

EL PROCESO DE TRANSFORMACIÓN DE LA PLAZA DE MERCADO DE BELLO (COLOMBIA), HACIA UN ESPACIO PERCIBIDO

THE TRANSFORMATION PROCESS OF THE BELLO (COLOMBIA) MARKET SQUARE, TO A PERCEIVED SPACE

Santiago Rojas Tavera

Universidad Pontificia Bolivariana

Elizabeth Dahiana Londoño Toro

Universidad Pontificia Bolivariana

Resumen

Bello es un municipio localizado en Antioquia-Colombia, en la cordillera central de los Andes. Caracterizado por su industrialización y comercialización, prácticas agrícolas y distribución que benefician a sus habitantes. Las actividades productivas del municipio han sufrido cambios. La desindustrialización y expansión de la urbanización, generan una transformación en el uso del suelo, particularizando: la verticalización, el déficit del espacio público y la modernización de espacios tradicionales como la plaza de mercado. La plaza de Bello es un espacio público, con dinámicas de abastecimiento, interacción y adquisición de recursos; un sustento para las familias involucradas con la actividad comercial que se desarrolla allí. Describir los intereses económicos que se tejen en las transformaciones socio-espaciales de la plaza de mercado del municipio, es el objetivo de esta ponencia. Teniendo en cuenta: usuarios, comerciantes, constructoras y funcionarios públicos. Se diseñaron encuestas (plan de análisis en Epi-Info) y entrevistas. Lefebvre y la producción del espacio desde el espacio percibido, son el sustento teórico. Como principales resultados están: la transformación de la plaza está asociada a un proceso de gentrificación. La plaza es un espacio más de reproducción del capital con procesos de coerción a los comerciantes para que no se resistan al desalojo.

Palabras clave: gentrificación, Espacio Percibido, Espacio Público, Plaza de Mercado, Bello-Antioquia.

Abstract

Bello is a municipality located in Antioquia-Colombia, in the central mountain of the Andes. Characterized by its industrialization and commercialization, agricultural practices and distribution that benefit its population. Productive activities of the municipality have changed. The deindustrialization and the urbanization expansion generate a transformation in land use, particularizing, the verticalization, the public space deficit and the modernization of traditional

spaces like marketplace. Bello's marketplace, is a public space, with catering dynamics, interaction and acquisition of resources; a sustenance for the families involved in the commercial activity that is developed there. Describing the economic interests that are woven in the socio-spatial transformations of the marketplace of the municipality, is the objective of this presentation. Keeping in mind: users, merchants, construction companies and public workers. Surveys (analysis plan in Epi-Info) and interviews were designed. Lefebvre, and the production of the space from the perceived space, are the theoretical support. As main results there are: The marketplace transformation is associated to a gentrification process, the marketplace is more for capital reproduction with coercion processes for merchants so that they do not resist eviction.

Keywords: gentrification, Perceived Space, Public Space, Market Square, Bello-Antioquia.

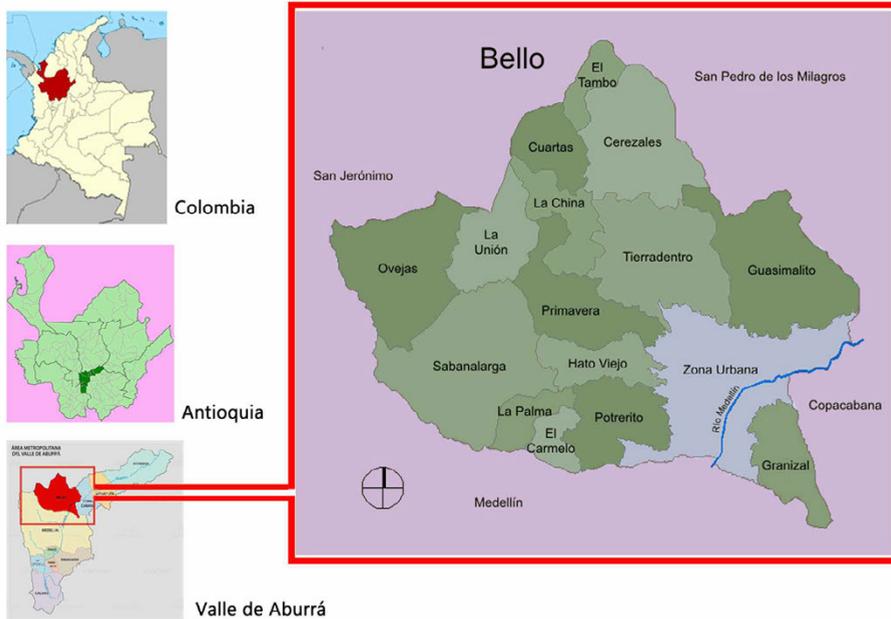
1. INTRODUCCIÓN

El municipio de Bello del departamento de Antioquia (Colombia) está localizado al costado norte del área metropolitana del valle de Aburrá¹ (ver Figura 1). Este valle es una subregión del departamento de Antioquia que se extiende a lo largo de diez municipios. Está localizado en la cordillera central de los Andes, tiene una extensión de 1.165,5 km². La conformación del valle resulta de la determinación de la unidad geográfica de la cuenca del río Aburrá-Medellín (principal arteria fluvial que lo recorre de sur a norte) y por sus afluentes. El valle está enmarcado por una topografía irregular y pendiente, que oscila entre 1.300 y 2.800 msnm, lo que da al territorio una diversidad climática (Área metropolitana, 2019).

