

**Resignificando el turismo, del narco-turismo al turismo de memoria como estrategia de posicionamiento cultural en la ciudad de Medellín**

Leidy Mayerly Romero García

Universitaria Agustiniana  
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa de Administración Hotelera y Turístico  
Bogotá, D.C.  
2023

**Resignificando el turismo, del narco-turismo al turismo de memoria como estrategia de posicionamiento cultural en la ciudad de Medellín**

Leidy Mayerly Romero García

Directora  
Patricia Pérez Ramírez

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Profesional en Hotelería y Turismo

Universitaria Agustiniana  
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa de Hotelería y Turismo  
Bogotá, D.C.  
2023

Nota de aceptación

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Bogotá, D.C., noviembre 2023

*Nota de aceptación del asesor de trabajo de grado*

*A Dios principalmente por permitirme cumplir  
Un logro más en mi vida, A mis abuelitos que años atrás anhelaban  
Con este momento y que desde el cielo estarán orgullosos,  
A mi abuelita María Moreno quien con su ejemplo de perseverancia y su  
Apoyo incondicional me motivó en crecer como profesional y como persona,  
A mi padre Leónidas Romero y mi Madre Nora García por enseñarme  
El valor de la dedicación, el esfuerzo, la responsabilidad y el compromiso  
Para tener buenos resultados. A mi hermano por ser un apoyo indispensable.  
A mi Familia por los consejos y valores brindados, por demostrarme que existen  
Personas que logran sus propósitos con esfuerzo, sacrificio y perseverancia.*

## **Agradecimientos**

Agradezco inicialmente a Dios, a mi familia, a la institución Universitaria Agustiniana la cual me formo como profesional y como ser humano, así mismo y especialmente a mi tutora y profesora Patricia Pérez por el tiempo, los consejos, sus recomendaciones y su apoyo en el desarrollo del proyecto y a cada una de las personas que han hecho parte de mi formación académica dentro de la institución.

## **Resumen**

El objetivo principal del documento es diseñar estrategias de promoción turística para resignificar el turismo con el fin de transformar el narco-turismo al turismo de memoria en la ciudad de Medellín. Para llevar a cabo esto se identificaron y caracterizaron sucesos y lugares que hacen parte de la memoria histórica de Medellín en relación al narco-turismo, Así mismo, el personaje más destacado es Pablo Escobar, quien, con sus acciones relacionadas al tráfico de drogas, el conflicto armado y hechos de violencia marcaron la memoria histórica de Medellín, en consecuencia, se genera un imaginario colectivo erróneo por parte de los visitantes de lo que es la historia de Medellín. En el cumplimiento de los objetivos se utilizaron métodos, técnicas e instrumentos de investigación, la recolección de datos (encuesta y entrevistas); la observación de campo; la revisión bibliográfica de diversos autores y proyectos turísticos; finalmente, se presentan las estrategias de promoción turística para los atractivos culturales que hacen parte de la memoria histórica de Medellín, La comuna 13, Parque Memorial Inflexión y Museo Casa de la Memoria.

*Palabras clave:* Resignificación, Memoria Histórica, Turismo de Memoria, Narco-Turismo, Posicionamiento, Visitante

## **Abstract**

The main objective of the document is to design tourism promotion strategies to redefine tourism in order to transform narco-tourism into memory tourism in the city of Medellín. To carry out this, events and places that are part of the historical memory of Medellín in relation to narco-tourism were identified and characterized. Likewise, the most prominent character is Pablo Escobar, who with his actions related to drug trafficking, the armed conflict and acts of violence marked the historical memory of Medellín, consequently an erroneous collective imagination is generated by visitors to what which is the history of Medellín. In compliance with the objectives, research methods, techniques and instruments were used, including data collection (survey and interviews); field observation; the bibliographic review of various authors and tourism projects; Finally, tourism promotion strategies are presented for the cultural attractions that are part of the historical memory of Medellín, La Comuna 13, Parque Memorial Inflexion and Museo Casa de la Memoria.

*Keywords:* Resignification, Historical Memory, Memory Tourism, Narco-Tourism, Positioning, Visitor

## Tabla de contenido

|   |    |
|---|----|
| Introducción.....                                   | 14 |
| 1 Planteamiento del problema .....                  | 15 |
| 1.1 Pregunta de investigación.....                  | 16 |
| 2 Justificación.....                                | 17 |
| 3 Objetivos .....                                   | 19 |
| 3.1 Objetivo general .....                          | 19 |
| Objetivos específicos. ....                         | 19 |
| 4 Marcos de referencia.....                         | 19 |
| 4.1 Marco teórico.....                              | 19 |
| 4.2 Marco conceptual.....                           | 23 |
| 4.2.1 Memoria histórica.....                        | 23 |
| 4.2.2 Turismo cultural. ....                        | 23 |
| 4.2.3 Narco turismo. ....                           | 24 |
| 4.2.4 Turismo Oscuro. ....                          | 24 |
| 4.2.5 Resignificación. ....                         | 24 |
| 4.2.6 Estrategias de posicionamiento. ....          | 25 |
| 4.2.7 Visitante. ....                               | 25 |
| 4.2.8 Turismo de memoria. ....                      | 25 |
| 4.3 Marco Geográfico.....                           | 26 |
| 4.3.1 Límites. ....                                 | 26 |
| 4.3.2 División Política/administrativa. ....        | 27 |
| 4.3.3 Actividad Productiva. ....                    | 27 |
| 4.3.4 Población.....                                | 27 |
| 4.4 Marco Legal .....                               | 27 |
| 4.4.1 Código Ético Mundial para el turismo.....     | 27 |
| 4.4.2 Ley 300 de 1996 .....                         | 27 |
| 4.4.3 Ley 1558 de 2012 .....                        | 27 |
| 4.4.4 Ley 2068 de 2020 .....                        | 28 |
| 4.4.5 Ley 1516 de 2012 .....                        | 28 |
| 4.4.6 Ley 397 de 1997, Ley General de Cultura ..... | 28 |



|       |   |    |
|-------|---|----|
| 4.4.7 | Memoria histórica ley 1448 de 2011 .....  | 29 |
| 5     | Metodología.....  | 30 |
| 5.1   | Enfoque y Método .....  | 30 |
| 5.2   | Técnicas e instrumentos según el objetivo específico .....  | 32 |
| 5.3   | Población y muestra.....  | 32 |
| 5.3.1 | Datos técnicos de la investigación.....   | 33 |
| 6     | Capítulo 1. Caracterizar los sucesos y lugares que hacen parte de la memoria histórica de Medellín con relación al narco turismo y sus impactos en la población local ..... | 34 |
| 6.1   | Pablo Escobar referente de la historia del narcotráfico en Medellín .....   | 34 |
| 6.2   | Lugares turísticos que hacen parte de la memoria histórica de Medellín .....  | 39 |
| 6.2.1 | Parque memorial inflexión .....   | 39 |
| 6.2.2 | Museo Casa de la memoria .....  | 42 |
| 6.2.3 | Comuna 13 de Medellín.....  | 43 |
| 6.2.4 | Entrevista 1.....   | 45 |
| 6.2.5 | Entrevista 2.....   | 47 |
| 6.3   | Conclusiones.....   | 49 |
| 7     | Capítulo 2. Identificar el perfil del potencial visitante interesado en el Turismo de memoria en la ciudad de Medellín .....  | 50 |
| 7.1   | Gráficas de los resultados de la encuesta .....   | 50 |
| 7.2   | Conclusión acerca del perfil del visitante interesado en el turismo de memoria .....  | 61 |
| 8     | Capítulo 3. Estrategias de promoción turística, para transformar la concepción del narco-turismo al turismo de memoria .....  | 63 |
| 8.1   | Estrategia 1: Sensibilización a los prestadores de servicios turísticos y la Comunidad local  | 63 |
| 8.2   | Estrategia 2. Ejecutar un plan de promoción turística como herramienta para posicionar los atractivos turísticos.....   | 65 |
| 8.2.1 | Propuesta de logo.....  | 66 |
| 8.2.2 | Propuesta de slogan .....   | 68 |
| 8.3   | Comunicación digital como un medio de posicionamiento .....   | 68 |
| 8.3.1 | Colaboración con figuras públicas.....  | 71 |
| 8.4   | Estrategia 3: Storytelling turístico .....  | 71 |

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 8.5   | Estrategia 4: Diseño de una ruta turística ..... | 73 |
| 8.5.1 | Itinerario .....                                 | 73 |
| 8.5.2 | Mapa del recorrido del paquete turístico .....   | 75 |
| 8.5.3 | Precio propuesto para la venta al público .....  | 76 |
| 8.5.4 | Propuesta de folleto para promoción .....        | 77 |
| 9     | Conclusiones.....                                | 78 |
| 10    | Recomendaciones .....                            | 79 |
| 11    | Anexos .....                                     | 80 |
| 11.1  | Formato de entrevista .....                      | 80 |
| 11.2  | Formato de encuesta.....                         | 81 |
| 12    | Lista de Referencias .....                       | 84 |

## Lista de tablas

|              |    |
|--------------|----|
| Tabla 1..... | 32 |
| Tabla 2..... | 33 |
| Tabla 3..... | 63 |
| Tabla 4..... | 65 |
| Tabla 5..... | 72 |
| Tabla 6..... | 73 |

## Lista de figuras

|  |    |
|--|----|
| <b>Figura 1.</b> Mapa de Medellín división política.. .....  | 26 |
| <b>Figura 2.</b> Ubicación de los atractivos culturales de Medellín.. .....  | 26 |
| <b>Figura 3.</b> Proceso cualitativo.. .....   | 31 |
| <b>Figura 4.</b> Línea de tiempo.. .....   | 39 |
| <b>Figura 5.</b> Parque Memorial en Medellín: espacio público de inflexión que transformará la antigua residencia de Pablo Escobar. ....   | 40 |
| <b>Figura 6.</b> Parque Memorial en Medellín: espacio público de inflexión que transformará la antigua residencia de Pablo Escobar.. ..... | 41 |
| <b>Figura 7.</b> Perspectiva aérea, Parque Memorial en Medellín.....   | 41 |
| <b>Figura 8.</b> “Somos lo que dejamos a los demás” Hernando Baquero Borda. Parque Memorial Inflexión de Medellín. ....                    | 42 |
| <b>Figura 9.</b> Museo Casa de la Memoria.. .....  | 43 |
| <b>Figura 10.</b> Comuna 13 Medellín.....  | 44 |
| <b>Figura 11.</b> La Comuna 13, referente de turismo cultural en Latinoamérica. ....   | 44 |
| <b>Figura 12.</b> Genero. ....   | 50 |
| <b>Figura 13.</b> Rango de edad.....   | 51 |
| <b>Figura 14.</b> Nivel de formación.....  | 52 |
| <b>Figura 15.</b> Que hace en su tiempo libre. ....  | 52 |
| <b>Figura 16.</b> Motivación.....  | 53 |
| <b>Figura 17.</b> Nivel de importancia atributos turísticos.....   | 54 |
| <b>Figura 18.</b> Reconocimiento de Medellín. ....   | 55 |
| <b>Figura 19.</b> Atractivos culturales.....   | 56 |
| <b>Figura 20.</b> Historia de Medellín.....  | 57 |
| <b>Figura 21.</b> Interés en el turismo de memoria.....  | 57 |
| <b>Figura 22.</b> Motivo del turismo de memoria.....   | 58 |
| <b>Figura 23.</b> Perspectiva beneficios para el turismo.. .....   | 59 |
| <b>Figura 24.</b> Medio de transporte.....   | 60 |
| <b>Figura 25.</b> Compañero de viaje.....  | 60 |
| <b>Figura 26.</b> Presupuesto del viajero.....   | 61 |

|  |    |
|--|----|
| <b>Figura 27.</b> Logo .....                                     | 67 |
| <b>Figura 28.</b> Accesorios de la marca.....                    | 67 |
| <b>Figura 29.</b> Accesorios de la marca.....                    | 68 |
| <b>Figura 30.</b> Perfil de instagram. ....                      | 69 |
| <b>Figura 31.</b> Perfil de Instagram. ....                      | 69 |
| <b>Figura 32.</b> Publicación en Instagram. ....                 | 70 |
| <b>Figura 33.</b> Perfil de Facebook .....                       | 70 |
| <b>Figura 34.</b> Mapa del recorrido turístico. ....             | 75 |
| <b>Figura 35.</b> Precio propuesto del recorrido turístico ..... | 76 |
| <b>Figura 36.</b> Brochure del Recorrido turístico.....          | 77 |
| <b>Figura 37.</b> Brochure Recorrido turístico. ....             | 78 |

## **Introducción**

Las múltiples prácticas turísticas permiten la creación de nuevas ofertas que se adaptan a diferentes públicos; es el caso del narco-turismo en la ciudad de Medellín, Colombia, donde se ha manifestado interés por conocer la historia de los sucesos relacionados con el narcotráfico. Así mismo, el personaje más destacado es Pablo Escobar, quien, con sus acciones relacionadas al tráfico de drogas, el conflicto armado y hechos de violencia marcaron la memoria histórica de Medellín, en consecuencia, se genera un imaginario colectivo erróneo por parte de los visitantes de lo que es la historia de Medellín y sobre todo la práctica turística. Por lo tanto, la investigación se enfoca en entender la memoria histórica como una manifestación presente en el proceso de creación de la memoria colectiva y de su aporte en la práctica turística. Por ende, se pretende exponer las estrategias de promoción turística para resignificar el turismo, al transformar el narco-turismo al turismo de memoria como una estrategia de posicionamiento.

La investigación se desarrolla de la siguiente manera, en primer lugar se presenta el planteamiento del problema, su justificación, objetivos propuestos, marcos de referencia y metodología; En el primer capítulo se pretende abordar los sucesos importantes de la historia del narcotráfico en Medellín durante la época de los 80`s y 90`s. lo que a consecuencia ha desarrollado prácticas relacionadas al narco-turismo, así como también se caracteriza La comuna 13, Museo Casa de la Memoria y El Parque Memorial Inflexión, lugares que hacen parte de estos hechos, en efecto se presenta las entrevistas realizadas; En el segundo capítulo se abordan los resultados de las encuestas realizadas, la información recolectada contribuye al análisis del perfil del visitante interesado en el turismo de memoria y finalmente, en el tercer capítulo se presentan las estrategias de promoción turística para la implementación en lugares emblema de la memoria histórica de Medellín con el objetivo de transformar la concepción del narco-turismo al turismo de memoria, con ello se pretende generar un posicionamiento y reconocimiento de estos atractivos culturales y en función de exponer las conclusiones enfocadas a la pregunta de investigación y a los objetivos planteados.

## 1 Planteamiento del problema

En los últimos años se ha evidenciado la cantidad significativa de personas quienes visitan Medellín, De acuerdo con Torres (2022)

El año 2022 dejó cifras históricas para la ciudad. Por primera vez, Medellín recibió a más de 1.400.000 visitantes y superó la proyección de 1.200.000, lo que posiciona al año como el mejor en turismo en la historia de la ciudad. De acuerdo con este comportamiento, en la capital antioqueña ya no existe una época estacional de turismo, sino que se mantiene a lo largo del año (p.17).

Sin embargo, el fenómeno del narcotráfico en Colombia es un tema de gran importancia en la historia, el cual desencadenó impactos sociales, económicos y culturales como la proliferación de nuevas prácticas turísticas como el narco-turismo, el cual está orientado en satisfacer las demandas de aquellas personas que viajan a la ciudad con el imaginario de una Medellín vinculada al narcotráfico. Así mismo la producción de diferentes series que resaltan personajes como Pablo Escobar ha generado motivación a nivel mundial en los turistas por conocer la narco cultura. De acuerdo con Beauvais (2022):

Si bien el éxito mundial de la serie colombiana “El patrón del mal” que se ha transmitido desde 2012 en 66 países -entre ellos Corea del Norte- lo ha presentado a la audiencia internacional, es precisamente narcos la serie insignia de Netflix, la que ha globalizado al narcotraficante y su ciudad desde 2017. Desde entonces, las series y el cine han explotado el filón y asistimos a una proliferación de producciones sobre Escobar (p.11).

