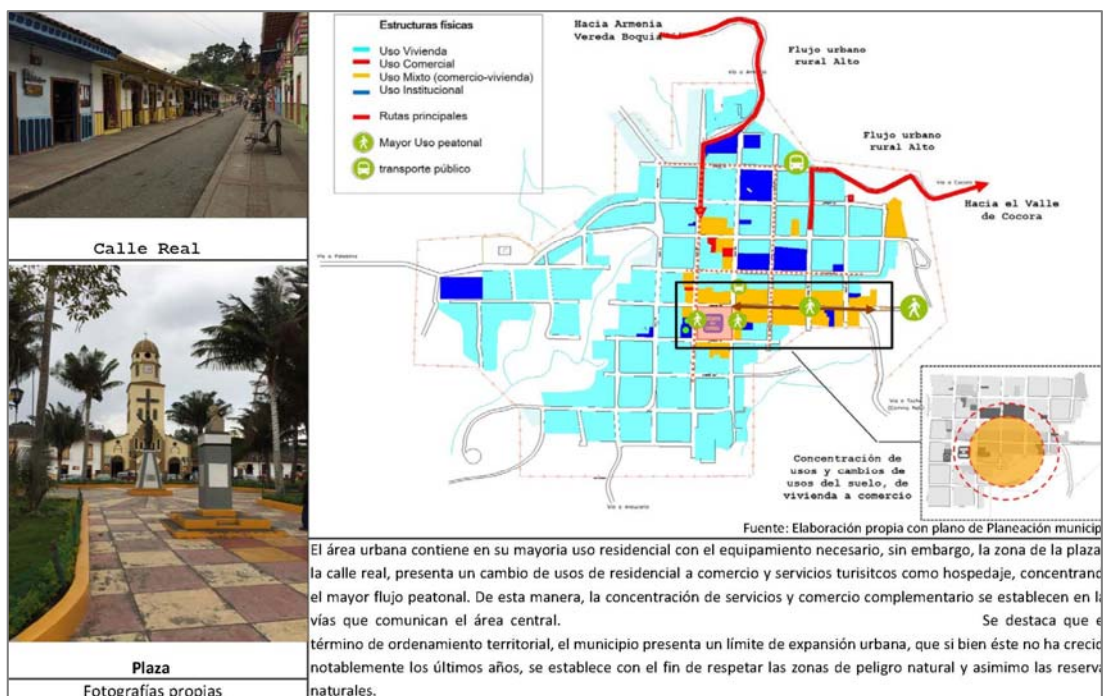


Ilustración 32. Ficha análisis morfológico-intervención. Salento. Fuente: elaboración propia (2017)

Aunque no se presente una intervención puntual en el espacio público, la imagen urbana, las dinámicas de usos sobre el centro histórico, específicamente sobre la plaza y la calle real, centran el interés de los flujos peatonales. Así, este sector donde se concentra los usos mixtos, se destaca por el comercio y los servicios que ofrece al turista, entre artesanías, cafés, restaurantes y la imagen histórica se puede leer como un recorrido, algo similar a un parque temático. La percepción del espacio público entre semana, se da de manera cotidiana por los habitantes del municipio. El comercio local solo se presenta sobre la plaza, ya que el que se encuentra en la calle real es de artesanías y souvenirs para los turistas. De esta manera, el flujo vehicular y peatonal es poco en comparación al flujo del fin de semana.

Las particularidades de las intervenciones paulatinas de los dos municipios se ven reflejadas en los usos y actividades del centro, considerando los horarios, por un lado, Salento ha sido pionero en establecer como estrategia el uso peatonal de estas calles los fines de semana en relación al alto flujo peatonal, algo que se intenta replicar en Filandia a partir de los cambios mencionados, por lo cual, plaza y la calle real concentran las actividades comerciales y el espacio de intereses para este tipo de intervención, es importante señalar que el incremento de uso del espacio los fines de semana se da de manera general en todos los municipios del departamento, lo que cambia, son las intenciones y las formas de intervenir.

Por consiguiente, se explica a continuación las dos unidades de análisis seleccionadas, Armenia con la intervención puntual y, Salento, con la intervención progresiva, el desarrollo de los siguientes apartados corresponde al ejercicio de relacionar las herramientas metodológicas, es decir, se expone la cartografía urbana en complemento o contraprestación a las entrevistas semi-estructuradas.

5.1. Intervención puntual. Unidad de análisis Armenia.

A raíz del desastre natural, el centro de Armenia ha sido un reto en términos de reconstrucción y renovación, ya que al perder la mayor parte de sus edificaciones fue perdiendo su contenido de vida urbana, por lo tanto su reconstrucción debía generar un cambio en su totalidad o regresar al estado anterior con el fin de recuperar su tejido urbano, sin embargo, los estudios que se realizaron para la renovación, apostaron por aprovechar la oportunidad del desastre y re-imaginar la ciudad, por lo tanto, en el proceso de reconstrucción con la ayuda del FOREC y del acuerdo del 2001 al 2003 para implementar el Plan de Ordenamiento Territorial, y la renovación del plan por el actual P.O.T del 2009 al 2023, se gestionaron diversos planes parciales para lograr la intervención y adecuación de las zonas, uno de ellos es el Plan Integral del Centro de Armenia (2001), el cual contiene una de las intervenciones más importantes en la ciudad, el Centro Comercial de Cielos Abiertos; por otro lado, el plan de Ciudades Amables Visión 2019 se considera un plan a nivel nacional donde la ciudad es prueba piloto para su implementación.

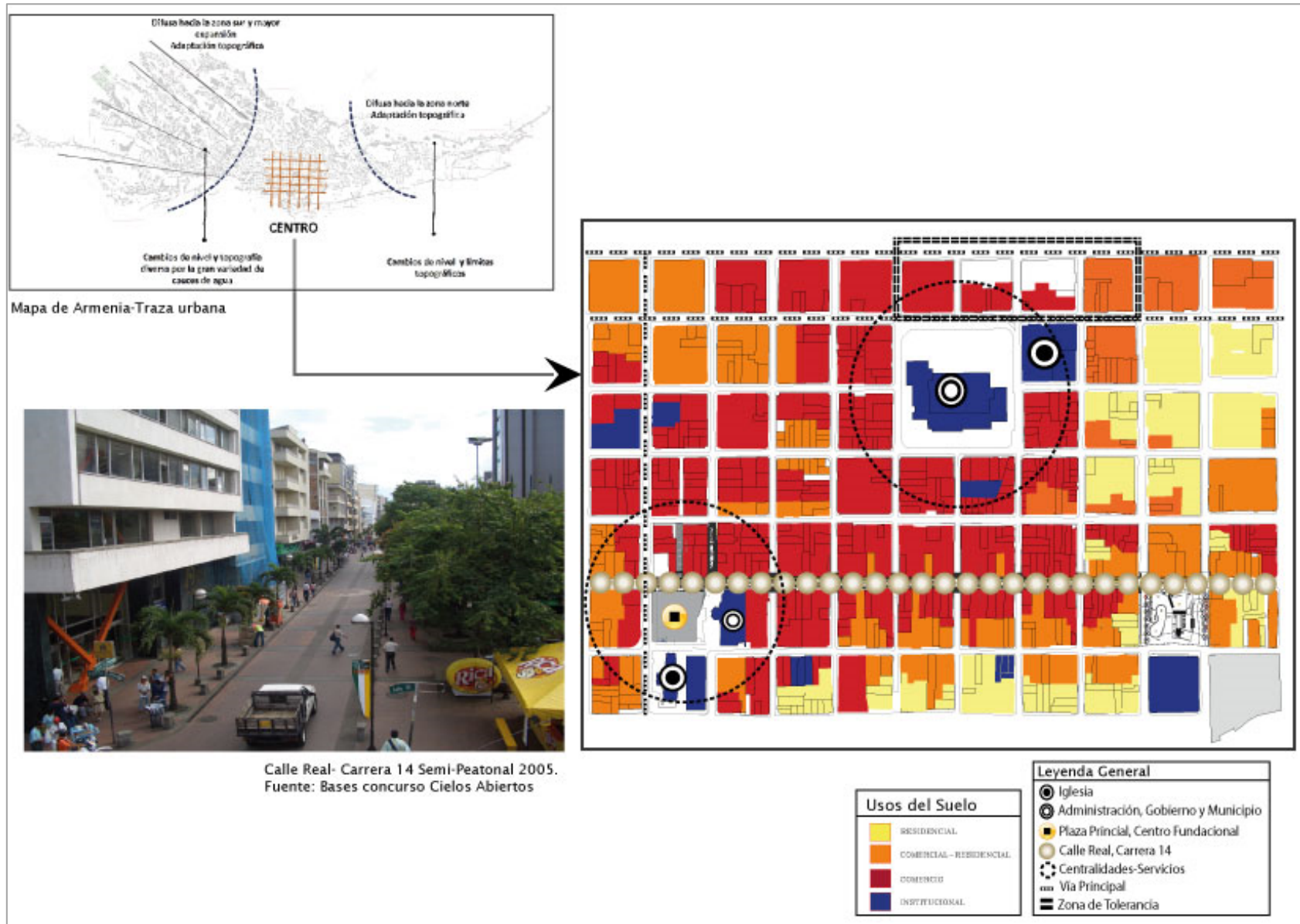


Ilustración 33. El espacio público simbólico. Fuente: Elaboración propia a partir de mapa de Planeación Municipal, 2017

Las intervenciones en el centro de la ciudad se dieron en diferentes momentos. El primero, la construcción del Centro Administrativo Municipal (CAM) en la antigua plaza de mercado, representaba la idea de cambiar los usos y generar un proceso de acupuntura urbana para mejorar y cambiar la imagen de la ciudad, pues este sector en particular se ha visto afectado por el deterioro físico y social. La realidad es que, aunque se construyó un edificio moderno y jerárquico, no se ha presentado un cambio real en la zona, ya que el entorno inmediato no ha sido intervenido y, por el contrario, representa en su mayoría terrenos baldíos y comercio de diferentes tipos; no obstante, como antigua plaza sigue siendo un punto de encuentro para algunos, aunque las dinámicas que se presenten sean muy diferentes. En este sentido, el CAM se encuentra entre lo nuevo y lo antiguo, tanto por su lugar estratégico como por sus dinámicas y su contexto inmediato, pero además representa un sector inseguro y decaído.

El segundo hecho o intervención fue la ocupación de un terreno que se considera como punto de referencia o un hito como muchas otras construcciones en el centro, el Centro Comercial Yuldana, antiguo cine Yuldana ubicado sobre la carrera 14, y algunas renovaciones y construcciones nuevas en terrenos baldíos sobre la vía, esto tuvo como objetivo reactivar el comercio del centro y reconstruir su imagen, pues éste, se ha caracterizado por los uso comerciales y administrativos pero también de vivienda; si bien estos hechos no se exponen en orden cronológico son puntos de referencia para comprender el proyecto de la peatonalización de la carrera 14, no sin antes exponer que en el norte de la ciudad se construyó el “Centro Comercial El Portal”, el cual se introdujo como un polo de atracción comercial en un sector residencial pero con alto flujo comercial, este hecho influyó en la actividad comercial del centro, pues al atraer nuevos comercios y usos en horas diurnas y nocturna en el norte de la ciudad, disminuyó el uso comercial del centro. Por lo tanto, el Centro Comercial de Cielos abiertos o la peatonalización se planteó como proyecto estratégico para reactivar el sector.



Ilustración 34. Carrera 14. Fuente: Equipo de trabajo de Arquitectura Civil LTDA (Restrepo & Civil, 2008)

En este sentido, el proyecto de intervención urbana se plantea como el tercer hecho detonante, su objetivo principal fue activar el centro de Armenia como destino turístico, es decir, el departamento se constituía por su turismo ecológico el cual se daba en los municipios y áreas rurales pero no directamente en la ciudad, así que se buscó generar actividades atrayentes a los turistas, aprovechando las características y su referente simbólico, se estableció como un proyecto estratégico, “El propósito de

este proyecto es mejorar las ventas del comercio localizado en el eje, dar a Armenia un lugar que se convierta en el elemento clave para el marketing territorial de la ciudad, brindar a los habitantes un lugar atractivo para el encuentro ciudadano, apoyar la recuperación del centro de la ciudad y recuperar, para el imaginario colectivo, el principal eje comercial y espacios públicos en los que históricamente se ha desarrollado la vida urbana de Armenia.” (Restrepo & Civil, 2008). Por lo tanto la administración pública realizó un concurso de diseño para el desarrollo del proyecto, este respondía las fichas normativas del Plan Integral para el Centro de Armenia, dicho concurso lo ganó el arquitecto Jorge Mario Restrepo con su equipo de diseño de Arquitectura Civil LTDA, en él se propuso el desarrollo del eje comercial como espacio público, partiendo de la Plaza de Bolívar hasta el Parque Sucre, se desarrollaron dos componentes, el urbano y el arquitectónico con un visión de marketing urbano.