Los municipios del valle son: Caldas, La Estrella, Sabaneta, Itagüí, Envigado, Medellín, Bello, Copacabana, Girardota y Barbosa. El municipio de Bello limita por el norte con el municipio de San Pedro de los Milagros, por el oriente con Copacabana, por el sur con Medellín y por el occidente con los municipios de Medellín y San Jerónimo (ver Figura 1).

1 Las Áreas Metropolitanas son entidades administrativas de derecho público, formadas por un conjunto de dos o más municipios integrados alrededor de un municipio núcleo, vinculados entre sí por dinámicas e interrelaciones territoriales, ambientales, económicas, sociales, demográficas, culturales y tecnológicas que para la programación y coordinación de su desarrollo sustentable, desarrollo humano, ordenamiento territorial y racional prestación de servicios públicos requieren una administración coordinada (Ministerio del interior, 2013).

Figura 1. Localización del municipio de Bello, Antioquia (Colombia)



Fuente: Elaboración propia. 2020

Este municipio dispone de un área de 142 km², con una altura promedio de 1.450 msnm, una latitud norte de 6° 21'24", y una longitud oeste de Greenwich de 75° 34'00". Topográficamente, el municipio está conformado por montañas, cerros y valles con alturas desde los 1.400 y 3.100 msnm. Por otro lado, la hidrografía del municipio se caracteriza por, el río de Medellín que lo cruza de sur a norte y las principales quebradas, que son: El Hato, La García, La Loca, Las Baldías y La Madera al costado occidental; y la quebrada La Gabriela en el costado oriental. Sin embargo, estas corrientes de agua se han visto afectadas en los últimos años por los procesos de urbanización e industrialización, las cuales han sido producto de la transformación territorial que detenta el municipio de Bello desde hace varias décadas (Corporación Semiosfera, s.f). Históricamente, antes de la declaración del 29 de abril de 1913 donde se nombra a Bello como un municipio autónomo con patrimonio propio e independiente, este territorio era conocido como Hato Viejo, en mención a las actividades agrícolas y de ganadería que desarrollaban sus pobladores alrededor de los hatos asentados en este espacio. Sin embargo, este apelativo dejó de generar identidad desde 1873, a razón de los procesos de poblamiento y las transformaciones en las dinámicas económicas y sociales del municipio. Con la llegada de las primeras fábricas al territorio, se produjo una transición del

campesinado a la inserción del capital humano en la industrialización (Corporación Semiosfera, s.f).

Los primeros intentos de creación de industria en el municipio estuvieron enfocados a la producción de ladrillos, no obstante, su fracaso le conllevó a replantear su desarrollo a partir del sector textil. Así aparecieron las primeras empresas orientadas a la oferta de hilados y tejidos en Bello. Bajo este ideal, en el municipio se constituyeron la empresa de Don Indalecio Uribe en 1877, y la Compañía Antioqueña de Tejidos², con lo que nace la industria textil colombiana, e inicia así un imparable proceso migratorio hacia lo que entonces era la aldea de Bello (Corporación Semiósfera, s.f).

La industrialización del mercado y el crecimiento económico no solo fueron los factores que detonaron un cambio significativo para el municipio. En el año de 1913, llega al municipio el ferrocarril de Antioquia, lo que permitió el ingreso de los futuros pobladores de Bello. De esta manera, este pasó repentinamente de ser un poblado aislado, a tener una conexión directa con los principales centros productivos del país. (Alcaldía de Bello, 2017).

El 26 de febrero de 1920, se constituyó por escritura pública y como sociedad anónima la Fábrica de Hilados y Tejidos del Hato S. A. (Fabricato), mítica en su época por sus avances tecnológicos que la consagraron como líder en la producción y comercialización de textiles. Esta empresa en particular, posicionó al municipio como un territorio de oportunidades, ocasionando una innumerable oleada de nuevos inmigrantes en búsqueda de trabajo. De esta manera, Fabricato se reconoce como una entidad transversal en la historia del municipio, puesto que contribuyó con el crecimiento del mismo, potencializando el territorio con la creación de escuelas, clubes sociales, barrios, clínicas, teatros y otras obras que transformaron el contexto de la población bellanita (Alcaldía de Bello, 2017).