En consecuencia, se genera un imaginario colectivo de lo que es la cultura en Medellín, ya que muchos turistas se ven atraídos por las hazañas y vivencias de Pablo Escobar como una inspiración, sin conocer la historia que hay detrás de los hechos de violencia sucedidos a causa del narcotráfico y donde no hay una convicción histórica de lo que vivió la comunidad y las víctimas de la época.

La historia de Medellín es uno de sus principales atractivos la cual permite dar un reconocimiento del destino, pero que al mismo tiempo puede generar una concepción equivocada en la práctica turística, esto en la influencia que tuvieron los carteles de la droga entre 1980 y 1990. Dice Vallejo Bravo (2010):

Durante ese período la ciudad fue reconocida por ser la sede del denominado “Cartel de Medellín”, que era liderado por uno de los más grandes narcotraficantes de la época, Pablo Escobar Gaviria, quien no solo controlaba el tráfico de drogas, sino también los grupos delincuenciales de los barrios populares de la ciudad (p.103).

Por otro lado, muchos turistas han confundido la práctica del narco-turismo con un concepto muy diferente entendiéndolo como el consumo “recreativo” de drogas, la visita de lugares donde se produce y comercializa. Dice Rosales (2013):

El narco turismo o turismo de droga es un fenómeno social y una corriente turística en la que las personas visitan una zona específica o un país determinado con la intención de adquirir y consumir estupefacientes, los principales atractivos de estos países son los precios más bajos, las dosis de mejor calidad, así como también la permisibilidad de las autoridades para el consumo (p.51).

En el mismo sentido, Naef (2018) “La creciente afluencia de visitantes ha redefinido los aspectos culturales y sociales debido al cambio en las fuentes de ingreso de los habitantes por la fuerte afluencia de dinero vinculado al narcotráfico” (p.7). Esto posiblemente se presenta porque la sociedad intenta avivar las situaciones que genera el narco-turismo y no permite una transformación completa del mismo.

Por lo tanto, es importante el cambio de la perspectiva de narco-turismo proporcionando un significado diferente de lo que fue el pasado de Medellín y de lo que es ahora, al transformar su imagen, mostrando la memoria histórica de los atractivos culturales con la finalidad de fomentar un proceso correcto de reconocimiento del pasado desde un enfoque interpretativo.

### **1.1 Pregunta de investigación**

¿Por medio de qué estrategias se podría resignificar el turismo, transformando la concepción del narco-turismo al turismo de memoria en la ciudad de Medellín?



## 2 Justificación

El turismo se ha convertido en la necesidad de conocer y relacionarse en otros espacios a consecuencia los prestadores de servicios turísticos genera productos turísticos que atienden a la demanda de los turistas proporcionando el desarrollo socioeconómico de los destinos. El turismo en Medellín ha desarrollado un gran posicionamiento en diversas prácticas turísticas, en relación al narco-turismo como oferta, los turistas que visitan la ciudad se ven atraídos por la historia la cual fue enmarcada por la violencia y el narcotráfico. Mencionan Giraldo Velásquez, Van Broeck, & Posada (2014):

Durante los años ochenta en Medellín se crean diferentes organizaciones dedicadas a la fabricación y exportación de estupefacientes, este lucrativo negocio generó efectos negativos en la sociedad y cómo hoy en día surge una demanda de turistas que quieren conocer esta historia, por ello, se genera la oferta de dicha demanda. (p.103).

Entre los protagonistas más destacados, aparece Pablo Escobar, un hombre que marcó el país colombiano con sus acciones vinculadas al tráfico de drogas. Durante décadas la historia se repite, muchos turistas viajan a Medellín con la intención de conocer la historia de este personaje, donde genera un vínculo con acciones relacionadas con la compra, distribución y consumo de drogas, es decir los mismos comportamientos en la sociedad se repiten.

Medellín sufrió por varios años la violencia del narcotráfico, ahora la comunidad local que sufrió esta época negativa, aprovecha para generar ingresos con el nombre de Pablo Escobar. Ofrecen tours contando y dando a los turistas información familiar sobre “el patrón” y otras personas venden artículos “recuerdo” de su visita. Hay varios comentarios sobre esta modalidad de turismo, Palomo (2018):

Desde hace un año, el negocio va viento en popa. “Los medios de comunicación le dan publicidad”, [...]

Yo soy un simple trabajador, aunque entiendo que puede ser negativo porque la droga ha hecho mucho daño. Pero es que nos tocó una época dura y ahora hay que aprovecharla”, [...] “Además, allí ya tienen su ‘tour’” (p.16).

Ahora bien, es importante mencionar el gran impacto que actualmente ha tenido el turismo cultural para Colombia. De acuerdo con Lima de Morais et al., (2014):

Uno de los segmentos principales de la actividad turística es el turismo cultural; el cual contribuye de manera significativa para la atracción de visitantes y el desarrollo del turismo de las localidades donde se lleva a cabo la actividad. En este contexto, el turismo cultural consiste en la contemplación de

monumentos y edificios históricos, como también la apreciación de saberes y haceres que caracterizan los hábitos y costumbres de una localidad y los cuales hacen parte de su cultura (p.23).

En consecuencia, es importante mencionar la intención de suprimir la imagen del narco-turismo como producto “turístico”, la intención no es dejar de lado los acontecimientos sucedidos o el olvido de la historia, es construir una formación desde la no repetición de los sucesos. Así mismo, es importante recalcar el potencial turístico que tiene Medellín en relación a la contemplación de atractivos con valor histórico como El Museo Casa de la Memoria, El parque Memorial Inflexión la Comuna 13 y aquellos espacios culturales y naturales que identifican actualmente la ciudad como destino turístico.

El turismo vinculado a la memoria constituye una propuesta recreativa donde el manejo del tiempo libre, asociado a las experiencias intelectuales y moralmente valiosas dará un contrapeso a las rutas turísticas especializadas en el narco-turismo. Con ello, se otorga un modelo de resignificación del turismo, se reconocen los sucesos ocurridos, no se busca negar lo que sucedió en este lugar y lo que se vivió durante esta época de la historia de Medellín; todo lo contrario, se busca entrelazar las historias (presente y futuro) y reconstruir correctamente los hechos del momento con el fin de dar tributo a la comunidad, la cual es la principal protagonista y receptora de la historia y con ello contribuir en el desarrollo de un pensamiento crítico tanto a turistas como a la población en general.

### 3 Objetivos

#### 3.1 Objetivo general

Diseñar estrategias de promoción turística para resignificar el turismo con el fin de transformar el narco-turismo al turismo de memoria en la ciudad de Medellín.

#### Objetivos específicos.

1. Caracterizar los sucesos y lugares que hacen parte de la memoria histórica de Medellín con relación al narco-turismo y sus impactos en la población local
2. Identificar el perfil del potencial visitante interesado en el Turismo de memoria en la ciudad de Medellín.
3. Proponer estrategias de promoción turística, para transformar la concepción del narco-turismo al turismo de memoria.

### 4 Marcos de referencia

#### 4.1 Marco teórico

El presente marco teórico fue realizado de acuerdo con las siguientes categorías de análisis para el desarrollo del trabajo de investigación. En primer lugar, se tratará sobre la memoria histórica, por consiguiente, a ello se abordará el turismo cultural, en tercer lugar, estará el turismo oscuro, en cuarto lugar, está el narco-turismo y finalmente se abordará la resignificación turística.

En la sociedad colombiana se ha logrado exponer la reconstrucción de la cruda historia del narcotráfico sobre todo en la cultura y memoria de la ciudad de Medellín. La memoria histórica, donde se tienen imágenes, recuerdos donde ciertos lugares y objetos, traen a la actualidad la maldad experimentada en los años 80 y 90, donde salieron afectadas varias personas por la guerra de carteles, combinada con la memoria colectiva que se consolida como una fuente importante para garantizar la continuidad atemporal de personajes, vivencias y experiencias en el pensamiento de la comunidad antioqueña dando así el reconocimiento de la historia. De acuerdo con Bonelo Martínez et al., (2020):

Un lugar de memoria no es cualquier lugar en el recuerdo, puesto que implica voluntad para recordar y valor simbólico para proyectar. Memoria e historia tienden a confundirse; la memoria cobra forma como proyección voluntaria de una comunidad que le otorga un significado como valor simbólico. Por tanto, con ausencia de significado solo sería un recuerdo y con ausencia de voluntad solo sería historia. (p.58).

Es por ello que los lugares de memoria que giran en torno a situaciones de violencias a causa del narcotráfico y diferentes problemas sociales en Medellín generan un motivo para los visitantes en conocerlos.

En el mismo sentido Santamaría (2021): “La memoria histórica ayuda entender en cómo el pasado abarca en la reconstrucción de sucesos en los imaginarios colectivos y se deriva de la narración de varios testimonios de grupos sociales afectados en el pasado” (p. 3). Se considera que las comunidades tienen elementos significativos que hacen parte de los sucesos y tradiciones, integrados en cada cultura, los cuales se transmiten por generaciones.

La memoria histórica implica algunas dificultades, por ello es necesario respetar la decisión de las víctimas de compartir o no sus experiencias. Según Nieto, Mora y Bonelo (2022):

En realidad, no hay desarrollo en la memoria colectiva, como en el caso la histórica, El presente (comprende una determinada duración, la que interesa a la sociedad hoy) está de acuerdo con el pasado reconociendo sucesos pasados vecinos. Se tiene claro que el pasado no existe, pero para el historiador el presente y el pasado tienen tanta conexión el uno con el otro. La memoria de una sociedad va hasta donde alcanza la misma, de los grupos que la componen. (p.215).

Es por ello la importancia de presentar una construcción clara de la memoria colectiva en relación a los hechos de violencia en torno al narcotráfico, y la estructuración de las narrativas donde se expongan las verdaderas facetas de personajes ligados al narcotráfico como Pablo Escobar dejando a un lado la mitificación.

Por otra parte, el turismo cultural es considerado como una estrategia de transformación social, este tipo de turismo en la ciudad de Medellín se hace provecho para aquellas personas que se interesan por conocer un poco de lo que fue la historia de Medellín, esta motivación surge como posibilidad de valorar y promocionar la cultura. Dice Barretto (2007):

El turismo cultural es una actividad que consiste en la contemplación de un pasado cultural como museos y edificios históricos, pero además consiste en apreciar los saberes y haceres que caracterizan los hábitos y costumbres de una localidad y los cuales hacen parte de su cultura, permitiendo intercambiar experiencias entre los turistas y los locales (p.55).

Al reconocer el turismo cultural, significa que se conocerá a profundidad el lugar visitado, los viajeros se basan más en vivencias de la vida cotidiana, costumbres y tradiciones que identifican un lugar. Este tipo de turismo le apuesta a ser un turismo sustentable, sostenible que ayuda a la preservación, juega un papel importante en la conservación de los lugares, brindando beneficios,

también optimizando el contacto anfitrión y viajero, dando interacción entre experiencias positivas y de aprendizaje. Dice Santana (2003):

Las actividades llevadas a cabo para satisfacer tal ‘curiosidad’ podrán consistir en la participación en eventos locales, en el encuentro cara a cara con gentes exóticas, con culturas distantes –en el espacio o en el tiempo- a la propia, en la observación directa de monumentos, edificios, pueblos o ciudades distintivos por su pasado real o hiperreal. (p. 37).

Por otro lado, se ha evidenciado la evolución que ha tenido el sector turístico con el paso del tiempo dando a los viajeros nuevas formas de aprovechar su tiempo de ocio, una de ellas el turismo oscuro que se lleva a cabo porque los turistas sienten curiosidad por muertes, crímenes o por tragedias sucedidas en un destino en específico. En la presente investigación el concepto de narco-turismo responde a una de las categorías de turismo oscuro. De acuerdo con Georgiev (2020):

Una de las prácticas turísticas que ha tomado valor es el Dark Tourism o Turismo Oscuro en el cual los turistas sienten una atracción por lugares relacionados con la muerte o con una catástrofe natural o humana, una motivación opuesta a la del turista clásico que viaja en busca de un lugar bonito y vivo. Así estando en el lugar presente de los acontecimientos el turista empatiza o intenta recrear en su imaginación lo ocurrido. (p. 7).

Las actividades turísticas relacionadas con el Turismo Oscuro confirman que el gusto por la visita a lugares “tétricos” esta de alguna manera motivada por un deseo de encuentros reales o simbólicos con la muerte, considerando este tipo de turismo como nueva tendencia. De acuerdo con Nieto et al., (2020) “El lugar de la memoria se asocia a los sucesos traumáticos desde la violencia y la tragedia. Sin embargo, ante todo, son lugares vivos que forman su identidad a partir de dinámicas propias tanto sociales como culturales”. (p.64).

Actualmente el turismo oscuro tiene una relación estrecha con la práctica del narco-turismo siendo un tipo de interés que genera la necesidad del turista contemporáneo de vivir experiencias excepcionales, desconcertantes y al mismo tiempo trascendentales De tal manera, el turista asiste a lugares donde sucedieron hechos de violencia que definieron la identidad histórica de un destino, de allí el viajero busca llevar a cabo esta práctica por la atracción cultural y patrimonial. Hablando de turismo oscuro, dice Sepúlveda (2020):

El turismo oscuro puede percibirse como un motor económico, buscando el mayor provecho a situaciones y momentos que se viven, sin ofender a la comunidad y viéndolo como una manera de contar una historia para que no se repita en ninguna circunstancia. Esta tipología se convierte en un gran

referente para que el turista conozca y visite esos lugares, invirtiendo en un viaje diferente a lo convencional. (p.13).

Por otro lado, la creación del “Tour Escobar” se involucra al turismo oscuro en Medellín. De acuerdo con Naef citado en Beauvais (2022) “El turismo centrado en un “pasado oscuro” y en una “figura oscura” se inserta en una economía y un entramado cultural que lo identifica como un “narco patrimonio” propio de Medellín” (p.2)

Ahora bien, la diferencia entre el interés de los visitantes en la práctica del narco-turismo y la experiencia de la comunidad local genera malentendidos, y establece efectos negativos del turismo oscuro. Sobre todo, en el caso de Medellín, porque los verdugos se convierten en intermediarios turísticos que se dedican a la exaltación de la narco cultura.

El fenómeno del narco-turismo es considerado como uno de los motivos de viaje donde viajeros buscan encontrar una experiencia cercana con las impresionantes historias que existen alrededor, esta demanda emerge de un incremento en el interés por figuras principales del narcotráfico como Pablo Escobar, lo que genera con más frecuencia la visita de turistas. Dice Santamaría (2021):

Para ejemplificar, producciones como Escobar, El patrón del mal (2012), El cartel de los sapos (2008), Narcos (2015), está siendo la principal serie que impactó fuertemente la consolidación del personaje heroico de Pablo Escobar y el deseo de sus consumidores que incitaría el morbo y la ansiedad de querer compenetrar mucho más con el personaje, seguir sus pasos [...] y conocer de todas las supuestas hazañas que realizó este personaje. (p.19).

El narco-turismo se ve movido por las diferentes historias que existen en torno al narcotráfico y la violencia generada en la sociedad. Este tipo de turismo tiene como consecuencia una concepción positiva de la narco cultura. Es por ello, la importancia de mencionar la resignificación del turismo. Este concepto ha sido muy reconocido por una de las principales ferias turísticas de Iberoamérica Festuris Gramado, la cual tuvo como lema principal en 2022 “Resignificando el Turismo”, Se menciona:

El nuevo eslogan de festuris: Resignificando el Turismo. Su elección fue el resultado de una mirada profunda al turismo y a los cambios que ha experimentado en los últimos dos años, animando a marcas, destinos y profesionales a dar un nuevo significado a las experiencias que ofrecen en el mercado turístico. (Festuris Gramado, 2022).

No solo es trasladarse a un lugar, también es importante el conocimiento que se adquiere en el lugar, la conexión emocional y espiritual que tienen los visitantes en un destino. Este nuevo modelo de turismo puede generar una nueva tendencia por conocer lo que fue el contexto histórico y

cultural. Orozco citado en Alviz y Posada (2021) “El objetivo es recoger y narrar en lenguaje de viajes, las memorias, leyendas o tradiciones, que enriquecen las experiencias turísticas del país y, de ese modo, darles el valor que merecen para que no se pierdan en las futuras generaciones” (p.33).

