

Potenciando las percepciones estratégicas de un distrito gastronómico en el barrio Laureles de Medellín

MANUEL VÉLEZ VAHOS¹

CLAUDIA VÉLEZ OCHOA²

Artículo recibido: Enero 29 de 2025 - Artículo aceptado: Abril 22 de 2025

Vélez Vahos, M; Vélez Ochoa, C. (2025) Potenciando las percepciones estratégicas de un distrito gastronómico en el barrio Laureles de Medellín. *Escribanía*, V23i1 <https://doi.org/10.30554/escribania.v23i1.5321>

Resumen

El presente estudio evalúa la potencialidad del barrio Laureles en Medellín, para convertirse en un distrito gastronómico. Lo anterior se define con la exploración de fortalezas gastronómicas, cartografía de actores creativos y la percepción cultural de su entorno. Es importante el refuerzo en las industrias creativas y culturales con la transformación urbana y su rol en la creación de espacios que promuevan la identidad cultural y económica del territorio. Dicha exploración se realiza a través de una investigación cualitativa que incluye revisiones documentales, cartografía social y entrevistas a expertos; donde se muestra un alto potencial para consolidar el barrio como un distrito gastronómico, gracias a su oferta culinaria diversa y un tejido social dinámico. Sin embargo, también se señalan desafíos como la estratificación, que podría comprometer su identidad cultural. Así pues, se subraya la importancia del fortalecimiento en alianzas entre actores locales e instituciones para garantizar un desarrollo sostenible y equilibrado.

Palabras claves: Economía creativa, distrito gastronómico, transformación urbana, turismo.

- 1 Administrador de Empresas Turísticas. Magister en Industrias Creativas y culturales. Caja de compensación familiar de Antioquia - CONFAMA. Medellín – Colombia. manuelvelez1999@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0008-6782-1483>
- 2 Publicista. PhD en Comunicaciones de la Universidad Ramón Llull. Docente investigadora en la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín – Colombia. claudia.velezchoa@upb.edu.co
<https://orcid.org/0000-0002-8894-6049>

Boosting strategic insights into a food district in Medellín's Laureles neighborhood

Abstract

This study assesses the potential of the Laureles neighborhood in Medellín to become a gastronomic district. This is defined by exploring its gastronomic strengths, mapping creative actors, and the cultural perception of its surroundings. Strengthening the creative and cultural industries is important, as is urban transformation and its role in creating spaces that promote the cultural and economic identity of the territory. This exploration is carried out through qualitative research that includes documentary reviews, social mapping, and expert interviews. It shows significant potential to consolidate the neighborhood as a gastronomic district, thanks to its diverse culinary offerings and dynamic social fabric. However, challenges such as stratification, which could compromise its cultural identity, are also highlighted. Thus, the importance of strengthening partnerships between local actors and institutions to ensure sustainable and balanced development is underscored.

Keywords: Creative economy, gastronomic district, urban transformation, tourism.

Introducción

La creatividad ha sido fundamental para la evolución humana, permitiendo soluciones a problemas sociales y económicos. Su origen etimológico proviene del latín *creo*, que significa: hacer surgir (Llorca, 2020). Desde lo pragmático, la creatividad es esencial en la transformación del entorno con sus acciones presentes en el desarrollo social de los territorios. Por ello en la actualidad, se promueven nuevos modelos de pensamiento basados en la innovación, que recurren cada vez más a procesos infundados para impulsar una economía de consumo basada en la creatividad.

Repercutiendo en diversos modelos de acción para la operación de estas industrias, encontrando la figura de distrito, a manera de conglomerados en espacios urbanos en el que un conjunto de actores económicos, no económicos e institucionales (vinculados a la economía creativa) trabajan por un desarrollo común a través de procesos de creatividad (Carrizo, 2021), tratándose del lugar en el que se presentan los ecosistemas creativos, como un sistema conformado por comunidad de organismos (personas y entidades) que habitan, colaboran y se relacionan en los campos de la creación en un espacio y período específico (Uribe & Trujillo, 2021).

Lo anterior permite el desarrollo de las sociedades en su concepción creativa e inmersa. Según la forma del discurso en la planificación, esta materialización narrativa afirmativa el cambio de imagen en la ciudad a partir de estas intervenciones (Arango-Marín, 2022), por lo que es indispensable que se realice una buena política pública, como lo expresa Romero, (2021) en mayor medida, la resolución de las problemáticas propias del territorio debe abordar inequidades sociales y conflictos internos, dentro de su planeación urbana entre entidades territoriales y actores inmersos para la conformación de un ecosistema urbanístico, turístico y social (Verduzco & Valenzuela, 2018). Mediante la adaptación de estos espacios en la convergencia hacia territorios sustentables a través de la regeneración urbana.

Por lo que se ve fortalecido en soluciones de diseño capaz de articular y cualificar el entorno, promoviendo integración social y participación comunitaria. Sin ignorar los procesos contraproducentes que emergen en su transformación. La creación de un distrito gastronómico no solo tiene como objetivo impulsar la economía local a través de la generación de empleo y la atracción de inversión, sino también posicionarse como destino turístico atractivo que promueva la identidad cultural y la diversidad gastronómica.

