

COMO CITAR ESTE ARTÍCULO:

Fierro, C. (2015). La relación entre turismo, diseño y regeneración urbana del espacio público en la ciudad de Pasto (Colombia). *Revista de Antropología y Sociología: VIRAJES*, 17 (2), 209-234.

VIRAJES

LA RELACIÓN ENTRE TURISMO, DISEÑO Y REGENERACIÓN URBANA DEL ESPACIO PÚBLICO EN LA CIUDAD DE PASTO (COLOMBIA)*

CRISTINA FIERRO CASTRO**

Recibido: 20 de febrero de 2015

Aprobado: 8 de agosto de 2015

Artículo de reflexión

* Este artículo es producto de la investigación previa de la autora titulada "Carnaval de Negros y Blancos, turismo y transformaciones urbanas en la ciudad de San Juan de Pasto" que le sirvió para obtener el título de socióloga.

** Socióloga de la Universidad del Valle. E-mail: cristinafierrocastro@gmail.com.

Resumen

Objetivo. El propósito de este artículo es estudiar la relación entre el turismo y el diseño urbano especialmente orientado al espacio público en Pasto (Colombia), una ciudad en vías de desarrollo turístico. **Metodología.** Los interrogantes planteados en este artículo, pretenden ser respondidos mediante una perspectiva cualitativa que integra el diseño etnográfico y la revisión documental principalmente. **Resultados.** Se observa la transformación espacial que ocurre a través del proceso de turistización que vive la ciudad y los procesos de regeneración urbana vinculados con la actividad turística. **Conclusión.** Las modificaciones urbanas creadas para mejorar la calidad de vida de los habitantes de una ciudad, cuando se les percibe bajo la lógica del consumo y la promoción turística, también se empiezan a ver como técnicas y estrategias implementadas por las ciudades y las administraciones locales para volverse más atractivas e incentivar las visitas, el turismo y la inversión.

Palabras clave: Pasto, turismo, espacio público, diseño y regeneración urbana, sociología de la urbanización.

THE RELATIONSHIP BETWEEN TOURISM, DESIGN AND URBAN REGENERATION OF PUBLIC SPACE IN THE CITY OF PASTO (COLOMBIA)

Abstract

Objective. The purpose of this article is to study the relationship between tourism and urban design specially oriented to public space in Pasto (Colombia), a city in the process of tourism development. **Methodology.** The questions raised in this article are intended to be answered by a qualitative perspective that integrates mainly ethnographic design and literature review. **Results.** Spatial transformation that occurs through the touristification process the city is going through and the urban regeneration processes related to the tourist activity are observed. **Conclusion.** Urban changes designed to improve the quality of life of the inhabitants of a city, where they are perceived under the logic of consumption and tourism promotion, also begin to be seen as techniques and strategies implemented by cities and local governments to become more attractive and encourage visits, tourism and investment.

Key words: Pasto, tourism, public space, design and urban regeneration, sociology of urbanization.

Introducción

Es de todos conocida la manera cómo el turismo se ha convertido en una de las mayores industrias en el mundo, debido al dinamismo y potencial para el desarrollo de las comunidades y regiones a nivel global, convirtiéndose en uno de los sectores de la economía más importantes, especialmente dado su impulso y evolución [...] Todas las ciudades, de algún modo, han virado parte de su atención hacia este sector de la economía y la cultura, favoreciendo entre sus políticas la promoción y desarrollo de infraestructuras y equipamientos en diferentes escalas y alcances. (Rivera, 2010, p. 2)

El turismo es concebido como un fenómeno social que consiste en el desplazamiento de carácter voluntario y temporal por parte de individuos o grupos de individuos que por diversos motivos como el ocio, el entretenimiento, la cultura, el descanso o la salud, dejan su lugar de origen para trasladarse a otro por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, donde no realizan ninguna actividad lucrativa o remunerada, generando en el proceso múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural (de la Torre, 1980; Mathieson and Wall, 1982; OMT, 1993). Este fenómeno social que primero fue privilegio de élites adineradas y con tiempo disponible se ha ido masificando debido a factores como el desarrollo de diversos medios de transporte, vías, infraestructuras, así como a la apertura de fronteras a nivel mundial. Con la masificación del turismo, y con su consolidación como actividad social y económica, surge la necesidad de nuevos y múltiples espacios destinados al ocio y el entretenimiento. Cada destino empieza a buscar la forma de venderse, de volverse más atractivo y sostenible, se comienzan a buscar los recursos que son ‘turistizables’, es decir, todo aquello que se puede ofrecer al turista; algunos tienen el clima, la geografía y la naturaleza de su lado, otros pueden recurrir a los recursos culturales, patrimonio-identitarios (Santana, 2003a; Salinas y Medina, 2009).

Concentrándonos en el caso de Pasto se puede observar que teniendo una economía mayormente agropecuaria y centrada en los sectores primario y secundario, la ciudad ha tratado de explorar otros recursos en los últimos veinticuatro años en particular los de tipo cultural y en especial aquellos relacionados al Carnaval de Negros y Blancos, el cual se celebra anualmente y que es reconocido a nivel nacional e internacional sobre todo desde su nombramiento como patrimonio inmaterial de la humanidad a partir del año 2009.

El turismo en la actualidad se constituye como una expresión del mercado globalizado que pretende legitimar y justificar el aprovechamiento

de todo tipo de áreas y poblaciones que puedan tener alguna expresión cultural, social, histórica o ecosistémica que pueda servirles para promocionarse como productos o destinos turísticos (Pedreño y Ramón, 2009). Bajo el argumento de la conservación, el desarrollo y la modernización, el turismo busca involucrar a diferentes agentes tales como gobiernos, organizaciones y poblaciones, para tratar de insertarlas en el mercado global. El declive progresivo que han experimentado la ganadería, la pesca artesanal, la agricultura y la explotación de bosques, se convierte en un aliciente que incentiva a buscar otras actividades económicas; presentando al turismo como una especie de solución milagrosa que se encargará de brindar empleo y bienestar (Santana, 2003b).

De esta forma, y al igual que muchas otras ciudades, Pasto ha intentado entrar en la industria mundial del turismo buscando obtener mayores recursos económicos para ser más competitiva, atractiva y sostenible; generándose así cambios a nivel de todas las estructuras del poder local y cambios en los sectores económico, social y cultural, lo cual ha impactado en la imagen de la ciudad —que últimamente y de manera progresiva se ha estado renovando para adquirir matices más turísticos—, lo que se ha visto representado en la creación de hoteles, aparición de restaurantes, adecuación y mejoramiento de espacios públicos, entre otros.

Partiendo de la importancia que toma el turismo a nivel mundial, y de su valor como actividad económica, no es difícil entrever su relación con la construcción, transformación y disposición de los espacios y las ciudades. De ahí que parte de los cambios y las dinámicas que se han venido produciendo sobre los espacios urbanos puedan explicarse a través de las intervenciones urbano-arquitectónicas proyectadas para albergar actividades dedicadas al turismo o que están vinculadas al ocio o espectáculos de consumo masivo (Rivera, 2010). La forma en cómo estos espacios se disponen y se configuran tiene una estrecha relación con las visiones o las imágenes que proyectan o desean tener las ciudades.