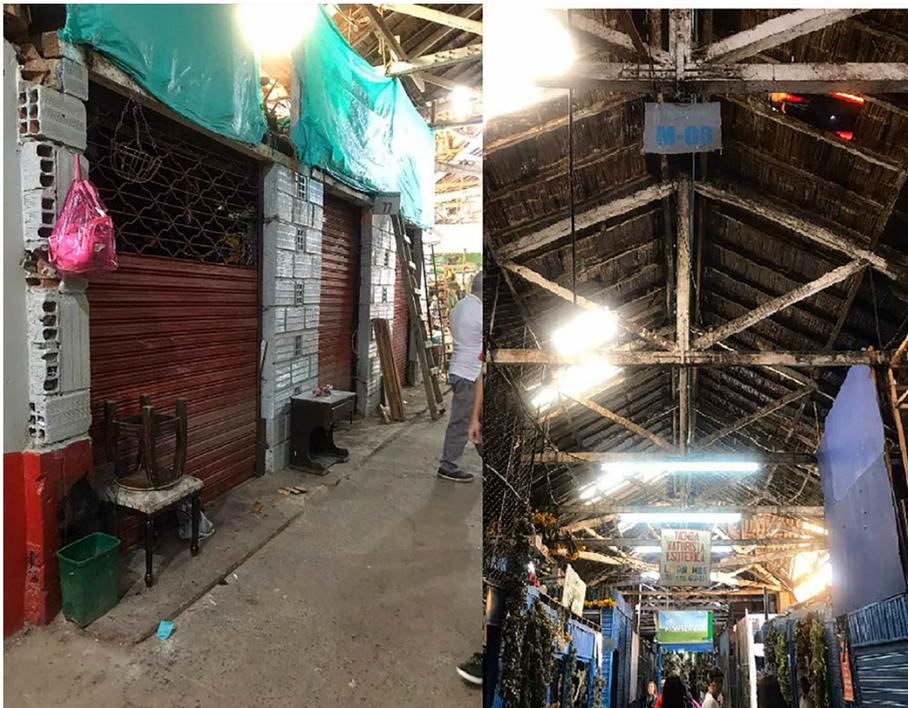
Con el crecimiento de la actividad industrial, aumentó la población obrera en el municipio y a su vez la demanda de múltiples servicios y espacios, entre los cuales se destaca la creación de la plaza de mercado en 1942, ubicada en el centro del municipio para favorecer el desplazamiento de los habitantes de los barrios recientemente creados (Restrepo, 2012). Además, permitió conservar esa identidad campesina de los primeros pobladores y satisfacer las necesidades comerciales, culturales y sociales.

Si bien la producción textil se convierte en el icono industrial del municipio, la plaza de mercado marcó una distinción comercial. Razón por la que, en

2 La Compañía Antioqueña de Tejidos, fue resultado de la compra de los bienes del malogrado proyecto: Compañía de tejidos de Medellín, de las burguesías del municipio de Medellín, que habían elegido el sector de Bellavista perteneciente a Bello (Corporación Semiósfera, s.f).

1999, el municipio en dirección de su entonces alcalde, adquirió la plaza de mercado, que hasta ese momento era propiedad de particulares nativos de Bello (Restrepo, 2012). A partir de esa fecha no existe registro de ninguna intervención por parte de la administración local en la plaza. Es por ello que hoy, a pesar de la utilidad y el valor simbólico de la plaza, esta presenta condiciones de abandono y deterioro que ponen en riesgo su estructura y la integridad de quienes trabajan allí (ver Figura 2).

Figura 2. Estado actual de la plaza de mercado de Bello



Fuente: Elaboración propia. 2019

Paralelo al abandono de la administración para con la plaza, el municipio empezaba a incursionar en el mercado inmobiliario debido al desplazamiento que tuvo esta actividad hacia los costados sur y norte del Área Metropolitana. Por lo cual el interés de la administración local por repotencializar las estructuras tradicionales fue nulo, de hecho, la permanencia de la plaza en el municipio ha sido producto de la persistencia de sus arrendatarios.

Como consecuencia de lo anterior, según exconcejal, (comunicación personal, abril 2019) en el año 2011 surge una acción popular³ que buscaba exigir una repotencialización o reconstrucción de la plaza de mercado del municipio, donde para fortuna de los bellanitas el fallo se dio a su favor. En este se exigía el cumplimiento de los derechos en ciertas medidas durante un tiempo estimado de máximo 60 días. Esta intervención comprendía la reconstrucción del techo y reformas en los sistemas eléctricos y de alcantarillado, no obstante, aquella intervención nunca se ejecutó.

Según el exconcejal (comunicación personal, abril 2019), para el año 2014, y en razón al desacato del fallo judicial por parte de la Alcaldía, esta planteó una alternativa que actuó como forma de dilatación del proceso, contratando a la Universidad Nacional para el estudio de mitigación del riesgo en la plaza. Dicho estudio arrojó como resultado, que el sitio presentaba un alto riesgo de incendio y de colapso de su cubierta por su estado generalizado de deterioro, por tanto, se concluye que se necesita un presupuesto de \$3.049.636.859 para la reestructuración del lugar (Universidad Nacional de Colombia, 2015, 33). A dicho estudio, la administración local respondió con una aparente falta de presupuesto. Sin embargo, en palabras del exconcejal del municipio, «las reformas eran viables en ese momento ya que el presupuesto del municipio para el año 2016 se calculaba en \$359.773.761.340» (Ciro, 2019, 10).

En palabra del exconcejal (comunicación personal, abril 2019), con el fin de recolectar información suficiente que soportara su decisión, la Alcaldía se resguardó en un estudio realizado por el Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid que pretendía una caracterización sociodemográfica y económica de la plaza de mercado de Bello. Sin embargo, este estudio presentó una deficiencia al no incluir la totalidad de las redes económicas que operaban en el lugar, debido a su informalidad. No obstante, bajo la determinación de no reconstruir o potencializar, el municipio acató una de las recomendaciones de este estudio, en la que se sugiere «realizar un estudio econométrico que mida el cambio en el bienestar (medida monetaria) de los usuarios de la plaza y el entorno» (Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, 2016, 45).