Desde el punto de vista del reconocimiento de los lugares de memoria, es importante recalcar la experiencia intelectual, simbólica y emocional que generan estos lugares y por sobre todo el mensaje con trasfondo ético que permite producir un cambio de perspectiva y una re significación del estigma generado por la sociedad del turismo de Medellín vinculado al narcotráfico.

## **4.2 Marco conceptual**

El presente marco conceptual se realizó de acuerdo a los conceptos que hacen parte de las categorías de análisis, siendo estas explicadas a partir del enfoque y los autores con los que se pretende abordar dentro de la investigación.

### **4.2.1 Memoria histórica.**

Según Ricoeur citado en Santamaría (2021) explica, “La memoria histórica es memoria colectiva que se consolida como una fuente importante para garantizar la continuidad atemporal de personajes, vivencias y experiencias en el imaginario de los individuos” (p.17. Por otro lado, la noción de memoria histórica es el marco de procesos transicionales que evidencian diversos sucesos implicados en el narco-turismo. Dicho por Torres (2013)

Esto implica reconocer que la memoria no es una radiografía objetiva o descriptiva de hechos sucedidos a los seres humanos, sino en realidad la recopilación de sentimientos y saberes sobre nuestra percepción de lo que hemos hecho y otros han hecho. (p.147).

### **4.2.2 Turismo cultural.**

La Organización Mundial de Turismo (2019):

El turismo cultural es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, disfrutar y consumir los atractivos/productos materiales e inmateriales de un destino turístico. Estos atractivos/productos guardan relación con un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad, entre ellos las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas, con sus estilos de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones. (p.31).

El ICOMOS (Internacional Council of Sites and Monuments) citado en Santana (2003) define el turismo cultural como “Un movimiento de personas esencialmente por una motivación cultural, tal como el viaje de estudios, representaciones artísticas, festivales u otros eventos culturales, visitas a lugares y monumentos, folklore, arte o peregrinación” (p.37).

#### **4.2.3 Narco turismo.**

De acuerdo con Reyes citado en Torres y Restrepo (2020):

El narco turismo se entiende como una corriente de consumo turística en la que personas nacionales y extranjeras visitan una o varias zonas específicas de la ciudad, con la intención de conocer los lugares marcados por lo vivido en Medellín en la década de los ochentas y noventas, cuando la ciudad estuvo envuelta en oleadas de violencia propiciadas por el cartel de Medellín. (p.16)

Así mismo, dice Torres y Restrepo (2020) “El narco turismo es un concepto diverso que está asociado a la combinación del turismo convencional, con el turismo relacionado con el bajo mundo de la droga y el narcotráfico” (p.16).

#### **4.2.4 Turismo Oscuro.**

El turismo oscuro pretende generar nuevas experiencias y sensaciones en los turistas que se interesan en él. Según Stone, (2006) “el turismo oscuro hace referencia al acto de desplazarse a lugares asociados con la muerte, sufrimiento y temas macabros” (p.146). En ese sentido, Rodríguez (2018) menciona:

El turismo negro, denominado “black tourism”, “dark tourism” o “grief tourism” en inglés, es una manera de hacer turismo que incluye viajes o experiencias turísticas a lugares asociados con la muerte, la tragedia, el sufrimiento, la violencia o los desastres naturales”. (p. 4).

#### **4.2.5 Resignificación.**

De acuerdo con Rimoldi (2012) La resignificación “Es la superación, que implica un proceso de crecimiento y fortalecimiento al hacer sentido de la experiencia, integrándose de manera adaptativa a la propia identidad” (p.165). Ahora bien, la Real Academia Española (RAE) citada por Peña, (2019):

Resignificación es un concepto en el que su estructura gramatical está compuesta por dos palabras. Concretamente el prefijo ‘re-’ y ‘significación’. El prefijo ‘re-’ significa: “repetición” en sentido de reconstruir. Por otra parte, ‘significación’ se define: “importancia en cualquier orden”. En este orden de ideas, según las definiciones anteriormente realizadas, se puede afirmar que la resignificación es un proceso de reconstrucción que da importancia nuevamente a algo. (p.258).

Así mismo, Valencia (2013) sostiene:

La resignificación guarda relación con una amplia variedad de asuntos de interés como pueden ser la transformación sostenida de condiciones y relaciones de violencia, los usos y orientaciones de la memoria colectiva en procesos de reconciliación y justicia transicional y la conservación del patrimonio" (p.5).



#### **4.2.6 Estrategias de posicionamiento.**

Se busca indagar el constante crecimiento frente a los servicios turísticos que se ofertan, provocando que clientes potenciales identifiquen el servicio de manera afectiva. En este sentido, Dice Fred citado en Dávila et al.,(2019): “Las estrategias de posicionamiento hacen referencia al concepto(s) o atributo(s) con que el fabricante quiere detectar su producto y/o servicio, su marca o su compañía en el pensamiento del cliente” (p.36). Así mismo, se exploran las condiciones en las cuales es posible adquirir ventajas competitivas. Según Ayala (2013):

Hablar de posicionamiento es referirse a ocupar un lugar en la mente del consumidor, que en otras palabras implica que el consumidor pueda reconocer las características del producto o servicio, comparar y diferenciar con los de la competencia, encontrando un elemento distinto, superior y único en el producto. (p.41).

#### **4.2.7 Visitante.**

Según la Organización mundial de turismo OMT (2008):

Un visitante, persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado). Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario. (p.4).

De acuerdo con Gurria Di-Bella, (1991) el visitante es “Persona que visita un país que no es en el que tiene fijada su residencia, por cualquier razón que no sea desempeñar una ocupación remunerada” (p.15).

#### **4.2.8 Turismo de memoria.**

De acuerdo con Arnabat y Duch (2017)

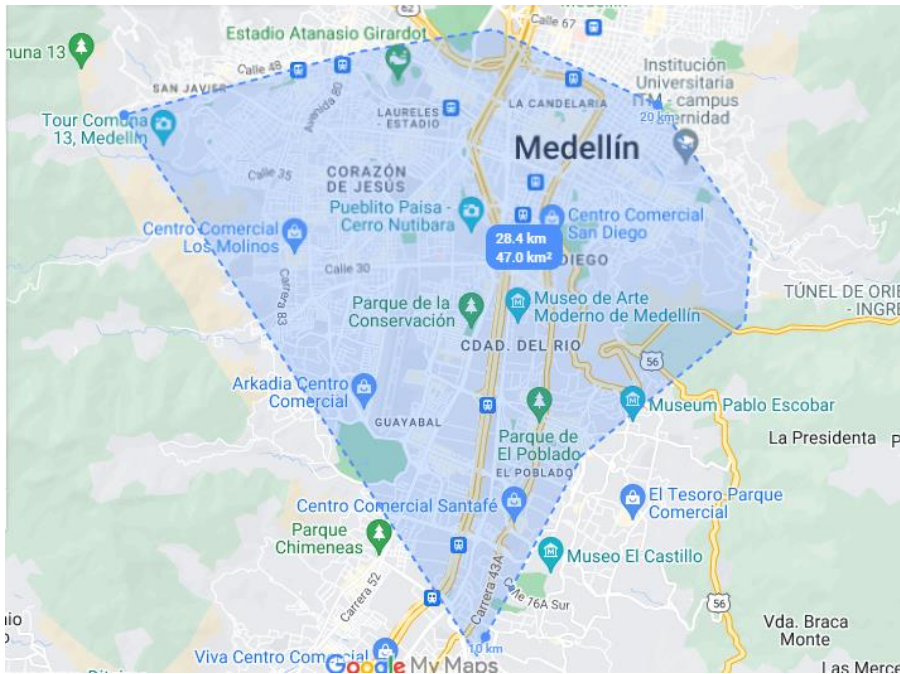
El turismo de memoria como una práctica turística en torno a aquellos espacios de memoria puestos en valor, de forma individual o como parte de un todo, que se desarrolla mediante la utilización de herramientas didácticas para transmitir un mensaje con trasfondo ético. (p.98).

Así mismo, se sostiene que “el turismo de memoria tiene como objetivo la transmisión de valores a través de la difusión de unos hechos históricos. Estos deben ser presentados de manera didáctica, de forma que propicien la reflexión por parte del visitante.” (Arnabat y Duch, 2017,p.99)

### 4.3 Marco Geográfico



**Figura 1.**Mapa de Medellín división política. Alcaldía de Medellín (2007).



**Figura 2.** Ubicación de los atractivos culturales de Medellín. Elaboración propia a partir de Google Maps (2023).

#### 4.3.1 Límites.

De acuerdo con Medellín cómo vamos (2021): “Por el norte limita con los municipios de Bello, Copacabana y San Jerónimo; por el sur con Envigado, Itagüí, La Estrella y El Retiro; por el oriente con Guarne y Rio negro y por el occidente con, Ebéjico y Heliconia.” (p.2)

#### **4.3.2 División Política/administrativa.**

La ciudad está distribuida político-administrativamente en comunas y corregimientos. siendo las comunas, Popular, Santa Cruz, Manrique, Aranjuez, Castilla, Doce de Octubre, Robledo, Villa Hermosa, Buenos Aires, La Candelaria, Laureles- Estadio, La América, San Javier, El Poblado, Guayabal y Belén. Los cinco corregimientos, Palmitas, San Cristóbal, AltaVista, San Antonio de Prado y Santa Elena. Medellín tiene un total de 249 barrios urbanos oficiales.

#### **4.3.3 Actividad Productiva.**

Medellín es una ciudad reconocida por el mercado financiero, comercial, industrial y de servicios sobre todo en el sector tecnológico, textil, eléctrico y electrónico, telecomunicaciones, automotriz, alimentos y salud.

#### **4.3.4 Población.**

Medellín está ubicada en la parte más ancha de la región natural conocida como Valle de Aburrá, en la cordillera central de los Andes. Es la ciudad más poblada del departamento . Según los datos del censo 2022, del Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE (2022): "A este año Medellín cuenta con una población de 2.612.298" (p.116).Medellín es considerada la segunda ciudad más poblada de Colombia.

### **4.4 Marco Legal**

#### **4.4.1 Código Ético Mundial para el turismo**

El proyecto se realizará teniendo como pilares los diez principios del Código ético Mundial para el turismo (GCET), el cual va dirigido a turistas, gobiernos, prestadores de servicios turísticos y las comunidades, su principal función es reducir los impactos negativos en el medio ambiente, el patrimonio cultural y las sociedades en general.

#### **4.4.2 Ley 300 de 1996**

Artículo 23. Recursos turísticos. Previo asesoramiento al Consejo Superior de Turismo, El Ministerio de Desarrollo Económico podrá demandar a los Concejos Distritales o Municipales la declaratoria como recursos turísticos de utilidad pública zonas urbanas o rurales, plazas, vías, monumentos, construcciones y otros que deban desarrollarse con obediencia a planes especiales, adquirirse por el Estado o preservarse, restaurarse o reconstruirse.

#### **4.4.3 Ley 1558 de 2012**

La presente ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, la cual tiene como objetivo llevar a cabo

herramientas para la protección y aprovechamiento de los destinos turísticos, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.

Artículo 2. Importancia de la industria turística. El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales y cumple una función social.

Artículo 3. Calidad. En virtud de la cual, es importante mejorar en todos sus campos la calidad de los destinos y de los servicios turísticos, con el objetivo de satisfacer la demanda e incrementar la competitividad de los destinos.

#### **4.4.4 Ley 2068 de 2020**

El sector turístico estará enfocado en la protección e integración del patrimonio social, natural y cultural y en todo caso guiar al desarrollo de la calidad de vida de la población, en especial la comunidad receptora, el bienestar de la sociedad y el crecimiento económico .

#### **4.4.5 Ley 1516 de 2012**

Es importante impulsar la interculturalidad con el fin de generar mayor interacción cultural; fomentar el respeto de las diferentes expresiones culturales creando una reflexión en relación de su valor en el plano local, nacional e internacional. La protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales es un soporte para causar un nuevo motivo de viaje en los turistas.

#### **4.4.6 Ley 397 de 1997, Ley General de Cultura**

Artículo 2. El objetivo primordial de la política estatal en relación a la cultura es la preservación del patrimonio cultural, así como el apoyo y el incentivo a la población, comunidades e instituciones que desarrollen o promuevan las expresiones artísticas y culturales en los ámbitos locales, regionales y nacionales.

Artículo 4. Patrimonio cultural de la Nación. Definición de patrimonio cultural de la Nación. Según El Ministerio de cultura (1997):

El patrimonio cultural de la Nación está constituido por todos los bienes y valores culturales que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la tradición, las 29 costumbres y los hábitos, así como el conjunto de bienes inmateriales y materiales, muebles e inmuebles, que poseen un especial interés histórico, artístico, estético, plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, ambiental, ecológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, filmico, científico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico, antropológico y las manifestaciones, los productos y las representaciones de la cultura popular.(p.2)

Artículo 18. De los estímulos. El Ministerio de Cultura y la administración local proporcionará incentivos especiales e impulsará la actividad artística y cultural, la investigación y la consolidación de las expresiones culturales.

Dice El Ministerio de cultura (1997):

Se establecerá, entre otros programas, bolsas de trabajo, becas, premios anuales, concursos, festivales, talleres de formación artística, apoyo a personas y grupos dedicados a actividades culturales, [...] así como para integrantes de las comunidades locales en el campo de la creación la ejecución, la experimentación, la formación y la investigación a nivel individual y colectivo en cada una de las siguientes expresiones: [...] d) Expresiones culturales tradicionales, tales como el folclor, las artesanías, la narrativa popular y la memoria cultural de las diversas regiones y comunidades del país; e) Artes audiovisuales; f) Artes literarias; g) Museos (Museología y Museografía); h) Historia; [...] Y otras que surjan de la evolución sociocultural. (p.7).

#### **4.4.7 Memoria histórica ley 1448 de 2011**

Artículo 141. Reparación simbólica. Aquella asistencia a beneficio de las víctimas o de la comunidad que se enfoque en consolidar la memoria histórica, la no repetición de los hechos victimizantes, la admisión de los hechos y la reparación de la dignidad de las víctimas.

Artículo 147. Objeto, estructura y funcionamiento. Por tanto, se menciona que el objeto del Centro de Memoria Histórica es recopilar datos, información y testimonios en relación a las violaciones que tratan en el artículo 3° de la ley 1448 de 2011. La información adquirida es presentada a los interesados y comunidad en general, por medio de actividades de pedagogía, museísticas y las apropiadas para facilitar y fortalecer el conocimiento de la historia social y política de Colombia.