Estas planificaciones se anexan en ciudades creativas, donde esta denominación se identifica como un factor estratégico para el desarrollo urbano sostenible (UNESCO, s.f.).

Medellín, trabaja en tácticas gastronómicas desde 2015, esto, gracias al crecimiento que ha tenido en términos culturales y de innovación en las industrias creativas. Así, la ciudad determina la vocación territorial de sus espacios. Por ejemplo, El Distrito San Ignacio se enfoca en la cultura; el Distrito del Perpetuo Socorro, en el sector creativo; y por último está el Distrito especial de ciencia, tecnología e innovación. En estos espacios se buscan “procesos culturales para lograr la vinculación de grupos más amplios de personas en todos los territorios, contribuyendo a afianzar el encuentro ciudadano y la participación cultural, así como las oportunidades de empleo y desarrollo económico del sector” (Alcaldía de Medellín, 2020, p.112) vinculando modelos públicos y privados en la conversación.

Industrias creativas y culturales

La historia de las Industrias Culturales y Creativas, que según Adorno y Horkheimer (1988) se remontan al auge del capitalismo avanzado, donde la cultura comenzó a ser producida en masa bajo lógicas industriales. En su obra *Dialéctica de la Ilustración* (1944), ambos filósofos de la Escuela de Frankfurt critican lo que llaman: industria cultural, señalando que los productos culturales, al ser estandarizados y repetitivos, pierden su capacidad crítica y emancipadora, convirtiéndose en herramientas de dominación ideológica.

Ahora bien, a partir de la conceptualización creativa a mediados del siglo XX con una aportación de J.P Guilford en 1950 y el desarrollo de este concepto “se presenta como una herramienta para que los sujetos sean capaces de resolver esta serie de fenómenos complejos que forman parte de su contexto social y del día a día” (Cancino & Picos, 2018, p. 169), se empieza a trabajar desde las ciencias sociales como la psicología, filosofía y antropología; dónde esta última, desarrolló el concepto de creatividad como mecanismo social.

Según Romero (2021) estas industrias son “vínculo con la identidad y el reconocimiento de la sociedad que por medio de la creatividad busca compartir y llegar a otros lugares; este nuevo horizonte se logra con dos movimientos clave: disrupción cultural y creativa” (p. 31). Una visión que se ha construido con Horkheimer & Adorno (2023) desde sus inicios con la escuela de Frankfurt en el siglo XX, al reconocer desde su óptica, la transformación de su experiencia estética, que por primera vez se propaga por los grandes sectores económicos (Díaz Munizaga, 2013). El desarrollo de estos movimientos clave en su planificación social brindan desde actores económicos en creación hasta nuevos modelos sociales y financieros.

Además, incorporándose a estos actores, el factor cultural relaciona uno de sus pilares de acción donde la industria cultural parte de la economía que experimenta un desarrollo continuo centrado en producción de bienes y servicios relacionados con aspectos culturales. Esto incluye áreas como arte, entretenimiento, diseño, arquitectura, gastronomía; entre otros (Rodríguez Torres, 2021) y es gracias a dichos campos culturales que se observa su relación social con la creatividad como valor agregado.

Vale la pena decir, que en el modelo de la economía naranja estas actividades se dan a través de ideas que se convierten en servicios y productos culturales, también entendidas como “aquellas relacionadas con las industrias que crean, promueven, promocionan o comercializan los bienes, servicios o actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (Barragán & González, 2020, p. 120).

La visión de estas actividades dadas desde los modelos creativos abre el desarrollo económico a partir de sus construcciones sociales. Una economía creativa según lo que propone el Banco Interamericano de desarrollo BID: “engloba todas las referencias al sector cultural desde la dimensión económica, industrias culturales y creativas, industrias culturales, industrias creativas y economía naranja” (2018, p. 7); por lo que le permite a los territorios especializarse en uno o más componentes conformados en los sectores creativos los cuales “abarcan todos los sectores cuyas actividades se basan en valores culturales o expresiones artísticas y otras expresiones creativas, individuales o colectivas” (Unión Europea EU, 2018, p. 23).

Distrito gastronómico

Para entender el distrito gastronómico, primero se deben conceptualizar los distritos creativos y culturales desde su importancia en las sociedades, ocupando un lugar destacado en estrategias locales, por sus desafíos relacionados con el crecimiento territorial y con la revitalización urbana.

Es por ello que, dentro de los ecosistemas culturales se forman proyectos urbanos denominados distritos creativos, comprendidos desde su relación “con unos espacios geográficos muy precisos que se delimitan y reconocen mediante decisiones administrativas de los entes territoriales o a través de instrumentos de ordenamiento territorial” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo- MinCIT, 2022, p. 3), concebidos desde el conjunto de numerosas conexiones entre los actores creativos sus expresiones y personas que residen, experimentan y utilizan estos espacios. De esta manera, se crean relaciones mutuamente beneficiosas entre todas las partes implicadas (Trujillo, 2021). Es esta perspectiva ecosistémica la que propicia y promueve la aparición de enfoques relacionados con innovadores modelos de cooperación y colaboración,

enfocándose en el beneficio conjunto en lugar del poder con ventajas de un grupo reducido de personas.