Para 2017, El municipio contrató el estudio econométrico con la Universidad de Antioquia, con el objetivo de indemnizar a los ocupantes formales del lugar, dejando como producto compensaciones económicas muy bajas. Por tanto, los comerciantes manifiestan no entender los parámetros empleados para las compensaciones destinadas a mitigar los impactos sociales y eco-

3 Las acciones populares son: los medios procesales para la protección de los derechos e intereses colectivos. Empleadas para evitar el daño contingente, hacer cesar el peligro, la amenaza, la vulneración o agravio sobre los derechos e intereses colectivos, o restituir las cosas a su estado anterior cuando fuere posible (Colombia, Congreso de la República, Ley 472, 1998).

nómicos, puesto que las cifras de las personas más beneficiadas no sobrepasan los \$15.000.000 (Ciro, 2019).

Los estudios mencionados han sido el respaldo de las acciones de desalojo⁴ ejecutados por la administración local. Según la Secretaría de Gobierno del municipio «las condiciones de vulnerabilidad han aumentado considerablemente y por ello se toma la decisión del desalojo, así como de la demolición del edificio» (Herrera, 2018, 3). En contraposición a ello, los afectados denunciaron irregularidades en dicho proceso. Afirman además que la administración municipal tiene un interés por destinar el predio de la plaza para la inversión inmobiliaria (Herrera, 2018).

Pese a las dinámicas socioeconómicas que produce la plaza de mercado y su valor cultural, que en conjunto con la producción de hilados y tejidos originaron el desarrollo del territorio, hoy la plaza está expuesta a desaparecer en noción al desarrollo inmobiliario, que se convirtió en el interés de las últimas administraciones. Como muestra de ello, el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) del municipio fue reconfigurado en 2009, permitiendo edificaciones de gran altura y residencias de estratos altos⁵, contrario a lo que estaba establecido. A razón de lo anterior, el costado norte del valle de Aburrá volvió a ser llamativo para las constructoras (Pareja, 2014). Y se generan a su vez estímulos en los procesos de gentrificación del municipio.

Bajo este marco de crecimiento inmobiliario, el lote que ocupa la plaza de mercado se reconoce como un área propicia y estratégica para este sector⁶. De esta manera, es el escenario de los intereses del mercado, que la contemplan como una oportunidad de producción del espacio, para Lefebvre el espacio percibido.

En razón a este panorama que se agudiza cada vez más, como consecuencia de la incesante disputa de intereses entre: la administración municipal y los comerciantes y usuarios. El presente trabajo⁷ investigativo de corte descrip-

4 El 13 de noviembre de 2018, la administración local llevo a cabo un operativo de desalojo y cierre de los locales de la plaza de mercado, debido al estado de vulnerabilidad del lugar (Herrera, 2018).

5 Concepto utilizado en Colombia, que según la Ley 142 de 1994 «clasifica los inmuebles residenciales de un municipio, que se hace en atención a los factores y procedimientos que determina la ley». Asumiendo una estratificación, Estrato 1. Bajo-Bajo; Estrato 2. Bajo; Estrato 3. Medio-Bajo; Estrato 4. Medio; Estrato 5. Medio-Alto y Estrato 6. Alto.

6 La plaza de mercado se encuentra a menos de 600 metros de la estación de metro Bello.

7 Este trabajo hace parte de una investigación mayor que tiene por título: La plaza de mercado Bello (Colombia) entre lo tradicional y lo moderno. Realizada en el semillero de investigación de Territorio, de la Facultad de Trabajo Social - Universidad Pontificia Bolivariana.

tivo-reflexivo, con fines académicos, tiene por objetivo caracterizar el proceso de transformación socioespacial de la plaza de Bello, con respecto a las relaciones y los intereses del mercado (espacio percibido). Para el cumplimiento de este objetivo, se consideraron 4 grupos poblacionales: comerciantes, usuarios, constructoras y funcionarios públicos, para los dos primeros se diseñó una encuesta la cual fue aplicada a 80 comerciantes y 58 usuarios, esta información fue analizada con ayuda del programa Epi-Info generando las tablas de frecuencia. Para los funcionarios y constructoras se diseñó una entrevista que se realizó de manera personal, telefónica y vía electrónica, estas se analizaron en una matriz categorial. Además, también se requiere de un marco teórico provisionado de categorías conceptuales para dicho cumplimiento y el reconocimiento de la realidad.

2. MARCO CONCEPTUAL

La esfera pública, el espacio percibido y la gentrificación son conceptos necesarios para abordar de manera teórica el objetivo propuesto. Así, partiendo de la premisa que el espacio público como lugar común a sus habitantes, es creador de ciudadanía, la plaza de mercado del municipio de Bello como espacio público ha sido una amalgama de configuraciones culturales para la población bellanita, puesto que su valor material, pero, además simbólico han significado años de trabajo, subsistencia, costumbre y tejido social. Lo que según Arendt (2003), desde su definición de lo público, es necesario una interacción con el otro para lograr una construcción. Es decir, lo público hace referencia a lo que es corriente para todos y que a su vez sobrepasa la esfera de lo privado, relacionándose con los asuntos de quienes habitan juntos en el mundo hecho por el hombre. Lo que significa que un mundo de cosas está entre quienes lo tienen en común.