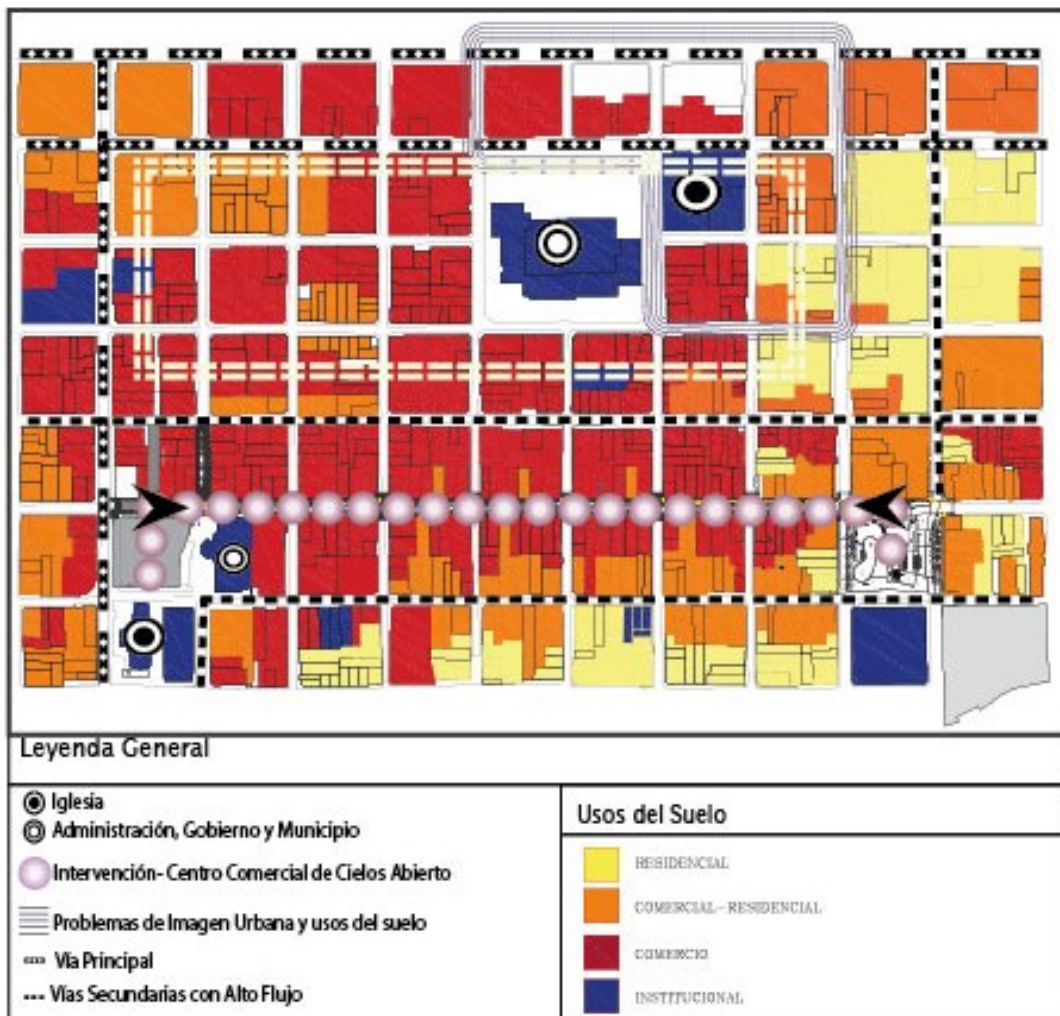


Ilustración 35. El espacio público interpretado. Fuente: Elaboración propia a partir de mapa de Planeación Municipal, Armenia, (2017)

El plan de desarrollo urbano para el centro urbano de Armenia, comprendía varios proyectos estratégicos, algunos de los cuales ya mencionamos, y que eran parte del POT, algunos fueron desarrollados con el objetivo de complementar y resolver los flujos peatonales y vehiculares modificados por el proyecto de peatonalización, sin embargo, el Centro Comercial de Cielos Abiertos fue realmente impulsado por la Cámara de Comercio, tal como lo comenta el arquitecto Jorge Mario Restrepo:

JMR: del plan centro lo hizo la Cámara de Comercio y lo que hizo la alcaldía fue desarrollar ese plan, entonces ellos digamos que vieron ahí la posibilidad de que fuera un elemento muy importante para la ciudad, como un modelo que pudieran generar un atractivo tan importante como los atractivos que tenían todos los municipios alrededor de Armenia, ya que estaba llegando mucho turista al eje cafetero, pero Armenia no llegaba nada, porque no ofrecía ningún atractivo, entonces para ellos era importante aprovechar la intervención para poder generar ahí un icono arquitectónico y que fuera un atractivo, pues para nosotros digamos que fue algo importante para definir que había que darle a un carácter diferente y que no fuera solamente una peatonalización, entonces dentro de los requisitos del concurso tenían como puntos a desarrollar, la movilidad, la integración con la discapacidad, manejo de la fachada, digamos que era muy amplio pero lo que lo hacía diferente y que nosotros vimos como una oportunidad es que vieran esa peatonal como un icono para poder atraer turistas.

Actualmente esta visión y objetivo del proyecto se cumplió, es un referente de la vida urbana y un atractivo, pero también es un detonador del comercio y conector peatonal del centro, Gloria Escobar comenta:

GE: claro porque la gente viene y el recorrido por la peatonal siempre quieren los turistas el paseo por la peatonal y entonces ya la gente lo trae en la mente y como los que manejan la gente y las agencias siempre les dicen vamos a hacer un recorrido por la peatonal. aquí hay un tema como muy interesante que son estas firmas del uso del espacio público que es el peatón el consumo del café que, aunque no voy a comprar nada cuando va uno a un café por lo menos se toma un café, son esos supuestos como muy cotidianos de nosotros y finalmente eso es lo que atrae. que atraen y que ahorita lo profesionalizamos porque yo antes iba me tomaba un café a una cafetería regular, pero ahorita me da gusto irme a sentar como cualquier turista o con una amiga o con cualquiera en un sitio de café de esos.

En este sentido, el proyecto se desarrolló en base a una propuesta que permitiera aprovechar la actividad comercial consolidada, debido a la vía vehicular (Carrera 14) que la atraviesa longitudinalmente desarrollándose bajo un criterio esencial basado en la articulación de dos hitos en la ciudad: La Plaza de Bolívar y El Parque Sucre pero siempre consecuentemente con la intención planteada en líneas anteriores: generar espacios que identifiquen culturalmente pero enmarcados por el arte y la cultura. Se pretende también plantear una estructura de conjunto articulado, donde la fluidez y la permeabilidad espacial actúen como los elementos estructurantes del proyecto. Esto brinda un conjunto lleno de posibilidades culturales y artísticas en el espacio urbano, organizado por áreas temáticas, que

generan en el espacio público, un lugar rico en sucesos y acontecimientos sociales; un urbanismo que en su recorrido reinterpreta de forma simbólica y contemporánea ciertos componentes de nuestra cultura cafetera.

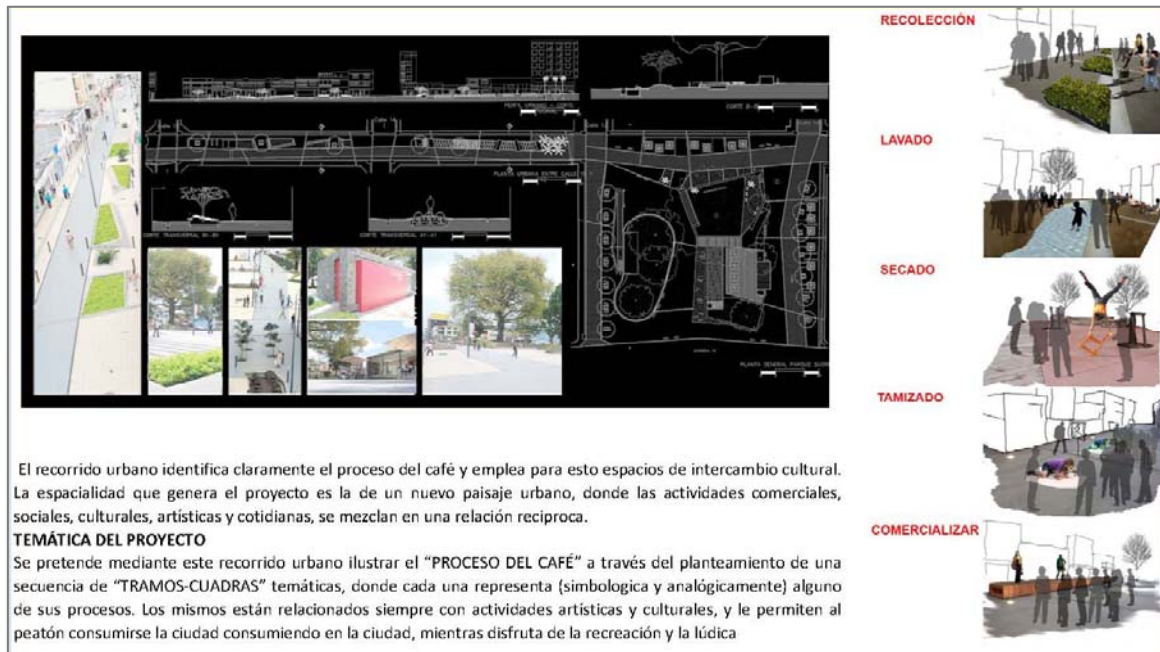


Ilustración 36. Ficha de análisis intervención urbana. Armenia. Fuente: elaboración propia en base a la información del proyecto de Arquitectura & Civil, (2006)

De esta manera el recorrido se estableció así, lo correspondiente a la recolección del café se propuso como un espacio para la música, el lavado para la gastronomía, el secado para las artes escénicas, el tamizado para las artes plásticas, y la comercialización en el comercio mismo y por último su consumo como un espacio para la literatura, de acuerdo a esto, el proyecto está acompañado de mobiliario urbano, tratamientos de piso, iluminación y manejo de fachadas, respondiendo a las reglas y flujos de movilidad, por lo tanto, el proyecto de espacio público como un centro comercial de cielos abiertos se establece como el contenedor de la vida urbana, reactivando el uso del sector, mejorando y cambiando su imagen y a su vez ser un polo atrayente para el turismo.



Ilustración 37. Mobiliario urbano. Centro Comercial de Cielos Abiertos. Fuente: (Restrepo & Civil, 2008)

DC: ¿entonces esas bases más o menos que contenían cuáles eran como los más limitantes o las necesidades a seguir?

JMR: si para ellos digamos que las bases eran muy completas algo que era importante era la movilidad si íbamos a interrumpir las vías teníamos que generar todo un esquema de movilidad entonces movilidad, normativas para los usos manejar las fachadas, componentes del proyecto arquitectónico, movilidad urbana, tratamiento de la piedra, vegetación y diseño de intersecciones estos eran los componentes y esto digamos que eran como las bases aquí está todo digamos que el concepto y de donde nace.

DC: ¿el concurso se presenta en qué año?

JMR: eso fue en octubre del 2006 y se entregaba como a principios de diciembre Del 2006.

DC: cuando iniciaron obras ¿cuáles fueron los mayores retos de las dificultades que tuvieron porque hubo quien se opusieron sobre todo los que vivían ahí sobre la peatonal.

JMR: digamos que siempre una oposición política más que el proyecto era una oposición política, porque era un proyecto político pero digamos que cuando se ganó el proyecto desde El momento que se inició empezó la campaña de mostrarle a todas las personas como era el proyecto entonces a la semana siguiente se citaba todos en la mañana cada cuadra a los comerciantes de cada cuadra se les explicaba el proyecto digamos que ahí cuando ellos conocieron el proyecto el cambio fue total de lo que ellos creían a lo que iba quedar, pero se explicó se les mostró todas las ventajas y digamos que eso paso de un 90% de oposición a un 90% de aprobación.

DC: Porque uno de los que más se quejaban eran los comerciantes o los que son dueños de los locales si no que hay ahí como unos edificios y unas viviendas entonces ellos se quejaban porque no tenían como entrar, por ejemplo, hay unos dos o tres edificios qué tenían acceso a parqueaderos sobre la 14.

JMR: realmente había dos y esos dos se dejaron, ellos si quieren entrar, entran, el diseño de las vías ahí es más ancho y se calculó para que eso siguiera funcionando.

Si bien actualmente es un proyecto que ha generado identidad dentro en la ciudad, no fue bien recibido en un principio, pues varios habitantes se opusieron al cierre de la calle, ya que sobre la vía no sólo hay comercio sino también vivienda, a la cual sólo se logra acceder sobre la vía misma, además por ser una vía principal afectaría el flujo vehicular, por lo cual fue necesario proyectos de nuevas vías que

permitiera repartir el flujo para no impedir la comunicación. Uno de los retos para el espacio era el control de los vendedores ambulantes, pues el comercio informal ha sido uno de los principales problemas del sector, aunque históricamente ha permanecido siempre; el temor era que al incluir un espacio de alta calidad se pudiera deteriorar con el uso informal del espacio, para ello dentro del nuevo POT se plantearon proyectos para la regulación e inclusión de la venta informal, con el objetivo de cambiar la imagen urbana en su totalidad. Uno de los proyectos fue la construcción de un centro comercial en el sector del CAM, el cual se muestra en imágenes anteriores, este centro comercial debía proporcionar el espacio para generar un comercio estable y dar al vendedor un lugar y un espacio seguro, sin que perdieran su identidad e imagen, pero en la realidad no se obtuvo el resultado esperado, si bien fue ocupado no generó un uso activo en el consumidor por lo tanto la venta informal se apropió cada vez más de algunas de las calles del centro.

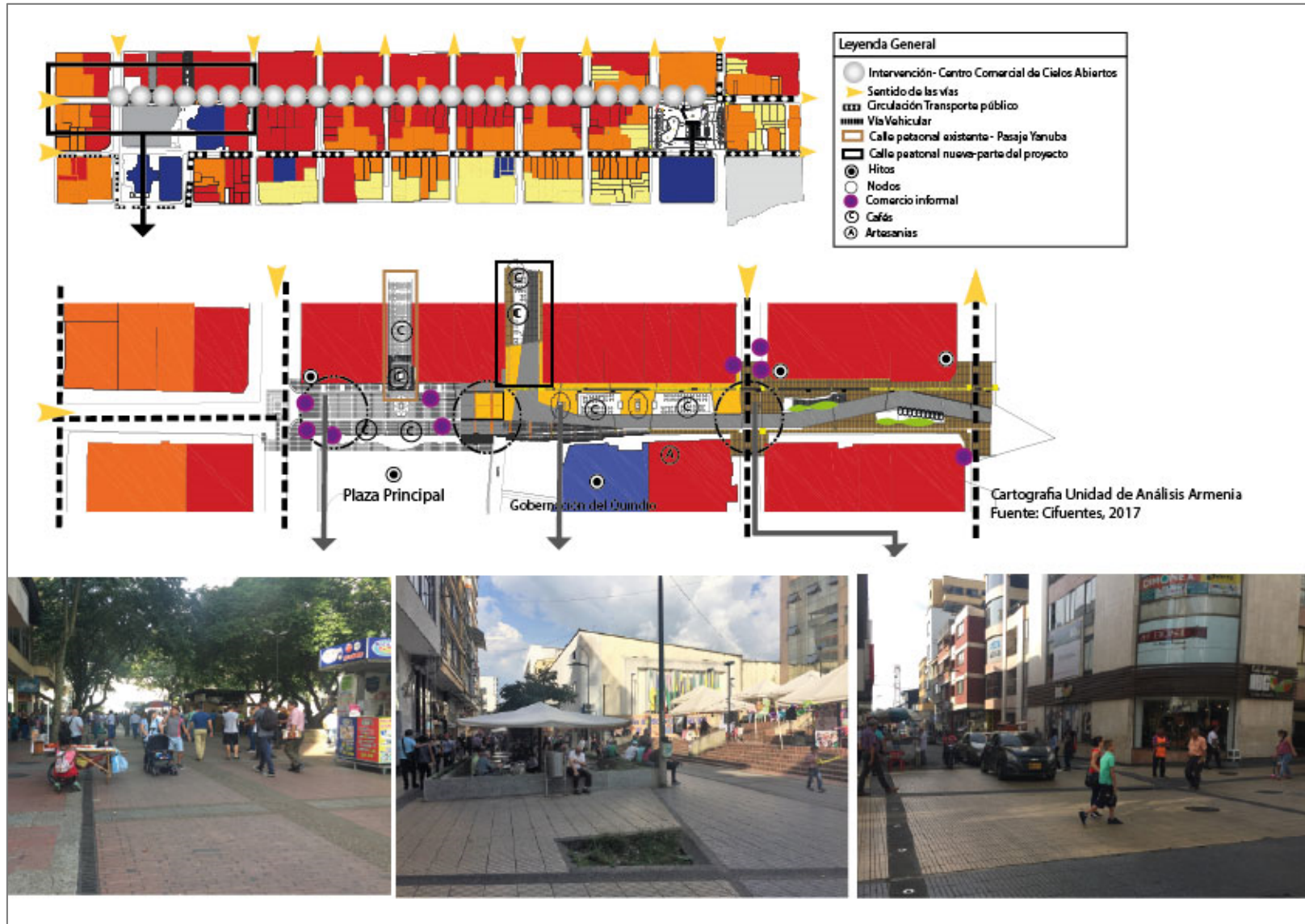


Ilustración 38. El espacio público intervenido sección 1. Fuente: Elaboración propia a partir de plano del proyecto

Debido a la longitud de la intervención, la cartografía se dividió en tres secciones, la primera, desde el punto de partida, la Plaza de Bolívar, la cual presenta varios elementos significativos, por una parte, a conexión con el “pasaje bolívar”, calle peatonal existente y que se concibe como un punto de referencia, en ella, se han dado usos culturales y gastronómicos, y hoy, en conjunto con la peatonal, componen un lugar de identidad, es decir, el grupo de sujetos o usuarios en este sector se dan de varios tipos, por un lado están los transeúntes que sólo van de paso, otros, quienes trabajan bien sea en la Gobernación o en los establecimientos, otros, quienes consumen en estos espacios, pero uno particulares, toda una generación que habitan la plaza como lugar de identidad y de referencia, es decir, como el espacio social.