Hoy en día, la búsqueda de competitividad y productividad a nivel económico lleva a las ciudades a explorar nuevos recursos e ingeniar nuevas estrategias que las hagan más atractivas para el público. En la búsqueda de lograr estos objetivos, el turismo se vuelve un factor clave: ¿qué se puede vender de una ciudad?; ¿qué eventos se pueden realizar o promover para atraer inversionistas y visitantes?; ¿qué prácticas, lugares, y espacios pueden atraer turistas? Estos son algunos de los interrogantes que buscan responder las urbes para poder competir en la industria turística, la cual cobra un gran valor; por ello, es de vital importancia estudiar los cambios y las dinámicas que se han venido produciendo sobre los espacios

urbanos y las ciudades como producto de los procesos de ‘turistización’¹ (Rivera, 2010). Las posiciones en el ámbito del patrimonio se mueven desde el rechazo de plano al fenómeno turístico hasta la exigencia por parte de muchas poblaciones para manejar turística-económicamente el patrimonio, argumentándolo como factor de desarrollo.

De acuerdo con todo lo anterior, y debido a la influencia que ejerce el turismo en la transformación tanto de los territorios como de las comunidades que los habitan, este artículo se concentra en estudiar la relación entre el turismo generado por el Carnaval de Negros y Blancos, así como en el diseño y transformación urbana, concentrándose especialmente en el espacio público de la ciudad de Pasto.

Para el desarrollo de los intereses investigativos de este artículo se empleó fundamentalmente una perspectiva cualitativa, en donde primó el diseño etnográfico especialmente la observación participante y la realización de entrevistas. El trabajo etnográfico se basó en un seguimiento y acompañamiento detallado de todo cuanto ocurría en la senda por la que transita el carnaval, en tres momentos claves: antes, durante y después del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto de 2014. Además de la información obtenida por medio de la etnografía y la observación participante también se incluyeron, como fuentes de apoyo secundarias, noticias de periódicos y una serie de documentos institucionales que dan cuenta de aspectos clave para la investigación tales como el diseño de vías y la implementación de espacios públicos² en el período de tiempo comprendido en el estudio.

En la primera parte del texto se intentará contextualizar al lector sobre Pasto, se mencionarán algunos indicadores turísticos de la región y

¹ Por turistización se entenderá el proceso de inserción de las ciudades y los territorios a la modernidad y al mercado capitalista a través del turismo y las transformaciones que implican esta inserción tanto de tipo físico especialmente referidas al desarrollo de infraestructura y ocupación urbana como de tipo social y económico concernientes a los cambios en las dinámicas del mercado local para satisfacer las necesidades y exigencias de la actividad turística.

² El concepto de espacio público que se maneja en este artículo se basa en que, para la sociología, el territorio no es clasificado por quién es su dueño sino por quién hace uso de él. En la sociología se suele caracterizar la *vida pública* como una situación en la que predomina el anonimato y la flexibilidad de los vínculos donde los individuos tienen la libertad de establecer contacto o distanciarse según su voluntad. El espacio público se caracterizaría por una *integración parcial*, un sistema social abierto y la interacción entre desconocidos. La característica distintiva del espacio público es su grado de accesibilidad o la posibilidad de su uso sin restricciones para cualquiera. En sentido sociológico, el *espacio público* es el espacio de uso público (Schlack, 2007). Entonces el espacio público sería aquel que puede ser usado sin restricciones por cualquier persona o al menos restricciones de tipo económico, de afiliación, pertenencia, clase social o de exclusividad entre otros porque la restricción legal, el control y la vigilancia estatal siempre estarían presentes en este tipo de espacios tal como lo menciona Salcedo: “mientras con anterioridad a la era moderna los espacios públicos estaban destinados a expresar el poder del soberano, en el mundo moderno se orientan hacia prácticas disciplinarias, a obtener una completa docilidad del cuerpo, los espacios públicos pasaron a ser un lugar de castigo real a un espacio de vigilancia” (2002, p. 11).

se hablará sobre su atracción turística más emblemática: los Carnavales de Negros y Blancos. Posteriormente, se enunciarán las transformaciones más significativas que han tenido lugar en el espacio público en los últimos 14 años y se analizará cómo el proceso de turistización de Pasto, encarnado en el carnaval (en busca de nuevos mercados e industrias turísticas), se convierte en un motor de transformación espacial a través del cual podemos observar la relación entre turismo, diseño y regeneración urbana.

La ciudad y su carnaval

Pasto

San Juan de Pasto es la capital del departamento de Nariño (Colombia), según datos de proyección del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) para el 2012 contaría con 423217 habitantes. A nivel nacional es reconocida como la “ciudad sorpresa de Colombia”. Posee en el comercio, los servicios, la industria, la artesanía y la actividad agropecuaria sus mayores fuentes de recursos económicos. Se destaca en el procesamiento de alimentos y en las artesanías, por ejemplo, en la talla en madera, en el trabajo del barniz, la elaboración de muebles y las cerámicas (Ruano y Eraso, 2006, como se citó en Paz Romero, 2010, p. 34).

Para el transporte terrestre está el Terminal de Transportes de Pasto S.A., en el que operan las principales empresas y por el cual viajan aproximadamente dos millones de pasajeros al año. El transporte aéreo se realiza a través del Aeropuerto Antonio Nariño a 35 km de la ciudad y está ubicado en el municipio de Chachagüí (Paz Romero, 2010, p. 34).

Sin embargo, y como se mencionó anteriormente, pese a ser una ciudad epicentro de una economía mayormente agropecuaria y centrada en los sectores primario y secundario, Pasto también es reconocida a nivel nacional e internacional por el Carnaval de Negros y Blancos; es por esto que en los últimos veinticuatro años la ciudad ha tratado de explotar otros de sus recursos naturales y culturales especialmente.

Carnaval de Negros y Blancos de Pasto

El Carnaval de Negros y Blancos de Pasto se lleva a cabo fuera del calendario tradicional de los carnavales de todo el mundo, enmarcado por las fiestas paganas y cristianas en el período de cuaresma o de la primera luna llena en primavera; sus orígenes están ligados a las fiestas andinas ancestrales, a las que posteriormente se integraron tradiciones europeas y

africanas (Orozco, 2010, como se citó en Paz Romero, 2010, p. 35). Aunque existen varias versiones sobre su fecha de fundación todas coinciden en que ocurrió a principios del siglo XX (Fundación Estanislao Merchancano, 2012).

Desde hace más de noventa años se le conoce como el Carnaval de Negros y Blancos, celebrándose: día de la “Familia Castañeda” y de lo rural americano, el 4 de enero; día del “juego de Negros y de África”, el 5 de enero y día del “juego de Blancos y de Europa”³, el 6 de enero. La fiesta como tal tiene desde 1927 una programación oficial organizada en la que pastusos y visitantes pueden gozar del juego y disfrutar de los desfiles, bailes y comparsas que inicialmente duraban solo dos días: el 5 y 6 de enero. Sin embargo, con el pasar de los años, se han ido incorporando aquellas tradiciones que en la actualidad hacen parte integral del carnaval. Por ejemplo, desde 1975, se ha dispuesto un día para el ‘Carnavalito’ generalmente celebrado el 3 de enero y en el que se lleva a cabo una representación infantil de motivos alegóricos, murgas, comparsas y disfraces. El 4 de enero se celebra en Pasto la “Llegada de la familia Castañeda” recordando a aquellos campesinos de El Encano, aunque otras fuentes dicen que eran antioqueños (Fundación Estanislao Merchancano, 2013), que llegaron por El Ejido el 4 de enero de 1928 en romería hacia Las Lajas y que fueron invitados con el fin de disfrutar de los carnavales del 5 al 6 de enero.