## 5 Metodología

### 5.1 Enfoque y Método

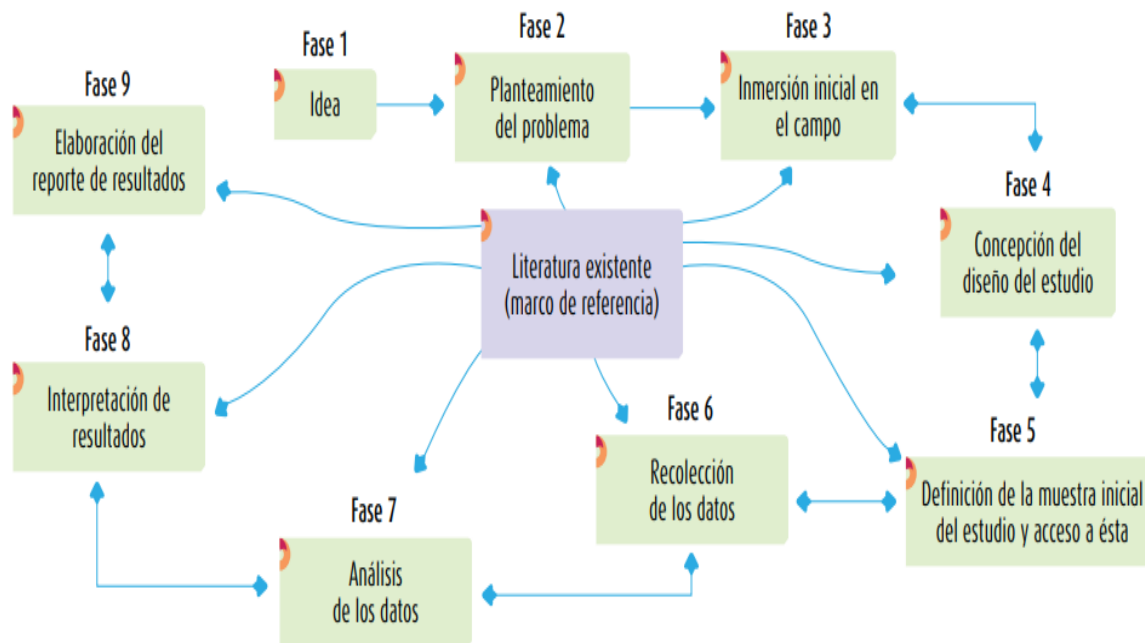
Para la investigación se tuvo presente el enfoque mixto el cual comprende el enfoque Cualitativo y Cuantitativo, dice (Otero 2018):

“El método de este enfoque mixto busca responder a un problema de investigación desde un diseño concurrente, secuencial, de conversión o de integración según sea los logros planteados” (p.19). Con ello, se logra entender el fenómeno de estudio enfocado al narco-turismo y el proceso de transformación al turismo de memoria en la ciudad de Medellín.

Se considera que la investigación cualitativa genera datos descriptivos es decir los propios testimonios de las personas de forma escrita o hablada. Así mismo, dice Balcázar (2013): “La investigación cualitativa se caracteriza por la utilización de técnicas que le permitan recabar datos que informen la particularidad de las situaciones, permitiendo una descripción exhaustiva de la realidad concreta objeto de la investigación (p.25)”

El uso del método descriptivo permite ser objetivo con la representación de los atractivos culturales para la realización de la propuesta de estrategias de posicionamiento. Por lo tanto, es importante realizar un plan de trabajo basado en el uso de la observación, teniendo en cuenta el fenómeno que será estudiado. Hablando del método descriptivo, dice Marroquin (2012) “Es un método que se basa en la observación, por lo que son de gran importancia los cuatro factores psicológicos: atención, sensación, percepción y reflexión. (p.13). Con ello, se adquiere información sobre las actividades relacionadas al turismo de memoria en Medellín y las motivaciones en los turistas de visitar la ciudad.

La recolección de información se puede realizar de manera dinámica, la idea es que sea de forma circular. Sus fases son:



**Figura 3.**Proceso cualitativo.Hernandez et al.,(2014).

Este tipo de enfoque al momento de la recolección de datos no debe seguir un estándar, en este momento se tienen presentes los puntos de vistas de varios autores, se indaga, analiza, la idea es familiarizarse con las vivencias de las personas involucradas. Patton (2011): “Define los datos cualitativos como descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones” (p.2). Así mismo, se conlleva a un proceso de comprensión de eventos y sus contextos. La información es recolectada en forma de textos, imágenes y recursos audiovisuales, a su vez se complementará con la realización de entrevistas semiestructuradas ya que se consideran de un grado de flexibilidad viable.

Desde el enfoque cuantitativo Hernández et al., (2003) mencionan:

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. (p.10).

El enfoque cualitativo se ve reflejado en la identificación del perfil del potencial visitante interesado en el turismo de memoria por medio de un cuestionario, el cual permite una adecuada tabulación y proporciona el análisis de resultados exactos.

## 5.2 Técnicas e instrumentos según el objetivo específico

Tabla 1

*Técnicas e instrumentos de investigación*

| <b>Objetivo específico</b>   | <b>Técnica</b>            | <b>Instrumento</b>   |
|--|---------------------------|--|
| Caracterizar los sucesos y lugares que hacen parte de la memoria histórica de Medellín en relación al narco-turismo  | Observación<br>Entrevista | Fotografías<br>Búsqueda documental<br>Entrevista semi estructurada |
| Identificar el perfil del potencial visitante interesado en el Turismo de memoria en la ciudad de Medellín           | Encuesta                  | Cuestionario estructurado cerrado                                  |
| Proponer estrategias de promoción turística, para transformar la concepción del narco-turismo al turismo de memoria. | Análisis documental       | Estrategias de promoción turística                                 |

*Nota:* Elaboración propia (2023).

## 5.3 Población y muestra

Dentro de la investigación es relevante definir los individuos que serán medidos, la elección del tamaño adecuado de la muestra y el tipo de muestreo asociado al tema de investigación. De acuerdo con Pineda et al., (2011): “La población es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación”. Por consiguiente, se determina la muestra, Baptista et al., (2006) la definen como “un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población” (p.263).



### 5.3.1 Datos técnicos de la investigación

Tabla 2

*Datos técnicos de la investigación*

| Tipo de Investigación         | Enfoque mixto                                     |
|-------------------------------|---|
| Muestra                       | 96  |
| Índice de confiabilidad       | 95 %  |
| Edades                        | Toda la población                                 |
| Naturaleza de los encuestados | Potenciales visitantes para el turismo de memoria |
| Ciudad – País                 | Medellín, Colombia                                |

*Nota:* Elaboración Propia

Para calcular el valor del tamaño de la muestra de la investigación se utiliza la siguiente ecuación:

$$n = \frac{k^2 * p * q}{e^2} \quad (1)$$

Donde:

k: nivel de confianza asignado, es la probabilidad de que la estimación de los resultados sea verídica, es decir un 95 % de confianza, es decir 1,96

e: error muestral deseado (error máximo admisible)

p: proporción de éxito. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que p=q=0.5 que es la opción más segura

q: probabilidad de fracaso, es decir, es 1-p.

n: tamaño de la muestra

#### Calculo

K= 1.96

e=10%

p= 0.5

q=0.5

n=Tamaño de la muestra = 96

La muestra la cual será estudiada hace referencia a 96 personas para tener una seguridad del 95%, aquellos visitantes presentes alrededor de los lugares turísticos que hacen parte de la memoria histórica de Medellín. Por otro lado, se realiza una entrevista a un mediador del museo casa de la memoria, Andrés Araque quien hace parte del equipo de mediación educación y pedagogía desde

hace cuatro años y un guía turístico, Angie Paola Ricardo quien es guía local de la comuna 13 desde hace cinco años.

## **6 Capítulo 1. Caracterizar los sucesos y lugares que hacen parte de la memoria histórica de Medellín con relación al narco turismo y sus impactos en la población local**

En este capítulo se presenta información acerca de los sucesos importantes de la historia del narcotráfico en Medellín lo que a consecuencia ha desarrollado prácticas relacionadas al narco-turismo, así como también se caracteriza los lugares que hacen parte de estos hechos, en efecto se analizan los resultados de las entrevistas realizadas a un mediador y guía turístico quienes hacen parte de programas de inclusión social y de la transformación de la memoria histórica de Medellín, cuyas opiniones y convicciones están relacionadas a los aportes que pueden generar el turismo de memoria para los habitantes del territorio.

### **6.1 Pablo Escobar referente de la historia del narcotráfico en Medellín**

En la historia de Colombia el narcotráfico ha generado un gran impacto en la sociedad sobre todo en la década de los 80's donde se formalizaron carteles con diferentes organizaciones quienes marcaron aspectos dentro de la sociedad, desde la economía, la cultura y las formas de vida. De acuerdo con Santamaría (2021):

El narcotráfico tuvo sus inicios en Colombia a inicios de los años setenta con el fenómeno conocido como “La bonanza marimbera” caracterizada por el auge importante del tráfico y consumo de la marihuana dentro del mercado de Estados Unidos, esto produjo un aumento de diferentes bandas de cultivadores y exportadores ilícitos de esta sustancia psicotrópica. Esta actividad se concentró principalmente en traficantes pertenecientes a la zona norte del país (Guajira, Cesar y Magdalena). El negocio se desarrolló entre clanes y familias provenientes de estas regiones. (p.24).

Medellín y Cali fueron las ciudades principales donde se dio inicio al narcotráfico y por ende a la conformación de los carteles a consecuencia de la demanda de cocaína que se generó en la misma época en Estados Unidos, estas organizaciones tenían objetivos enfocados en el incremento de su economía con el fin de mantenerse “cabecillas” del mercado. Hablando sobre el inicio del narcotráfico, dice Atehortúa y Rojas (2008):

El primero de estos carteles, el Cartel de Medellín, fue creado y manejado por uno de los mayores capos de la historia del narcotráfico, Pablo Escobar Gaviria, que en los inicios de los años 70 inició su presencia en el negocio del tráfico de cocaína con pequeños cargamentos traídos por él desde Ecuador en caleas dentro de automóviles o camiones (p.8).

Ahora bien, el personaje de Pablo Escobar tuvo gran relevancia en la historia del narcotráfico en Colombia ya que fue clave importante para el desarrollo de este negocio. Se dice sobre el:

Pablo Escobar residente de Envigado, Colombia, nació en 1949, en un hogar humilde, se vincula con el narcotráfico y negocios ilegales desde adolescente, fue el principal líder de comercialización y producción de marihuana y cocaína el cual le generó un gran beneficio económico, tanto así que en la revista Forbes fue nombrado como uno de los personajes más ricos a nivel mundial. (Buitrago, 2021,p.3)

Su inmenso poder adquisitivo le permitió formar parte dentro de la política en Colombia, su principal interés, tener la protección por parte del estado en sus asuntos ilegales con el narcotráfico la protección a una posible extradición; Wallace citado en Buitrago (2021) dice:

El problema comenzó cuando Escobar quiso entrar en la vida política nacional como miembro del parlamento colombiano. El entonces ministro de justicia, Rodrigo Lara Bonilla, y Enrique Cano, director de un importante periódico bogotano, serían los primeros de una larga lista de políticos, policías, jueces y periodistas asesinados por órdenes de Escobar. (p.4).

Por otro lado, la comunidad de la ciudad identificaba a Pablo Escobar como el Robín Hood esto a consecuencia de sus obras de caridad a las familias más vulnerables, en la creación de canchas de fútbol, la construcción de viviendas en barrios marginados y la distribución de alimentos y dinero. Para muchas personas estos actos eran solo una forma de ocultar sus negocios ilícitos.

Ahora bien, el tráfico de marihuana inició su auge a través de rutas terrestres, con cantidades mínimas dentro de grandes cargas de alimentos. Así mismo, Atehortúa y Rojas (2008) cuentan como después de obtener diferentes rutas y en el momento de empezar a enviar más cargamentos, Pablo Escobar decidió estructurar de una manera más organizada el tráfico de drogas, iniciando lo que se conocería después como la Oficina de Envigado, la cual se “encargaba de colocar la droga en las calles de las grandes ciudades de Estados Unidos por un precio que oscilaba entre 25 mil y 45 mil dólares el kilo”. (p. 10).

Antes de 1975 la coca se empleaba sólo con fines medicinales de los indios paeces del Valle del Cauca, desde esta fecha comienza a ser sembrada en la Región Andina, Dice Atehortúa y Rojas (2008):

El negocio de tráfico de marihuana no tuvo gran extensión en el tiempo, el declive de este periodo se caracterizó principalmente por una acción conjunta entre el gobierno colombiano y los proyectos antidrogas destacados por el gobierno estadounidense con el fin de atacar y detener la producción, tráfico y consumo tecnificado y masificado de la marihuana dentro de su territorio. “El consumo de marihuana en el país del norte empezó a descender a partir de 1977, sustituido por la cocaína.” (p.7).

En 1980 la cocaína era controlada por el cartel de Medellín, en ese momento abastecía el 80% de la cocaína consumida en los Estados Unidos.

En el mismo año se aprueba el tratado de extradición con Estados Unidos Mediante el Embajador de Washington Virgilio Barco con la ley 27 de 1980. El cual se consideró como el único mecanismo para que el país no fuera una “guarida” para narcotraficantes.

El gran reconocimiento del personaje de Pablo Escobar fue base fundamental en motivos de viaje a Medellín en turistas extranjeros y nacionales, su imagen impactó en relación a sus excentricidades, una de ellas, la obra que marcó el comienzo de su imperio es la Hacienda Nápoles. Dice Atehortúa y Rojas (2008) “Esta hacienda contaba con alrededor de 3000 hectáreas y un zoológico con más de dos mil ejemplares exóticos importados desde diferentes lugares del mundo” (p. 11).

Así mismo, en 1982 fue fundado el barrio “Medellín sin tugurios” por Pablo Escobar motivado así por involucrarse en la política, dice Santamaría (2021):

El anhelo de Pablo Escobar por participar en la política colombiana hizo que creara lo que se conoció como “Medellín sin tugurios” a través del cual siguió entregando viviendas, escuelas y canchas deportivas en sectores de escasos recursos con la finalidad de alcanzar sus objetivos políticos. (p.27).

Durante esta década fueron presentados varios enfrentamientos, en uno de ellos el bloque de búsqueda creado por el gobierno colombiano abatió a Pablo Escobar Gaviria el 2 de diciembre de 1993 en el techo de una casa en Medellín, con ello, se dio como finalizado el Cartel de Medellín.

En el caso de la ciudad de Medellín, cuya memoria reciente está indisolublemente ligada al narcotráfico y en particular la figura de Pablo Escobar, por ello existen diferentes tours operadores y plataformas que ofertan visitas ligadas a Escobar y al cartel de Medellín” (El espectador,2019)

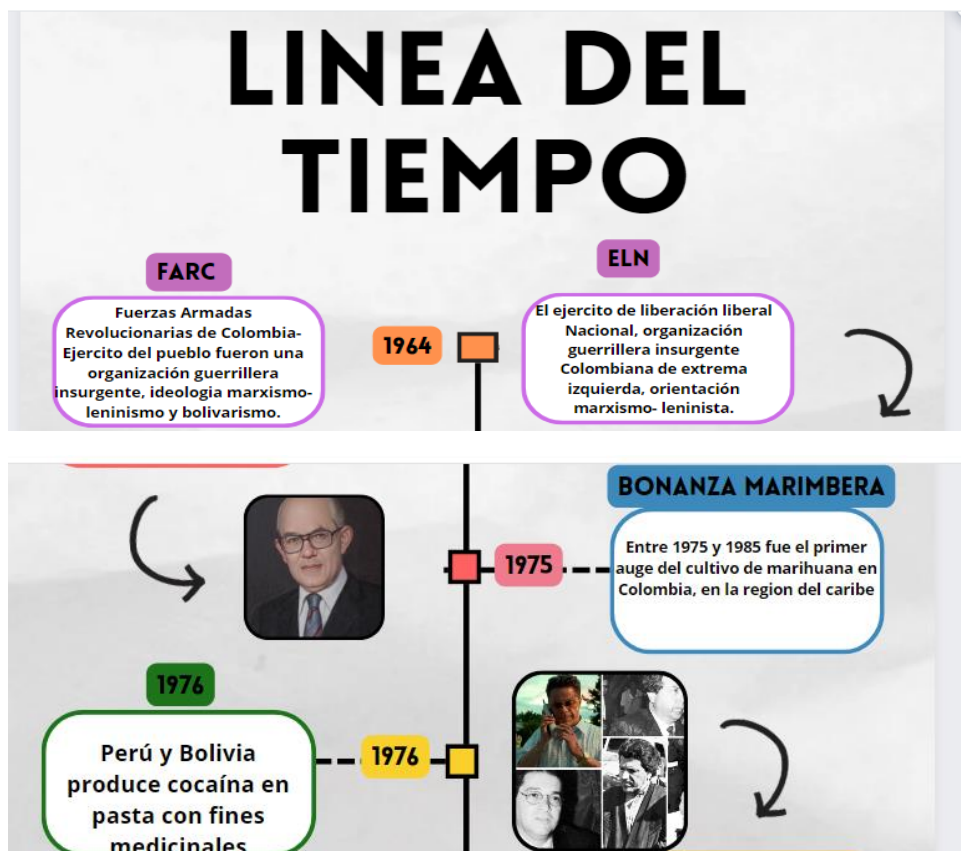
Los turistas interesados en el narco tour buscan encontrar un reflejo de los imaginarios creados a partir del consumo de diferentes productos basados en el narco cultura, y de los diferentes relatos contados que reflejan las historias de los grandes capos del narcotráfico, y en este caso específico de la vida de Pablo Escobar Gaviria.