Ilustración 39. Plaza de Bolívar Armenia. Fuente: Cifuentes (2017)

RM: En la peatonal se consume café y aparte de eso acá empezando el pasaje Bolívar, el pasaje de Bolívar tendrá 50 m y tiene por lo menos 8 tiendas de café, Ahí es un sitio donde se consume café y además por otra cosa, ha sido un sitio histórico por los alrededores de la plaza de Bolívar y digamos gran parte de esa peatonal donde se reúne la gente precisamente a tomarse un café.

DC: A lo que voy es que además de ser un sitio de encuentro tradicional ha generado un poco más el boom del consumo de café tanto en la generación es que no quiero decir antigua porque más generación antigua digamos en diferentes tipos de generaciones.

RM: Sí claro yo diría que eso está muy dividido cómo que si vas al parque Sucre que queda en la misma peatonal vas encontrar un público más joven tomando café, en la plaza podemos encontrar un público mayor sin embargo las tiendas también han hecho que el público joven lleguen ahí también, porque en el pasado no podíamos encontrar jóvenes tomando café en la plaza, la plaza como tal de pronto si ves un público más adulto pero si empiezas andar por toda la 14 encuentras por ejemplo un Coffee Shop que está en la 14 que vaya digamos sobre la peatonal manejan público diferente a la que está más arriba.

DC: ¿Entonces son como sectorizadas?

RM: Si son como segmentos, pero igual si ha influido que sea una peatonal

DC: O sea entonces si hay una relación como en que los últimos años el incremento del café y que la peatonal es el punto más consumidor de café.

RM: Es uno de los puntos en Armenia también hay diferentes puntos donde se consumen café en el norte digamos que hay unos sitios muy especializados donde la gente va pero digamos que la peatonal de Armenia En plaza Bolívar digamos hasta el parque sucre es uno de los sitios donde se consume hartó café Y aparte de eso usted encuentra todos los tipos de consumidores desde muy adultos hasta mejores.

DC: Eso en comparación a lo que sucede no solo en la peatonal sino alrededor de la peatonal, ¿en otras calles del centro no se da igual?

RM: No, no se da igual, en el centro por ejemplo hay diferentes sitios donde venden pues café, pero no con el tema de especialidad ni con este boom que encuentras varias tiendas libres y todo ese tema no eso solo se da en la peatonal.



Ilustración 40. Peatonal, Sección 1. Fuente: Cifuentes (2017)

La primera sección presenta una centralidad en sí misma de acuerdo a los usos y actividades que presenta, por un lado, plaza como un elemento histórico y simbólico, pero también por sus actividades administrativas, es decir concentra los usos de la gobernación del departamento y otros complementarios que se dan en torno a la plaza, esto generar un flujo y uso peatonal constante, sin embargo, es la cualidad de estancia y nodo lo que hace significativo esta parte, ya que presenta usos de comercio efímero donde se concentra en mayor parte la venta y el consumo de café, y por otro, es el lugar de escenario cultural, es decir, por su amplitud y relación directa sobre la plaza se presta para su uso social, cultural y en cierta medida dentro de la esfera de lo público.



Ilustración 41. El espacio público intervenido sección 2. Fuente: Elaboración propia a partir de plano del proyecto

La segunda sección tiene actividades variadas, por un lado, el comercio y por otro las actividades efímeras en relación a la cultura, si bien tiene los espacios destinados como estancias por parte de la conceptualización del proyecto donde relacionan la producción del café con el arte, en este caso, no pasa de acuerdo a lo estipulado o diseñado, es decir, hay una apropiación del espacio.



Ilustración 42. Peatonal Sección 2. Fuente: Cifuentes (2017)

Considerando que presenta no sólo las estancias destinadas a las artes escénicas sino también la variación del mobiliario, asimismo, se establecieron unos módulos para venta, aún algunos fueron retirados otros se usan para la venta de café. En principio, una de las problemáticas se dio en torno a los accesos vehiculares a las viviendas, algo que se soluciona y explica el arquitecto y, por otro lado, el comercio informal, es decir, se convertiría en un detonador para la ubicación del comercio informal, lo que en su momento llegó a existir la presencia de la policía con el fin de impedir la apropiación del espacio, algo que ahora se ve concentrado en las demás áreas del centro, por lo cual, la peatonal es el espacio “bonito, seguro y limpio”, aunque presente cierto deterioro y falta de mantenimiento.

JMR: el tema es que el proyecto tenía un, digamos, que parte del planteamiento que fuera un modelo sostenible y, un modelo sostenible es que en ciertas cuadras se dejaron unos espacios que propiciaron el uso de esos espacios que es donde generalmente se generaron las plazoletas con unos módulos, pero esos módulos o esas plazoletas realmente eran para las de esa cuadra que tuvieran un elemento para fomentar la diversidad de comercio, porque cuando se hizo el proyecto solamente el 90% era ropa y calzado, no había otro comercio diferente, ni cafés, ni tiendas bancarias, ni otros usos, y lo que nosotros estamos buscando es que no podemos obligar el cambio pero si podemos incentivarlo, entonces incentivamos con este tipo de elementos que tuvieran relación y que generaban otra explotación y esa explotación en si lo que hiciera era que esa cuadra pudiera disfrutar de ese espacio, y entre ellos pagaban arrendamiento pero ya no lo pagaba uno sino que lo pagaban entre todos, ya sea porque a cada uno le correspondía una semana o unas obras pero era diferente y, pero era para los de la cuadra pero al final por mandato del alcalde se lo entregó a particulares, como concesiones a particulares, y digamos que fragmento el modelo, y terminó construyendo algunas cosas que no correspondían al diseño original, porque nosotros tenemos con los modelos y sencillos, y fueron más de servicio que de venta porque la verdad tendría que ser de los locales existentes.

DC: ¿después de haber entregado el proyecto, ¿cuáles han sido las mayores críticas o las dificultades que se han tenido?

JMR: si el problema es que el proyecto no quedó con ningún doliente, el doliente es el municipio sí, pero los municipios funcionan con los proyectos que van haciendo, entonces sale el alcalde y es un proyecto que asumen la ciudad, aunque la Cámara de Comercio genera una cosa que se llama pacto ciudadano, lo que hacía era citar a todos ciudadanos que tuvieran relación con el espacio y, de una forma u otra ayudar a mantenerlo seguro, limpio con las condiciones que fueran necesarias, eso duró seis meses y digamos nomás porque nunca se pudo generar una administración, entonces, digamos que ese fue uno de los problemas, sin embargo aunque eso no existió hoy por hoy la Peatonal sigue funcionando.



Ilustración 43. Peatonal Sección 2. Fuente: Cifuentes (2017)

Aunque esta sección fue pensada y diseñada para dar un giro comercial y que sujetos tuvieran un control del espacio, en la actualidad ha presentado varias modificaciones, en especial donde se ubican los módulos de venta, ya que al cambiar los usos cambia el espacio, así entonces una venta de café en medio que no tiene un alto flujo de usuarios, sin embargo, las actividades transitorias dan variabilidad al espacio, además, como lo muestra la cartografía el comercio informal (ya estable) se ubica en la periferia del espacio, es decir, en los cruces vehiculares.



Ilustración 44. Peatonal Sección 2. Fuente: Cifuentes (2017)

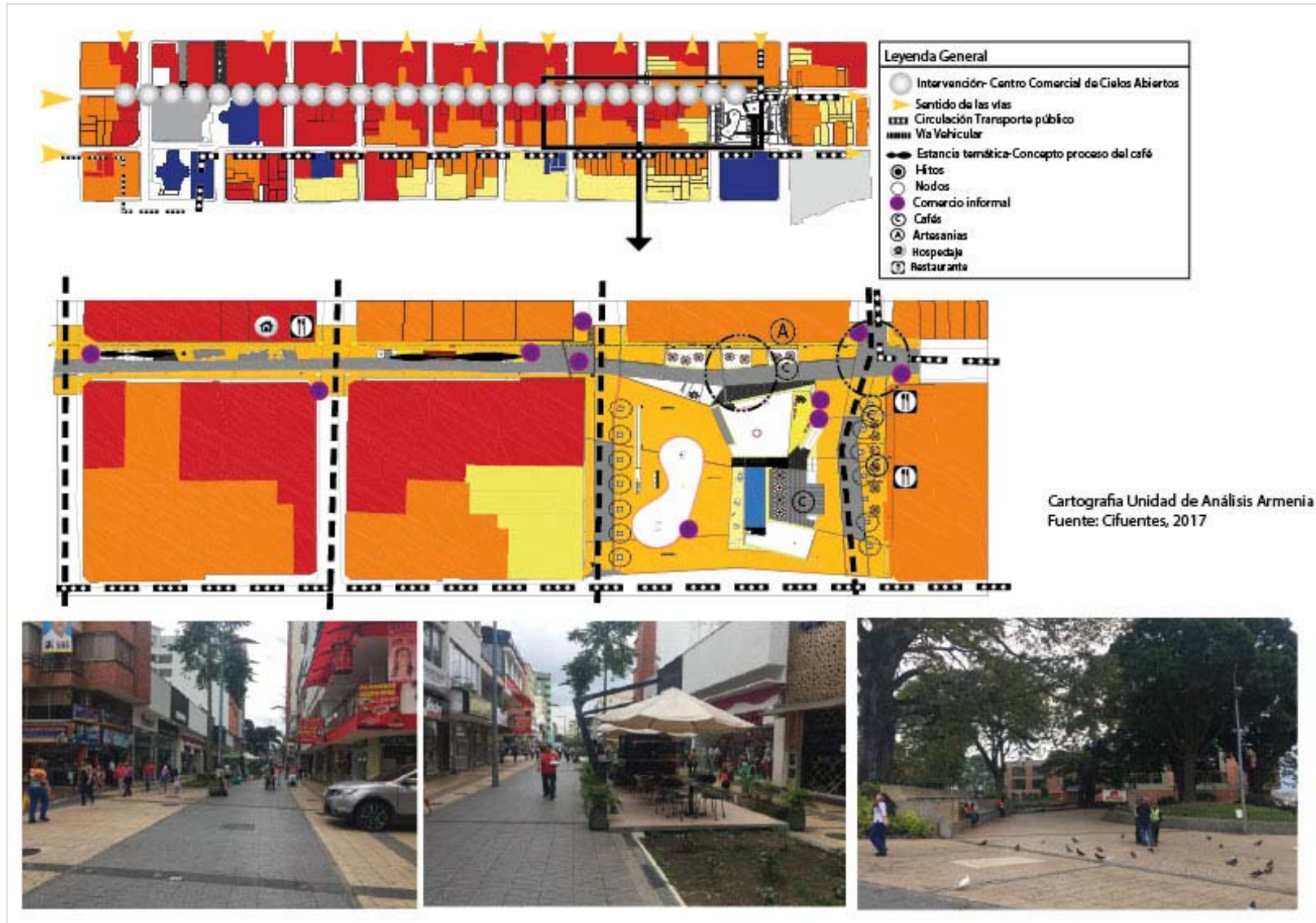


Ilustración 45. El espacio público intervenido Sección 3. Fuente: Elaboración propia a partir de plano del proyecto

En relación a la temática y el diseño de los espacios, regresamos a la conceptualización a partir del proceso del café, y si bien no se perciben de esa manera, los espacios, estancias, módulos y mobiliario son utilizados, por un lado, para el comercio por otro para actividades culturales, pero, sobre todo, para el consumo de café.

JMR: Si porque digamos que esa es la temática y digamos que ese sitio tiene esta vocación lo que nosotros vemos como posibilidad es que el café está ligado a muchas situaciones que el mismo recorrido lo puede ligar a diferentes situaciones y eso nosotros si veíamos que podía suceder y por eso todas estas terrazas y nosotros veíamos que futuro la fachada las iban a ir cambiando y que solo iban a ir renovando y eso es lo que sucedió.

En la última sección del proyecto, se encuentra como punto final (o inicio), el parque sucre, en este tramo las actividades son menores pero de mayor uso los fines de semana, sin embargo, las estancias que se construyeron por parte del proyecto han sido modificadas, instalando nuevo módulos de venta, y por otro lado, el mismo parque permite un mayor uso del comercio informal, pero también es uno de los lugares de consumo de café, considerando los establecimientos dentro del parque y en su entorno. El parque en sí mismo es un punto de referencia a nivel de ciudad por su centralidad y contenido natural, lo cual se mantiene y se respetó dentro del mismo proyecto.

Todo lo anterior lleva a un cuestionamiento, si bien la gestión del proyecto se da por parte de la administración municipal y a su vez, los intereses comerciales, surge la pregunta de ¿dónde viene la idea?, por lo cual, dentro de la plática con el arquitecto se llegó al tema del espacio público y los centros históricos y los planteamientos de la peatonalización.

DC: en temas de espacio público hay discursos de diseño, hay formas de diseño, digamos que no es que no existía ahora hay un interés mayor por el diseño y el uso del espacio público entonces en ese tema del espacio público ¿cómo que serían los mayores aportes o las dificultades en eso sobre todo en la ciudad?