El 5 de enero es la fiesta de los ‘Negritos’ o de la ‘Pintica’, esta celebración se remonta al siglo XIX en el Gran Cauca; fecha en la que los esclavos consiguieron como reivindicación social que la Corona Real les concediera un día libre para su disfrute. En este día los esclavos iniciaron la tradición de aplicar “betún y hollín” a los blancos para así quedar todos iguales. El sentido cultural de esta fiesta es el de recuperar el origen común de todos los ciudadanos, gracias a que todos los rostros pierden la identidad debido a las pintas generalmente de color negro; aunque con el paso del tiempo se han incluido más colores (Alcaldía de Pasto, 2011, p. 192-196).

A finales del siglo XIX nuevos sectores sociales como el campesinado y los artesanos se integraron al carnaval para jugar un papel fundamental en la producción manufacturera; en este contexto aparece el 6 de enero como “el día de los blanquitos”, día en que los artesanos participan —desde 1920— con su creatividad y su trabajo manual plasmados en carrozas y grandes esculturas de papel.

De acuerdo a las estadísticas tomadas por el Grupo de Protección, Turismo y Patrimonio Nacional (MEPAS) de la Policía Nacional, para

³ Todas estas celebraciones hacen hincapié en la importancia del mestizaje cultural europeo, latinoamericano y africano para la conformación de la identidad del pueblo pastuso.

épocas de precarnaval (28 de diciembre de 2013 a 1 de enero de 2014) y de carnaval (2 al 6 de enero de 2014), sobre la llegada de turistas y visitantes a la ciudad por vía aérea y terrestre y la demanda de servicios hoteleros, se pudo concluir que el carnaval se constituye en un pico turístico importante para Pasto y que por ello no es de extrañar que de este fenómeno se desencadenen toda una serie de procesos espaciales y sociales en toda la ciudad (ver tablas 1 y 2).

Tabla 1. Estadística carnaval (del 28 de diciembre de 2012 al 06 de enero de 2014).

N°	ITEM DE EVALUACIÓN		FECHAS												
	CATEGORÍA		28/12/2013	29/12/2013	30/12/2013	31/12/2013	01/01/2014	02/01/2014	03/01/2014	04/01/2014	05/01/2014	06/01/2014	TOTAL		
1	OCUPACIÓN HOTELERA	NACIONALES	953	907	719	621	752	1590	2621	3733	4156	2689	18741		
		EXTRANJEROS	125	190	125	60	46	81	85	166	152	105	1135		
		TOTAL	178	1097	844	681	798	1671	2706	3899	4308	2794	19876		
	LLEGADA VUELOS NACIONALES	Ciudad de Bogotá	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	32		
		Ciudad de Cali	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	11		
		TOTAL DE PERSONAS LLEGADAS	145	327	316	210	218	327	328	335	344	299	2849		
2		TOTAL DE PERSONAS SALIDAS	235	271	203	197	204	249	310	341	355	371	2736		
3	VEHÍCULOS ENTRADOS AL DEPARTAMENTO	PEAJE DAZA	3292	4159	2954	1179	2251	723	3644	4335	4020	2653	29210		
		PEAJE PLACER	2507	3309	3061	1666	1929	3357	2383	2855	3841	2653	27561		
		PEAJE DAZA/PEAJE PLACER	5799	7468	6015	2845	4180	4080	6027	7190	7861	5306	56771		

Fuente: elaboración propia de la autora con base en las estadísticas del grupo MEPAS.

Tabla 2. Porcentajes carnaval (del 28 de diciembre de 2012 al 06 de enero de 2014).

N°	ITEMS	FECHAS										
		28/12/2013	29/12/2013	30/12/2013	31/01/2013	1/01/2014	2/01/2014	3/01/2014	4/01/2014	5/01/2014	6/01/2014	
1	CANTIDAD DE TURISTAS EN HOTELES	1078	1097	844	681	798	1671	2706	3899	4308	2794	
		TOTAL	19876									
2	CONTROL ESTABLECIMIENTOS HOTELES	108	100	100	110	111	118	121	128	128	128	
3	CAPACIDAD DE CAMAS POR TOTAL DE HOTELES	3762	3314	3562	3644	3750	3709	3835	4051	4007	4022	
	Camas por hotel (En promedio)	34.83333333	33.14	35.62	33.12727273	33.78378378	31.4322034	31.69421488	31.6484375	31.3046875	31.421875	
4	PORCENTAJE OCUPACION HOTELERA	28/12/2013	29/12/2013	30/12/2013	31/01/2013	1/01/2014	2/01/2014	3/01/2014	4/01/2014	5/01/2014	6/01/2014	
		30.9%	33%	24%	20%	24%	52.5%	85.5%	entre 80 y 90	entre 80 y 90	88.90%	
	CAMAS OCUPADAS	1162.458	1096.934	840.632	743.376	885	1947.225	3278.925			3575.558	

Fuente: elaboración propia de la autora con base en las estadísticas del grupo MEPAS.

Espacios públicos y turismo de carnaval en Pasto (2000-2014)

Como ya se ha mencionado el turismo ha servido como herramienta de crecimiento y proyección internacional de las ciudades, y parte de este crecimiento y proyección se relaciona con el desarrollo urbano, puesto que la actividad turística ejerce una fuerte influencia a la hora de diseñar y regenerar los espacios públicos; ya que gran parte del turismo de urbes tiene como finalidad conocer las ciudades la actividad a la que los turistas le dedican más cantidad de tiempo es al recorrido de calles, plazas, parques, entre otros. Esto convierte al espacio público en el espacio por el que el turista más se moviliza y por lo tanto uno de los espacios que requiere mayor intervención e inversión por parte de las administraciones locales; cuando lo que se intenta es proyectar o mejorar un destino turístico o en vías de turistización (Romeo, 2012). El caso de Pasto no es distinto. El Carnaval de Negros y Blancos, principal atracción turística de la ciudad, tiene un carácter altamente popular y gran parte de sus eventos transcurren en calles, plazas, casetas y tablados⁴ provisionales que se instalan en puntos clave de la ciudad para que los asistentes puedan gozar de los desfiles, conciertos y demás espectáculos mientras se dedican al juego con espuma carioca, talco y cosmético. De ahí que el espacio público represente un papel importante en lo que respecta a la proyección turística de la ciudad.

A lo largo de esta investigación se lograron identificar dos tipos de transformaciones en el espacio público de Pasto, a saber: las primeras son de tipo provisional y las segundas son de carácter permanente. Las transformaciones de tipo provisional incluyen cierre de calles y vías para el paso vehicular, adecuación de casetas, tablados, baños, estaciones de policía, puestos de salud temporales y ventas populares en el espacio público, los cuales debido al carnaval son usados extensivamente por turistas y residentes. En los días de carnaval es común ver en las calles aglomeraciones de personas que luchan por transitar a puntos clave como las plazas del Carnaval y de Nariño y la avenida de los Estudiantes; personas que se apropian del espacio público para comercializar sus productos o familias numerosas que simplemente se apropian de andenes y calles enteras para poder ver los desfiles, impidiendo que los peatones se movilen. No obstante, teniendo en cuenta que la ciudad de Pasto tiene un

⁴ Los tablados son discotecas y tarimas provisionales que se instalan durante el carnaval y eventos especiales en parqueaderos, lotes libres y otro tipo de lugares que luego recobran sus funciones habituales.

problema de déficit de espacio público (del cual se hablará más adelante), la situación se vuelve extremadamente incómoda tanto para la movilización de los desfiles como para el tránsito de peatones, así como para la simple asistencia y observación de los eventos del carnaval.