Las características específicas del dinamismo de la Economía Creativa se personifican en un espacio geográfico determinado, que constituyen identidad del eje y base para la aglomeración de sus actores (Closs y Rocha de Oliveira, 2018) los cuales se tipifican de acuerdo con cada vocación productiva del territorio, de este modo se confluye en distritos gastronómicos.

Los distritos gastronómicos de Bogotá, como La Candelaria, La Macarena y Usaquén, se consolidan como espacios donde la gastronomía trasciende la simple alimentación para convertirse en una manifestación cultural rica en expresión, símbolo y lenguaje. Estos circuitos integran la oferta culinaria con el patrimonio histórico y actividades culturales, ofreciendo experiencias únicas que combinan la gastronomía con la historia y el arte. Martínez (2024), en su ponencia: Circuitos Gastroculturales en Bogotá, Colombia; indica que en estos espacios la expresión se manifiesta en la diversidad de sabores y técnicas culinarias que reflejan la identidad de las comunidades locales. Los restaurantes y cafés, muchos ubicados en edificaciones patrimoniales, ofrecen desde platos tradicionales colombianos hasta propuestas innovadoras que fusionan diferentes cocinas del mundo. Esta variedad gastronómica permite a los visitantes experimentar una conexión profunda con la cultura local a través del paladar. El símbolo se hace presente en la forma en que estos distritos utilizan la gastronomía para representar y preservar la historia y las tradiciones de Bogotá; por ejemplo, en La Candelaria los establecimientos no solo ofrecen comida sino que también promueven actividades culturales como música en vivo y exposiciones de arte, creando un ambiente que simboliza la riqueza cultural de la ciudad. El lenguaje se expresa en la narrativa que acompaña a cada plato y en la interacción entre cocineros y comensales. Las historias detrás de las recetas, los ingredientes locales y las técnicas de preparación se comunican y comparten, fortaleciendo el sentido de comunidad y pertenencia. Este intercambio convierte a la gastronomía en un medio de comunicación que trasciende las barreras lingüísticas y culturales. En conjunto, los distritos gastronómicos de Bogotá no solo ofrecen una experiencia culinaria, sino que también actúan como plataformas para la expresión cultural, la representación simbólica y el diálogo a través del lenguaje de la comida. Estos espacios contribuyen al desarrollo turístico y cultural de la ciudad, al tiempo que fortalecen la identidad y el orgullo de sus habitantes.

De acuerdo con lo anterior, se indica que para que se den estos tipos de distritos se debe contar con una cultura gastronómica en el territorio como lo expresa el autor Ochoa & Santamaria, "la alimentación, son acciones inevitables del ser humano

que implican conocimiento, organización, tradición, gusto, hábitos e ideas, que están presentes en los individuos y la sociedad” (2012, p. 153), entendida como vector de vertebración comunitaria, es decir, como construcción social de acuerdo con la postura de Martínez & Galarraga (2022). Entrelazando los conceptos de gastronomía y sociedad como eje conductor cultural, se busca representación en el desarrollo local por parte de este sector productivo como de centros de acción que acompañen estas culturas desde el turismo gastronómico, definido como:

Herramienta que permite el desarrollo sostenible de los territorios, mediante la conservación de este patrimonio y la incorporación de la modernidad a la gastronomía mediante la introducción de, por ejemplo, nuevos ingredientes, nuevas formas de elaboración o nuevas formas de consumo (Sobrado, 2018, p. 67).

Lo anterior indica que esta oportunidad permite revivir tradiciones perdidas, reavivar prácticas culinarias antiguas, apreciar los recursos y productos locales autóctonos del territorio, así como su perseveración mediante el desarrollo turístico con su cultura culinaria. Es decir, se brindan experiencias de valor para los comensales al desarrollar procesos creativos en cada uno de los actores de la cadena de valor al entender la gastronomía creativa mediante el uso de alimentación y personas que transmiten sus emociones.

Esto, fomenta la creatividad en la creación de platos que satisfacen necesidades básicas, sin descuidar los elementos culturales, con un constante afán de lograr autenticidad y una armoniosa mezcla de sabores (Ochoa & Santamaria A, 2012).

Transformación urbana

La transformación social se vive en un territorio que opta por su desarrollo a partir de las industrias creativas y culturales, debe estar planificado desde una cultura urbana, que sustente el proyecto desde una política pública la cual según lo expresan Posada & de León: “protege y alimenta la innovación y la experimentación investigadora frente a la novedad, fomenta el uso de herramientas en red desde la escuela y participa en la definición de las estrategias de ciudad” (2019, p. 131), acompañando el proceso de transformación social para la consolidación de una regeneración urbana. Se trata de un medio para conectar y mejorar el entorno urbano mediante inclusión social e involucración activa de los ciudadanos lo que permitirá mejorar el entorno de ciudad al fomentar inclusión social y un ambiente urbano mejorado.

En el fomento de una preparación social, este se da con prácticas que permiten coproducción de narrativas de planificación, reuniendo el conocimiento de los miembros de comunidad local y experiencia capacitada de los planificadores urbanos (Ely-Ledesma,

2022). Allí se proporcionan todas las aptitudes en su transformación hacia un distrito creativo, también previendo las dinámicas sociales y económicas del lugar; una estrategia adecuada que “puede contribuir a la creación de espacios o lugares relevantes que generen beneficios sociales, culturales, económicos y ambientales para la sociedad con una visión adecuada de sus implicaciones temporales” (Padrón Lotti, 2022, p. 91).