El mundo, como todo lo que está en medio, une y separa a los hombres al mismo tiempo. «La plaza de bello es un lugar público que atrae por igual a humildes y personas de la alta sociedad, todos los que visitan este lugar siempre tienen un objetivo principal: la comodidad y la economía. Desde temprano los trabajadores y campesinos llegan a este lugar cargados de sus productos para venderlos a los habitantes, por eso es muy importante que no sea destruida, sino que la arreglen para bienestar de trabajadores y público. La plaza es un lugar generador de empleo y un patrimonio del municipio.» (Comunicación personal, febrero 2020).

Sin embargo, y a pesar de que el espacio público debe ser generador de lo anteriormente mencionado, existen teorías que, a través de otros factores, dan paso a observar que la configuración del espacio se encuentra permeada por determinaciones desde lo percibido, lo concebido y lo vivido. Explicado por Lefebvre (1974), quien mediante una triada conceptual precisa que en la producción del espacio convergen las prácticas espaciales (espacio percibido),

las representaciones del espacio (espacio concebido) y los espacios de representación (espacio vivido).

Para el enfoque de esta comunicación, es necesario situarse en el marco de lo que supone el espacio percibido:

El espacio percibido, debe entenderse como el espacio de la experiencia material, que vincula realidad cotidiana (uso del tiempo) y realidad urbana (redes y flujos de persona, mercancías o dinero que se asientan en —y transitan— el espacio), englobando tanto la producción como la reproducción social (Lefebvre, 1974. 15).

Frente a estas determinaciones y en el contexto del municipio de Bello, es importante decir que quienes perciben el espacio de la plaza de mercado, como referente de transformación y planificación urbana son: el capital inmobiliario, representado por las constructoras presentes en el municipio. Estos intereses se amparan en las decisiones de la administración municipal, la cual a través del POT en el año 2009, según ex candidato a la alcaldía 2019 (Comunicación personal, noviembre, 2019) rebajó las compensaciones urbanísticas de un 20% a un 10%, estimulando el crecimiento de este sector en el municipio. De esta manera, la dinámica actual de la plaza puede explicarse a través de la triada conceptual propuesta por Lefebvre enmarcado en la línea del *espacio percibido*, en su producción y reproducción, y las características que el conjunto espacial da a la formación social. Exigiendo en este caso, que el mercado tradicional se transforme.

Es así entonces, como los mercados municipales se han visto en la necesidad de enfrentar diferentes desafíos debido a las transformaciones dadas en la estructura urbanística y demográfica de las ciudades, el cambio en las pautas de consumo y la competencia de formas de distribución y comercio que se ejecutan desde los supermercados.

El modelo urbano desarrollista, ha implementado los hipermercados no solamente en Europa, sino en diferentes países. Las características de este modelo en Europa fueron: la suburbanización, los conjuntos residenciales de baja densidad y la construcción de autovías (Hernández, 2017). Para el municipio de Bello, este modelo se caracteriza por: la redensificación del suelo urbano, ocupación de las periferias con construcciones campestres de lujo y nuevos centros comerciales (Puerta del Norte, Ciudad Fabricato, entre otros). Lo que, según López (2002; 2007), citado en Hernández (2017), ocasionaría una ruptura entre el espacio público y el comercio debido a la individualización y privatización de las formas de consumo. Además, las políticas públicas han permitido el establecimiento de este modelo, tal como lo afirma (Hernández, 2017): Las políticas públicas urbanas enfocadas hacia el crecimiento de la periferia, así como la salida de las clases medias de las zonas centrales influenciadas por imaginarios suburbanos provocaron que los centros de las ciudades y sus mercados experimentan un proceso de desinversión y pérdida de valor simbólico (Hernández, 2017, 168).

Lo anterior, da cuenta de lo que hace referencia a los procesos de gentrificación relacionados a nivel local, e incluso mundial, permitiendo hacer una analogía entre el municipio de Bello y diferentes ciudades europeas. Entendida aquí la gentrificación como, un proceso asociado a la modernización de las ciudades. El cual es liderado por las entidades del gobierno con apoyo de los promotores inmobiliarios. Estos últimos, compran lotes a precios bajos y aún con los costos de construcción pueden obtener ganancias considerables. Logrando atraer una población de mayor renta y una expulsión de la población tradicional (Smith, 2012).

Según Hernández (2017), para las dinámicas de la gentrificación confluyen algunas características que son similares en el marco de nuestra investigación, siendo estas: incremento de los flujos migratorios hacia las zonas centrales del territorio y procesos de reurbanización, que implican expulsión de la población tradicional, y transformaciones en los estilos de vida. Es así entonces, como la estructura urbana de los centros locales hacen parte de los fenómenos de «abandono y destrucción».

Sin embargo, los centros de abastecimiento y mercado siguen siendo un sector altamente atractivo para el comercio, la administración y el sector empresarial, pero en Bello, al igual que en diferentes ciudades del mundo, surge la conocida gentrificación comercial. Este es el punto donde la densificación urbana y la construcción de nuevos centros, disputan que la forma del comercio tradicional y minorista deba ser sustituido por grandes proyectos. Además, se desplazan a comerciantes que subsisten de la plaza de mercado, lo que supone entonces no sólo una cuestión material, sino también simbólica. (Hernández, 2017).