A partir de este problema de movilidad, y de falta de espacio para la realización de eventos, CORPOCARNAVAL instala desde el año 2000 unas graderías que han sido ubicadas en diversos sectores por los cuales transcurren los desfiles con la finalidad de generar más capacidad de carga de público tanto turista como residente en la senda del carnaval; en la actualidad hay aproximadamente 6000 puestos de gradería y el público que desee acceder a ellos debe pagar un bono de \$ 80.000 por los cuatro días de desfiles. Estas graderías son la última transformación de tipo provisional en el espacio público que este trabajo investigativo ha podido encontrar y su implementación ha sido fuente de debates, ya que hay diversas posiciones encontradas: mientras unos las apoyan y comprenden que son fuente de ingresos para el sostenimiento y funcionamiento de la Corporación del Carnaval, otros las consideran como el primer paso a la privatización del evento.

A renglón seguido se hablará de las transformaciones en el espacio público de la senda del carnaval de tipo permanente, las cuales incluyen: la creación de la Plaza del Carnaval; plan de movilidad y adecuación de vías; creación del Museo del Carnaval de Negros y Blancos; apertura del Centro de Documentación del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad y transformaciones en la terminal y aeropuerto de Pasto.

Plazas

La transformación en el espacio público de tipo permanente más emblemática es sin duda la creación de la Plaza del Carnaval. A mediados del año 2000 se da una renovación urbana inspirada en la cultura y el carnaval, el proyecto se denominó: "Plaza del Carnaval: recuperación cultural, física y social del Veinte de Julio. Municipio de Pasto", la cual fue una iniciativa de la administración local en cumplimiento al programa de gobierno, al Plan de Desarrollo y al Plan de Ordenamiento Territorial que para ese entonces (año 2001) había presentado al Congreso de la República el proyecto de ley que buscaba el reconocimiento del carnaval como patrimonio inmaterial de la Nación.

El proyecto de renovación urbana pretendía la recuperación del barrio Veinte de Julio ubicado en el centro de la ciudad y de manera adyacente a la plaza principal que presentaba un alto deterioro urbanístico, social,

cultural, económico y ambiental afectado por diferentes factores entre ellos podemos mencionar la ocupación inadecuada del espacio público por vehículos y vendedores callejeros, aumentando el conflicto de accesibilidad y movilidad. Además, de la escasa capacidad propia de la estructura y de su estado, existía también un alto grado de contaminación visual, auditiva y ambiental conllevando al deterioro de la calidad y percepción del paisaje urbano.

El sector del Veinte de Julio era conocido por su alto nivel de violencia, expendio de sustancias psicoactivas, prostitución y actividades ilícitas. Y en el censo de establecimientos, usuarios y habitantes del sector, lo catalogaron como foco de depresión y estrés social para la ciudad. La existencia histórica de mercados y terminales improvisados explica la cantidad de comercio informal, hoteles y prostitución en la zona, que a la vez eran causantes de la baja inversión y del deterioro físico. Asimismo, la seguridad para la población vulnerable especialmente mujeres y niños no podía ser garantizada. Finalmente la tenencia de viviendas se caracterizaba por el inquilinato, el arriendo o la invasión, predominando el estado de deterioro en los servicios públicos y condiciones precarias.

Por otro lado el complejo bancario y el centro cultural del Banco de la República “Leopoldo López Álvarez”, ubicados en la zona, también se veían afectados por las dificultades de accesibilidad e inseguridad del entorno inmediato. Por tanto, el proyecto buscaba subsanar los problemas ya mencionados a la vez de servir a la creación de empleo en la ciudad, fortalecer la economía regional y el comercio, generar desarrollo urbanístico y ambiental, mejorar la calidad de vida de los vendedores ambulantes y brindarle a Pasto la posibilidad de poseer un escenario cultural adecuado y bien dotado que correspondería a lo que hoy en día se conoce como la Plaza del Carnaval.

Complementariamente, el proyecto buscaba la adecuación de espacios urbanos para atraer y generar procesos culturales y turísticos; más aun tomando en cuenta el papel cada vez más importante que cobra el turismo, ya que:

provoca e impulsa la generación y transformación de espacios con la idea de concentrar todo tipo de lugares que den servicio y atención en los diversos segmentos que abarca el mercado turístico, lo que provoca a su vez, con mayor dinamismo, transformaciones dentro de su estructura y contexto urbano [...] De esta forma se rediseña, envuelve y prepara al gusto del ‘cliente’ espacios urbanos y lugares específicos con el atractivo suficiente para interés y disfrute del visitante-consumidor. (Rivera, 2010, p. 3-4)

Sin embargo, la Plaza del Carnaval no era el único propósito del proyecto puesto que este se trataba de un proceso de renovación urbana integral que comprendía acciones sobre movilidad y acciones sociales, culturales, jurídico-económicas y físico-ambientales. En cuanto al concepto de espacio público y movilidad el proyecto determinó un tratamiento integral a las zonas de la Plaza de Nariño, la nueva Plaza del Carnaval, la gobernación y barrios del centro y sur oriente de la ciudad (algunos de los cuales también fueron arborizados).

Las acciones sociales se orientaron hacia artesanos, vendedores ambulantes y población vulnerable en especial hacia los habitantes del sector en el que se construiría la plaza. Esta población estaba localizada en inquilinatos o se trataba de población en trabajos sexuales riesgosos, así como jóvenes del sector. Muchos de los locales, por ejemplo los de prostitución, se reubicaron en otras zonas de la ciudad y tan solo dos de ellos siguen funcionando en el mismo lugar junto con hoteles para su ejercicio. La Plaza del Carnaval se abrió al público en el año 2003, con 20000 m² de espacio público en la zona más deprimida de la ciudad; la cual se trataba de 2 manzanas y 42 inmuebles en pleno centro de la ciudad, que fueron demolidos para dar paso a la obra.

El caso de la Plaza del Carnaval de Pasto puede compararse con el de muchas ciudades europeas y occidentales en las que el trinomio cultura, urbanización y control social se relacionan en obras adelantadas por la administración pública local con la finalidad de rehabilitar un área urbana a la vez que se mejora la imagen de la ciudad y su competitividad a nivel económico. Sin embargo, y tal como lo señala Jordi Nofre (2010), muchas de estas planificaciones urbanas y regionales se concentran en aspectos estéticos y económicos olvidando objetivos y perspectivas sociales (Harvey, 1979).

En el caso específico de la rehabilitación del barrio Veinte de Julio lo ocurrido a grandes rasgos fue el desplazamiento de una población, si se quiere, 'indeseable' tanto económica como moralmente (prostitutas, consumidores de estupefacientes, población de bajos ingresos) para la construcción de una plaza en honor al Carnaval de Negros y Blancos como principal atracción turística de la ciudad; reemplazando dicha población por ciudadanos con una mayor capacidad adquisitiva que en la actualidad tienen negocios tales como licorerías, hoteles, almacenes de ropa, ferreterías y restaurantes en los alrededores de la Plaza.