Converge entonces, en un modelo adecuado de uso, para no contar con procesos de gentrificación. El avance de estos procesos ha estimulado un aumento significativo en los costos de vivienda, permitiendo desaparición de los pequeños comercios locales, el incremento en el número de turistas y viviendas destinadas al turismo, así como apropiación privada de áreas públicas, y degradación de calidad de vida de los residentes del barrio (Rodríguez, 2023), con una influencia directa a los actores territoriales del lugar impactado desde su transformación urbana.

Metodología

La presente investigación llevó a cabo un enfoque cualitativo que empleó un método fenomenológico-interpretativo del tipo estudio correlacional entendido como *“the way in which we make sense of our lived experiences in the world, how we describe and articulate them, and how we come to understand the meaning of our experiences”* (Manen. 2015, p. 6). Siendo este enfoque fundamental a la hora de entender los comportamientos sociales en un territorio específico, sus dinámicas de consumo y las relaciones que se tejen.

En el proceso de investigación se aplicaron técnicas para obtener una comprensión completa del fenómeno estudiado. Estas incluyeron:

Revisión documental, donde se partió del entendimiento de fenómeno asociado y cómo este a partir de su desarrollo, es el eje transformador. Según Hurtado, (2008) en esta se recopila información escrita sobre un tema específico para identificar variables relacionadas, directa o indirectamente, con el tema. Esto permite vincular relaciones, posturas o etapas que reflejan el estado actual del conocimiento sobre ese fenómeno o problema.

Cartografía social, entendida como una construcción social que se desarrolla a partir de las significaciones y usos que los sujetos construyen cotidianamente, a partir de historias comunes, usos y sentidos. Así como sujetos somos seres con historia, el territorio también la tiene y esa historicidad es construida en forma colectiva.

A partir de estos criterios, se establece como muestra la delimitación espacial propuesta del distrito. Tomamos del Barrio Laureles, de Medellín, desde la carrera 73 hasta

su intersección con la circular tercera, continuando hasta la carrera 76 y abarcando el segundo parque de Laureles. Luego, se retorna por la Avenida Nutibara hasta llegar nuevamente a la circular tercera del barrio Laureles. Esta delimitación se justifica por el hecho de que la mayor parte de la oferta gastronómica del barrio se concentra en esta zona, representando aproximadamente un 86% del total, con un total de 125 establecimientos gastronómicos.

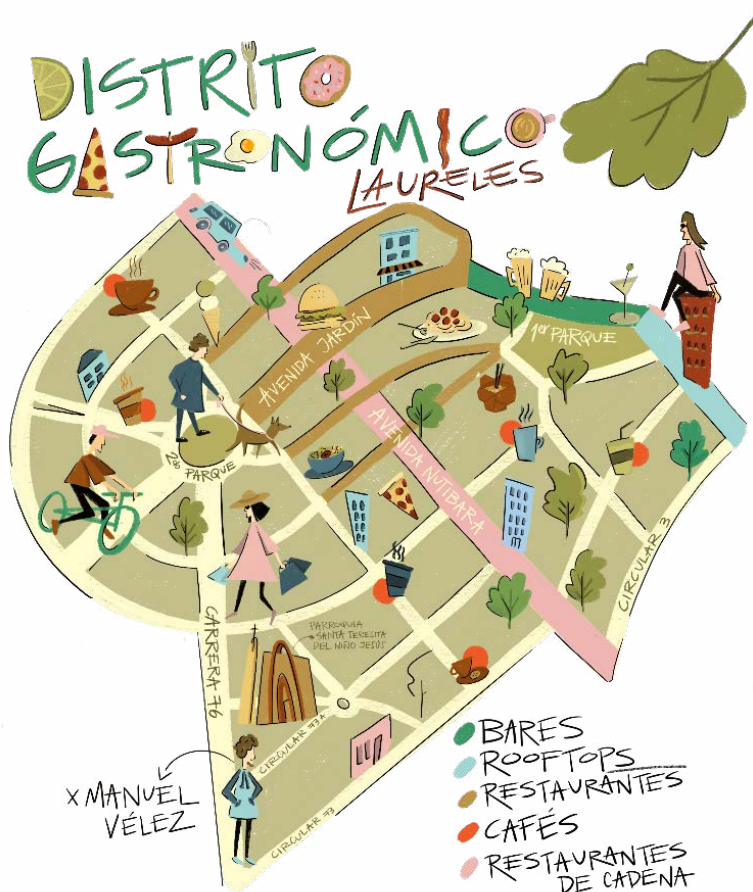


Figura 1. Distrito gastronómico de Laureles-Medellín

Nota: Elaborado por Mansur, 2024 Derechos de autor.