JMR: digamos que cuando nosotros nos pusimos a diseñar tuvimos la oportunidad de ir a visitar diferentes ciudades europeas y yo vi ahí y digamos que entendí el espacio público de una forma diferente digamos que en las ciudades europeas la gente vive es el espacio público y digamos que solamente descansa en las casas, pero su vida diaria es en la calle.

DC: ósea, ahí si se ve el público privado muy marcado.

JMR: Si ósea la gente, y se ve la diferencia, allá un andén no son en cemento, los andenes son en mármol, es en el mejor acabado, digamos que es muy diferente porque la gente está en la calle, la gente no está en la casa, creo que alguien dentro de un departamento se muere, mientras que aquí los departamentos son grandes, amplios, usted se puede quedar aquí y no salir, allá no, la gente vive en la calle, entonces ese valor por la calle digamos que es mucho más importante, y hay un tema de igualdad, lo que entendemos es que una persona en un andén es igual a la otra porque puede que estén en diferentes zapatos pero son iguales, mientras que en una calle urbana ya hay una diferencia muy grande de igualdad, el que va en el carro tiene unas condiciones de igualdad muy diferentes, digamos que tiene más áreas, más condiciones más protecciones, que el que va en un andén, y es un tema digamos que va en contra vía o de la lógica de una ciudad

cuando son tan poquitas las persona que tienen la posibilidad de tener un transporte privado, Y todas tienen la posibilidad de tener un transporte público, entonces nosotros ahí vimos que peatonalizar era lo lógico y el espacio público digamos que de eso se trata, que la gente viva afuera y no adentro y por eso nos dimos la posibilidad de poner el piso que tiene la peatonal es el que tienen los centros comerciales, solamente qué es ranudado, ni siquiera es un adoquín de cemento, es un piso muy diferente, pero le da unas condiciones diferentes al espacio público, entonces digamos que parte de esos elementos lo vimos, y queríamos involucrar en el espacio público, es donde se ve la cultura y por eso lo quisimos involucrar con la cultura y, nosotros lo que vimos cuando estábamos allá eran los artistas en la calle. veíamos todos esos elementos, pero en la calle donde no había que ir a un escenario privado para ver eso y, esos fue lo que quisimos traer acá y eso hace parte como de los elementos del espacio público, esa es la vivencia que era más para vivirlo, más que para reforzar no la zona comercial sino para que la gente disfrutara la calle.

De acuerdo a esto, la concepción del espacio público se racionaliza desde los modelos europeos, donde la vida urbana se percibe en relación a los espacios, no obstante, el uso del espacio y de este en particular tiene que ver con una relación cultural, es decir, el espacio como un constructo sociocultural donde se dieron las diversas apropiaciones, lo que evidencia que aunque la intervención sea un hecho puntual en términos de imagen urbana, son las otras intervenciones, las efímeras que hacen de este lugar un escenario de la vida urbana.

5.2. Intervención progresiva. Unidad de Análisis Salento

De acuerdo al contexto histórico y geográfico, el municipio de Salento surge como un punto de encuentro y de paso dentro del Camino Nacional, a lo cual, es el primero de los municipios del departamento en ser fundado, en 1865, por lo tanto, el proceso de poblamiento corresponde al proyecto de mejoramiento del Camino Nacional. Si bien las primeras familias se ubicaron en la vereda Boquia al borde del Río Quindío, el área urbana se desarrolló en un área diferente, dejando a Boquia como vereda de paso y único acceso al área urbana.

Salento cuenta con un área aproximadamente de 36,210 ha de las cuales 377.7 km² comprenden el perímetro del área urbana. De esta manera, El espacio público simbólico representa la estructura urbana del municipio, partiendo de la plaza principal y la iglesia como primer elemento simbólico, teniendo a la plaza como instrumento de organización para la trama urbana, la cual se adapta a la topografía.

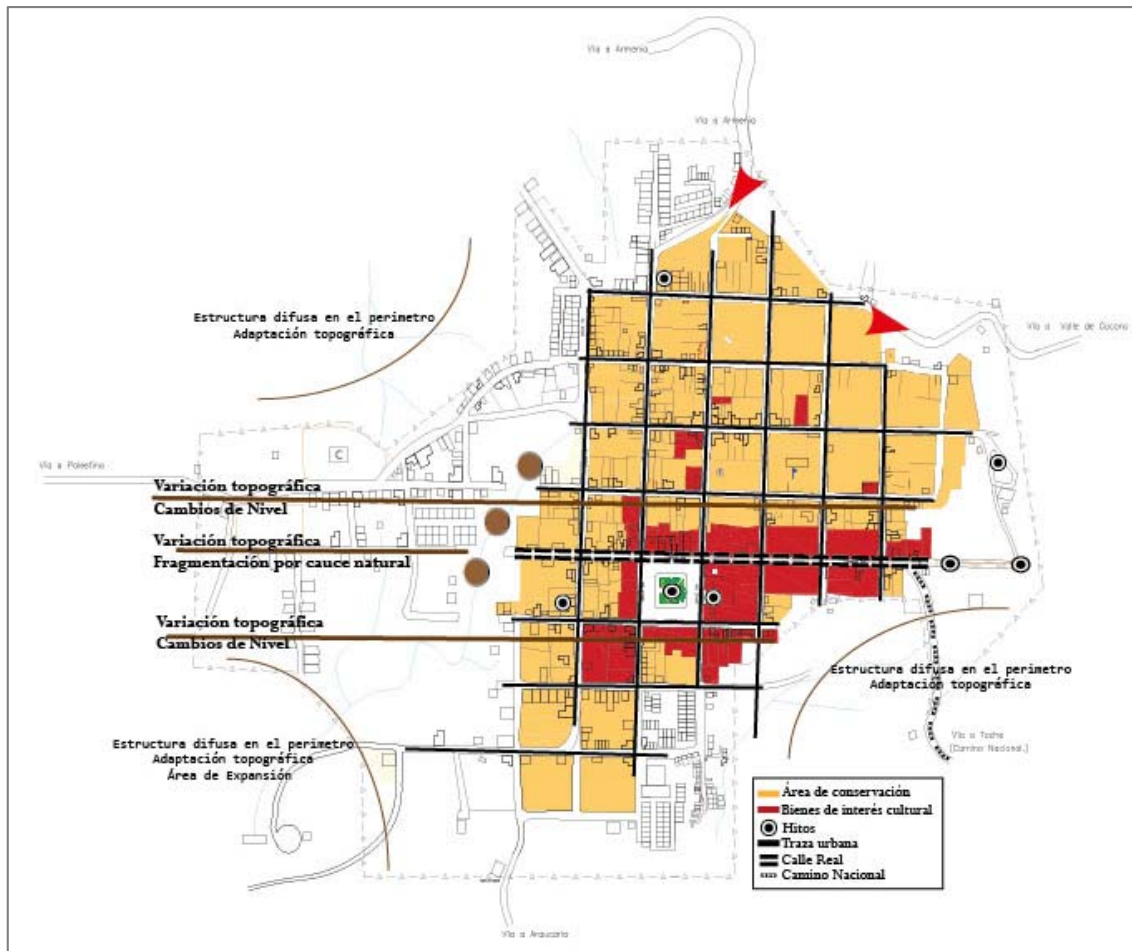


Ilustración 46. El espacio público simbólico Unidad de análisis Salento. Fuente: elaboración propia a partir de mapa de Planeación Municipal (2017)

En este sentido, alrededor de la plaza se ubican de manera tradicional los centros de poder, como el administrativo y religioso, es decir, el centro fundacional se establece como única centralidad urbana, sin embargo, la calle real hace parte de este funcionamiento. Gustavo Pinzón comenta con gran admiración los detalles de la arquitectura tradicional del municipio, pero sobre todo destaca la relación entre la plaza principal y la calle real como instrumento de organización de la forma urbana pero también en el tejido social.

GP: hay un asusto que evaluó muy bien la Unesco y es la arquitectura, pero hay un elemento único, el patio, es decir, la estructura espacial de la vivienda se desarrolla en torno al patio, asimismo los detalles ornamentales como las puertaventanas, los zócalos, y sobretodo el manejo del color, entre otros, entonces se encuentran diferentes tipologías, por ejemplo, cuando tu observas, las viviendas de dos niveles están ubicadas alrededor de la plaza central, entonces la gente dice, "los de arriba o los del centro", porque eran las viviendas de las personas con más poder económico que estaban cerca a los centros de poder, quienes, el Alcalde, inspección de

policía, el cura, etc., cuando me hablas de espacios públicos es una cosa muy interesante, porque ese centro cuando empieza a dispersarse la trama urbana, tu observas que ya no son casas de 2 niveles sino de un solo nivel, y otra cosa es que cualquier plaza de los municipios del Quindío, si se observa, las construcciones que llegaron a irrumpir fueron, las alcaldías, los bancos, las inspecciones de policía, habla sobre eso, claro.

DC: hay algo que me interesa mucho y es la configuración de la plaza y la calle real, porque además presenta mayor actividad, con el comercio y el turismo

GP: si claro, pero entonces hay que manejar tres conceptos, pre moderno, moderno y posmoderno, entonces los pueblos entraron al modernismo por medio de la arquitectura, escucha dije modernismo no modernidad, entonces allí que hubo, una carrera desbocada por el modernismo y la arquitectura más asociado a la moda, porque siquiera una modernización interna de usar de manera adecuada los materiales, para construir viviendas. Fíjate como los pueblos que en aquella época que eran considerados como atrasado, como Salento, Filandia, son los posmodernos de ahora, son los pueblos en los que hay una mayor valoración por parte del turismo, con un turismo cultural que ve en esas estéticas locales, eventos muy importantes asociados a la cultura, lo que acabo de decir, esas viviendas están asociadas a la cultura.

Aunque Salento presente una gran numero de bienes de interés cultural, y una imagen urbana conservacionista, se debe destacar que el área urbana no se encuentra dentro del área del PCC, sin embargo, el municipio ha presentado un incremento de turismo desde los años 90 en relación a la conservación del patrimonio arquitectónico y natural, lo que permite que en la actualidad sea la imagen del PCC, así, desde la oficina de Planeación Municipal el director Milton Torres explica lo siguiente:

MT: Si la imagen del Departamento del Quindío del PCC, por su conservación arquitectónica, lo difícil es que nosotros tratamos como administración de proteger toda la tipología de la colonización antioqueña por medio del EOT, en el cual se crea un perímetro de conservación arquitectónica, pero que pasa, en los predios o lo inmuebles que hacen parte de ese perímetro de conservación no están elevados a bienes de interés cultural de la nación [...] si el BIC o de patrimonio a nivel municipal, cualquier persona puede entrar a intervenir porque no está declarado, solo los protege el EOT, que habla de este perímetro, por lo tanto a nivel municipal y departamental estas viviendas están declaradas como tal, ¿qué pasa a nivel turístico y a nivel del PCC? Nosotros lo que hacemos es, como la fortaleza del pueblo o el municipio es la arquitectura que está considerado a nivel mundial dentro de una encuentra que hicieron hace 6 meses, de 10 pueblos a nivel quedo de séptimo y a nivel de país y de los 100 pueblos a nivel mundial quedó de 50, por el valle de Cocora, porque todas formas el paisaje cultural cafetero hablas de la cultura cafetera como son los cultivos el café comer en la fonda el tema gastronómico pero el casco urbano se está; manejando un fortalecimiento en la arquitectura, porque viene el extranjero y a Él le gusta mirar la construcción como fue la construcción de la puerta, de mirar la tapia, mirar el bahareque, que en la teja de barro y todo el sistema constructivo, pero como los salentinos vendieron sus viviendas entonces se da una transformación a nivel económico.

Lo anterior indica que desde lo que denominó como espacio público simbólico que en otras palabras corresponde al paisaje urbano histórico, se encuentran los elementos que hacen singular al municipio, es decir, es la valoración y conservación del patrimonio arquitectónico, lo que caracteriza no sólo físicamente el área urbana sino su relación cultural, la plaza y la calle como centralidad urbana y elemento simbólico, lo que en palabras de normatividad corresponde al centro histórico y perímetro de conservación.

DC: ¿Bueno en temas de conservación y en la imagen del municipio hay unas normativas o limitantes?

MT: Si lo que pasa es que las limitantes son para el parámetro de conservación el esquema de ordenamiento es muy claro, se debe conservar lo que está dentro de ese perímetro

Pero no se hemos encontrado con construcciones que conservan la fachada y modifican por completo el interior sin permiso o sin la autorización debida pero no se hemos encontrado con construcciones que conservan la fachada y modifican por completo el interior sin permiso o sin la autorización [...]

DC: ¿pero entonces por fuera del perímetro de conservación hay alguna normativa de construcción en relación a la imagen urbana?

MT: pues las limitantes es que en las construcciones puede ser máxima de dos niveles no se permite construcción de edificios por la misma topografía y tipología del municipio, El EOT dice que debe respetar la imagen.



Ilustración 47. Patrimonio Arquitectónico: Plaza Principal, Calle real Fuente: Cifuentes (2017)

Por consiguiente el centro histórico se convierte en el área con mayor concentración de actividades y flujos peatonales, lo que genera el interés por conservar su imagen urbana por medio de diversas intervenciones, por lo tanto, de acuerdo a Ignasi Sola Morales, la intervención es realmente una

interpretación del espacio y del contexto, por lo cual, la siguiente imagen contiene los elementos de interpretación que permiten definir las áreas que concentran la transformación bajo intervenciones progresivas.