Esta situación no es nueva. En 1974 Henri Lefebvre, en su libro *La producción del espacio*, señalaba que los procesos de renovación urbana se constituían en uno de los mecanismos más importantes de higienización social del espacio urbano y de remoralización de la sociedad (Lefebvre,

1968, 1974, como se citó en Nofre, 2010). En este caso el concepto de higienización significaría la realización de proyectos de “limpieza social” gestionados por las administraciones locales a través de procesos urbanos y estrategias culturales para la renovación urbana de barrios pobres o de clases trabajadoras.

Lo que sucedió en el barrio Veinte de Julio, ubicado en el centro histórico de la ciudad, no es muy diferente a lo ocurrido en el barrio latino de París y denunciado por Lefebvre; en ambos lugares se ha higienizado la población no deseable para convertir estos espacios en centros de consumo. Al parecer se está difundiendo la reconversión de los centros urbanos de las ciudades capitalistas en parques temáticos urbanos (Lefebvre, 1968, 1974; Edensor, 1998; Hannigan, 1998; Judd, 2003, como se citó en Nofre, 2010) por lo que no es novedad encontrar “parques temáticos” como la Plaza del Carnaval integrados con museos del patrimonio.

Aquello que consignaba Lefebvre en su obra *El derecho a la ciudad*, en la que describía la conversión del barrio latino de París durante la década de los años sesenta en un “centro de consumo”, se adapta también para el caso pastuso:

no solamente contiene monumentos, sedes de instituciones, sino espacios adecuados para fiestas, desfiles, paseos, esparcimientos. El núcleo urbano pasa a ser así producto de consumo de alta calidad para los extranjeros, turistas y gentes venidas de las periferias suburbanas. Sobrevive gracias a esta doble función: lugar de consumo y consumo de lugar. (Lefebvre, 1969, p. 27)

En el centro histórico de la ciudad de Pasto no solo están ubicados la Plaza de Nariño y la Plaza del Carnaval, donde tienen lugar gran parte de los eventos, fiestas y desfiles programados, sino que en sus cercanías también se sitúa el complejo bancario y el centro cultural del Banco de la República “Leopoldo López Álvarez” a la vez que se ubican restaurantes, licoreras, puestos de ventas, bancos, hoteles y otros negocios destinados al consumo. Se puede decir, entonces, que se reemplazó una población de clases inferiores por una población en mejores condiciones económicas con la finalidad de mejorar la imagen de Pasto; creando un espacio emblemático para el Carnaval de Negros y Blancos y para la proyección y competitividad del territorio a nivel nacional e internacional.

De acuerdo con Nofre (2010), citando a Habermas, el ciudadano con poco poder adquisitivo pero con capacidad de crítica constituye un elemento negativo en la (re)producción de la *vida urbana* en la ciudad posmoderna: para las élites políticas y económicas de la ciudad central se

antoja necesaria ya sea su eliminación social (migración a otro municipio alejado de la potente ciudad central), o sea su incorporación en el nuevo contexto urbano, aceptando y asimilando los nuevos valores y los nuevos códigos de comportamiento absolutamente conservadores en el marco del actual período posmoderno (Habermas, 1981) y (re)producidos por los nuevos intermediarios culturales.

Se puede decir que en la intervención del barrio Veinte de Julio se realizó una higienización y gentrificación social del espacio urbano en la que se erradicó lo desagradable o indeseable mediante la construcción de un nuevo espacio urbano, remplazando la población de bajos ingresos por una de mejores condiciones, lo que dotó a la ciudad de una nueva imagen que omitiera el recuerdo de los diversos problemas que se presentaban en el sector (consumo de estupefacientes, miseria, prostitución, entre otros) para construir una nueva historia urbana colectiva en la que solo se muestra la cara del éxito, del patrimonio cultural, de una ciudad que progresa en sentido ascendente.

Sin embargo, pese a lo anterior, vale la pena aclarar que no se cuestionan los proyectos de renovación y mejoras urbanas sino más bien la falta de visión social en ellos; es necesario que se deje de un lado la mera concepción capitalista y que se busque integrar en los procesos de rehabilitación y recuperación urbanística a las poblaciones de todos los estratos, no simplemente a aquellas con capacidades adquisitivas altas. Se necesitan implementar estrategias culturales para la renovación urbana que tengan en cuenta las particularidades identitarias y comunitarias, sin limitarse a erradicar todo lo inconveniente en la búsqueda de ofrecer productos culturales sin un trasfondo social.



Foto del antes de la Plaza del Carnaval. Plazoleta Veinte de Julio (1994), hoy en día Plaza del Carnaval. Foto: tomada de la heladería, Helados la 21.



Actual Plaza del Carnaval, vista desde arriba.
Foto obtenida de la página Web: www.skyscrapercity.com.



Plaza del Carnaval. Foto obtenida de la página Web: www.culturasandinas.com.

Plan de movilidad, adecuación y aumento de espacios públicos y transporte

La revitalización urbana de Pasto no culminó con la construcción de la Plaza del Carnaval. Al final de la primera década del año 2000, e inicios de la segunda, se empieza a ver en la ciudad el impacto del plan de movilidad del SETP —Sistema Estratégico de Transporte Público— de la operadora Ciudad Sorpresa y Avante.

Avante es un plan estratégico de movilidad centrado en la renovación urbana, el transporte, el espacio público, la arquitectura, el comercio y la revitalización del centro histórico principalmente. El plan articula y coordina tres grandes planes municipales: el Plan de Ordenamiento Territorial (POT), el Plan de Agua Potable y Saneamiento para Pasto (PAPS) y el SETP. Este plan estratégico se aprobó en el Consejo de Pasto en 2008, siendo el primer plan de desarrollo municipal en el que se incluye un plan de movilidad y un sistema de transporte. En el año 2009 se firma el convenio entre la Nación y el municipio de Pasto, acordando que la Nación financiaría el 70 % del proyecto.

En los estudios preliminares al plan de movilidad, financiados por Planeación Nacional, se encontró que la ciudad de Pasto: el 38 % de los desplazamientos se hacían en condición de peatón; el 31 % se realizaban en transporte público o bus; el 14 % en vehículo particular; el 8 % en motocicleta y el 5% en taxi, bicicleta u otros.

La ciudad no tiene condiciones óptimas para la movilidad peatonal, no hay suficiente espacio público y no hay corredores viales que permitan descongestionar la zona céntrica y encontrar verdaderos flujos hacia y desde la periferia de la ciudad. A esto hay que agregarle que no existe una red vial suficiente; red vial que está saturada por los vehículos particulares que, si bien manejan a bajas velocidades, presentan una accidentalidad relativamente alta siendo el peatón la víctima más frecuente.

Pasto presenta un déficit en el espacio público traducido en una cifra de 2,2 m² por habitante de espacio público efectivo en el sector urbano, frente a los 15 m² por habitante que se establecen como valor deseado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y acogidos por la Constitución en el artículo 14 y el Decreto 1504 de 1998 que establece la categoría de espacio público efectivo (EPE); el cual es correspondiente al espacio público de carácter permanente y está conformado por *zonas verdes, parques, plazas y plazoletas*; y que para efectos de su medición establece un indicador de espacio público por habitante de 15 m² (Alcaldía de Pasto, 2013, p. 55).