3. RESULTADOS

Los hallazgos principales de este trabajo investigativo sobre el reconocimiento de la plaza de mercado como un espacio percibido, emergen de los cambios en el uso del suelo, con relación a la revisión del POT del municipio. En el año 2009, el POT tuvo un cambio importante el cual partió del principio de la sana mezcla de usos, actividades, estratos socio-económicos y reorientación en la asignación de los usos comerciales. Permitiendo edificaciones en altura, zócalos comerciales y vivienda para estratos medio y medio-alto. En este sentido, el lineamiento de «vivienda digna y de alta calidad» adquiere mayor respaldo por la administración local, que favorece la construcción de viviendas de mayor estrato en sus diversas tipologías: casa, casa-finca y apartamentos, bajo el ideal de: «óptimas condiciones de habitabilidad y calidad» (Alcaldía de Bello, 2009). No obstante, algunos analistas perciben estas acciones como una estrategia, que legitima la creación de plusvalías para los inversionistas privados (Restrepo, 2012).

Las inmobiliarias ejecutaron nuevos proyectos de diseños de vivienda enfocadas para la población de mayor poder adquisitivo. Según exalcalde (2014),

«La nueva ciudad no piensa en viviendas baratas o de interés social sino en las de alto rango» (Pareja, 2014). Lo que produjo un urbanismo a partir de edificaciones de altura y del concepto de ciudadela (ciudades dentro de ciudades), caracterizada por ser una aglomeración de edificios y apartamentos que comparten espacios y servicios como: comercio, recreación y transporte (Restrepo, 2012). Estas nuevas incursiones en el municipio revelan la densificación inmobiliaria como resultado del cambio estratégico realizado en el POT del 2009, en comparación con el POT del 2000.

Como producto de los cambios ya anunciados, Bello enfrenta un proceso de gentrificación, el cual permitió que desde 2014 hasta el primer semestre del 2019, el municipio alcanzara el mayor número de ventas de viviendas reportadas y licencias otorgadas, en relación con el área metropolitana.

Para el 2019, de las 21.700 unidades que se vendieron en Antioquia, en Bello compraron 4.522. Es decir, un 24 % del total (Suárez, 2019). Bello pasó de tener 18 proyectos de vivienda en 2010 a 74 reportados para el segundo semestre de 2019 (García, 2019). Los proyectos más destacados que han transformado el paisaje urbanístico, son: Ciudad Central (596 apartamentos), Ciudadela Oporto (744 apartamentos), Ciudadela Campestre Amazonia (hasta el momento 254 casas y 400 apartamentos), Puerta Madera Club Residencial (912 apartamentos) y Ciudadela Norteamérica (Un complejo de apartamentos, casas que según el periódico El Tiempo, será ocupado por lo menos por 25 mil habitantes, más que muchos pueblos de Antioquia) (Restrepo, 2012).

Una de las inmobiliarias con mayor influencia en la construcción urbanística del municipio, encargada del proyecto comercial más grande actualmente en Bello «Plaza Fabricato» afirma: que el municipio es exitoso en ventas, pues que goza de atributos como: ubicación estratégica, cerca de toda la infraestructura de servicios de Medellín y el valle de Aburrá. Al tiempo, sostiene que utilizar el predio para la actividad comercial es una buena elección, puesto que se tiene la oportunidad de atender un mercado de 600 mil habitantes que demandan productos y servicios (Comunicación vía electrónica, febrero de 2020).

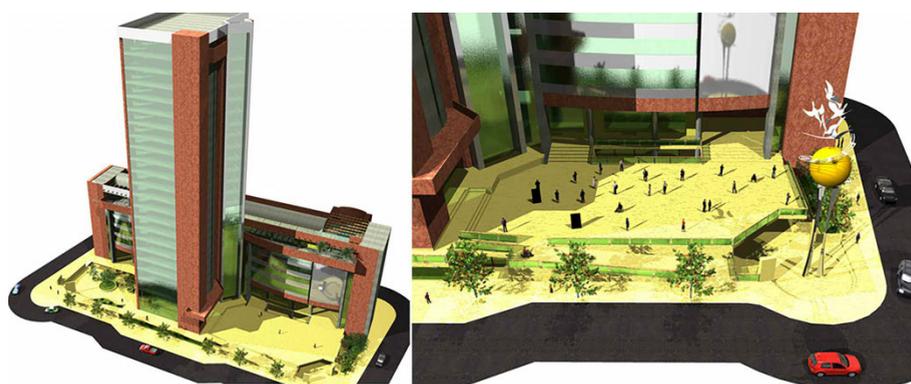
Otra de las inmobiliarias que incursiona en Bello, detonó otras cualidades como: el crecimiento en infraestructura, la evolución de la movilidad y fluidez de sus vías, su excelente topografía y las amplias actividades industriales, comerciales y educativas que ofrece el municipio (Óptima, 2019).

Sin embargo, en la actualidad de los 74 proyectos solo 35% de estos, corresponde a edificaciones de vivienda de interés social (Informe inmobiliario, 2019). Lo que deja en evidencia, la prioridad que la administración local le otorga al capital privado en la producción del espacio. En este sentido, la relación Estado e inmobiliarios privados antepone sus intereses sobre los del colectivo.