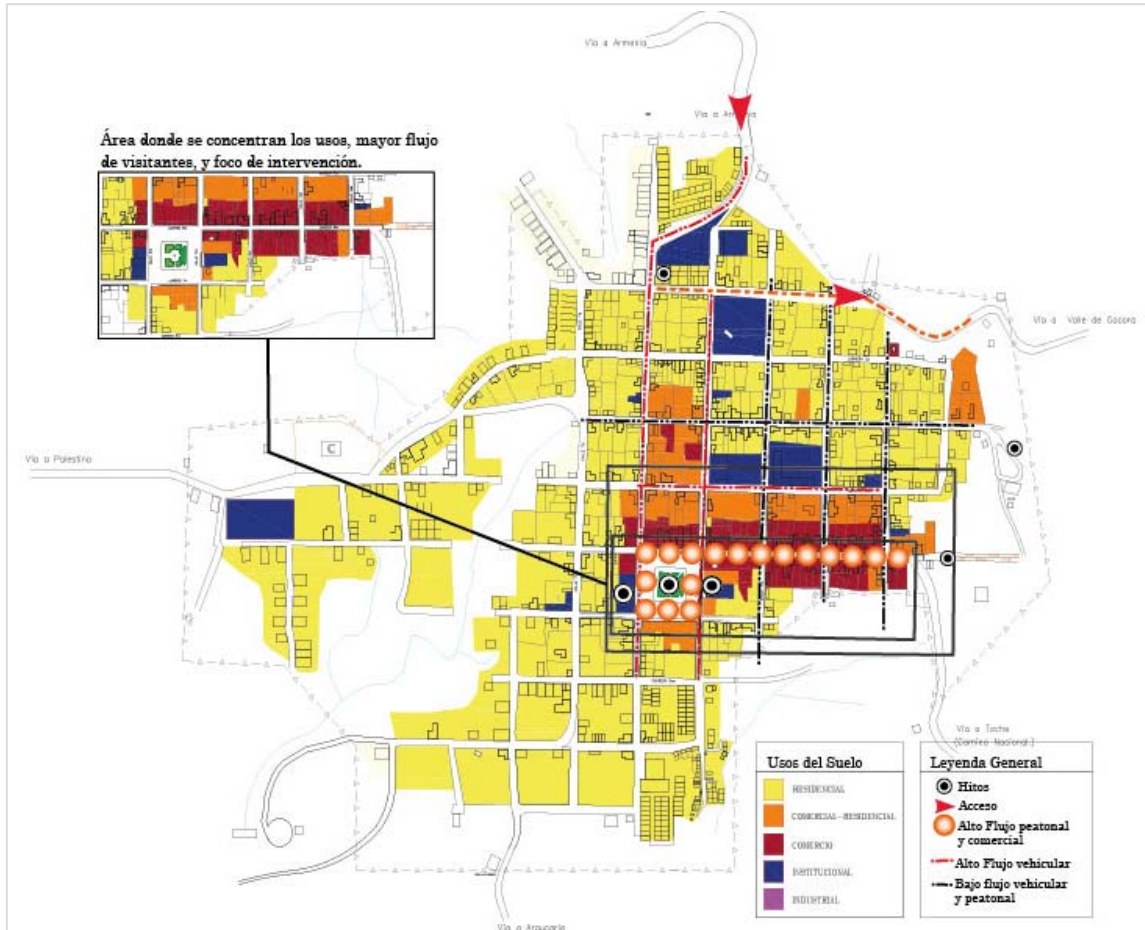


Ilustración 48. El espacio público interpretado. Fuente Cifuentes (2017)

El centro histórico cuenta con usos mixtos, comercio y de servicios, teniendo como eje principal la plaza y la calle, a las cuales gira toda una dinámica de flujos vehiculares y peatonales, de usos y significados que hacen de estos espacios no sólo la centralidad sino también el punto de atracción principal, es decir, la organización y el cambio de actividades con relación a los días entre semana y los fines de semana se puede interpretar como un parque temático, es decir, Salento presenta una población flotante que se incrementa los fines de semana, que ha generado una problemática de acceso y circulación del municipio, llegado al punto de cerrar y limitar el ingreso.

MT: hay una población flotante que es la comercial que viene descarga vende y se va el fin de semana y hay otra que es el visitante y dentro del visitante hay dos tipos, uno que es el pasadía, ósea los que se hospedan con los hoteles, ese es fácil medirlo, pero los que vienen de visita el

mismo día es difícil saber, nosotros hemos tenido fines de semana con lunes festivo de 12,000 visitantes.

De esta manera, la transformación de Salento se debe a varias intervenciones en el centro histórico, principalmente con el objetivo de mejorar las actividades que se fueron estableciendo como costumbre, principalmente por el visitante local (Armenia y otros municipios) y nacional que encontraron en el municipio atracciones como la venta de artesanía, el café, la gastronomía y principalmente el patrimonio natural.

DC: bueno la transformación de Salento en términos físicos se ha dado como un uso muy cotidiano de la Calle Real, pero de un momento a otro el incremento del uso es mayor

MT: si lo que pasa es que eso fueron ocho años de un desorden total donde se le dio un permiso a cada vendedor para ubicarse alrededor de la plaza entonces el tema de los vendedores ambulantes ha sido muy problemático dentro emancipe entonces si se le dan los permisos para ubicar ciertos espacios después de tres meses el vendedor asume que tiene derechos como derechos a la igualdad derecho a que es de su propiedad, Y el juez como autoridad de la razón del municipio tiene que mejorarle sus condiciones entonces salieron unos cantidad de permisos a los puestos que se ponían alrededor de la plaza, por que antes se daba que los vendedores se podían ubicar todos los días, entonces ahora ya no es todos los días y no sólo los fines de semana de los vendedores se pueden ubicar alrededor de la plaza pero como somos un sitio turístico con un alto flujo hay fines de semana en que se desborda que se colapsa de tanta cantidad de visitantes tus hay personas tenemos al menos tres personas y como contratadas standing y para controlar todo el temor van con relación a los vendedores ambulantes entonces ahora no se le están dando permiso a nadie más porque ya estamos colapsados

El tema también va con relación a los usos del suelo aquí en la zona comercial está sola alrededor de la plaza en la calle Real entonces lo que ha pasado es que cuando ciertos cargos de planeación no toman personas que desconocen el tema entonces se dan licencias o permisos en usos que no son permitidos entonces la transformaciones mucho mayor porque aparecen y viviendas o zona residenciales que se vuelven comercio entonces en este momento saliendo tiene un caos con relación a los usos del suelo acompañado del incremento del turismo ya que por cuestiones políticas se han dado puesto sus permisos para ocupación del espacio público

DC: ¿la plaza nunca ha tenido un proyecto de remodelación nunca sido intervenida?

MT: no realmente no, es que realmente la plaza se parte del patrimonio urbano

De acuerdo a lo que comenta Milton, la intervención de la plaza es resultado de un proceso de ordenamiento de apropiación del espacio público, es decir, lo que en principio se dio como derecho al espacio por parte de comerciantes y locatarios, es hoy un espacio restringido, donde su ocupación varía y se limita por los horarios de uso. La intervención de Salento concentra las actividades comerciales desarrolladas en la plaza y la calle real, lo que ha llevado a diversas series de acciones sobre el uso del espacio público, principalmente el uso peatonal estableciendo horarios y días de uso donde se limita el acceso vehicular y se da una apropiación efímera del espacio público.



Ilustración 49. La plaza, Salento. Fuente: Cifuentes (2017)

Es importante resaltar que la relación urbana – rural es la base del municipio, por lo cual, plaza cobra un sentido mayor, primero como centralidad en sí misma, como espacio social, como lugar comercial, pero sobre todo como espacio cultural, es decir, concentra las cualidades del espacio público en sus diferentes concepciones, por lo tanto, el ejercicio de apropiación del espacio es un derecho practicado y entra en debate al ser regulado por la administración. En este aspecto y en relación a vida urbana, se presenta un límite difuso entre lo urbano y la ruralidad, ósea, acciones y elementos propios de la vida rural, del campesino que encuentra en el área urbana un punto de comercio, pero también de conexión social, se encuentra de manera evidente en esta y en otras pequeñas poblaciones. Así, la disputa por el espacio público ha sido el foco de la intervención del centro histórico.



Ilustración 50. Movilidad, Salento. Fuente: Cifuentes (2017)



Ilustración 51. El espacio público transformado 1 Días entre semana. Fuente: elaboración propia a partir de plano de Planeación Municipal (2017)

La cartografía urbana presenta una diferenciación de usos y actividades en los días entre semana y los fines de semana, por lo cual, en la anterior se estable como días de cotidianidad de los locatarios, si bien se encuentran turistas, la actividad comercial es menor y el uso de las calles es de tipo vehicular, por lo cual, el flujo peatonal es menor, además, en torno a la plaza se ubica el transporte municipal, mientras que los fines de semana se ubica el comercio de artesanías y gastronomía. No obstante, la intervención progresiva en Salento se ha dado a lo largo 10 u 12 años, por medio de varios elementos como el mantenimiento de las fachadas, el control del comercio informal, la ampliación de las banquetas sobre la calle real dejándola como una calle semi-peatonal, y el uso peatonal los fines de semana, por lo que Milton comenta el proceso y las actividades que han llevado esta transformación.

DC: ¿sobre la calle Real cual fue el proyecto de modificación?

MT: si se semi peatonalizaron los andenes era antes una va en piedra siempre sido bien desde el camino nacional después paso acercarla te hable y después paso hacerse semi peatonal, hace 8 u 10 años se hizo la ampliación de esta por el estudio de población flotante y de visitantes que se dio, Y ahora se tiene un proyecto para volver la zona peatonal pero en las intersecciones que todavía vehiculares y la otra es una ampliación de una comuna el en la calle real plaza se convierte en semi peatonal. El proyecto se piensa realizar el próximo año

DC: en el tema las fachadas sobre la calle Real de algún proyecto de mantenimiento o de conservación

MT: si es un mantenimiento de limpieza

DC: ¿Cómo se organizaron para peatonalizar la calle y la plaza los fines de semana?

MT: eso fue por medio de reuniones con los comerciantes en la cual se les lanza la idea y ellos estuvieron de acuerdo y se hicieron unos planes piloto iniciando desde el viernes desde el sábado y se tomaron analizaron los resultados, entonces para los fines de semana, pero ahí hay un componente más importante todavía fue la sacada de los caballos sacar los caballos de la plaza en la calle Real y sus alrededores A menos de una cuadra no pueden circular

DC: ¿Cómo llegaron a eso? Si era un atractivo principal

MT: eso genera muchas polémicas por la movilidad porque había mucha gente que no que utilizaban los caballos como modernidad, pero el mayor argumento fue por salubridad porque las cocinas estaban entre la plaza y los caballos están circulando el mismo tiempo entonces fue la Única manera que los que pudieron aceptar, pero o tutela del derecho de petición y cantidad de elementos legales para impedir que no los sacaran, entonces las caballerizas quedaron fuera de esta zona.

De esta manera, la intervención progresiva no sólo se ha dado por interés de la administración municipal, sino que ha sido un intento de controlar el espacio que era apropiado por el comercio informal, es decir, la intervención se ha dado en dos vías, por un lado, la administración como autoridad en la conservación del patrimonio pero también en la ordenanza del espacio, buscando un equilibrio entre la imagen urbana y la economía y la cultura del municipio, y por otro, las acciones efímeras que intervienen y transforman el espacio.



Ilustración 52. El espacio público intervenido 2. Fines de semana Fuente: elaboración propia a partir de plano de Planeación Municipal (2017)

El espacio público es intervenido, transformado y apropiado de manera controlada los fines de semana, lo cual se cataloga como un hecho singular y se convierte a su vez en objeto de consumo, es decir, por una parte se recrea la actividad comercial que históricamente dio inicio a la plaza, pero sus productos varían, ya no es el campesino quien va a vender sus productos, sino que es el propio locatario u de otro lugar quienes van a vender artesanías, algo particular es que la zona de gastronomía ha sido de los locatarios, algunos llevan más de 10 años vendiendo en este espacio. Y, por otra parte, esas acciones o intervenciones del espacio público entran como hecho cultural en el “pueblo tradicional cafetero”, siendo entonces, un punto de atracción.



Ilustración 53. Calle Real, fin de semana. Fuente: Cifuentes (2017)

La calle real, por su parte ofrece una dinámica mayor, su recorrido corto y lineal, genera una relación entre el locatario, el visitante y el turista extranjero si se quiere, la actividad de caminar en relación al comercio ya sea de artesanías o gastronómico se da de manera natural e intencionada en muchos casos, es decir, si bien los establecimientos no corresponde a un uso organizado, su recorrido establece algunos como puntos de referencia, en especial, los cafés, algunos por su utilización de la cafetera tradicional, otros por su ambientación, y en otros por ser espacios autóctonos. Mientras que las artesanías, ofrecen gran variedad no propia de la región, es decir, se dan como un servicio homogéneo.

El centro histórico de Salento, genera una dinámica única que parece querer replicarse en otros municipios como Filandia y Pijao, y se debe al alto flujo de población flotante que es atraída por lo singular del área, es decir, su conservación arquitectónica lo cataloga como “el pueblo cafetero tradicional”, por lo cual, el comercio local, las artesanías y la gastronomía concentran este interés, pero a su vez, abre las puertas para un mercado de la industria cultural, dando como resultado otra variedad de necesidades pero también de oportunidades, como es el caso de Sebastián Belduque, dueño y gerente del hostel “The Walkers”, Sebastián no es originario de Salento, por el contrario vive en Armenia pero

vio como oportunidad la creación del hostel en Salento, considerando la gran demanda de hospedaje y en especial de este tipo, y aunque ya existen casi 180 alojamientos establecidos, la administración opto por limitar y negar las aperturas de nuevos establecimientos, pero Sebastián tuvo la facilidad de conocer las personas adecuadas y obtuvo el permiso para abrir su negocio, el cual tuvo como condición ser un hostel de buena calidad y cumplir con todos los requisitos e inspecciones indicadas, así, su hostel se encuentra hoy en la plataforma “hostelworld” que ha permitido que sus usuarios sean extranjeros, algo que él prefiere, ya que bajo su experiencia el turista nacional no tiene la cultura de este tipo de viajeros.

SB: Sí exacto. Y nos ha ido súper bien, El promedio está como en 130 personas mensuales más o menos, y hemos tenido como 1400 personas en total, ya casi todos los días estamos llenos.

DC: ¿Completos, no han tenido una temporada bajita?

SB: Pues más bajitas que otras, respecto económicamente Se ve reflejado, digamos 1 millón de pesos menos, 2 millones de pesos menos así, pero, que uno diga, es que digamos que en septiembre solo vinieron 50 personas, no siempre se ha mantenido el promedio, siempre, casi todos los días estamos llenos hoy estamos llenos estamos esperando que lleguen unas reservas, pero ya estamos reservados.

DC: Ahora estaba escuchando que solo lo tienes reservado para extranjeros no para nacionales ¿por qué?

SB: No, me gusta.

DC: ¿Cómo ha sido ese proceso?

SB: Horrible, Horrible y yo creo que somos todos los hoteleros, pues ya soy amigo, Ya estoy en asociaciones, yo soy amigo de muchos dueños del hostel de la esquina, es de los más grandes de Salento, y dicen que de los turistas el colombiano es muy complicado, es horrible a nadie le gustan los colombianos, porque critican mucho.

Mientras que el extranjero, que al parecer es constante en el municipio, tiene una visión diferente, es decir, vienen a conocer elementos muy específicos, de lo cual, el principal atractivo de Salento, es su patrimonio natural, el Valle de Cocora, esto ha generado un interés en un tipo de viajero el “mochilero”, quien para algunos esta estigmatizado y para otros lo ven como una problemática, ya que se quedan en el municipio y compiten con el comercio local.

DC: si es que es una forma de viajar.

SB: Exacto, porque yo sé tienen esa cultura, Hemos tenido ingenieros químicos de Suiza gente élite que ganará mucho dinero por allá y con unas provisiones increíbles, pero viajan en hostel.