El centro de la ciudad presenta un problema de congestión peatonal y vehicular que afecta la movilidad y la calidad de vida de sus habitantes. Pasto es una ciudad monocéntrica, lo que significa que todos sus habitantes tienden a ir al centro y permanecer en él en el día y dejarlo en la noche, presentándose un centro congestionado de día y solitario e inseguro por las noches. El plan de movilidad tenía como problema nodal la revitalización del centro histórico tanto por su potencial histórico y patrimonial como para poder garantizar a los habitantes de la ciudad un centro seguro en el día y en la noche. La solución propuesta requiere peatonalizar vías y en otros casos estrechar vías vehiculares para ampliar andenes y diseñar

espacios públicos interrelacionados con una infraestructura que responda a las necesidades del peatón, sin dejar de lado a los vehículos e incluyendo transportes alternativos como las ciclo rutas. Por esta razón los espacios que se quitarán a los vehículos para convertirlos en espacio peatonal deben ser repuestos, surgiendo la necesidad de crear los corredores de las carreras 27 y 19, generándose nuevos espacios públicos y andenes amplios que antes eran prácticamente inexistentes en la ciudad. Con este proyecto se mantiene el monocentrismo de la ciudad, dándole prioridad al peatón y reponiendo los espacios vehiculares en el borde del centro, generando así un anillo de acceso y señalización.

Dentro del proyecto se le da prioridad al transporte público sobre el particular, por ello se concibió un anillo central de transporte público al que acceden diversas rutas estratégicas y complementarias de Pasto. Con base en esto, se plantea un sistema de transporte público único con un solo operador. Para su realización se unieron las cuatro empresas de transporte urbano de la ciudad en la unión temporal Ciudad Sorpresa, respondiendo a las nuevas exigencias del sistema como son los procesos de administración de personal y unificación del recaudo entre otras.

El proyecto de movilidad incluye más de 60 obras importantes para la ciudad con las que Avante pretende darle prioridad al peatón y al transporte público, peatonalizando importantes zonas del centro histórico, brindando más espacio para la movilidad y mejores vías y andenes para mayor accesibilidad y menor accidentalidad, mejor señalización y mejoras en el transporte público principalmente (Alcaldía de Pasto, 2011).

La relación entre el turismo atraído por el Carnaval de Negros y Blancos y el plan de movilidad no emerge a simple vista. Sin embargo, si recordamos que el turismo urbano tiene lugar mayormente en los espacios públicos (Romeo, 2012), vemos que el Carnaval de Negros y Blancos cumple exactamente con esta condición debido a que se trata de una fiesta con un fuerte carácter popular, de juego y subversión del orden que no podría tener lugar en otro espacio que no fueran las calles, los parques, las plazas populares y los espacios públicos de la ciudad.

Entonces, lo que a simple vista parece un plan de movilidad y regeneración urbana planeado para mejorar las condiciones de vida de los residentes de Pasto, se convierte también en una estrategia de adecuación de la ciudad para los visitantes e inversionistas. El turista necesita de vías y medios de transporte adecuados para recorrer la ciudad también necesita de espacios públicos para el juego de Negros y Blancos así, aunque el plan de movilidad se haya pensado principalmente para mejorar la calidad de vida de los pastusos, esto no implica que los proyectos de renovación urbana que se incluyan en él no terminen beneficiando a la industria turística.



Proyecciones de los futuros espacios públicos que se están implementando en la ciudad de Pasto. Foto tomada de la página oficial de Avante en la red social Facebook (mayo 27, 2014).



Intercambiador vial Agustín Agualongo en la avenida Panamericana.

Museo y Centro de Documentación del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto⁵

Otra transformación en el espacio público de suma importancia es la creación del Museo del Carnaval, espacio institucional abierto al público y destinado a preservar la memoria histórica del Carnaval de Negros y Blancos. El Museo del Carnaval, fue inaugurado el 20 de diciembre de 2000, ocupa las instalaciones del Centro Cultural Pandiaco al norte de Pasto. Se trata de un espacio de exhibición permanente del arte popular de cultores y artesanos nariñenses, las manifestaciones del carnaval se encuentran representadas en torno a una carroza alegórica que domina el centro de la sala mayor. Los monigotes que visualizan a los años viejos, los disfraces individuales, las murgas, las comparsas, los mascarones, la Familia Castañeda, el día de Negros, el Carnavalito, las carrozas no motorizadas y elementos (muñecos) de las monumentales carrozas de 6 de enero, también están presentes y constituyen el atractivo de este lugar (Subsecretaría de Turismo de Pasto, 2001).

De acuerdo con la investigación realizada por Tatiana Paz Morán, el Museo del Carnaval fue una iniciativa institucional de la Oficina de Cultura Municipal en conjunto con un grupo de gestores culturales y artesanos (2014, p. 47). El museo se encuentra en el barrio Pandiaco, al norte de la ciudad de Pasto, ocupando las instalaciones en donde antes se ubicaba el matadero municipal y que ahora corresponden al centro cultural; allí también funciona en la actualidad la Secretaría de Cultura de Pasto. De esta forma, el matadero municipal se reubica en el sector rural de la ciudad y el espacio se resignifica dándole paso a la cultura sin pretender borrar su historia. De ahí que, por ejemplo, en el Museo del Carnaval aún se conserven los rieles en los cuales eran colgadas las reses antes del sacrificio.

El Centro Cultural Pandiaco se planificó como una entidad cultural independiente que alojaría un Museo Antropológico, el Museo del Carnaval, un centro de documentación de la cultura regional, salas de exposiciones y hangares destinados al trabajo de los artesanos del carnaval, además de una tienda, una cafetería y un área administrativa. El proyecto del Centro Cultural Pandiaco inicia su primera fase durante la administración del alcalde Jimmy Pedreros (1998-2000), en este período se da la creación del Museo Antropológico y del Museo del Carnaval. Hoy en día, en el museo, se exponen diferentes piezas alusivas al Carnaval de Negros y Blancos y a la cultura popular nariñense entre ellos se pueden destacar: fotografías

⁵ Estos espacios se consideran públicos en el sentido de que, en teoría, cualquier persona tiene acceso a ellos.

antiguas y recientes, figuras talladas en madera, cuadros, piezas de carrozas entre otros objetos que relatan y rememoran las características de la evolución que ha tenido el carnaval (Paz, 2014).

A esto es importante agregar que en el 2014 se inauguró en el Centro Cultural Pandiaco, el “Centro de Documentación del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad” adscrito a CORPOCARNAVAL; teniendo como misión recuperar, preservar, clasificar, catalogar y difundir la historia y la memoria histórica del carnaval; aportando a su reconocimiento, valoración y difusión a través de procesos que fomenten el conocimiento y apropiación social de la manifestación cultural. El centro abrió sus puertas en agosto de 2014, brindando información de carácter documental⁶ sobre el carnaval y temas relacionados con la cultura.

Aeropuerto y terminal de transportes

También se incluyen como transformaciones en el espacio público aquellas referidas al aeropuerto y al terminal de transportes de la ciudad de Pasto. El aeropuerto Antonio Nariño, ubicado a 35 km (20 millas) al norte de la ciudad, presta sus servicios al municipio de Pasto y en general al departamento de Nariño en Colombia. Su operación se limita a vuelos nacionales directos con destino a Bogotá, Cali e internacionales como Esmeraldas. Otros destinos son accesibles únicamente mediante la realización de escalas en los destinos anteriormente nombrados. Este aeropuerto moviliza alrededor de 189 mil pasajeros al año. Según las estadísticas cerca de 232 mil pasajeros lo transitaban en 2012 (Aeropuertos del mundo, 2014).