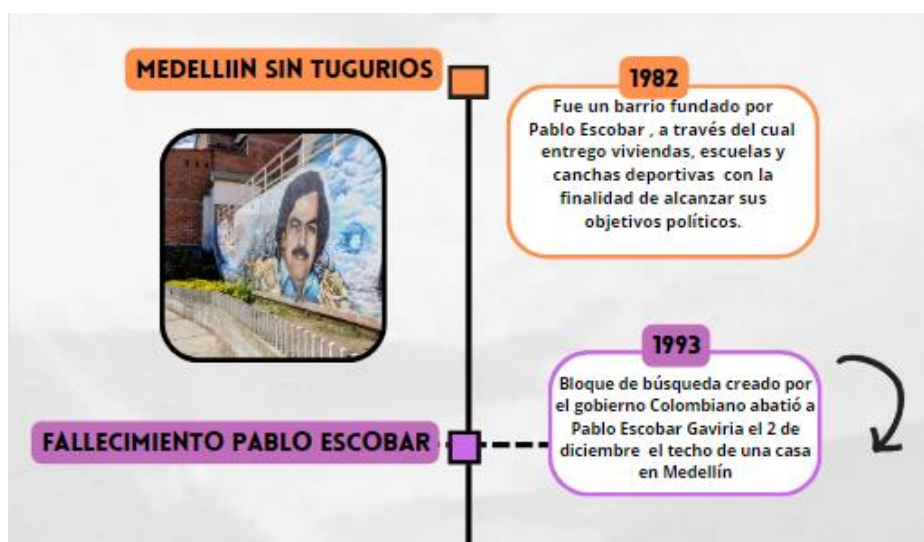
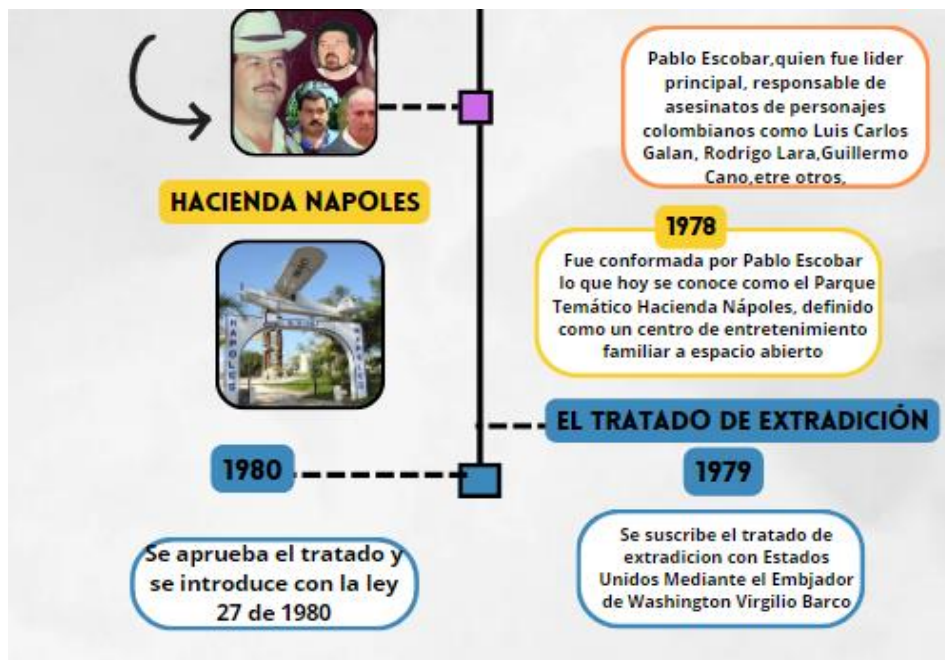
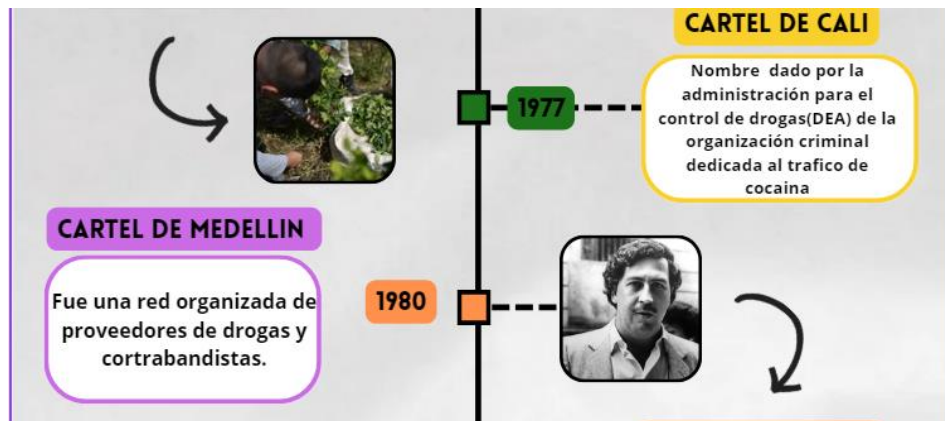
Por ende, El narco tour es considerado un itinerario turístico que valoriza y promueve objetos que remiten a la vida del narcotraficante Pablo Escobar, y se beneficia del papel que esa figura ocupa en el imaginario de las personas que se interesan por la historia del narcotráfico en la ciudad de Medellín y en Colombia, es realizado por varias agencias nacionales como Paisa Road con el “Tour Pablo Escobar”. El recorrido se realiza por lugares clave, el cual tiene un costo aproximado entre 200.000 y 400.000 por persona dependiendo las actividades y especificaciones que incluye

el itinerario. Como principales paradas del recorrido se encuentran la tumba de Pablo Escobar en el Cementerio Jardines Monte sacro, La catedral, su prisión, el Parque inflexión, Según Beauvais (2022):

El Mónaco fue parte de este tour, era el edificio privado más alto de Medellín. Símbolo de la influencia de Escobar en la ciudad, el lugar polariza hoy el debate sobre su herencia y su puesta en valor por el turismo. [...]El futuro del Mónaco estaba lleno de cuestiones políticas y electorales. El 22 de febrero de 2019, frente a las cámaras de todo el mundo, el Mónaco fue volado y reemplazado en diciembre del mismo año por Parque Inflexión, un parque conmemorativo en homenaje a las víctimas del narcotráfico. (p.40).

Así mismo, La casa museo de Pablo Escobar, ubicada en el poblado, el Barrio “Medellín sin tugurios” ubicado en la comuna 9, La comuna 13 y la casa donde murió este reconocido personaje hacen parte del tour.







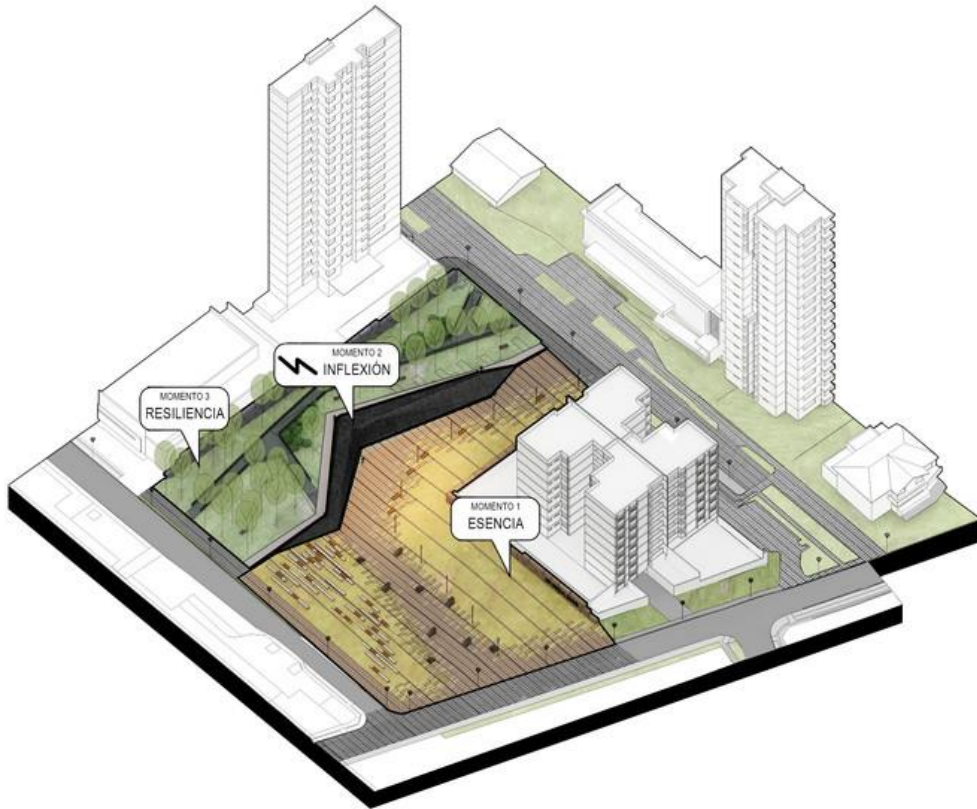
**Figura 4.**Línea de tiempo. Elaboración propia a partir de canva. (2023).

## 6.2 Lugares turísticos que hacen parte de la memoria histórica de Medellín

### 6.2.1 Parque memorial inflexión

Hoy en día en el territorio donde se ubicaba el edificio Mónico, perteneciente a Pablo Escobar está el parque Memorial inflexión creado con la intención de rendir homenaje a las víctimas de los ataques terroristas y de los sucesos violentos a consecuencia del narcotráfico. Es un parque que busca honrar la memoria de aquellas personas que sufrieron a causa de la violencia, y también es una forma de contar a los turistas la historia de diferentes sucesos en contra de los derechos humanos de los últimos años a modo de reflexión. Se encuentra dividido en tres momentos principales.

A continuación, en la siguiente imagen se muestra el parque memorial.



**Figura 5.**Parque Memorial en Medellín: espacio público de inflexión que transformará la antigua residencia de Pablo ArchDaily Team (2019)

La esencia es el primer momento, hace parte del ingreso principal del parque, se realiza a través del “Camino de los héroes”. En el sendero se encuentran nueve monumentos de piedra los cuales reflejan frases de personajes de la vida pública asesinados.

La segunda inflexión es el momento más importante y conmemorativo. Describe Acosta y Gómez (2023)

Un muro de piedra negra de 70 metros de largo, perforado por diminutos agujeros; 46.612 agujeros, exactamente. 46.612 víctimas. Es el primer mensaje del Parque Memorial Inflexión: agujeros que representan ausencias. De noche, se iluminan desde el interior. Al otro lado del muro, la línea cronológica del horror: los 208 hechos violentos atribuidos al narcotráfico, ocurridos en Medellín y en Bogotá, entre 1983 y 1994. (p.16).

La resiliencia es el último momento, se representa con un pequeño bosque el cual tiene como finalidad celebrar la vida, el resurgir del dolor y resignificar los hechos ocurridos.





**Figura 6.**Parque Memorial en Medellín: espacio público de inflexión que transformará la antigua residencia de Pablo Escobar. ArchDaily Team (2019)



**Figura 7.**Perspectiva aérea, Parque Memorial en Medellín. ArchDaily Team (2019)



**Figura 8.** “Somos lo que dejamos a los demás” Hernando Baquero Borda. Parque Memorial Inflexión de Medellín. Fotografía propia (2023).

### **6.2.2 Museo Casa de la memoria**

El museo casa de la memoria es un proyecto creado en 2006 ubicado en el parque Bicentenario, Calle 51 # 66-33. Es un lugar físico y simbólico, en el museo se presentan exposiciones sobre diferentes perspectivas de los conflictos armados y las guerras, el proyecto se desarrolla con el fin de implantar un diálogo reflexivo en relación al reconocimiento de las víctimas del conflicto armado en Medellín y en la preservación de la memoria colectiva, por medio de diferentes expresiones artísticas y culturales. En el lugar se realizan visitas guiadas presenciales en su horario habitual de 9:00 am a 6:00 pm de lunes a viernes.

Un espacio propicio para la preservación de la memoria de lo ocurrido, en el que se trabajará para evitar que el olvido se lleve consigo las verdades, promoviendo memorias ejemplarizantes sobre el conflicto armado padecido, por lo que significa, además, una forma concreta de aporte al restablecimiento de los derechos de las víctimas y a las garantías de no repetición. (Alcaldía de Medellín, s.f.)

A continuación, en la siguiente imagen se muestra el Museo Casa de la Memoria



**Figura 9.**Museo Casa de la Memoria. Fotografía propia (2023).

### **6.2.3 Comuna 13 de Medellín**

La Comuna 13 conocida como “La cuna de Pablo Escobar” este nombre fue atribuido ya que fue un epicentro de violencia y del comercio de droga. De acuerdo con Goez (2023) “La Comuna 13 fue objeto de intervenciones militares de alto impacto entre 1990 y el 2002, debido a que su territorio era sitio de paso de drogas, armas y objetivo estratégico de las organizaciones armadas que se enfrentaban en el territorio” (p.7).

La operación Orión fue uno de los sucesos que marcó la historia de Medellín, uno de los operativos militares de la comuna 13, el operativo buscaba terminar con guerrillas de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia- Ejército del pueblo (FARC-EP), el Ejército de liberación Nacional (ELN) y los Comandos Armados del Pueblo (CAP).

Se dice que con la intención de ejecutar lo planeado para la Operación Orión, el gobierno nacional apoyado por las fuerzas militares efectuó actos indiscriminados en la comunidad, el desplazamiento forzado, la presentación de falsos positivos, asesinatos, todos estos hechos fueron una vulneración a los derechos humano e integridad de la población civil. (Banco de Datos del CINEP & Justicia y Paz , 2003,p.20)

Actualmente la Comuna 13 es considerada un centro cultural ya que tuvo una gran transformación cuando realizaron la implementación de programas de inclusión social en Medellín. Es un sitio turístico que representa la memoria histórica por medio de narrativas hechas por guías

turísticos, expresiones artísticas y culturales (danza, música, murales y arte callejero) donde la población local es la protagonista.

A continuación, en la siguiente imagen se muestra La comuna 13



**Figura 10.**Comuna 13 Medellín. Fotografía propia (2023).



**Figura 11.**La Comuna 13, referente de turismo cultural en Latinoamérica. Florez (2022)

#### 6.2.4 Entrevista 1

La primera entrevista es realizada el 11 de octubre de 2023 a Andrés Araque, quien es un mediador y hace parte del equipo de educación y pedagogía del Museo Casa de la Memoria desde hace aproximadamente cuatro años y quien expone sus percepciones en relación al tema de investigación.

- 1) ¿Cree usted que el turismo es un factor importante para el desarrollo sociocultural de Medellín?

-Si, en cierta medida, porque de alguna manera el turismo presenta algunas dificultades, por ejemplo, los excedentes quienes acceden al turismo como turistas y quienes llegan y se quedan viviendo y lo otro, es porque en Medellín espacialmente ya no hay espacio, como bien es un valle, ya no puede seguir creciendo. Sin embargo, el turismo mejora las condiciones sociales y económicas de muchas personas, el incremento en las ventas, la economía la mueven demasiado, pero también se mueven otros fenómenos como el narco turismo.

- 2) ¿Qué tipo de turismo prefieren los turistas que llegan a Medellín? y ¿Qué otras prácticas turísticas se han dado en la ciudad?

-Medellín tiene variedad en su oferta turística, sin embargo se ha evidenciado que muchos turistas se interesan por conocer el patrimonio material e inmaterial de Medellín, lo cual es un aspecto positivo, por ejemplo en el museo casa de la Memoria, varios turistas extranjeros se quedan impresionados por las representaciones y exposiciones que tenemos, igualmente suelen reservar visitas guiadas en el museo, otros suelen recorrer el lugar y conocer de manera individual, pero que a mi perspectiva todos se llevan una buena experiencia, lo que hace que vuelvan. Así mismo, se ha demandado un poco más el turismo de naturaleza, existen muchos lugares en Medellín que si bien antes no tenían un reconocimiento propio para el turismo ahora se ha desarrollado un poco más como el Parque Explora, El jardín Botánico, El parque Jarvi, entre otros.