DC: No hay que entender también que tienen la cultura y venir a cambio de dólar es otra cosa.

SB: Claro no le vale nada, entonces si hemos tenido gente de todo el mundo, Entonces el mochilero está estigmatizado, de esa forma los hostales, Y claro también hay esa clase de hostales, Los hay porque en si esa es la esencia del Hostel, un viajero joven relajado, es que yo entiendo al viajero, yo ya viendo esto yo los entiendo y ¿por qué? No es que ellos vengán sin

plata y, de hecho vienen con mucha plata, pero ellos quieren alargar su viaje hay gente que con sus ahorros se traen 20.000 €, si es mucha plata pero quieren viajar dos años con eso, entonces tratan de alargar cada vez más el viaje y puede que vienen acá y me piden rebaja de 2000 pesos, y en la cuenta tienen 10.000 €, pero es que van a viajar y viajan por todo el país y todas las ciudades, y vienen acá y se quedan cinco días, Imagínate son los cinco días de estadía, desayuno, comida y cena y se gastarán 2 millones de pesos, y para nosotros es mucho y para ellos nada, pero ellos quieren alargar su viaje entonces siempre van a pedir rebaja y exigir esas cosas porque es otro tipo de viajero, Normalmente el que viaja a hoteles, es un viajero que va al hotel y quiere ir con todos los lujos y quiere ir a tours, ósea quiere ser atendido.

Estigmatizado o no, este tipo de viajero es un usuario constante gracias a la internacionalización del patrimonio, que en este caso no está directamente relacionado con el Paisaje Cultural Cafetero, es decir, algunos preguntan específicamente por el o por las rutas del PCC, pero en otros, además de buscar el ecoturismo también consumen café, es decir, se interesan por el café tradicional, por su cultivo y su forma de consumo, así como lo comenta Natalie Díaz, gerente del Restaurante “Calle Real”, en este caso, el establecimiento tiene alrededor de 10 años, y ha sido un espacio gastronómico y cultural, ya que el reconocimiento de este lugar se debe a una gestión por parte del dueño en ser un espacio de calidad, así, la mayoría de sus clientes, tanto locales como extranjeros encuentran este un café particular, desde su calidad espacial (rústica) hasta el consumo de café especial, además está ubicado al final de la calle real, lo que podría entenderse como un punto estratégico, mientras que Jaime López, dirige un café de tipo bohemio, tradicional, ubicado casi en el medio de la calle real, donde se presenta un mayor flujo de peatones y visitantes, pero es uno de los cafés reconocidos, el cual tiene la intención de ampliar a ser hostel.



Ilustración 54. Calle Real, Salento. Fuente: Cifuentes (2017)

Por otro lado, David Rojas, gerente del Hotel Boutique Cocora, tiene otra visión y perspectiva, su hotel es dirigido a otro público:

DRR: pero mira que yo tengo una forma de pensar no sé si de pronto sea equivocada Los primeros turistas que tienen que haber en determinada región tienen que ser los mochileros los arriesgados, los que no les importa si encuentro algo si no encuentro nada y ya después de ese

mochilero ya después empiezan a llegar otro tipo de turistas por decir algo nosotros somos un hotel que no somos para nada mochilero O sea porque las tarifas no nos aplica, por ejemplo tú aquí en Salento puedes conseguir para una persona desde 20.000 pesos una cama compartida 25.

DC: en los hostales.

DRR: El tipo Hostal, cama compartida, camarote 20.000 pesos, nosotros somos como referencia de que somos un hotel como más costoso nosotros podemos tener las habitaciones dobles desde 400.000 pesos entonces para nada va a ser llamativo para un mochilero y entonces como te venía diciendo el mochilero es el primero que llega ya después de ahí viene el voz a voz y se va interesando la gente por el destino y ya empiezan a llegar los de mayor poder adquisitivo ese es el público al que nosotros le estamos apuntando Ese es nuestro target que apenas están empezando a viajar apenas el turista del perfil alto apenas está empezando a llegar a estos municipios porque antes eran Cartagena, Santa Marta llegan directamente a Bogotá ni siquiera, algunos Medellín y bajan a Salento otros también van a Santander o sea ya se está empezando como a ver otros sitios.

De acuerdo a esto, la percepción del tipo de viajero depende de hacia el público en el que esta dirigido el establecimiento, sin embargo, se demuestra como la internacionalización del municipio ha ampliado las oportunidades, no obstante, también se da un desplazamiento de los locatarios, si bien la gentrificación no es propiamente un tema o debate dentro de la investigación es en realidad un resultado, es decir, dentro de la investigación se encuentra como fenómeno el desplazamiento y pérdida de los salentinos, algunos vendieron sus viviendas por una mejor oferta, otros, quienes han sido propietarios como en el caso de la familia de David, propietarios por muchos años de una vivienda, vieron la oportunidad de tener un negocio propio, y otros, quienes encontraron tan extraño y diferente su contexto que decidieron vender e irse, pues si bien el turismo ha incrementado para algunos grandes oportunidades para otros ha atraído usuarios que pueden percibir como invasores.

Lo anterior permite analizar el uso del patrimonio urbano específicamente el espacio exterior como un objeto de consumo, es decir, la transformación y los horarios de uso se relacionan con las actividades efímeras y la importancia del peatón o el turista como actores principales, en otras palabras, la imagen y las estrategias desde el propio ordenamiento territorial toma como objetivo principal el desarrollo turístico, por lo tanto, los espacios, la forma, la imagen urbana se direccionan hacia el conservacionismo no de la historia sino de los elementos mercantilizados, tales como el propio paisaje cultural donde la relación urbano-rural es evidente y constante; el patrimonio arquitectónico legado de la colonización antioqueña que caracterizó no sólo la expansión del territorio colombiano sino también el desarrollo de la industria cafetera, y el consumo del café como principal actividad.

6. La tematización de las intervenciones urbanas en centros históricos como parte de la patrimonialización del Paisaje Cultural Cafetero, reflexiones finales.

La intención de este capítulo final es evidenciar los vínculos relativos que existen entre las intervenciones urbanas en los centros históricos y la patrimonialización del Paisaje Cultural Cafetero. Para lograr esto, se retomará la información consignada en los dos capítulos anteriores que corresponden a los resultados de la investigación empírica, mismos que superpondrán los planteamientos teóricos, en especial en el espacio público como elemento transversal y herramienta de análisis. A la vez, se analizarán la relación de los resultados encontrados con respecto a los planteamientos de la propuesta de investigación como la hipótesis y objetivos principales.

Teniendo en cuenta que se presentan dos capítulos de resultados, es importante aclarar que se relacionan intrínsecamente entre sí, solo que por efectos metodológicos y para abarcar una comprensión más amplia del análisis sobre cada uno de ellos, considerando las dos categorías fue necesario dividirlos. En este sentido, se obtuvo la información de dos actores indispensables para entender las diferentes escalas de actuación de la patrimonialización y a su vez los sujetos patrimoniales: los expertos (sujetos institucionales que participaron o tienen conocimiento de causa sobre el PCC) y, los beneficiarios (sujetos que no se encuentran dentro del proyecto del PCC pero que sus acciones o posiciones les permite participar y verse beneficiados directa o indirectamente); y por otro lado se encuentra el objeto, el espacio exterior, proyectado e intervenido, el cual brinda información directa a partir de la cartografía y de la observación del mismo. Para el caso de esta investigación se estableció un orden que va de lo más general a lo particular, en términos de escalas interpretativas, razón por la cual los resultados se presentaron de esa manera, por un lado el Paisaje Cultural Cafetero en relación su conformación tanto conceptual como física, y por otro, las intervenciones urbanas, unas puntuales y otras progresivas, que en primera instancia permitieron comprender el contexto del PCC desde el análisis morfológico, y por otro, dentro de las unidades de análisis las tres concepciones del espacio en relación al tipo de intervención.

La patrimonialización del Paisaje Cultural Cafetero se basa en la representación simbólica de un proceso o hecho particular que permitió la transformación del territorio colombiano y el desarrollo de la industria cafetera. Lo que, en palabras de Delgado, se puede entender como un proceso de *tematización*, es decir, un esquema de representación de lo singular, en este caso, la caficultura como paisaje patrimonializable. Por consiguiente, el reconocimiento del paisaje cultural puede ser implementado como una estrategia más dentro de las industrias culturales, es decir, ya no se contempla el centro histórico de una ciudad o de las grandes ciudades, sino que abarca toda una región y un territorio más

amplio que permite ofertar diversas actividades, en el caso de estudio, la ruralidad y las pequeñas ciudades, ofrecen diversos tipos de turismo además del cultural, como el ecológico y el hecho urbano-rural, los cuales, las grandes ciudades o áreas metropolitanas carecen, es decir, se ofrece al turista toda una serie de actividades que implican la visualización y el contacto con el paisaje (natural) cafetero, pero además la relación urbano-rural a través de la propia comunicación intermunicipal. Delgado (2002) plantea que “más allá de la duración y la profundidad de la mirada que se dirige a lo que le es presentado al turista como *interesante* por su singularidad, la oferta y la demanda turística manipulan un material que no puede ser otro que el de una cierta imagen de *autenticidad*.” Esto conlleva a la creación de un sistema de representación, lo que implica que los actores públicos y privados involucrados saben exactamente “que es lo *diferente*, lo *particular*, y lo *genuino*, que debe ser mostrado y expuesto a disposición y en función del mercado, es decir, el patrimonio como bien de consumo. Esta *tematización* del patrimonio incide en los contextos urbanos y rurales, afectando las áreas económicas o productivas, culturales y sociales. En este sentido, el simbolismo del paisaje cultural aún se puede evidenciar en estas pequeñas ciudades sin necesidad de simularlo, sin embargo, la influencia del turismo ha llegado a modificar y transformar no sólo los centros históricos sino también las ruralidades. Por consiguiente, la singularidad se convierte en un elemento de imagen de consumo y de mercantilización, que puede ser evidenciada en las formas de uso del patrimonio urbano.

La tematización de las intervenciones urbanas en los centros históricos como parte de la patrimonialización del Paisaje Cultural Cafetero es una realidad, si bien los procesos no fueron intencionales en principio, lo son ahora después del reconocimiento de la Unesco. El Quindío como caso de estudio en relación a la declaratoria del PCC se concibe en parte por su conservación patrimonial, pero además por las características territoriales, en relación al paisaje, pero sobre todo por la conectividad, la cual permite mayor apreciación y variabilidad del mismo paisaje cultural, y que en otros casos generó una oportunidad, la creación de las rutas del PCC como forma de desarrollo turístico, pero además de la promoción de la propia marca del PCC. Asimismo, los cuatro municipios analizados permitieron identificar los tipos de intervenciones, pero a su vez, el simbolismo de la plaza y calle real, esto teniendo en cuenta el contexto de pequeñas poblaciones y de la ciudad intermedia.

La patrimonialización del paisaje cultural no se da a partir de la postulación ante la Unesco, es en realidad todo el proceso, acciones, sujetos, ideas e intereses que permitieron la creación de este proyecto, en el cual se debe poner como el primer sujeto patrimonial, la academia; el papel de las universidades y más específicamente el papel de los investigadores, quienes tuvieron no sólo la iniciativa sino también la disposición en este largo proceso de conformación, de lo cual se puede inferir que es el trabajo y estudios realizados previamente que lo conformaron y a su vez, la interdisciplinariedad logro

concebir el paisaje cultural como producto de un proceso histórico sociocultural, que identifica la región. No obstante, el segundo sujeto patrimonial corresponde al Ministerio de Cultura, como un actor integrador, pero también representativo, este, es el principal gestor del patrimonio y de la investigación en términos culturales, por medio de él, se reconoce el patrimonio a nivel nacional y permite la postulación a nivel internacional. Seguidamente, la Federación Nacional de Cafeteros, a quien se le debe en sí misma la posición del café como industria y como símbolo nacional, y que, en este caso, se establece como actor y gestor patrimonial; y por otro lado, aparecen las instituciones complementarias, como los comités de cafeteros municipales, las corporaciones autónomas, los grupos de vigías del patrimonio, historiadores y todo otro grupo de académicos a quienes no se les reconoce públicamente pero que están ahí, inmersos en este gran proyecto.

En primera instancia, el PCC se concibe aun como un proyecto institucional, donde se presenta el paisaje cultural idealizado, la imagen patrimonializable que debe ser cuantificada y cualificada en función en indicadores bajo el plan de manejo establecido ante la Unesco, por otro lado, es un proyecto que genera oportunidades de crecimiento económico, y que la utilización de su marca se pone como una estrategia de mercado. Pero en realidad, el paisaje vivo, el auténtico, se encuentra en las particularidades y en la cotidianidad del propio caficultor, quien, cada vez se encuentra amenazado por la falta de relevo generacional y en otra medida, por el uso de tecnología, algo paradójico, ya que cada vez se reconoce como genuino el cultivo y el proceso manual dentro de la industria del café. En este sentido, la institucionalidad al igual que la declaratoria no aseguran la conservación de la caficultura, bajo el argumento que es un paisaje vivo y en constante cambio, pero, ¿sin ese valor, que se reconoce entonces? Esto indica, que el trabajo de gestión y conservación patrimonial aun es poco, claro, considerando que la declaratoria es reciente, por consiguiente, el papel de las administraciones municipales adquiere un valor agregado, es decir, las acciones e interés que se persigan desde la localidad es lo que garantiza la conservación, pero también el propio reconocimiento, es en este actor donde recae gran responsabilidad, pero que a se ve influenciado por otras instituciones, como la Cámara de Comercio, quien ha aprovechado con mayor consideración el PCC como instrumento turístico, donde se refuerza el giro económico del departamento. Lo que, en otras palabras, genera la internacionalización del patrimonio, claro está, que en otras perspectivas ésta se da por varios actores públicos y privados.

En términos de mercantilización, los elementos y hechos singulares y auténticos se convierten ahora en un producto a comercializar, y no propiamente el café, sino todo lo que gira en él, como productos derivados, el proceso del café y su propio consumo, algo que se evidencia en lo que hoy se conoce como “cultura barista”, esto en relación al mercado global implica la homogenización del mismo, es decir, su venta se diferencia de un “café tradicional” (auténtico) a un “café americano” (global), entre

otros productos, que si bien, se respetan, antes se incrementan las marcas locales y se impide la instalación de grandes compañías dentro de este territorio, como la marca Juan Valdez, se entra igualmente en competencia y en la búsqueda de servicios homogéneos. Por consiguiente, se fomenta una cultura especializada y se amplían las barreras generacionales en el propio consumo, algo que se evidencia en las unidades de análisis, tanto en Armenia como en Salento, el café es la actividad comercial primaria, como hecho social y cotidiano, pero también como mercado.