Aunque a lo largo de esta investigación no se halló que se hubieran realizado transformaciones significativas a las instalaciones del aeropuerto, sí se encontró que hay planes para su reestructuración. En el mes de diciembre de 2013, la Cámara de Comercio promovió una reunión con las empresas del sector turístico de Pasto con la finalidad de analizar los posibles caminos e incentivar una fuerte inversión por parte del gobierno nacional en el aeropuerto Antonio Nariño para mejorar su competitividad y capacidad de servicio.

De acuerdo con el administrador del aeropuerto, Silvio Belalcázar, las principales necesidades del terminal aéreo son: ampliar y mejorar la pista que presenta hundimientos y deterioro de la capa asfáltica, dificultando los

⁶ El término documental hace referencia a elementos de tipo gráfico, cartográfico, monográfico, seriadados, sonoros, musicales, audiovisuales y recursos electrónicos.

aterrizajes y despegues seguros; por otra parte, también se necesita ampliar el edificio para la atención de los usuarios por uno que tenga al menos tres niveles y un parqueadero más amplio que pueda albergar a todo el público viajero. Finalmente, menciona que sería necesario aumentar la plataforma existente puesto que esta es tan pequeña que con la presencia simultánea de dos aviones colapsa.

En el mes de julio de 2014, tras el compromiso del presidente Juan Manuel Santos Calderón y la gestión del alcalde Harold Guerrero López, la Aeronáutica Civil colombiana aprobó un contrato por 35 mil millones de pesos para el mejoramiento de las locaciones y la plataforma del aeropuerto Antonio Nariño (Alcaldía de Pasto, 2014). Con esto no solo se permitirá que al aeropuerto Antonio Nariño lleguen aeronaves de mayor capacidad, sino que además se acabará con el monopolio de la empresa Avianca quien hasta ahora ha venido manejando el mercado aéreo de la región; no sin antes recibir quejas por sus servicios deficientes, abusos y variaciones en las tarifas⁷; además, y no menos importante, se tendría un aeropuerto acorde a las condiciones y necesidades de una región que busca ser más competitiva a nivel nacional e internacional (Cámara de Comercio de Pasto, 2013).

Durante la investigación tampoco se registraron transformaciones significativas al Terminal de Transportes de Pasto; sin embargo en charlas informales con Nathaly Palacios Benítez, secretaria ejecutiva del gerente del terminal, se informa que existe el proyecto para realizar su ampliación sobre el área en la que se ubican las taquillas. La idea es realizar una adecuación locativa similar a la efectuada en el Terminal de Transportes de la ciudad de Popayán, con la finalidad de crear salas VIP para los pasajeros de la ciudad de Pasto. También se informa que ya se están adelantando todos los trámites que requiere la contratación pública para el desarrollo de este proyecto.

Finalmente hay que tener en cuenta que, si bien no todas las transformaciones en el espacio físico público de la ciudad de Pasto se vinculan directamente con el turismo o fueron generadas por él, este terminará beneficiándose de ellas. Hay transformaciones urbanas directas en el espacio público generadas por el turismo tales como la creación de la Plaza del Carnaval, la apertura del Museo y el Centro de Documentación, así como los planes de mejoramiento y adecuación del Terminal de Transportes y el aeropuerto; transformaciones indirectas que a simple vista no se vinculan con el fenómeno turístico, pero que de igual forma serán explotadas por él y serán utilizadas por los turistas tales como el Plan de

⁷ Esta situación hace menos accesible el destino turístico y puede significar pérdidas económicas y de promoción turística a la ciudad de Pasto, desestimulando a potenciales viajeros sobre todo a los que se encuentran a mayor distancia y disponen de menores recursos.

Movilidad, el aumento de zonas verdes y espacios públicos, la adecuación de vías, entre otros. Como lo menciona Oscar de la Torre:

el surgimiento y desarrollo turístico de una localidad dependerá en gran medida de la existencia de sistemas de transporte público, que permitan la movilización de pasajeros en desplazamientos nacionales e internacionales, del desarrollo de vías de comunicación adecuadas (camino puentes vías de aterrizaje, puertos marítimos, vías férreas entre otras) que faciliten el tránsito y el acceso a los destinos turísticos y por último, del desarrollo e implementación de redes de suministros, servicios generales y sistemas de telecomunicación. Cabe mencionar que, si bien es cierto que salvo casos excepcionales, estas obras no siempre se construyen con fines turísticos, su incremento y diversificación sí repercute de forma positiva en el desarrollo de la actividad turística. (1980, p. 37)

Además, todas estas transformaciones urbanas hacen parte de un proceso de modernización de las ciudades occidentales y capitalistas que busca hacerlas más competitivas y atractivas a nivel nacional e internacional. Se trata, pues, de vender “la piel de las ciudades” (Aznarez, 2008).

Conclusiones

Los hallazgos de esta investigación demuestran que la relación turismo-espacio público es sumamente importante; lo que en primera instancia parecen modificaciones urbanas creadas para mejorar la calidad de vida de los habitantes de una ciudad (planes viales, aumento de espacio público, creación de monumentos, plazas, entre otros), cuando se les percibe bajo la lógica del consumo y la promoción turística, se empiezan a ver como garantías para el bienestar ciudadano pero también como técnicas y estrategias implementadas por las ciudades y las administraciones locales para volverse más atractivas e incentivar las visitas, el turismo y la inversión. Esta situación se hace más evidente cuando se tiene en cuenta que el espacio público vendría a ser como “la carta de presentación” de una ciudad puesto que los visitantes dedicarían una gran parte del tiempo a pasear por sus calles, parques, monumentos, plazas y espacios públicos y semipúblicos®. Lo cual, en el caso del turismo atraído por el Carnaval en la ciudad de Pasto, es más que evidente gracias al carácter popular y las dinámicas de juego presentes en todos los momentos dado que la mayoría de sus actividades deben realizarse en espacios urbanos al aire libre y abiertos al público.

Con respecto a la modificación en el barrio Veinte de Julio, que dio origen a la Plaza del Carnaval, los datos encontrados por esta investigación

sugieren que esta intervención, además de significar una renovación urbana para Pasto, trajo consigo un proceso de gentrificación, remoralización e higienización social de la zona con la finalidad de adecuarla como un centro de consumo y de atención al turismo y al público en general. Se reemplazó una población económicamente deprimida y moralmente desagradable (prostitutas y consumidores de drogas) por una clase de pequeños propietarios de negocios tales como restaurantes, licorerías, hoteles y ferreterías. En esta búsqueda de mejorar la imagen de la ciudad y de rehabilitar este espacio urbano no se tuvo en cuenta a la población que fue desplazada.

Como se mencionó anteriormente los resultados de esta investigación no pretenden cuestionar ni censurar los proyectos de renovación urbana que se adelantan en la ciudad sino que, por el contrario, pretenden que se incluya en ellos una visión de tipo social que integre en los procesos de rehabilitación urbanística no solo las concepciones economicistas y capitalistas sino también perspectivas sociales, comunitarias y culturales que permitan que se renueven los espacios físicos, así como las comunidades que los habitan, mediante intervenciones y estrategias culturales que las integren al cambio y que no se limiten simplemente a reemplazarlas por población menos 'problemática' o con capacidades económicas mayores, estableciéndose así una especie de regeneración urbana con responsabilidad social.