La ambición de demoler antes que potencializar o reconstruir, es producto de los procesos de gentrificación que pretenden romper con el tejido social y las relaciones del mercado engendradas en las necesidades básicas como

la alimentación. Logrando con ello una edificación que aumente la renta del suelo. Como prueba de esto, en el 2019 el DANE señaló que los precios de venta de vivienda nueva en el valle de Aburrá se incrementaron un 8.9%. Sin embargo, sólo durante el segundo trimestre de este mismo año, Bello registró una valorización próxima al 6% de los proyectos de vivienda nueva (García, 2019).

Figura 3. Planos del proyecto Plaza Centro



Fuente: Alcaldía de Bello, 2012

El predio de la plaza de mercado es reconocido como un área estratégica para el crecimiento urbano, debido a: su centralidad en el municipio, cercanía al parque principal y proximidad a la estación del metro. Lo que la convierte en un predio fascinante para la edificación de proyectos inmobiliarios. Por ello, según exconcejal (comunicación personal, abril 2019), la administración local en su interés por favorecer al capital privado sobre las demandas de comerciantes y usuarios, no tiene planeado reconstruir o potencializar, como lo exige el fallo judicial. Contrario a ello, anhela llevar a cabo en este predio un proyecto comercial e inmobiliario, ligado a las nuevas concepciones arquitectónicas concebido desde el año 2012. Estas afirmaciones son reforzadas por el excandidato a la alcaldía del municipio 2019, quien sostiene que el proyecto ya fue planificado de manera confidencial, aun cuando no se ha obtenido un nuevo dictamen judicial (comunicación personal, noviembre 2019). El proyecto «Plaza Centro» que se pretende llevar a cabo en el predio ocupado hoy por la plaza de mercado (ver Figura 3), planea contar con locales comerciales en el primero, segundo y tercer nivel, oficinas y auditorios en el cuarto y quinto. En tanto, el sexto piso está programado para ser una zona de spa, mientras que, desde el séptimo nivel hasta el 24, se proyecta dedicarlos a la ocupación de vivienda nueva. También cabe añadir, que esta edi-

ficación contará con parqueaderos y a su vez pretende dedicar locales para la reubicación del comercio de la plaza (Alcaldía de Bello, 2012). Sin embargo, esta última pretensión es cuestionable, ya que estaría en contra de las nuevas lógicas comerciales que se proponen para el predio, puesto que los establecimientos que operan en la plaza responden a la tradición campesina, contrario, a las nuevas demandas que espera atender la administración local con este proyecto.

Además de lo anterior, el proyecto urbanístico propuesto desde el 2012, no ha sido informado ni a la comunidad, ni a los comerciantes que trabajan en la Plaza. Esto lo muestra particularmente en la respuesta de dos de las preguntas del cuestionario (Tabla 1). A la pregunta ¿Conoce usted los proyectos que se van a realizar en la plaza de mercado? De los 138 encuestados entre usuarios y comerciantes, el 72,4% contestaron no conocer ningún proyecto. A quienes respondieron de manera afirmativa, se confirmó la respuesta, preguntando por el tipo de proyecto. De las 38 personas que respondieron saber del proyecto el 50% contestó que iba a ser demolida, pero no anunció ningún proyecto en particular. Solo 5 personas de las 38, es decir el 13,1% mencionó proyecto urbanístico y centro comercial.

Tabla 1. Conocimiento sobre el proyecto Plaza Centro

	SI	NO
Comerciantes	29	51
Usuarios	9	49
Total	38	100
Tipo de proyecto		
Demolición	19	
Lucro político	1	
Remodelación	13	
Centro comercial	2	
Proyecto Urbanístico	3	

Fuente: Elaboración propia

Como consecuencia de lo expuesto, los encuestados manifiestan incertidumbre frente a su futuro en la plaza, puesto que, alrededor del predio se especulan diferentes proyectos, y la administración local no se pronuncia frente a la comunidad.

4. CONCLUSIONES

Se concluye, que el cambio en el uso del suelo establecido en el POT del 2009 produjo un proceso de gentrificación de gran escala en el municipio.

Para 2019, en Bello se vendieron 4.522 unidades de vivienda nueva, principalmente viviendas para población de mayor renta, lo que cuadruplicó la cifra reportada para 2010 y provocó un tránsito de estratos bajos a medios y altos en algunas zonas del municipio, en función de su desarrollo urbanístico y comercial.

La densificación de las nuevas tipologías de vivienda que han incursionado en el municipio logró una transformación del paisaje urbanístico del municipio y produjeron una intensificación del fenómeno inmobiliario, que hoy compromete la permanencia de sitios emblemáticos para la ciudad, como lo es la plaza de mercado.

El nuevo modelo de ciudad que emprende Bello no concibe dentro de su paisaje urbanístico una plaza de mercado tradicional, por ende, la administración local ha empleado el abandono como una estrategia para deshacerse de la infraestructura asentada en este predio, pese a las exigencias del fallo judicial. No obstante, ha recurrido al desalojo como una forma directa de expulsión y clausura de la operatividad del lugar.

Así mismo, la reducción del flujo de usuarios, debido a la actual apariencia de la plaza y el pago de extorsión que los comerciantes enfrentan, ha generado una expulsión indirecta, puesto que, al aumentar el costo de vida se afectan las utilidades de los negocios.