Se encontró a partir de la información suministrada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia - MinCIT (2022) la siguiente categorización: restaurante, restaurante de autoservicio, restaurante de comida rápida, comida callejera,

camiones de comida, fruterías, heladerías, salsamentarias, panaderías o reposterías, piqueteadero, cevicherías y pescaderías. Evaluando de acuerdo las dinámicas económicas del territorio las siguientes tipologías definidas como:

- Restaurantes: Establecimientos gastronómicos que ofrecen servicio a la mesa y que generalmente cuentan con una carta o menú.
- Restaurantes de comidas rápidas: Establecimientos gastronómicos donde el tiempo de entrega es máximo de 10 minutos.
- Heladerías: Establecimientos que ofrecen una variada gama de paletas, raspados de hielo y helados artesanales o de producción industrial.
- Panaderías, reposterías, pastelerías o chocolaterías: Establecimientos de elaboración y venta de toda clase de panes, galletas, pasteles, tortas, postres, chocolates y en algunos casos comidas saladas.
- Cafés o cafeterías: Establecimientos que tienen como actividad principal la venta de café, infusiones y otras bebidas calientes y en algunos casos comidas.
- Cevicherías y pescaderías: Establecimientos gastronómicos o puestos en los que se venden pescados y mariscos preparados listos para el consumo inmediato. MinCIT (2022; p. 4, 5)

Construcción de entrevistas: se seleccionaron 14 expertos por su experiencia en distritos culturales o su conocimiento específico en la gestión de restaurantes dentro del área de interés. Ellos son propietarios de establecimientos, administradores y actores sociales. Dichos entrevistados se dividieron en dos grupos para un contraste de perspectivas. El primer grupo incluye a siete expertos en el campo de las industrias creativas y culturales, mientras que el segundo está compuesto por siete especialistas en gastronomía de la ciudad de Medellín. Las entrevistas se organizaron en dos bloques de preguntas: el primero enfocado en el sector cultural del territorio y el segundo en los componentes gastronómico y creativo. Además, se incluyó un análisis del factor de transformación social presente en la zona de incidencia.

Posteriormente, utilizando el método de muestreo por redes, como describe Hernández-Ávila & Escobar “se usa en grupos de difícil acceso y se basa en encontrar un individuo de esta población; que este pueda referir a otros y estos a otros, de forma sucesiva, hasta obtener la muestra determinada en el diseño metodológico” (2019, p. 79). Se procedió a contactar a individuos de esta población inicialmente accesibles, quienes a su vez referenciaron otros, generando así una cadena de contactos hasta alcanzar los objetivos propuestos en este estudio.

Resultados

Para entender el barrio Laureles como un territorio gastronómico, a partir de las técnicas metodológicas, se logra obtener los resultados planteados desde tres frentes, como lo es el análisis bibliográfico, la puesta en marcha de una cartografía social y entrevistas a expertos que nos brindaron una conceptualización amplia de esta investigación.

En primera instancia, la revisión documental nos permitió entender el territorio como un organismo vivo, a partir de sus dinámicas culturales, sociales y económicas que permean al barrio Laureles de componentes creativos en la ciudad de Medellín. Por esta razón, el enfoque metodológico se basó en seleccionar y revisar artículos científicos relacionados con el tema, localizados principalmente en las revistas indexadas en Scielo, Dialnet, Scopus y Google Academic, entre otras bases de datos especializadas, con un rango de fechas de búsqueda entre los años 2017-2024. Apoyada en documentos oficiales e informes que permiten un entendimiento más amplio del distrito. Se destaca su desarrollo, entrelazando dinámicas residenciales y económicas. Así mismo, su transformación pública que permea en continua conversación con los diferentes actores de la cadena productiva; compilada a partir de su transformación urbanística y planeación pública.

En una segunda instancia, se llevó a cabo la conceptualización de una cartografía social, un método crucial para el desarrollo de la investigación. Este enfoque permite comprender el espacio a través de su delimitación, sus vocaciones gastronómicas y las dinámicas sociales que lo caracterizan, junto con la vida de sus residentes. Así, el territorio se concibe como un organismo vivo y creativo en constante evolución. Se decidió delimitar el área de incidencia para el distrito, con base en inventario de actores gastronómicos, clasificándolos de acuerdo con las tipologías descritas anteriormente y las dinámicas culturales que se viven. La localización del distrito gastronómico se encuentra en el barrio Laureles en la ciudad de Medellín, Antioquia. Sus límites están marcados por la carrera 73 Avenida Jardín, la diagonal 74A Avenida Nutibara, hasta llegar al segundo Parque de Laureles para cerrar el perímetro en la carrera 76 hasta la circular 3, donde se conecta nuevamente con la Avenida Jardín.

La cartografía alimentaria del barrio Laureles en Medellín revela una red diversa y compleja de dinámicas relacionadas con el acceso, la producción y el consumo de alimentos. Se identificaron zonas con alta concentración de supermercados, restaurantes y tiendas de conveniencia, en contraste con áreas donde el acceso a alimentos frescos es limitado. La presencia de mercados locales, evidencia iniciativas comunitarias orien-

tadas a la soberanía alimentaria. Además, el estudio mostró una preferencia creciente por alimentos procesados, influenciada por el ritmo urbano y las dinámicas laborales del sector. Esta información permite visibilizar desigualdades y oportunidades para fortalecer la seguridad alimentaria en el barrio. El estudio cartográfico permitió entender el espacio que converge la mayor densidad de actores gastronómicos, albergando 125 establecimientos conformados y legalizados por la Registro Único Empresarial y Social- RUES. (2024) El conocimiento de campo conformó unas dinámicas marcadas para el distrito, este se zonifica desde la vocación del establecimiento como se visualiza en la figura 1. En la Circular 3, hasta el primer parque de Laureles, se observa un predominio de modelos de **rooftop**. A lo largo de la Avenida Nutibara, se destacan los **restaurantes de cadena**, mientras que el primer parque es conocido por sus **bares**. La Avenida Jardín, por su parte, se distingue por la diversidad de opciones gastronómicas de sus **restaurantes**, actuando como el eje principal que atrae a visitantes y turistas. Además, es interesante cómo los **cafés** se integran con las áreas residenciales que caracterizan el territorio.