En el caso de la ciudad de Pasto los procesos de patrimonialización e institucionalización del Carnaval de Negros y Blancos han ido de la mano con los procesos de inserción en el mercado turístico y con procesos de regeneración y rehabilitación urbana. Es decir, patrimonialización, institucionalización y turistización de la ciudad han ido a la par debido a que la ciudad desde hace veinticuatro años ha intentado explotar sus recursos culturales; lo cual ha coincidido con que a partir de la Constitución de 1991 se empezarán a desplegar una serie de políticas culturales, leyes, artículos, planes y organizaciones con el fin de conservar, resguardar y salvaguardar el Carnaval de Negros y Blancos de Pasto. Entre ellos podemos destacar la Ley 706 de 2001, en la cual es declarado patrimonio cultural de la Nación, la creación de CORPOCARNAVAL en 2005 y la declaración de la UNESCO en 2009 en la que se reconoce al Carnaval de Negros y Blancos como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad. Todo esto, con el fin de resguardar el patrimonio particular de la ciudad, permitiéndole mantener su singularidad y entrar a competir en el mercado cultural mundial.

Es evidente que el carnaval como patrimonio inmaterial ha sido utilizado como pieza clave para la creación de una imagen de ciudad cultural y artística. Esta imagen ha influido en toda una serie de implementaciones

en la ciudad tales como la creación de la Plaza del Carnaval, la apertura del museo y del centro de documentación, los carteles con mensajes alusivos al carnaval que se ponen por parte de los patrocinadores del evento en toda la ciudad, e incluso la aparición de una clase en la Universidad de Nariño que se dedica a tratar temas relacionados —llamada Cátedra Carnaval—, por citar solo algunos ejemplos.

Con la masificación del turismo y el surgimiento de nuevas variantes como el etnoturismo o el turismo cultural, hoy en día, es común que se comercialicen cualquier tipo de bienes que podrían considerarse culturales. La explotación de una imagen cultural brindada por un carnaval o una fiesta popular ya se ha realizado con éxito en otras partes del mundo: Oruro, Venecia, Río de Janeiro, Cartagena y Tenerife, son algunos de muchos ejemplos de esta situación.

Finalmente, se puede decir que con las transformaciones urbanas ocurridas en la ciudad y relatadas en este artículo no solo se renueva el aspecto físico sino también el aspecto simbólico de Pasto; ciudad que, además de volverse más atractiva y competitiva a nivel turístico, está logrando consagrarse como ciudad cultural, semillero de artesanos, músicos y cultores. El Carnaval de Negros y Blancos, al ser una de sus principales atracciones, se constituye en un símbolo distintivo de lo que vendría a ser la marca Pasto.

En este caso específico se puede decir que hay un intento por particularizar y dar exclusividad a la marca de la ciudad cuya imagen más representativa es el carnaval, esto se hace evidente tanto con las transformaciones urbanas físicas mencionadas a lo largo de este artículo (creación de la plaza, el museo y el centro de documentación) como a través de acciones puntuales adelantadas por la administración local. La promoción que se hace de la ciudad a través de los medios y la comercialización de *souvenirs* y productos exclusivos de la cultura pastusa y nariñense en la Secretaria de Turismo Municipal y en la Corporación del Carnaval donde se pueden encontrar máscaras, postales alusivas al evento, el afiche oficial de la fiesta, tallas en madera, barniz, tejidos en paja y marroquinería en cuero principalmente, son algunos ejemplos de las acciones adelantadas.

Referencias bibliográficas

- Aeropuertos del mundo. (2014). *Aeropuerto de San Juan de Pasto*. Recuperado de <http://www.aeropuertodelmundo.com.ar/america/sur/colombia/aeropuertos/san-juan-pasto.php#sthash.4YFZ7txX.dpuf>.
- Alcaldía de Pasto. (2011). *Pasto ciudad sorpresa de Colombia*. Pasto, Colombia: Alcaldía de Pasto.
- Alcaldía de Pasto. (2013). *Documento técnico de soporte. Plan de Ordenamiento Territorial de Pasto. Territorio con sentido 2014-2027*. Pasto, Colombia: Alcaldía de Pasto.
- Alcaldía de Pasto. (2014). *Página Web oficial*. Recuperado de <http://www.pasto.gov.co/index.php/alcaldia-al-dia/3489-confirman-inversion-de-35-mil-millones-para-aeropuerto-antonio-narino>.
- Aznarez, M. (12 de octubre de 2008). Me interesa la piel de las ciudades. *El País*. Recuperado de http://elpais.com/diario/2008/10/12/eps/1223792809_850215.html.
- Cámara de Comercio de Pasto. (2013). *Página Web oficial*. Recuperado de <http://www.ccpasto.org.co/index.php/noticias/item/87-empresarios-buscan-recuperar-aeropuerto-antonio-nari%C3%B1o>.
- de la Torre, Ó. (1980). *El turismo. Fenómeno social*. Ciudad de México, México: Fondo de Cultura Económica.
- Fundación Estanislao Merchancano. (2012). *La historia no contada del Carnaval de Negros y Blancos*. Recuperado de <http://pagina10.com/index.php/noticias-pasto/item/263-la-historia-no-contada-del-carnaval-de-negros-y-blancos#.Ux4VbPI5MSM>.
- Fundación Estanislao Merchancano. (2013). *La Familia Castañeda una bellísima historia*. Recuperado de <http://www.isidorohistoria.com/historia/?p=1474>.
- Harvey, D. (1979). Procesos sociales y forma espacial: los problemas conceptuales de la planificación urbana. *Urbanismo y desigualdad social*. Madrid, España: Siglo XXI editores.
- Lefebvre, H. (1969). *El derecho a la ciudad*. Barcelona, España: Ediciones 62.
- Mathieson, W. and Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. London, England: Longman House.
- Nofre, J. (2010). Políticas culturales, transformaciones urbanas e higienización social en la Barcelona contemporánea. *Anales de Geografía*, 30 (2), 133-161.
- OMT. (1993). *Definiciones relativas a las estadísticas de turismo*. Washington, Estados Unidos: OMT.
- Paz Romero, Á. (2010). *Formulación de un plan de "marketing" para el carnaval de Negros y Blancos de San Juan de Pasto como empresa cultural eje de desarrollo regional*. Manizales, Colombia: Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales.
- Paz, T. (2014). *Museo del Carnaval de Pasto: una mirada a sus políticas de gestión cultural (2000-2011)*. Quito, Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador.
- Pedreño, A. y Ramón, A. (2009). El turismo: globalización, competitividad y sostenibilidad. En CAJAMAR, *Mediterráneo económico: "el futuro de la economía española"*. Recuperado de <http://www.publicacionescajamar.es/pdf/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/16/16-281.pdf>.
- Rivera, E. (2010). El turismo y la construcción de escenarios e imagen de la ciudad-metrópoli: Guadalajara los retos y procesos de transformación de sus espacios. *Topofilia: Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales Centro de Estudios de América del Norte*, II (1).
- Romeo, N. (2012). *Turismo y su influencia en el diseño del espacio público y la regeneración urbana*. Recuperado de <http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/26303>.
- Santana, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes Antropológicos*, 9 (20), 31-57.

- Santana, A. (2003). Patrimonios culturales y turistas: unos leen lo que otros miran. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1 (1), 1-12.
- Salinas, E. y Medina, N. (2009). Los productos turísticos, pilares de la comercialización. Dos ejemplos del centro histórico de La Habana, Cuba. *Estudios y perspectivas en Turismo*, 18 (2), 227-242.
- Schlack, E. (2007). Espacio público. *ARQ*, 65, 25-27.
- Subsecretaría de Turismo. (2001). *Museo del Carnaval*. Recuperado de http://www.culturapasto.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=30:museo-del-carnaval&catid=6:museos-pasto&Itemid=4.