- 3) Actualmente el turismo cultural ha sido muy reconocido en Medellín ¿Cómo ha sido el desarrollo del turismo cultural en la ciudad?

-El turismo cultural actualmente ha sido resaltado en varios barrios y comunidades de Medellín, el turista se ve atraído por nuestra cultura, la gente, las expresiones artísticas de la ciudad son muy llamativas. Por ejemplo, el caso de la comuna 13 que ha tenido una gran

transformación en relación al turismo cultural, hace algunos años era un lugar donde las personas no podían salir, se evidenciaron casos de violencia, homicidios, el caso de la Operación Orión que impactó a la Ciudad, por ende, si comparamos lo que antes era a lo que es ahora es un gran cambio positivo sobre todo para la comunidad local que habita allí, hoy en día es un centro de cultura. Igualmente, el barrio Manrique Oriental, en la comuna 3, un barrio popular que fue conocido como “la guardería del sicariato” y después con la intención de darle un nuevo significado a la historia la comunidad hace parte de iniciativas como la cultura del tango como un referente de Medellín.

4) ¿Cómo se ha evidenciado el narco-turismo en Medellín? ¿Cuáles han sido sus efectos?

-Realmente se ha evidenciado en un gran porcentaje las personas vienen por narco turismo por dos razones principales, la primera es buscando el fantasma de Pablo Escobar, por todo Medellín tú vas a encontrar imágenes, camisetas, llaveros y es también porque los medios de comunicación no solo colombianos sino extranjeros venden la idea de Pablo Escobar como una figura extraña, como lo peor pero así mismo como un Robín Hood que apoya a los pobres y lo otro es por el turismo de drogas, porque aquí se encuentran las drogas muy económicas y con unos pocos dólares los turistas pueden acceder a estas prácticas y que esto realmente no representa un gasto para las personas que vienen de otros países, de hecho en cuanto a gastos estaba viendo un observatorio de turismo y decía que una persona que viene de otro país por turismo se puede gastar aproximadamente doscientos treinta mil pesos en un día y eso para una persona que vive en Colombia es muy difícil.

5) ¿Considera usted que se puede aprender de los errores del narco-turismo? ¿De qué manera se podría transformar esta concepción?

-Sí, realmente sí, pero se debe contar con una voluntad estatal o entes reguladores, por ejemplo, el narco-turismo ha presentado una masificación en turistas, que genera implicaciones en la aglomeración de los destinos, lo que implica que muchos turistas lleguen a un barrio con interés de conocer la Imagen de Pablo Escobar, los lugares donde hubo violencia, o drogas entonces eso hace que se desborde en relación a la capacidad de carga del destino. Se puede transformar en relación a la comunicación, es aprender a hablar de un memoria diferente al narcotráfico, de dar a conocer la memoria colectiva original, porque llega un punto en que la memoria histórica se vuelve mercantilización y ya no dice nada, también existen unas memorias que priman más que otras por ejemplo la memoria

del narcotráfico está por encima de la del conflicto armado y hay algo muy particular y es que víctimas del narcotráfico hubieron miles pero víctimas del conflicto armado hubieron millones, de paramilitarismo, de crímenes de estado, de las guerrillas y esto para el turista le cuesta comprender, por ejemplo han venido al museo y creen que todos son las víctimas de Pablo escobar y no, el museo no habla de Pablo escobar, el foco de este espacio es hablar de la reparación de las víctimas para que estos sucesos no se repitan, no continúen, poder generar una reconstrucción de la historia. Independientemente que el turista venga de la ciudad o de otros países la intención es que conozcan la historia y se cuestionen y generen un tipo de reflexión.

- 6) Existen diferentes formas de compartir la memoria histórica de Medellín ¿Por qué es importante que la población local sea parte de esta construcción de la memoria?

La población local es la representante de la historia, son quienes pueden proporcionar la información en relación a sus experiencias y vivencias en diferentes situaciones, la sociedad colectiva hace parte de la construcción de la memoria y sobre todo es la principal fuente de transmisión de esta memoria.

### **6.2.5 Entrevista 2**

La segunda entrevista se realizó el 12 de octubre de 2023 a Angie Paola quien es guía de turismo de la comuna 13 desde hace 5 años y habitante del sector desde hace 25 años.

- 1) ¿Cree usted que el turismo es un factor importante para el desarrollo socio-económico de Medellín?

-Si claro que si, en Medellín el turismo es muy amplio, si algo define a un país o una ciudad es su identidad, su cultura, sus valores, sus atractivos, el sobre todo el turismo cultural es indispensable para el desarrollo. Un ejemplo es la comuna 13, es uno de los lugares que representa nuestra cultura, la historia, las representaciones artísticas, las tradiciones, hoy en día la comunidad se ve beneficiada por el turismo, se incrementa el desarrollo en la calidad de vida de jóvenes y adultos que trabajan diariamente en fortalecer el lugar.

- 2) ¿Qué tipo de turismo prefieren los turistas que llegan a Medellín? y ¿Qué otras prácticas turísticas se han dado en la ciudad?

-El turismo cultural ha tomado mucho valor, cada vez más llegan diferentes turistas de todas partes del mundo con la intención en conocer nuestros atractivos culturales, eso es lo

que más le motiva al turista, actualmente existen city tours, en donde turistas recorren lugares comerciales, visitan restaurantes, realizan actividades recreativas y de aprendizaje. También cabe mencionar que el turismo de negocios ha despegado de una manera impresionante.

- 3) Actualmente el turismo cultural ha sido muy reconocido en Medellín ¿Cómo ha sido el desarrollo del turismo cultural en la ciudad?

-Ha progresado mucho, por ejemplo en el sector, la comunidad vive muy agradecida por el cambio que ha tenido el lugar a nivel turístico, porque años atrás este lugar era muy diferente, nosotros no teníamos una buena calidad de vida, la inseguridad social era impactante, los niños no podían salir de sus casa, existía mucha violencia, hoy en día el turismo cultural nos ha permitido cambiar la perspectiva de nuestra cultura, teniendo en cuenta que aún falta más reconocimiento de la misma.

- 4) ¿Cómo se ha evidenciado el narco-turismo en Medellín? ¿Cuáles han sido sus efectos?

-Como comunidad tratamos de incentivar el turismo responsable, sin embargo la práctica del narco-turismo llega a tener efectos negativos, ya que el interés por conocer el estilo de vida de lo que es el narcotráfico desencadena varios efectos como la invisibilización de nuestra verdadera historia, el reconocimiento de un imaginario idealizado de diferentes personajes del narcotráfico, el provecho económico que genera el narco-turismo en aquellas empresas que lo promocionan, Así mismo, va relacionado con el consumo recreativo de droga y sobre todo el desconocimiento de nuestra historia.

- 5) ¿Considera usted que se puede aprender de los errores del narco turismo? ¿De qué manera se podría transformar esta concepción?

-Sí, junto con la comunidad se ha trabajado en impulsar el turismo de historia y cultura, al transmitir las diferentes narrativas por medio de los cuenteros y guías de turismo, se permite generar otra perspectiva de lo que es el turismo en Medellín, con ello, se genera una reflexión para que poco a poco las prácticas generadas con el narco turismo finalicen. Considero que también es importante el apoyo por parte del estado en contribuir con iniciativas para el fomento del turismo de memoria.

- 6) Existen diferentes formas de compartir la memoria histórica de Medellín ¿Por qué es importante que la población local sea parte de esta construcción de la memoria?



-Porque dentro de un grupo social la memoria colectiva representa las creencias, aprendizajes, experiencias, recuerdos que, al ser compartidos a personas de otros lugares por medio del arte, las expresiones artísticas, las narraciones permiten dar a conocer la identidad propia, es por ello, que la población local es parte de esta construcción de la memoria, quienes más, si ellos son los representantes de la misma. Además, genera un beneficio para la comunidad compartir estas vivencias desde el entorno social, económico, y de desarrollo de la calidad de vida de la población local.

### **6.3 Conclusiones**

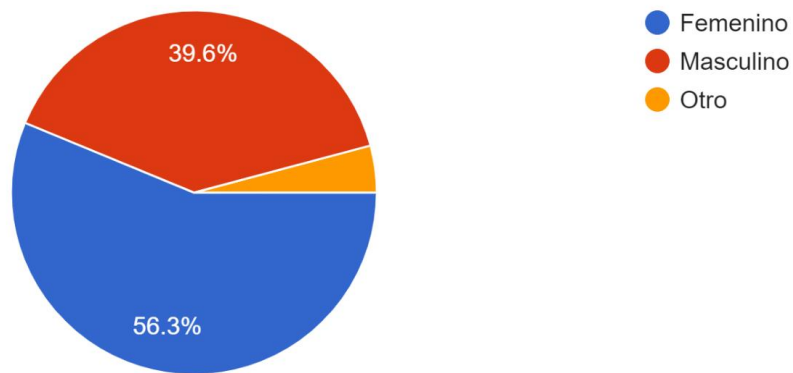
En ese sentido de acuerdo a las entrevistas realizadas y la caracterización de aquellos lugares y sucesos que hacen parte de la memoria histórica, se puede concluir que uno de los motivos que genera la práctica del narco-turismo es la relación que hay entre el narcotráfico, el personaje de Pablo Escobar y los lugares que lo representan, lo que genera en los turistas una curiosidad por conocer su pasado, por ello, se ofertan diferentes tours enfocados a esta figura. Estas prácticas desencadenan diversos efectos negativos, por un lado, se construye un imaginario errado sobre la historia de Medellín es decir que no se cuenta la historia de una manera objetiva de la realidad del conflicto y de las víctimas del narcotráfico. Por otro lado, el narco-turismo incentiva a los turistas en realizar prácticas irresponsables como la compra y consumo recreativo de drogas. Es por ello, la importancia y la necesidad de darle un resignificado a la conciencia colectiva generada por este fenómeno, partiendo desde el turismo de memoria como una forma de cambiar esta perspectiva y así mismo generar un tipo de reflexión.

## 7 Capítulo 2. Identificar el perfil del potencial visitante interesado en el Turismo de memoria en la ciudad de Medellín

A continuación, se abordan los resultados de las encuestas realizadas a visitantes nacionales y/o extranjeros, la información recolectada contribuye al análisis del perfil del visitante interesado en el turismo de memoria. La muestra de encuestados hace referencia a 96 personas presentes alrededor de los lugares turísticos que hacen parte de la memoria histórica de Medellín, los cuales son: La comuna 13, El Museo Casa de la Memoria y el Parque Memorial inflexión.

### 7.1 Gráficas de los resultados de la encuesta

1) Genero  
96 respuestas

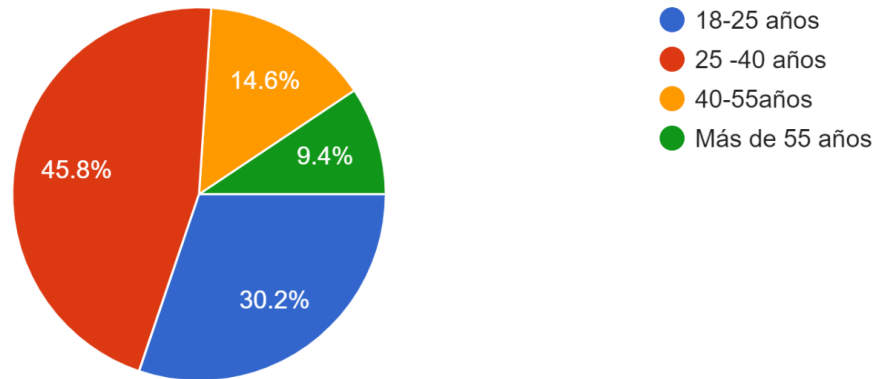


**Figura 12.**Genero.Google forms (2023)

De acuerdo a las 96 encuestas aplicadas se obtuvo que el 56.3% de los informantes son de género femenino, el 39.6% género masculino y un 5% indican otro tipo de género, lo cual deduce que el segmento importante que podría ser un público objetivo interesado en el turismo de memoria son mujeres, sin descartar una participación importante de hombres.

## Rango de edad

96 respuestas

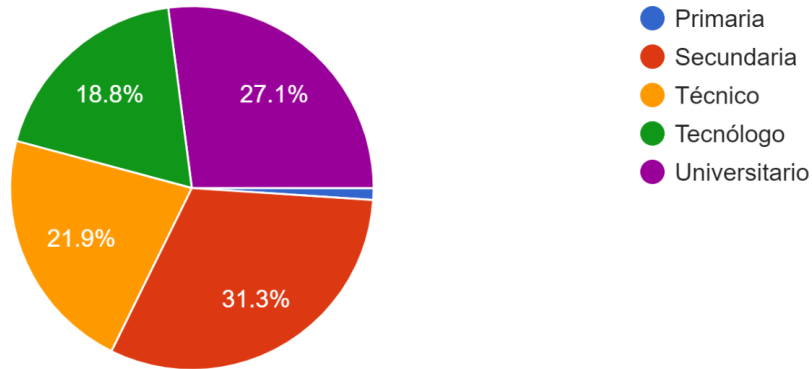


**Figura 13.**Rango de edad. Google forms (2023)

De 96 personas encuestadas el 30.2% son jóvenes en un rango de edad de 18-25 años, el 45.8% son personas con un rango de edad de 25-40 años, el 14,6% son personas con un rango de edad de 40-55 años y el 9.4% son personas adultas con un rango de edad de más de 55 años, por ende se puede deducir que la mayoría de personas interesadas en el turismo de memoria son adultos entre los 25-40 años los cuales representan gran parte de la población encuestada, son personas que quieren conocer sobre la memoria histórica de Medellín, y las personas menos interesadas son personas mayores de 55 años.

## Nivel de formación

96 respuestas

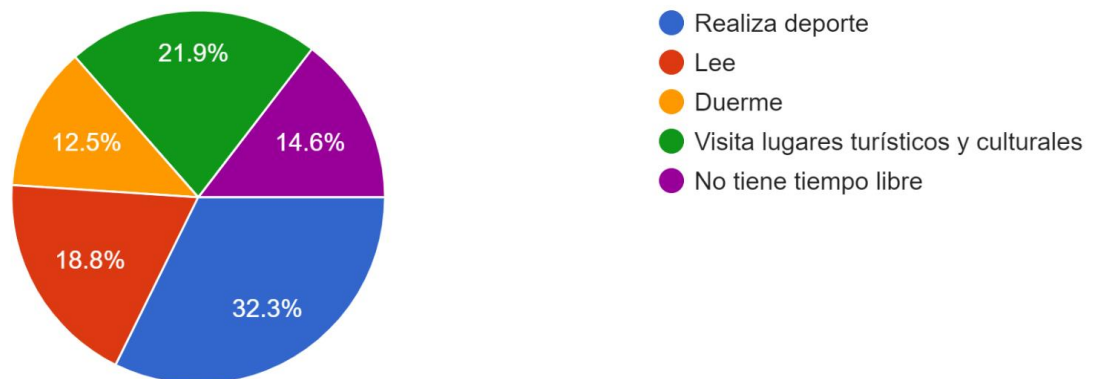


**Figura 14.**Nivel de formación. Google forms (2023)

De 96 personas encuestadas el 31.3% tienen un nivel de formación de Secundaria, el 21.9% Técnico, Tecnólogo 18.8%, Universitario el 27.1%, 2% Primaria. Con estos resultados se deduce que del 100 % de las personas encuestadas la mayoría con un 31,3% de personas tienen un nivel de formación hasta secundaria, es decir, que la gran parte de los encuestados tienen un poco de conocimientos sobre hechos relacionados con la historia de Colombia.