Este entendimiento territorial nos da una visión en las dinámicas del barrio con la temporalidad de los establecimientos desde su modo de conectividad y vinculación dentro los diferentes actores.

En la elaboración de los dos centros temáticos llevados a cabo en las entrevistas, fue necesario hablar desde lo general a lo particular. La primera parte aborda la transformación que ha experimentado el barrio Laureles. La mayoría de los expertos coinciden en que la vocación del territorio ha sido moldeada por dos sectores económicos clave: la gastronomía y las casas de moda. La directora del Distrito San Ignacio en Medellín indica que: “era un barrio de casas grandes, de familias afamadas y ahora tiene una cantidad de oferta gastronómica y de espacios para estar” (A. M. Muñoz, comunicación personal, 7 de septiembre de 2024). El encargado del centro de emprendimiento CESDE (Centro de estudios especializados), indica que en Laureles se vive una sinergia gastronómica y de hábitat, los espacios de diseño, arte y cultura a partir de su expresión artística, cultural y creativa del territorio, (N, Vera, comunicación personal, 12 de septiembre de 2024).

Aunque Laureles aún es reconocido como un barrio tradicional de Medellín, donde conviven residentes y comerciantes, en la última década ha desarrollado una identidad culinaria que le otorga un estatus distintivo. Sin embargo, esta identidad ha sido influenciada por la estratificación social y la turistificación del barrio. Es decir, en muchos barrios urbanos, la estratificación social y la turistificación se entrelazan, transformando el tejido social y económico de la zona. La **estratificación social** se

manifiesta en la coexistencia de diferentes niveles socioeconómicos, donde ciertos sectores del barrio cuentan con mejores servicios, vivienda y acceso a oportunidades, mientras otros enfrentan precariedad y exclusión. A esto se suma la **turistificación**, un proceso por el cual el barrio se adapta cada vez más a las necesidades del turismo, con la proliferación de alojamientos temporales, comercios enfocados en visitantes y el aumento del costo de vida. Este fenómeno, aunque puede dinamizar la economía local, también desplaza a residentes tradicionales y altera las dinámicas cotidianas del lugar, generando tensiones entre lo local y lo global.

A medida que se entrelazan y coexisten diferentes dinámicas en el barrio, se observa un aumento en la conversión de casas antiguas en nuevos espacios de alojamiento para turistas. Este proceso suele ir acompañado de remodelaciones arquitectónicas que, en muchos casos, no preservan las fachadas originales. Varios profesionales en territorios y regiones de Comfama (Caja de Compensación Familiar de Antioquia), coinciden en la necesidad de “crear normativas para la protección y salvaguardia de estas viviendas” (J. S. López, comunicación personal, 7 de septiembre de 2024). Al poner en el radar estos modelos económicos, se busca visibilizar el barrio, que ya posee una connotación histórica, y asegurar que dicha transformación no comprometa su legado histórico y cultural, reflejado en sus calles.

La gastronomía, como eje creativo en Laureles, representa un modelo económico clave que ofrece a residentes y visitantes una amplia variedad de opciones en restaurantes. El barrio cuenta con propuestas gastronómicas que abarcan desde cocina internacional y fusión, hasta cafés y comida rápida, todo ello sin perder su carácter de espacio familiar ni el reconocimiento de sus distintivas dinámicas culturales.

Al evaluar las dinámicas territoriales que se desarrollan en sus calles, se propuso entender a Laureles como un distrito gastronómico, aunque sin haber sido formalmente designado como tal. Los expertos coincidieron en esta percepción de manera unánime. Esta visión se justifica por la alta concentración de establecimientos gastronómicos en un espacio relativamente pequeño, así como por la diversidad de opciones para los comensales, trazando dinámicas de consumo tanto dentro como fuera de los locales. Se ha formado una economía circular en torno a su oferta gastronómica, gracias a la infraestructura y el capital humano ya presentes, lo que permite que funcione efectivamente como un distrito constituido, representando un avance significativo en su desarrollo.

En sus aspectos positivos, el distrito se destaca como un generador de empleo desde su concepción, propiciando el desarrollo de propuestas gastronómicas creativas basadas en reflexiones sobre el consumo, la relación con el productor local y la

manipulación de alimentos. Estas expresiones artísticas, combinadas con la riqueza alimentaria y las dinámicas culturales, permiten generar tracción y fomentar el florecimiento económico a partir de sus tendencias.