En este sentido, la internacionalización del patrimonio se concentra en la homogeneidad de servicios, por un lado, el café, pero también la venta de artesanías, como pasa en Salento, es tanta su demanda que la mayor parte de los productos artesanales no son locales ni regionales. Y en otro aspecto, los hospedajes sin importar el giro o categoría se ofrecen en un mercado global por medio de diferentes plataformas, que se complementan por las agencias de viaje o la promoción de tures temáticos, en donde el idioma es vuelve indispensable. En este aspecto, la mayoría de los trabajadores en los diferentes establecimientos específicamente en el caso de Salento, deben dominar el inglés o son capacitados para eso, lo que en otras palabras limita la oferta laboral para locatarios, causando entre muchos otros factores un desplazamiento.

Se puede afirmar que detrás de cada una de esas marcas hay un esfuerzo consciente o inconsciente por desarrollar una estrategia de diferenciación. Se trata de comercializar un producto generando a los ojos de clientes y consumidores características exclusivas que justifiquen su comercialización para una demanda diferente al de sus competidores. Esta estrategia es fundamental para sobrevivir en un mercado globalizado, donde hay un número creciente de productores que compiten con menores costos. Por supuesto, para que un producto diferenciado triunfe es necesario que el consumidor lo identifique como tal, y es en este contexto donde las marcas cobran su mayor importancia.

Las intervenciones urbanas como un ejercicio del ordenamiento territorial conciben las relaciones espaciales de manera simple pero complejas en la práctica. Es importante resaltar que en palabras de Ignasi de Sola-Morales, la intervención es una interpretación del espacio y de su contexto, algo que no debe ser entendido desde lo físico únicamente, sino también en consideración del espacio como producto social. En este sentido, la clasificación de los dos tipos de intervenciones tiene que ver con la realidad misma, es decir, en realidad las intervenciones hacen parte del proceso de transformación del centro histórico, algo que no es estático y que está en siempre constante reconceptualización y modificación, en otras palabras, es siempre una acción progresiva o un conjunto de acciones realizadas en diferentes momentos, pero, en este caso, se dividen como intervención puntual en referencia a un proyecto urbano detonador y puntual, y como intervención progresiva al conjunto de acciones que permitieron tener el centro histórico actual.

Las dos unidades de análisis se deben entender en dos dimensiones en relación a las categorías de ciudad, por un lado, Armenia como ciudad intermedia, donde su centro fue afectado por un desastre natural que sirvió para la modificación de la imagen urbana y renovación del mismo, en este sentido, el centro histórico se da como elemento simbólico y como centralidad urbana bajo una imagen urbana contemporánea, la cual compite con el mismo crecimiento y desarrollo de la ciudad y con las nuevas centralidades. Por otro lado, Salento, pequeña población, donde el centro histórico es centralidad urbana, pero además tiene la cualidad de espacio simbólico social. En este sentido, se da una intervención arquitectónica donde se establece el espacio público como “lo bonito, seguro y limpio” en el espacio exterior, que bien compite con los mismos centros comerciales, pero que admite cierto tipo de apropiación del espacio, ya sea de carácter comercial o cultural. Y una intervención progresiva, pero de características efímeras en relación a los horarios y días de uso, donde el espacio público se conforma como espacio social. Tenemos entonces, un centro histórico contemporáneo, y un centro histórico conservacionista, en los cuales, la plaza y la calle se da como espacios representativos y simbólicos, donde el peatón es el actor principal, es decir, el uso peatonal de espacio en los dos lugares se da como discurso, donde se permite no solo el desarrollo económico sino que reconoce el uso del espacio desde la visión del peatón, es decir, se concibe y se proyecta el espacio público bajo un discurso de defensa y apropiación del peatón. Este hecho, demuestra dos postulados, por un lado, no es un debate ni un interés nuevo, sino más bien se refuerza la evidencia de las problemáticas de la urbanización, pero también, en la idealización del espacio, es decir, la cual el espacio se recorre, se vive socialmente y se da la vida urbana, lo que conlleva al segundo postulado, y es el centro histórico como el espacio público por excelencia, lo que Carrión denomina como el objeto de deseo. Es decir, se proyecta el espacio exterior como el arquetipo del espacio público en todos los sentidos, desde lo político, lo colectivo y lo social.

De acuerdo a lo anterior, se retoma el supuesto del planteamiento de investigación, el cual dice que las intervenciones urbanas en los centros históricos se fundamentan como una estrategia de tematización en la patrimonialización del paisaje cultural como símbolo del territorio, donde se proyecta la calle y la plaza como el arquetipo del espacio público-colectivo por excelencia, y no, como el resultado de una intervención estratégica de un reordenamiento urbano en el ejercicio de introspección de la ciudad y la recuperación del centro histórico. Considerando los resultados y las reflexiones, resulta afirmativo considerar la calle y la plaza como el arquetipo del espacio público, sin embargo, las intervenciones urbanas en este caso si fueron consideradas como intervenciones estratégicas, pero, debido al contexto, la conceptualización de estas intervenciones se da en relación al paisaje idealizado, que si bien, no se dieron de manera directa en la patrimonialización del PCC, se ven fundamentadas en las particularidades de la caficultura.

La tematización de las intervenciones urbanas como parte de la patrimonialización se entienden no desde un solo caso de estudio o única unidad de análisis en relación al territorio del paisaje cultural, es decir, las tematizaciones de los centros históricos se conciben como un fenómeno que se replica en varios municipios, generando un espacio homogéneo. Esto se evidencia en dos aspectos, primero, la relevancia simbólica y comercial de la plaza y la calle en los dos tipos de intervención, ya sea puntual de carácter contemporáneo o progresiva con fines conservacionista, y segundo, se toman los “casos exitosos” como modelos, desde la visión europea hasta las acciones en Salento. Esto manifiesta el discurso del espacio público concebido y proyectado, para el peatón, es el regreso a la ciudad tradicional, las formas de movilidad, y al espacio colectivo como contenedor de la vida urbana.

Por consiguiente, esta investigación concentra sus aportes en los estudios urbanos bajo varios elementos. Primero, la selección del caso de estudio abre el debate sobre lo urbano y lo rural, en el estudio sobre las ciudades medias o intermedias y las pequeñas poblaciones. Segundo, relaciona temas que por lo general se dan de manera aislada y en escala diferentes, por un lado, lo macro, en relación al paisaje cultural, y lo micro en las intervenciones urbanas, tenido como elementos transversales el patrimonio y el espacio público, el cual, además de ser parte del debate teórico, se da como un instrumento de análisis, lo que conlleva al tercer punto, y es la implementación de la metodología, donde análisis morfológico propone la valoración patrimonial conforme a la identificación de los elementos primarios de la ciudad, es decir, aquellos trazados viales y espacios públicos, subdivisiones catastrales o edificios de carácter monumental que han permanecido, no importa que hayan cambiado de uso o significación. Estos elementos dan sentido a la forma de la ciudad, la jerarquizan y la caracterizan.

Tabla de ilustraciones

Ilustración 1. Mapa División Política de Colombia. Fuente: Pagina web www.geoportal.dane.gov.co	43
Ilustración 2. Mapa de las principales tribus indígenas en el tiempo de la conquista. Fuente: (Parsons, 1979)	44
Ilustración 3. Mapa Ruta Camino Nacional. Fuente: (Parsons, 1979)	47
Ilustración 4. Mapa Áreas cafeteras de Colombia. Fuente (Parsons, 1979)	50
Ilustración 5. Contexto departamento del Quindío. Fuente: Elaboración propia a partir de mapa de Google Earth	54
Ilustración 6. Caracterización del área de estudio. Fuente: Elaboración propia	66
Ilustración 7. Relación instrumentos metodológicos. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA	68
Ilustración 8. Instituciones que apoyan y gestionan el PCC. Fuente: (Universidad Tecnológica de Pereira; Universidad del Quindío, 2010)	80
Ilustración 9. PCC. Municipio de Montenegro Fuente: (Ministerio de Cultura Colombia, 2011)	85
Ilustración 10. Mapa del Paisaje Cultural Cafetero: áreas principales y zonas de amortiguamiento	
FUENTE:	PÁGINA
WEB	
HTTP://PAISAJECULTURALCAFETERO.ORG.CO/STATIC/FILES/PRINCIPAL_Y_AMORTIGUAMIENTO.PDF	93
Ilustración 11. Mapa del PCC en el departamento del Quindío. Fuente: http://paisajeculturalcafetero.org.co/static/files/quindiofinal.pdf	94
Ilustración 12. Café Concord Pijao. Fuente: Cifuentes (2017)	95
Ilustración 13. Mapa Municipio de Pijao. Fuente: Grupo Semillero de Investigación en Patrimonio UGCA, 2017	96
Ilustración 14. Acceso Parque del Café. Montenegro. Fuente: Cifuentes, (2017)	97
Ilustración 15. Ficha de análisis morfológico 2. Montenegro. Fuente: Elaboración propia a partir del EOT (2017)	98
Ilustración 16. Ficha de análisis morfológico, Filandia. Fuente: Elaboración propia (2017)	99
Ilustración 17. Ficha de análisis morfológico 2, Filandia. Fuente: Elaboración propia (2017)	100
Ilustración 18. Calle real, Filandia. Fuente: Cifuentes (2017)	101
Ilustración 19. Ficha de análisis morfológico, Salento. Fuente: Elaboración propia (2017)	102
Ilustración 20. Ficha de análisis morfológico 2, Salento. Fuente: Elaboración propia (2017)	103
Ilustración 21. Ficha de análisis morfológico, Armenia. Fuente: Elaboración propia (2017)	105
Ilustración 22. Ficha de análisis morfológico 2, Armenia. Fuente: Elaboración propia (2017)	106
Ilustración 23. Descripción del logo símbolo. Fuente: (Ministerio de Cultura Colombia, 2011)	107
Ilustración 24. catálogo de producto del PCC. Fuente: (Fondo Nacional de Turismo de Colombia, 2016, pág. 5)	109
Ilustración 25. Calle Real Montenegro. Semi-peatonal. Fuente: Cifuentes (2017)	115
Ilustración 26. La plaza y la calle real. Montenegro. Fuente: Cifuentes (2017)	116
Ilustración 27. Centro Comercial de Cielos Abiertos. Armenia. Fuente: Oficina Arquitectura Civil (2006)	117
Ilustración 28. Parque Sucre y Plaza de Bolívar. Armenia. ente: Cifuentes (2017)	118
Ilustración 29. Ficha análisis morfológico-intervención. Armenia 3. Fuente: Elaboración propia (2017)	119
Ilustración 30. Ficha análisis morfológico-intervención, Filandia. Fuente: elaboración propia (2017)	120
Ilustración 31. Ficha análisis morfológico-intervención. Filandia 2. Fuente: elaboración propia (2017)	121

Ilustración 32. Ficha análisis morfológico-intervención. Salento. Fuente: elaboración propia (2017)	122
Ilustración 33. El espacio público simbólico. Fuente: Elaboración propia a partir de mapa de Planeación Municipal, 2017	124
Ilustración 34. Carrera 14. Fuente: Equipo de trabajo de Arquitectura Civil LTDA (Restrepo & Civil, 2008)	125
Ilustración 35. El espacio público interpretado. Fuente: Elaboración propia a partir de mapa de Planeación Municipal, Armenia, (2017)	126
Ilustración 36. Ficha de análisis intervención urbana. Armenia. Fuente: elaboración propia en base a la información del proyecto de Arquitectura & Civil, (2006)	128
Ilustración 37. Mobiliario urbano. Centro Comercial de Cielos Abiertos. Fuente: (Restrepo & Civil, 2008)	129
Ilustración 38. El espacio público intervenido sección 1. Fuente: <i>Elaboración propia a partir de plano del proyecto</i>	131
Ilustración 39. Plaza de Bolívar Armenia. Fuente: Cifuentes (2017)	132
Ilustración 40. Peatonal, Sección 1. Fuente: Cifuentes (2017)	133
Ilustración 41. El espacio público intervenido sección 2. Fuente: Elaboración propia a partir de plano del proyecto	134
Ilustración 42. Peatonal Sección 2. Fuente: Cifuentes (2017)	135
Ilustración 43. Peatonal Sección 2. Fuente: Cifuentes (2017)	136
Ilustración 44. Peatonal Sección 2. Fuente: Cifuentes (2017)	136
Ilustración 45. El espacio público intervenido Sección 3. Fuente: Elaboración propia a partir de plano del proyecto	137
Ilustración 46. El espacio público simbólico Unidad de análisis Salento. Fuente: elaboración propia a partir de mapa de Planeación Municipal (2017)	140
Ilustración 47. Patrimonio Arquitectónico: Plaza Principal, Calle real Fuente: Cifuentes (2017)	142
Ilustración 48. El espacio público interpretado. Fuente Cifuentes (2017)	143
Ilustración 49. La plaza, Salento. Fuente: Cifuentes (2017)	145
Ilustración 50. Movilidad, Salento. Fuente: Cifuentes (2017)	145
Ilustración 51. El espacio público transformado 1 Días entre semana. Fuente: elaboración propia a partir de plano de Planeación Municipal (2017)	146
Ilustración 52. El espacio público intervenido 2. Fines de semana Fuente: elaboración propia a partir de plano de Planeación Municipal (2017)	148
Ilustración 53. Calle Real, fin de semana. Fuente: Cifuentes (2017)	149
Ilustración 54. Calle Real, Salento. Fuente: Cifuentes (2017)	151

Tabla de cuadro

Cuadro 1. Territorios que componen el PCC Fuente: (Ministerio de Cultura Colombia, 2011).....65

Cuadro 1. Territorios que componen el PCC Fuente: Ministerio de Cultura65

Cuadro 2. Clasificación tipos de intervención. Fuente: Elaboración propia67

Cuadro 3. Relaciones entre categorías, variables y elemento de análisis. Fuente: Elaboración propia ..69

Cuadro 4. Sujetos de estudio. Actores institucionales. Fuente: Elaboración propia74

Cuadro 5. Sujetos de estudio. Otros actores. Fuente: Elaboración propia75

Cuadro 7. Síntesis Plan de Manejo. (Universidad Tecnológica de Pereira; Universidad del Quindío, 2010)
.....85

Cuadro 6. Desarrollo cronológico del proyecto. (Universidad Tecnológica de Pereira; Universidad del
Quindío, 2010, págs. 9-1081