## 2)¿Que hace en su tiempo libre?

96 respuestas



**Figura 15.**Que hace en su tiempo libre. Google forms (2023)

De 96 personas encuestadas el 32.3% realiza deporte, el 18.8% lee, el 12.5% duerme, el 21.9% visita lugares turísticos y culturales, el 14.6% no tiene tiempo libre. Con estas estadísticas se deduce que del 100 % de los encuestados tan solo un 21.9 % no están interesados en hacer visitas culturales, por tanto, se puede interpretar que este porcentaje no tienen como prioridad hacer visitas a lugares turísticos que marcaron la historia de Medellín.

### 3)¿Que lo motivó a visitar Medellin?

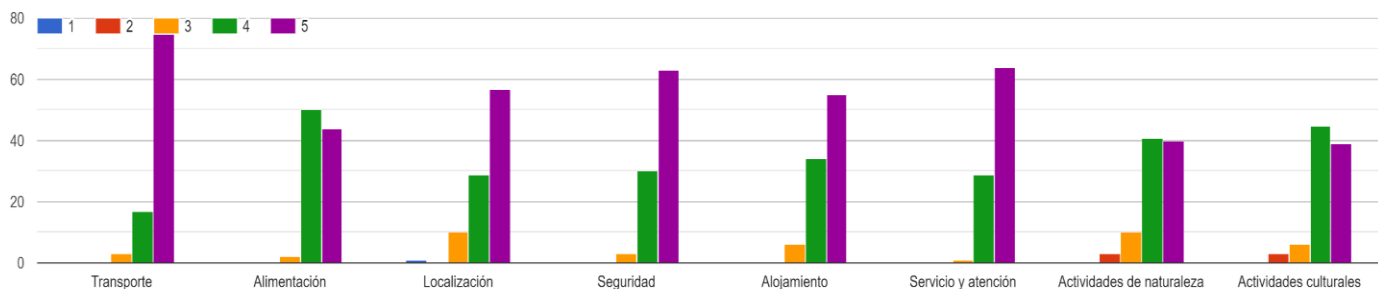
96 respuestas



**Figura 16.**Motivación.Google forms (2023).

De las 96 personas encuestadas el 26% están interesados en la historia y cultura de Medellín, 32.3 % gran parte de las personas, visitó Medellín con la finalidad de ver a familiares o amigos, el 22.9% visitó Medellín por motivos de eventos sociales o empresariales y solo el 18.8% visitan Medellín por actividades recreativas (Deporte, danza, juegos, música, arte). En conclusión, es importante potencializar en los turistas el interés por visitar Medellín en torno a la historia y cultura, sin desmeritar el porcentaje actual de personas que visitan la ciudad por este motivo.

4) En una escala de 1 a 5 donde 1 no es importante y 5 muy importante ¿Qué tan importante es para usted cada uno de los siguientes atributos al momento de visitar un destino turístico ?

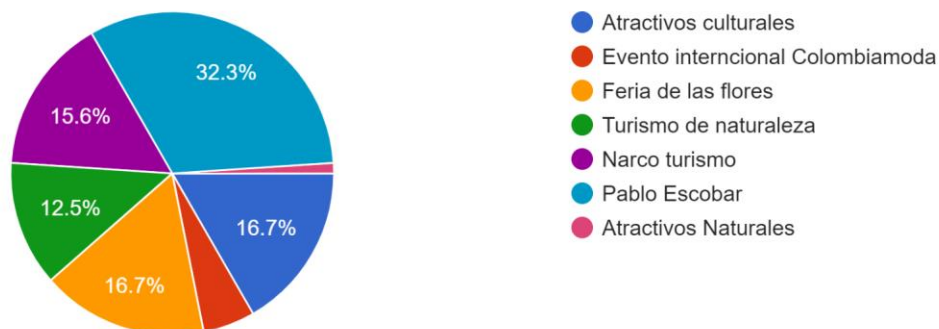


**Figura 17.** Nivel de importancia atributos turísticos. Google forms (2023).

De acuerdo a los resultados obtenidos del nivel de importancia de los atributos al momento de visitar un lugar turísticos se demostró que para 75 personas el transporte tiene un nivel de importancia de 5, para 50 personas la alimentación tiene un nivel de importancia de 4, para 63 personas es muy importante la seguridad y para 57 personas la localización del lugar, así mismo para 55 personas el alojamiento es muy importante al momento de visitar un destino, al mayor porcentaje de encuestados les parece indispensable la atención y el servicio, finalmente a la mayoría de encuestados calificó entre 5 y 4 el nivel de importancia en las actividades naturales y culturales del lugar, por lo tanto se puede interpretar como un segmento de visitantes que es realmente exigente en relación a la calidad de los productos y servicios que se ofrecen en un destino turístico.

5) ¿Por qué motivos cree usted que Medellín es reconocida ?

96 respuestas

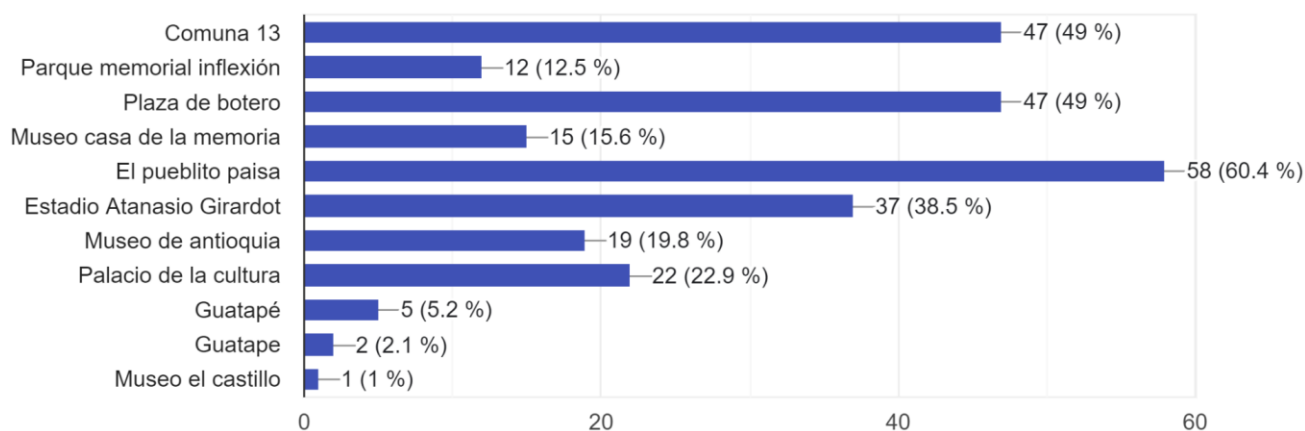


**Figura 18.** Reconocimiento de Medellín. Google forms (2023).

De las 96 personas encuestadas el 32.3% cree que Medellín es conocida por el personaje de Pablo Escobar, el 15.6% cree que la ciudad es conocida por el narco-turismo, el 12.5% piensa que es reconocida por el turismo de naturaleza, el 16.7% de los encuestados cree que los atractivos culturales hacen que Medellín sea reconocida y el 16.7% restante relacionan a Medellín con la feria de las flores. Teniendo en cuenta el porcentaje de encuestados que relacionan la imagen de Pablo Escobar con Medellín y el porcentaje que cree que la ciudad es conocida por el narco-turismo siendo este la mayor parte.

## 6)¿Qué atractivos culturales de Medellín conoce? Puede marcar varias opciones

96 respuestas



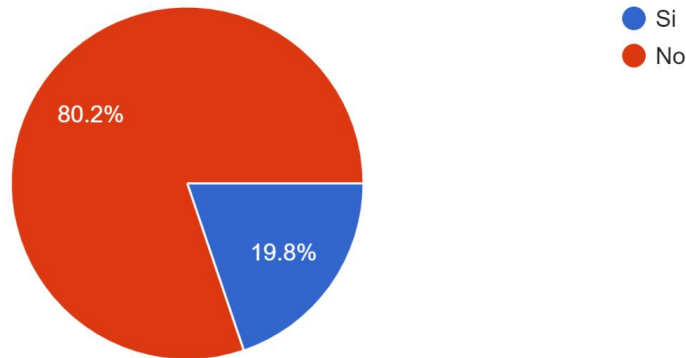
**Figura 19.**Atractivos culturales. Google forms (2023).

Según el gráfico se evidencia que los atractivos culturales de Medellín son muy visitados, esto representa el gran desarrollo que ha tenido la ciudad en el sector, por lo tanto se demuestra que el 49% de encuestados conoce la comuna 13, el 49% ha visitado la Plaza de Botero, el 60.4% ha visitado El Pueblito Paisa, el 37% de encuestados conoce el Estadio Atanasio Girardot, el 22.9% ha visitado el Palacio de Cultura, así mismo, el 19.8% conoce el museo de Antioquia, tan solo el 12.5% conoce el parque memorial inflexión, el 15.6% El Museo Casa de la memoria. Por otro lado, se puede interpretar el poco interés que tienen algunas personas en conocer los lugares que hacen parte de la narrativa histórica de la ciudad, por ende, es importante promover un mayor reconocimiento y posicionamiento de estos lugares.



7) ¿Conoce usted la historia de Medellín?

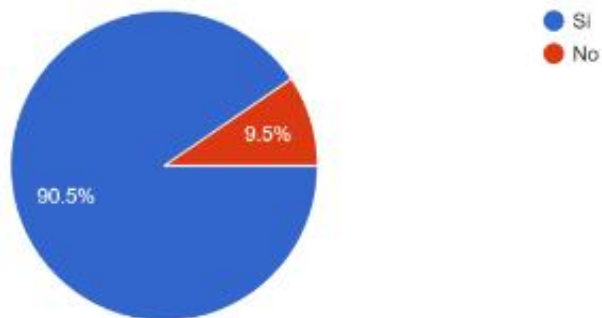
96 respuestas



**Figura 20.**Historia de Medellín. Google forms (2023).

Los resultados obtenidos de las 96 personas encuestadas representan a un 80.2% que no conoce la historia de Medellín y sólo el 19.8 % si conoce la historia. En conclusión, la gran parte de las personas encuestadas desconocen totalmente los sucesos presentados por el fenómeno del narcotráfico que a su vez desencadenaron cambios en el entorno histórico, social, político y cultural de la ciudad.

8) ¿Le interesaría conocer lugares turísticos que sean parte de la memoria histórica de Medellín?

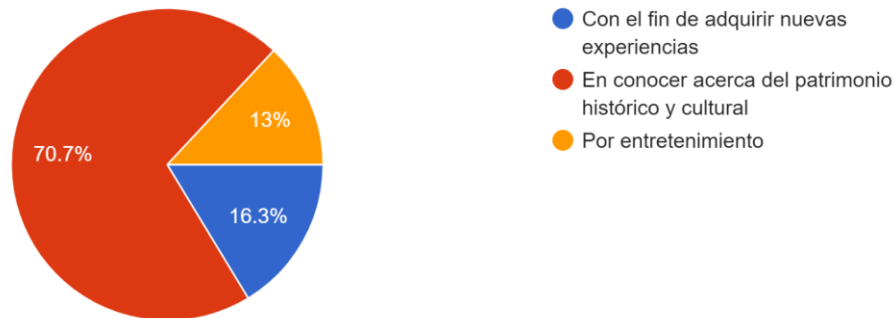


**Figura 21.**Interés en el turismo de memoria. Google forms (2023).

De acuerdo con la ilustración el 90.5% si les interesaría conocer lugares turísticos que hacen parte de la memoria histórica de Medellín mientras que sólo el 9.5% de los encuestados manifiesta su poco interés en conocer lugares turísticos que hacen parte de la memoria histórica. Teniendo en cuenta que a la mayoría de las personas encuestadas si les interesaría visitar estos lugares turísticos, se puede determinar que la viabilidad del proyecto de proponer el turismo de memoria como estrategia de posicionamiento cultural, es positiva y viable. Así mismo, el interés en la población por conocer los lugares relacionados con la memoria histórica representa un punto de partida para llegar a un grupo objetivo amplio.

9) Si su respuesta anterior fue si ¿Cuál sería el motivo primordial por el cual usted visitaría estos lugares?

92 respuestas

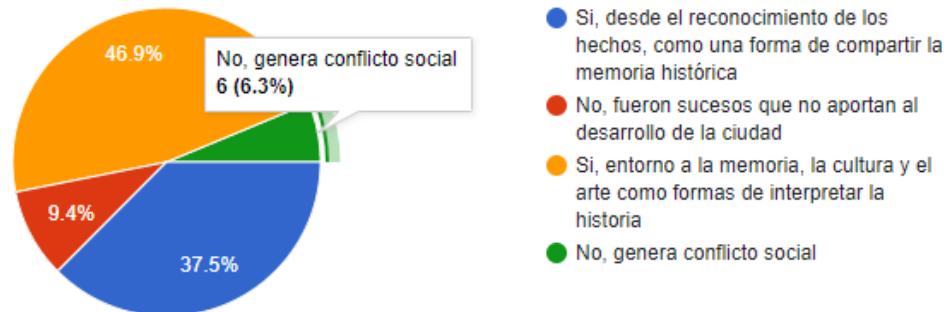


**Figura 22.** Motivo del turismo de memoria. Google forms (2023).

De acuerdo a los resultados obtenidos los motivos principales por los cuales los encuestados visitan los lugares emblemáticos de la historia de la ciudad, hacen referencia a el 70.7% con el fin de conocer acerca del patrimonio histórico y cultural, el 16,3% con el fin de adquirir experiencias nuevas y el 13% solo por entretenimiento. Las estadísticas demuestran que gran parte de la población tiene la intención de adquirir nuevos conocimientos, así mismo representa un sentido de pertenencia, individual y colectiva, que ayuda a mantener la relación entre la sociedad y su historia.

10) ¿Cree usted que los hechos ocurridos durante la época del narcotráfico en Medellín pueden generar beneficios para el turismo actualmente?

96 respuestas

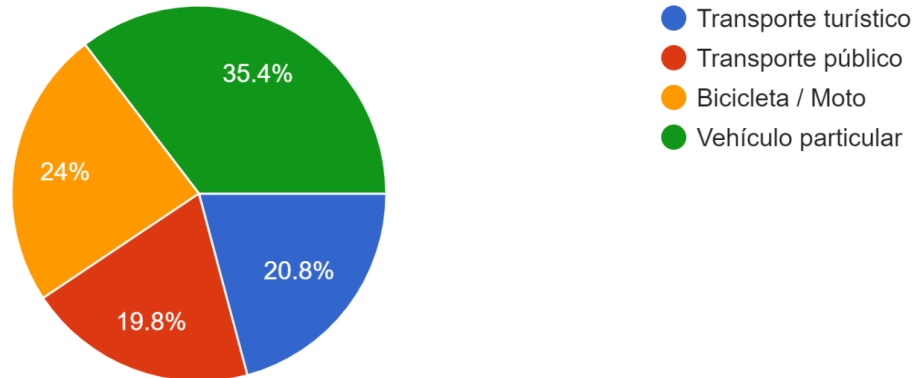


**Figura 23.** Perspectiva beneficios para el turismo. Google forms (2023).

De los 96 encuestados el 46.9% mencionan que los hechos ocurridos en la época del narcotráfico en Medellín sí generan beneficios en torno a la memoria, la cultura y el arte como formas de interpretar la historia, el 37,7% afirma que sí producen beneficios para el turismo desde el reconocimiento de los hechos, como una forma de compartir la memoria histórica y el 9,4% de personas no creen que los hechos ocurridos en la época del narcotráfico en Medellín generan beneficios ya que fueron sucesos que no aportaron nada al desarrollo de la ciudad, finalmente el 6.3% creen que estos hechos generan conflicto social. En conclusión, se interpreta que del 100% de encuestados el 84% tienen una perspectiva positiva sobre los acontecimientos generados por el narcotráfico lo que a su vez indica que la probabilidad de la práctica frecuente del turismo de memoria sea un beneficio para la población local.