Por otro lado, no se ignoran los problemas que se presentan, como la percepción de inseguridad y el manejo de los residuos, los cuales limitan el desarrollo del espacio público y su apropiación cultural. Debido al flujo turístico que atrae Laureles, los expertos enfatizan en las dinámicas de consumo que estos pueden generar si no se controlan, así como en la transformación territorial, que se ha manifestado en la estratificación y el cambio vocacional del área.

Al finalizar el proceso de entrevistas se ratifica que los interrogados en su totalidad se involucran en proyectos culturales que generan un valor agregado para los actores económicos del territorio, aportando desde su formación, asesoría y conexión con diferentes públicos. Lo anterior busca establecer alianzas exploratorias en colaboración con las instituciones, fortaleciendo los procesos activos dentro del territorio y fomentando el florecimiento de ecosistemas económicos y culturales. Con estas acciones, se aspira a transformar el distrito en un modelo de desarrollo sostenible, donde la cultura y la gastronomía se entrelazan para consolidar el modelo de distrito.

Discusión y conclusiones

El barrio Laureles cuenta con una combinación única de factores que lo posicionan como un territorio ideal para la implementación de un distrito gastronómico. La alta densidad de establecimientos culinarios, que abarca desde restaurantes tradicionales hasta propuestas innovadoras de cocina internacional, refleja la capacidad del barrio para atraer a una amplia variedad de públicos, tanto ciudadanos como turistas. Esta diversidad culinaria se complementa con la presencia de habitantes locales que participan activamente en las dinámicas culturales y sociales del barrio, lo cual refuerza su potencial. Además, la infraestructura existente y la conectividad del barrio dentro de la ciudad de Medellín facilitan la integración de Laureles en un circuito turístico más amplio, aumentando su atractivo como destino gastronómico.

La caracterización del barrio resalta su evolución hacia un espacio con una fuerte identidad gastronómica. A lo largo de los años, este barrio ha pasado de ser predominantemente residencial para convertirse en uno de los focos gastronómicos de Medellín. Esta transformación ha sido impulsada por la apertura de una variedad de restaurantes, bares y cafés que no solo han diversificado la oferta culinaria, sino que también han cambiado la percepción del barrio desde su connotación de ocio y entretenimiento. La interacción entre los residentes y los establecimientos comercia-

les ha creado una sinergia que fortalece el tejido social y cultural. Sin embargo, este crecimiento también ha traído desafíos, como la necesidad de equilibrar el desarrollo económico con la preservación del carácter residencial y educativo. A pesar de estos desafíos, la consolidación como espacio de encuentro gastronómico le otorga un perfil que lo distingue de otros espacios de la ciudad.

La cartografía revela una distribución estratégica de actores gastronómicos que favorecen la creación de un ecosistema cohesivo. Esta cartografía no solo identifica la ubicación física de los establecimientos, sino que también resalta las dinámicas sociales y económicas que caracterizan cada zona. Por ejemplo, la Avenida Jardín se distingue por su amplia oferta de restaurantes que actúan como ejes de atracción tanto para habitantes como visitantes, mientras que otras áreas, como el Primer Parque de Laureles, es conocida por sus bares y cafés, que fomentan un ambiente de convivencia y esparcimiento. La cartografía también evidencia cómo la concentración de estos actores en áreas específicas facilita la creación de un distrito gastronómico que pueda aprovechar las sinergias entre los diferentes establecimientos mencionados. Este mapeo es crucial para entender las dinámicas territoriales y para planificar intervenciones que potencien su desarrollo como distrito gastronómico, garantizando la sostenibilidad y el equilibrio entre actividades económicas y bienestar de los residentes.

Un hallazgo revelador de la presente investigación es la identificación de la turistificación como un fenómeno emergente en Laureles, que ha generado tensiones significativas entre pobladores y actores económicos. La creciente afluencia de turistas trae consigo una serie de cambios que, aunque beneficiosos para la economía local, han tenido consecuencias adversas para los habitantes tradicionales del barrio. Estos cambios incluyen: aumento en los precios de vivienda y conversión de domicilios en alojamientos turísticos; esto conlleva al desplazamiento de familias y el deterioro de la cohesión social en sus áreas físicas. Expertos y residentes coinciden en la necesidad urgente de establecer regulaciones y políticas públicas que protejan la memoria cultural y social de Laureles, asegurando el desarrollo económico y calidad de vida de los actores sociales y turísticos.

Existen oportunidades significativas para el desarrollo territorial, especialmente si se fortalecen las alianzas entre los actores locales y las instituciones para gestionar de manera sostenible el crecimiento del sector de cocina y turismo. Por todas estas razones y para finalizar, las condiciones actuales del barrio Laureles de la ciudad de Medellín lo convierten en una puesta sólida para el desarrollo de un distrito gastronómico que puede impulsar la economía circular con su herencia sociocultural.

La relación entre los hallazgos de la cartografía participativa y la revisión documental revela una coincidencia clara en el reconocimiento del barrio Laureles como un espacio en transformación hacia un distrito gastronómico. Mientras los documentos oficiales y académicos destacan el crecimiento planificado de la oferta culinaria como una estrategia de valorización urbana y atracción turística, los hallazgos en territorio evidencian una expansión más espontánea, impulsada por la iniciativa privada y la demanda creciente de residentes y visitantes. Sin embargo, ambos enfoques convergen en señalar el impacto de este proceso en la identidad barrial, el aumento de los precios del suelo y la reconfiguración del espacio público, lo cual plantea la necesidad de políticas integradoras que articulen desarrollo económico con sostenibilidad social y cultural.