Frente al predio de la plaza se han construido múltiples especulaciones, que han logrado una desinformación en la comunidad respecto a su destino. El, 72,4% de la población encuestada dice no conocer sobre el proyecto de la plaza, mientras que el porcentaje restante brindó diversas respuestas sobre el futuro del predio.

Bajo este marco y en vinculación con el objetivo de este trabajo, se acierta en la presunción de la plaza de mercado como un espacio percibido, según a la triada de Henri Lefebvre. Y a su vez, se reconoce dicha connotación como producto del cambio en el uso del suelo y el aumento de la renta del mismo.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaldía de Bello (2009). Plan de ordenamiento territorial de Bello. Bello, Antioquia. Recuperado de <https://bello.gov.co/index.php/features/nuestros-planes/item/81-plan-de-ordenamiento-territorial-pot> [Consultado: 3 de febrero de 2020].
- Alcaldía de Bello (2012). Proyecto Plaza Centro (presentación PowerPoint). [Consultado: 3 de noviembre de 2019].

- Alcaldía de Bello (2017). Historia del municipio de Bello. Bello, Antioquia. Recuperado de <https://bello.gov.co/index.php/styles/ciudad-de-bello/item/85-historia-del-municipio-de-bello> [Consultado: 14 marzo de 2019].
- Área metropolitana Valle de Aburrá (2019). Historia. Valle de aburrá, Colombia. Recuperado de: <https://www.metropol.gov.co/area/Paginas/somos/Historia.aspx> [Consultado: 3 de febrero de 2020].
- Arendt, A. (2003). *La condición humana*. Estados Unidos: University of Chicago Press.
- Ciro, B. (16 de enero de 2019). Desalojamiento en la plaza de mercado de Bello. El colectivo. Recuperado de: <https://elcolectivocomunicacion.com/2019/01/16/desalojo-en-la-plaza-de-mercado-de-bello/> [Consultado: 7 de noviembre de 2019].
- Colombia. Congreso de la República, Ley 472. (5, agosto, 1998). Por la cual se desarrolla el artículo 88 de la Constitución Política de Colombia en relación con el ejercicio de las acciones populares y de grupo y se dictan otras disposiciones. Recuperado de: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0472_1998.html. [Consulta: 01 de noviembre de 2019].
- Corporación Semiosfera, (s.f). Historia de Bello. Bello, Antioquia. Recuperado de <http://www.semiofera.org.co/bello/historia.htm> [Consultado: 19 marzo de 2019].
- García, P. (2019). Bello dinamiza y potencia el desarrollo de Antioquia. Camacol Antioquia. Recuperado de <https://www.camacolantioquia.org.co/bello-dinamiza-y-potencia-el-desarrollo-de-antioquia/> [Consultado: 13 febrero de 2019]
- Hernández Cordero, A. (2017). *Los mercados públicos: espacios urbanos en disputa*. Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, Ciudad de México.
- Herrera, V. (13 de noviembre de 2018). Disturbios tras desalojo de plaza de Mercado en Bello. El Colombiano. Recuperado de <https://www.elcolombiano.com/antioquia/desalojo-de-plaza-de-mercado-de-bello-antioquia-DB9650162> .[Consultado: 7 de febrero de 2020].
- Informe inmobiliario (2019). Informe inmobiliario proyectos vis. Mercadeo en Internet SAS. Recuperado de <https://informeinmobiliario.com/proyectos-mi-casa-ya-vivienda-subsidio/5/esp/>. [Consultado: 18 enero de 2020].
- Lefebvre, H. (1974). *La producción del espacio*. Madrid: Capitan Swing.
- Ministerio del Interior (2013). Definición área metropolitana. Recuperado de <https://www.mininterior.gov.co/content/area-metropolitana>. [Consulta: 19 de noviembre de 2019]
- Óptima (2019). ¿Por qué invertir en Bello? Óptima vivienda y construcción. Recuperado de <https://www.optima.com.co/por-que-invertir-en-bello/>. [Consultado: 30 enero de 2020]

- Pareja, D. (21 de julio de 2014). Bello sube el estrato de las viviendas y es exitoso en inversión. *El Tiempo*. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-14278536> [Consultado: 3 de febrero de 2020].
- Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid (2016). Caracterización socioeconómica de los comerciantes ocupantes de la plaza de mercado municipio de Bello, Y los ocupantes del entorno de la plaza. (Tesis inédita). Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, Medellín, Antioquia.
- Restrepo, E. (2012). Crecimiento urbano y especulación inmobiliaria en Bello, 2000-2012. *Revista centro histórico de Bello*. Vol. (14), 61-74. Recuperado de <https://centrodehistoriadebello.org.co/huellas-de-ciudad-numero-14>.
- Smith, N. (2012). La nueva frontera urbana-ciudad revanchista y gentrificación. Madrid: Traficantes de sueños.
- Suárez, V. (17 de agosto de 2019). Bello, el nuevo horizonte para vivir en el Aburrá. *El Colombiano*. Recuperado de: <https://www.elcolombiano.com/negocios/economia/pese-a-inseguridad-bello-es-atractivo-para-vivir-OG11428978> [Consultado: 3 febrero de 2020].
- Universidad Nacional de Colombia. (2015). Mitigación del riesgo en la plaza de mercado del municipio de Bello (Tesis inédita). Universidad nacional de Colombia, Medellín, Antioquia.