BIBLIOGRAFÍA

- Ábalos, I. (2005). *Atlas pintoresco Vol 1: el observatorio*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Arango, S. (1990). *Historia de la arquitectura en Colombia*. Bogotá: Universidad Nacional.
- Baigorri, A. (1995). De lo rural a lo urbano. Hipótesis sobre las dificultades de mantener la separación epistemológica. *V Congreso Español de Sociología*. Granada.
- Bandarin, F., & Oers, R. V. (2014). *El paisaje urbano histórico. La gestión del patrimonio en un siglo urbano*. Madrid: Abada Editores, S.L.
- Bermúdez, A. (2003). Pijaos y Quimbayas: Contacto y extinción. En J. L. Guitiérrez, *Compendio de historia del Quindío* (págs. 13-54). Armenia: Editorial Universitaria de Colombia Ltda.
- Bermudéz, J. C. (Diciembre de 2002). Gestión integral en el territorio. *Armenia, Enfoques de la Reconstrucción*. Armenia, Quindío, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Borja, J. (2000). *ciudad y ciudadanía*. Barcelona.
- Borja, J. (2013). *Revolución urbana y los derechos ciudadanos*. Madrid: Alianza Editorial.
- Borja, J., & Muxí, Z. (2001). Centros y espacios públicos como oportunidades. *Perfiles Latinoamericanos*, 115-130.
- Cadena, O. (2003). La colonización en el Quindío. En J. L. Gutiérrez, *Compendio de historia del Quindío*. (págs. 125-192). Armenia: Editorial Universitaria de Colombia Ltda.
- Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío. (2016). *Estudio de café en el Quindío*. Armenia: Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.
- Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío. (2016). *Turismo en el Quindío. Estudio Comparativo*. Armenia: Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío.
- Cámara de Comercio de Armenia y del Quindío. (2016). *SITUR PCC*. Armenia: Ministerio de Cultura.
- Canclini, N. G. (1999). Los usos sociales del patrimonio cultural. En E. A. Criado, *Patrimonio etnológico. Nuevas perspectivas de estudio* (págs. 16-33). España: Junta de Andalucía, Consejería cultural.
- Capel, H. (2013). La definición de lo urbano. *Scripta Vetera*.
- Cara, R. B. (2004). Patrimonialización de valores territoriales, turismo, sistemas productivos y desarrollo local. *Aportes y transferencias*, 11-24.
- Carrión, F. (2000). *Lugares o flujos centrales: los centros históricos urbanos*. Santiago de Chile: Naciones Unidas. CEPAL.
- Carrión, F. (2001). *Centro Históricos de América Latina y el Caribe*. Quito: FLACSO.
- Carrión, F. (2005). El centro histórico como proyecto y objeto de deseo. *Revista eure*, 89-100.
- Carrión, F. (2010). *Ciudad, Memoria y proyecto*. Quito: OLACCHI.

- Ceratu, M. d. (2000). *La invención de lo cotidiano. Vol 1. Artes de hacer*. México: Universidad Iberoamericana.
- Chavez, M., Montenegro, M., & Zambrano, M. (2010). Mercado, consumo y patrimonialización cultural. *Revista Colombiana de Antropología*, 46(1).
- Choay, F. (2007). *Alegoría del patrimonio*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Choay, F. (2007). El patrimonio histórico en la era de la industria cultural. En F. Choay, *Alegoría del patrimonio* (págs. 189-219). Barcelona: Gustavo Gili.
- Christlieb, F. F. (2014). EL NACIMIENTO DEL CONCEPTO DE PAISAJE Y SU CONTRASTE EN DOS ÁMBITOS CULTURALES: EL VIEJO Y EL NUEVO MUNDO. En S. B. Lobatón, & J. M. Hernández, *Perspectivas sobre el paisaje*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Concejo Municipal Salento. (2001). *Acuerdo N°020*. Salento, Quindío.: Concejo Municipal Salento.
- Concejo Municipal Salento, Quindío. (2001). *Acuerdo N°020. Esquema de Ordenamiento Territorial*. Salento, Quindío.
- Dascal, G. (2007). Reflexiones acerca de la relación entre los espacios públicos y el capital social. En O. Segovia, *Espacios públicos y construcción social. Hacia un ejercicio de ciudadanía* (págs. 44-45). Santiago de Chile: Ediciones SUR.
- Delgado, M. (1999). *El animal público*. Barcelona: Anagrama S.A.
- Delgado, M. (2002). Los efectos sociales y culturales del turismo en las ciudades históricas. *Congreso Internacional sobre el desarrollo turístico integral de las ciudades monumentales*. Granada.
- Delgado, M. (2007). *Sociedades Movedizas*. Barcelona: Anagrama.
- Departamento Administrativo de planeación. (2014). *Ficha Básica Municipal*. Armenia, Quindío.
- Fondo Nacional de Turismo de Colombia. (2016). *Viaja al origen del mejor café del mundo*. Bogotá : Fondo Nacional de Turismo de Colombia; Ministerio de Cultura de Colombia.
- Fonseca, L., & Saldarriaga, A. (1984). *La arquitectura de la vivienda rural en Colombia*. Federación Nacional de Cafeteros; Compañía Agrícola de inversiones S.A.
- Franco, I. D. (2013). Trayectoria y perspectivas del planeamiento estratégico en las ciudades latinoamericanas. En I. D. Franco, *Historiografía y planificación urbana en América Latina*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Frick, D. (2011). *Una teoría del urbanismo*. Bogotá: Universidad del Rosario .
- García, M. G., & Sanchiz, M. B. (2012). El paisaje como medio para la planificación territorial. *ciudades. Universidad de Valladolid*, 115-132.
- Gehl, J. (2013). *La humanización del espacio urbano. La vida social entre los edificios*. Barcelona: Reverté.
- Gómez, C. (2014). El origen de los procesos de patrimonialización: la efectividad como punto de partida. *Educación artística: revista de investigación* , 68-80.

- Gómez, C. A. (2014). Un modelo de análisis para el territorio rural. El caso del eje cafetero colombiano. *Cuaderno urbano. Espacio, cultura y sociedad*, 129-156.
- Gómez, S. P. (1994). *Los jefes de estado ante la industria cafetera*. Bogotá: Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.
- Grammont, H. C. (2004). La nueva ruralidad en América Latina. *Revista Mexicana de sociología*, 279-300.
- Grisales, J. J. (2003). El camino del Quindío en la conformación de la región quindiana. En J. L. Gutiérrez, *Compendio de historia del Quindío*. (págs. 97-121). Armenia: Editorial Universitaria de Colombia Ltda.
- Guerra, F.-X., & Lempérière, A. (1998). *Los espacios públicos en Iberoamérica. Ambigüedades y problemas. Siglos XVIII- XIX*. México: Fondo de cultura económica.
- Holahan, C. J. (2011). *Psicología Ambiental. Un enfoque general*. México: Limusa S.A.
- Kingman Garcés, E. (2013). Historia, genealogía, ciudad. En I. D. Franco, *Historiografía y planificación urbana en América Latina*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Koolhaas, R. (2002). *La ciudad genérica*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Lefebvre, H. (1978). *De lo rural a lo urbano*. Barcelona.
- Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio*. Madrid: Capitán Swing.
- Lobatón, S. B. (2014). Consideraciones teóricas para el análisis del paisaje: la metodología de los eventos racionales. En S. B. Lobatón, & J. M. Hernández, *Perspectivas sobre el paisaje*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- López, S., & Meneses, R. (2008). Espacio público y derecho: reflexiones en torno a la apropiación de las calles en la Ciudad de México. En M. Merino, *Qué tan público es el espacio público en México?* México: Fondo de Cultura Económica.
- Lynch, K. (1984). *la imagen de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Maderuelo, J. (2010). *Paisaje y Patrimonio*. Madrid: Abada Editores.
- Martinez, L. F., & Roa, A. S. (1984). *La arquitectura de la vivienda rural en Colombia*. Bogotá: Federación Nacional de Cafeteros y Compañía Agrícola de Inversiones.
- Martínez, S. (s.f.). Usos y abusos del Paisaje Cultural Cafetero: una reflexión desde el concepto de patrimonio.
- Ministerio de Cultura. (2010). *Lineamientos de política para la recuperación de los centros históricos de Colombia. Documento Conpes 3658*. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Ministerio de Cultura. (2016). *La caficultura como patrimonio cultural, social y productivo. Paisaje Cultural Cafetero de Colombia. Cinco años como patrimonio mundial*. Manizales: Ministerio de Cultura .
- Ministerio de Cultura. (16 de Febrero de 2017). Obtenido de www.mincultura.gov.co

- Ministerio de Cultura Colombia. (2011). *Paisaje Cultural Cafetero*. Bogotá: Ministerio de Cultura .
- Ministerio de Cultura. (sin fecha). *Manual de identidad visual para el símbolo y marca del Paisaje Cultural Cafetero*. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Muñoz, F. (2008). *Urbanización.paisajes comunes, lugares gloables*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Niño Murcia, C. (1996). Principales momentos de formación de las ciudades en Colombia. En J. S. Ferro, *Estudios sobre la ciudad colombiana. Patrimonio urbano en Colombia* (págs. 31-44). Bogotá: Colcultura.
- Ocampo, J. A. (2001). Los orígenes de la industria cafetera, 1830-1929. En A. T. Mejía, *Nueva Historia de Colombia. Volumen V. Economía, café e industria* (págs. 213-312). Bogotá: Planeta Colombiana.
- Ocampo, J. A. (2001). *Nueva Historia de Colombia*. Bogotá: Planeta Colombiana.
- Organización de las Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura. (1999). *Directrices prácticas para la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial*. Francia: UNESCO.
- Palacios, M. (2002). *El café en Colombia 1850-1970. Una historia económica, social y política*. Bogotá: Planeta Colombiana S.A.
- Parsons, J. (1979). *La colonización antioqueña en el occidente de Colombia*. Bogotá: Carlos Valencia Editores.
- Peña, H. (1892). *Geografía e historia de la provincia del Quindío*. Popayán: Imprenta Departamental.
- Planeación Municipal Armenia. (2013). *Acuerdo N° 016*. Armenia: Planeación Municipal Armenia.
- Planeación Municipal, D. A. (2008). Diagnóstico Municipal Armenia. *Plan de Ordenamiento Territorial* . Armenia, Quindío, Colombia: Departamento administrativo de planeación municipal.
- Portas, N. (2003). El surgimiento del proyecto urbano. *Perspectivas urbanas*.
- Prats, L. (2005). Concepto y gestión del patrimonio local. *Cuadernos de antropología social*.
- Rabotnikof, N. (2008). Discutiendo lo público. En M. Merino, *Qué tan público es el espacio público en México?* México, México.
- Ramírez, S., & Saldarriaga, C. (2010). Usos y abusos del Paisaje Cultural Cafetero: una reflexión desde el concepto de patrimonio. *Revista Colombiana de Antropología*, 27-61.
- Restrepo, J. M., & Civil, A. (2008).
- Ríos, V. G. (1988). Espacios exteriores. plumaje de la arquitectura. México: Universidad Metropolitana Xochimilco.
- Rodríguez, M. (2015). Ciudad y prácticas urbanísticas: Plan y proyecto urbabos, escalas y procesos en el urbanismo contemporáneo. En M. Rodríguez, & S. Peña, *Planeación urbana y regional. Teoría y Práctica* (págs. 67-122). Ciudad Juárez: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.

- Sanfeliu, C. B., & Tomé, J. M. (2004). Miradas a otros espacios urbanos: las ciudades intermedias. *Scripta Nova*.
- Santa, E. (1993). *La colonización antioqueña: una empresa de caminos*. Bogotá: Tercer Mundo.
- Santalices, G. C., & Meleán, C. P. (2005). El paisaje urbano como fenómeno . *Portafolio*.
- SANTAMARÍA, J. D. (2010). Made in Colombia. la construcción de la colombianidad a través del mercado. *Revista Colombiana de Antropología*, 27-61.
- Satizábal Villegas, A. E., & Aguirre Ramírez , E. (2017). Proyectos urbanos en las ciudades intermedias del Paisaje Cultural Cafetero Colombiano. En A. G. Milea, *El Patrimonio Urbano-Arquitectónico y el Paisaje: Reflexiones sobres prácticas y su temporalidad* (págs. 15-38). México: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
- Secretaria de Planeación Municipal Filandia. (2000). *Proyecto de Acuerdo Municipal EOT*. Filandia, Quindío.: Secretaria de Planeación Municipal .
- Secretaria de Planeación Municipal Montenegro. (2000). *Plan Básico de Ordenamiento Territorial 2000.2006*. Montenegro, Quindío.: Secretaria de Planeación Municipal.
- Secretaria de Planeación Municipal Montenegro. (2011). *Acuerdo N° 007*. Montenegro, Quindío.: Secretaria de Planeación Municipal.
- Segovia, O. (2007). Espacios públicos urbanos y construcción social: un relación de correspondencia. En O. Segovia, *Espacios públicos y construcción social. Hacia un ejercicio de ciudadanía* (pág. 17). Santiago de Chile: Ediciones SUR.
- Sepúlveda, J. (2003). La creación del departamento del Quindío. En J. L. Gutiérrez, *Compendio de historia del Quindío* (págs. 313-377). Armenia: Universidad de Colombia Ltda.
- Silva Pérez, R., & Fernández Salinas, V. (Noviembre de 2015). Los paisajes culturales de Unesco desde la perspectiva de América Latina y el Caribe. Conceptualizaciones, situaciones y potencialidades. *Revista Invi, Volumen N° 30*, 181-214.
- Solá-Morales, I. d. (2006). *Intervenciones*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Taylor, S., & Bogdan, R. (2013). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. España: Paidós.
- Trujillo, J. N. (2006). Vida cotidiana y mundo urbano:pautas para nuevas relaciones. *la ciudad creada: algunas pautas para definir el sentido de pertenencia a Bogotá en la actualidad*. Bogotá, Colombia: Gualteros Trijullo.
- UNESCO. (1992). *Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural*.
- Universidad Tecnológica de Pereira; Universidad del Quindío. (2010). Paisaje Cultural Cafetero: una aproximación desde la institucionalidad emergente. *Paisaje Cultural Cafetero Colombiano*. Pereira, Risaralda, Colombia: Publliprint LTDA.
- Urquijo, P. (2014). El paisaje como concepto geográfico, histórico y ambiental. En S. B. Lobatón, & J. M. Hernández, *Perpespectivas sobre el paisaje*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Valencia Barrera, G. A., Rojas Arias, M. Á., & Beltrán Franco, M. E. (2015). *Armenia enclave exportador de cafe. 1927-1959*. Bogotá: Ministerio de Cultura .

Valencia Barrera, G. A., Rojas Arias, M. Á., & Beltrán Franco, M. E. (2015). *Armenia, enclave exportadora de café 1927-1959*. Bogotá: Ministerio de Cultura.

Villarroya, A. A. (2009). La patrimonialización de la cultura y sus paradojas postmodernas. En I. M. Gabriel Gatti Casal de Rey, *La patrimonialización de la cultura y sus paradojas* (págs. 131-156). España: Universidad el País Vasco.