Referencias

- Adorno, T., & Horkheimer, M. (1988). *La industria cultural: iluminismo como mistificación de masas. Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Alcaldía de Bogotá. (2 de junio de 2021). ¿Qué son los Distritos Creativos y cómo ayudarán a la reactivación de la ciudad? Alcaldía de Bogotá. Recuperado el 30 de agosto de 2023 de <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/cultura-recreacion-y-deporte/que-son-los-distritos-creativos#:~:text=Colombia%20cuenta%20con%2042%20Distritos,consolidar%20y%20potenciar%20estos%20territorios>.
- Alcaldía de Medellín. (2020) Plan de desarrollo Medellín futuro 2020-2023. https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/medellin/Temas/PlanDesarrollo/Publicaciones/Shared%20Content/Documentos/2020/DocumentoFinal_PlanDesarrolloMedellin2020-2023_MedellinFuturo.pdf
- Arango-Marín, M. (2022). Transformación urbana reciente y turismo globalizado en el centro de Medellín. *Anales de Investigación En Arquitectura*, 12(1), pp. 1–9. <https://doi.org/10.18861/ania.2022.12.1.3218>
- Banco Interamericano de desarrollo BID. (2018). *Economía creativa en América Latina y el Caribe: Mediciones*. Biblioteca Felipe Herrera del Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/es/economia-creativa-en-america-latina-y-el-caribe-mediciones-y-desafios>
- Barragán C., J. N., & González, F. (2020). El Emprendedurismo en una Economía Naranja. Contextualización Empírica Internacional. *Revista Daena: International Journal of Good Conscience*, 15(1).
- Cancino, G. C., & Picos, A. P. (2018). La creatividad y sus componentes. *Creatividad y sociedad: revista de la Asociación para la Creatividad*, (27), 167-183.
- Carrizo, J. G. (2021). El distrito cultural y creativo del Digbeth (Birmingham, Reino Unido) y sus planes de regeneración urbana. *Arte y Políticas de Identidad*, Vol. 25, pp. 181–204. <https://doi.org/10.6018/reapi.506261>
- Closs, L. Q., & Oliveira, S. R. D. (2018). Análise da cidade baixa como polo criativo potencial. *REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)*, 24(1), 208-237. <https://seer.ufrgs.br/index.php/read/article/view/62076>
- Díaz M. (2013). *Industrias culturales e industrias creativas, evolución histórica y conceptual, confluencias y divergencias: El caso de Santiago creativo, plataforma para la exportación de la industria creativa*. [Tesis de Doctorado]. Universidad Nacional de Chile.
- Ely-Ledesma, E. (2022). Impulsando metodologías de participación latina en la planificación urbana: Utilizando prácticas para el desarrollo económico local. *Estudios Latinos*, 20 (3), 368-389.

- González, B., A. G. (2020). Economía del siglo XXI. *Revista De Ciencias Sociales*, 26(4), pp. 450-464. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i4.34673>
- Hernández-Ávila, C. E., & Carpio Escobar, N. A. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Alerta, Revista científica Del Instituto Nacional De Salud*, 2(1), 75–79. <https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535>
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (2023). *Dialéctica de la Ilustración: fragmentos filosóficos*. Trotta.
- Hurtado, J. (2010). Guía para la comprensión holística de la ciencia. *Caracas (Venezuela): Fundación Sypal*, 133.
- Llorca, C. M. (2020). La creatividad. Genealogía y contextos sociales de un término (muy) reciente en español. *Tonos digital*, (38), 1-23. <http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/2410/1130>
- Martínez de Albéniz, I, y Galarraga, A, (2022). Dilemas paradigmáticos y procesos de innovación en la cultura gastronómica del País Vasco. *European Public & Social Innovation Review*, 7(2), pp. 84-98. <https://doi.org/10.31637/epsir-2022-203>
- Martínez, V. (2024, 6 al 12 de mayo) *Festival Internacional de la imagen* [Paper presentation]. Circuitos Gastroculturales en Bogotá, Colombia. <https://revistasoj.s.ucaldas.edu.co/index.php/FII/article/view/9843/7755>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo- MinCIT (2022a). Guía legal de los prestadores de servicios turísticos gastronomía y bares turísticos. *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. <https://www.mincit.gov.co/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion/guias-legales-de-los-prestadores-de-servicios-turi/28-09-2022-guia-pst-gastronomia-sept2022.aspx>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo- MinCIT (2022b). Kit de herramientas. ADN más productivos hacia la sostenibilidad de Áreas de Desarrollo Naranja. *Colombia productiva*. <https://doi.org/10.4067/s0250-71612018000200239>
- Posada, J. G., & de León, J. F. (2019). Repensar las políticas culturales locales. *Periférica Internacional. Revista Para El análisis De La Cultura Y El Territorio*, (20), pp.128–131. <https://doi.org/10.25267/Periferica.2019.i20.16>
- Van Manen, M. (2023). *Phenomenology of Practice: Meaning-Giving Methods in Phenomenological Research and Writing* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003228073>