### 11) ¿Cuál es el medio de transporte que utiliza para visitar Medellín ?

96 respuestas

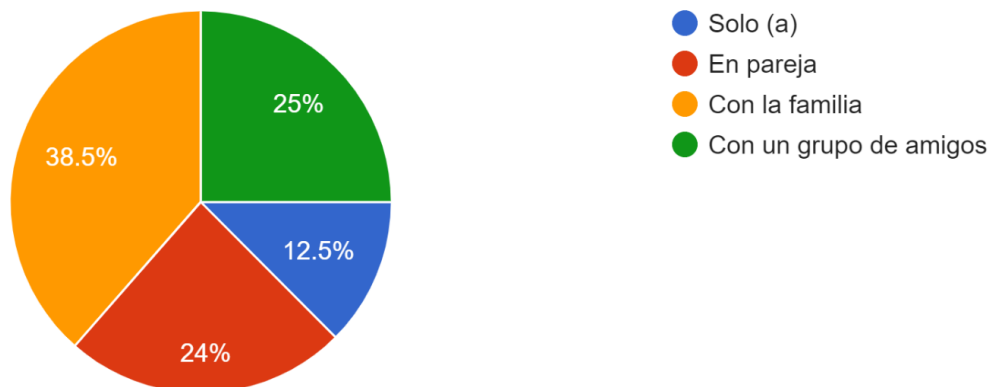


**Figura 24.**Medio de transporte. Google forms (2023).

De 96 personas encuestadas el 35.4% se desplazan por medio de vehículo particular, el 24% de personas utilizan bicicleta o moto como medio de transporte, 19.8% utilizan el transporte público, el 20.8% prefieren desplazarse por medio del transporte turístico. Los porcentajes de la gráfica nos muestra que a la mayoría de las personas se les facilita desplazarse por medio de un vehículo particular, moto o bicicleta, lo cual hace que sean un medio de transporte factible para los visitantes al momento de trasladarse por diferentes lugares de la ciudad en un mismo periodo de tiempo.

### 12)¿Con quién viaja normalmente ?

96 respuestas

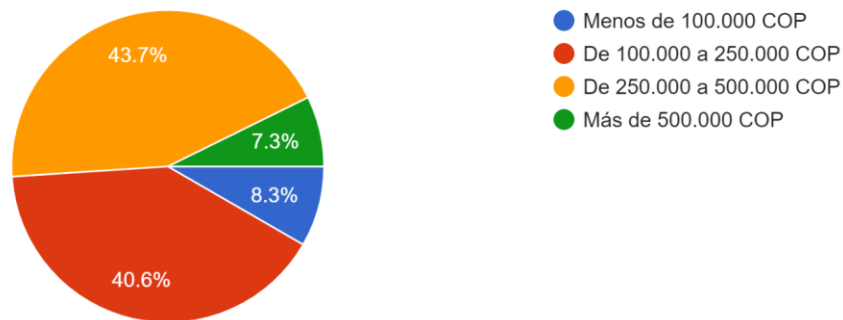


**Figura 25.**Compañero de viaje. Google forms (2023).

De acuerdo con los resultados de la gráfica el 38.5% de encuestados prefieren visitar lugares turísticos en familia, el 25% prefieren con un grupo de amigos, el 24% prefieren en pareja y el 12.5% solo. Los porcentajes de la gráfica muestran que las personas prefieren realizar turismo acompañados, lo que indica que las personas se sienten más cómodas cuando viajan en familia y con su grupo de amigos, por lo tanto, el turismo de memoria es una práctica que incluye a cualquier miembro de la familia que desee adquirir nuevos conocimientos.

13)¿ Cuánto estaría dispuesto a pagar en un recorrido por los lugares de memoria histórica en Medellín?

96 respuestas



**Figura 26.**Presupuesto del viajero. Google forms (2023).

En relación a los resultados obtenidos el 43.7% están dispuestos a pagar entre 250.000 a 500.000 COP, un 40.6 % de 100.000 a 250.000 COP, un 8.3% más de 500.000 COP y un 7.3% menos de 100.000. Los porcentajes de la gráfica muestra que la gran parte de personas están dispuestos a pagar en un recorrido por los lugares de memoria histórica en Medellín entre 100.000 a 500.000, esto refleja un aspecto positivo ya que existen diferentes costos que hacen parte del transporte, guía y alimentación dentro de los recorridos.

## 7.2 Conclusión acerca del perfil del visitante interesado en el turismo de memoria

Con relación a los datos obtenidos de las encuestas se permite identificar el perfil del visitante del proyecto planteado. Se destaca la participación de hombres y mujeres que oscilan entre los 25 a 40 años, se puede determinar que la mayoría de encuestados están en un nivel de formación de secundaria y universitaria, los cuales en su tiempo libre realizan deporte y visitan lugares turísticos y culturales, así mismo se identifica que la mayor motivación que tienen al momento de visitar Medellín es en conocer lugares representativos de la historia, la cultura. Se determina que la

mayoría de encuestados tienen muy en cuenta la calidad en los productos y servicios que se ofrecen en un destino turístico, en relación al alojamiento, transporte, alimentación, seguridad y localización atención y servicio, actividades culturales y de naturaleza, lo que hace que sean turistas que planean su itinerario a detalle. Se destaca que Medellín es reconocida por sus atractivos culturales, entre los cuales se resalta La Comuna 13, la Plaza de Botero, El Palacio de Cultural, El Pueblito Paisa y El Museo de Antioquia, la mayoría de visitantes conocen por lo menos tres de estos lugares, del mismo modo al grupo objetivo le interesa realizar turismo de memoria motivados en conocer el patrimonio histórico y cultural, lo que refleja una oportunidad en transmitir y compartir aquellos sucesos ocurridos y que genera un proceso de reconstrucción de la historia a una población más extensa, viajan en familia o con amigos, su medio de transporte habitual es el vehículo particular, moto o bicicleta. Igualmente, se reconoce que gran parte de la población no tiene conocimiento propio de la historia por ende impulsar el turismo de memoria es una forma en la cual se cambia esta perspectiva y concepción del reconocimiento de la ciudad como destino turístico.

Por lo tanto, los turistas están dispuestos a pagar en un recorrido por los lugares de memoria histórica en Medellín entre 100.000 a 500.000 COP esto refleja un aspecto positivo ya que existen diferentes costos que hacen parte del transporte, guía, alimentación u otras actividades que se presentan dentro de los recorridos.

## 8 Capítulo 3. Estrategias de promoción turística, para transformar la concepción del narco-turismo al turismo de memoria

En este capítulo se presentan las estrategias de promoción turística para la implementación en lugares emblema de la memoria histórica de Medellín con el objetivo de transformar la concepción del narco-turismo al turismo de memoria, con ello se pretende generar un posicionamiento y reconocimiento de estos lugares a un público amplio.

Asimismo, en el libro *Introducción al turismo* Gurria Di-Bella, (1991) define “la promoción turística como una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico” (p.101).

Se considera entonces que la promoción turística es relacionada con la estrategia en el libro *Pensamiento estratégico* se define como “Una herramienta que facilita procedimientos y técnicas que empleadas de manera interactiva y transnacional, contribuyen a lograr una interacción proactiva de la organización con su entorno, coadyuvando a lograr efectividad en la satisfacción de las necesidades del público objetivo”. (Morrisey, 1996,p.79).

Para el posicionamiento del turismo de memoria en los atractivos culturales de Medellín, conocidos como La Comuna 13, Museo Casa de la Memoria y el Parque Memorial Inflexión se proponen estrategias de promoción para lograr mejorar la imagen turística de los atractivos culturales y se produce una puesta en valor y promoción del turismo de memoria.

### 8.1 Estrategia 1: Sensibilización a los prestadores de servicios turísticos y la Comunidad local

Tabla 3

*Propuesta estrategia 1*

| Sensibilización a los prestadores de servicios turísticos y la Comunidad Local |   |   |
|--|---|---|
| Acción   | Objetivo  | Descripción   |
| Programas de sensibilización   | Generar una conciencia por la preservación y el significado real de la memoria Histórica de Medellín. | Se involucra a la población local a que participe en programas de sensibilización frente al |

|                          |  |   |
|--------------------------|--|---|
|                          |  | Reconocimiento de la memoria histórica de Medellín.   |
| Capacitaciones y charlas | Identificar los efectos que genera el narco-turismo para la comunidad.   | Es importante la capacitación a los prestadores de servicios turísticos acerca de las prácticas relacionadas al narco turismo con el fin de suprimir este tipo de conductas.                                    |
| Campañas de divulgación  | Motivar a la comunidad a valorar los recursos culturales en torno a la memoria, como parte de los procesos de nuevos productos turísticos con posibles potenciales de desarrollo de la ciudad. | Fomentar mediante entidades del Gobierno Nacional y Local, campañas que divulguen la Importancia de la protección del patrimonio cultural material e inmaterial con valor histórico, museológico y testimonial. |

*Nota:* Elaboración propia (2023).

El patrimonio material e inmaterial constituye la memoria colectiva de un territorio, por ende, hace parte de una realidad socialmente conformada. Un patrimonio preservado de manera correcta por la población genera que sus manifestaciones se desarrollen en el presente y tiene un impacto renovador en la sociedad, su preservación permite transmitir las por generaciones. En este sentido, es imprescindible la participación de entes gubernamentales que promuevan la protección y sensibilización sobre el patrimonio siendo este parte de la memoria histórica. De acuerdo con la La Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO (2003):

En el artículo 11 de la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio, la UNESCO establece que cada Estado Parte debe adoptar las medidas necesarias para garantizar la salvaguarda del Patrimonio Cultural presente en su territorio. Una de estas medidas, debe ser la de identificar y definir los distintos



elementos del Patrimonio Cultural con participación de las comunidades, los grupos y las organizaciones no gubernamentales pertinentes. (p.10).

## 8.2 Estrategia 2. Ejecutar un plan de promoción turística como herramienta para posicionar los atractivos turísticos

Tabla 4

### *Propuesta estrategia 2*

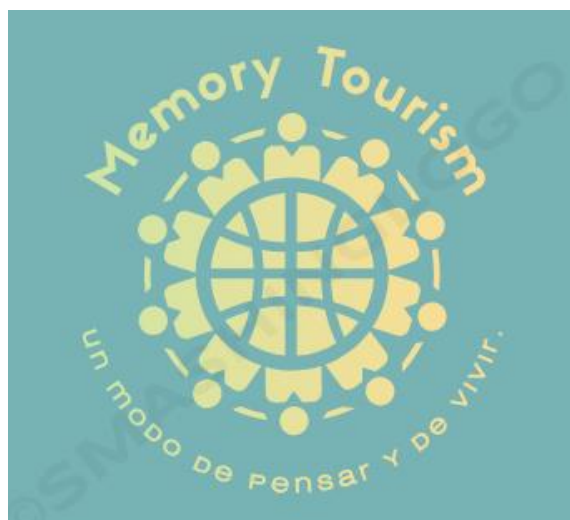
| Ejecutar un plan de promoción turística como herramienta para posicionar los atractivos turísticos |  |   |
|--|--|---|
| Acción   | Objetivo   | Descripción   |
| Estudio de mercado   | Establecer el grupo objetivo por medio de una investigación de mercado.                        | La idea es examinar las tendencias actuales del turismo de memoria. Es necesario establecer el segmento de mercado, la oferta y la demanda, analizar la competencia y conocer los canales de distribución.  |
| Creación de imagen de la marca.  | Promocionar los atractivos culturales que hacen parte de la memoria histórica de la Ciudad.    | Creación de una marca por medio de la cual se ofertarán los atractivos culturales de la ciudad.<br>Creación de logo y slogan con el fin de generar recordación en la mente de los visitantes.   |
| Uso de medios de comunicación digital  | Posicionar los atractivos culturales de la ciudad por medio del uso de medios de comunicación. | Es indispensable la creación de perfiles de Facebook e Instagram con el fin de difundir contenido referente a los atractivos culturales.<br>El uso de podcast permite transmitir la memoria histórica por medio de narrativas, lenguajes y sus diferentes representaciones. |

|                                |  |  |
|--------------------------------|--|--|
| Capacitación/<br>Charlas       | Comprender las competencias digitales de los productos turísticos de la ciudad.              | Es importante fomentar capacitaciones y charlas a la comunidad y a los prestadores de servicios turísticos sobre marketing digital.  |
| Creación de eventos            | Proporcionar experiencias sociales, educativas y moralmente enriquecedoras a los visitantes. | Con el apoyo de entidades gubernamentales fomentar el turismo de memoria por medio de eventos culturales y sociales.                 |
| Diseñar rutas turísticas       | Atraer nuevos visitantes a la ciudad.  | Las rutas turísticas tienen un papel fundamental en la promoción de destinos, permiten el acceso al patrimonio cultural e histórico. |
| Colaborar con figuras públicas | Reconocer los lugares de memoria por medio de colaboraciones con figuras públicas.           | Las figuras públicas comparten el valor y el significado de los atractivos culturales por medio de sus opiniones y Experiencia.      |

*Nota:* Elaboración propia (2023).

### **8.2.1 Propuesta de logo**

Se diseña la propuesta para la implementación del logo que es la marca por medio de la cual se promocionarán los atractivos culturales, esto genera una recordación en las personas que visitan la ciudad. En la siguiente figura se muestran las diferentes presentaciones del logo preestablecido para la imagen distintiva.



**Figura 27.**Logo.Elaboración propia a partir de smashing logo (2023).

El símbolo representa la integración de individuos que crean diferentes culturas las cuales son la memoria del pueblo, y las líneas que unen los individuos representan la conciencia colectiva de la continuidad histórica. Se establece el color amarillo que simboliza la historia, el color aguamarina simboliza la comunicación, la relación que existe de transmitir la historia y el color verde simboliza la re significación de la misma.



**Figura 28.**Accesorios de la marca. Elaboración propia a partir de smashing logo (2023).

### 8.2.2 Propuesta de slogan

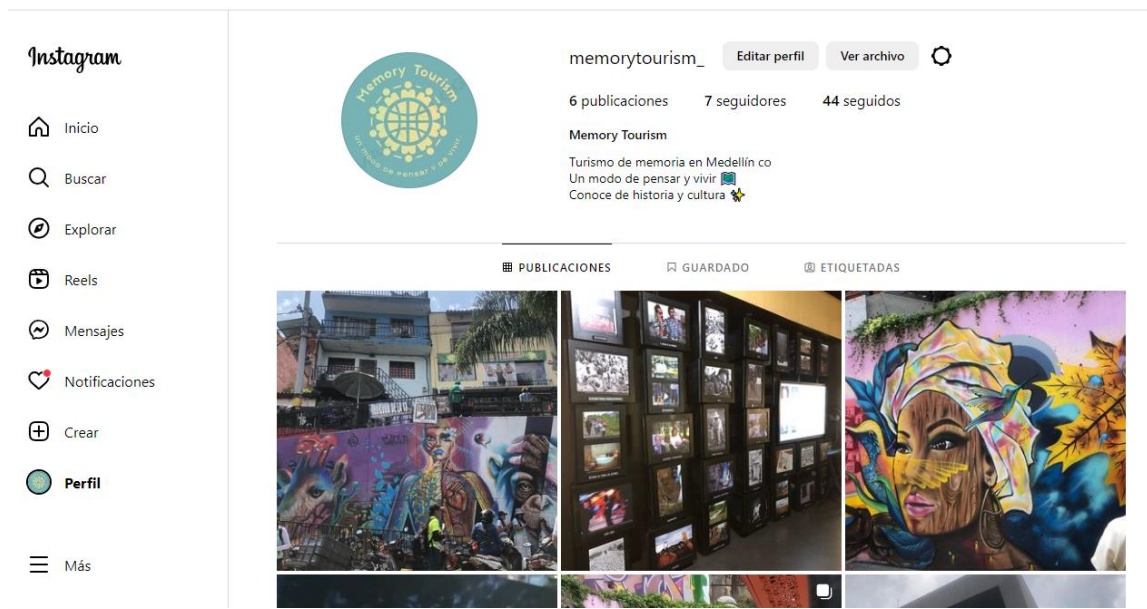
La creación de un slogan ayuda a consolidar el logo, se elabora una frase concisa que motive el interés de los turistas que tengan contacto con la marca, “Un modo de pensar y vivir” es el slogan propuesto el cual genera recordación e impacta positivamente en la mente de los turistas.



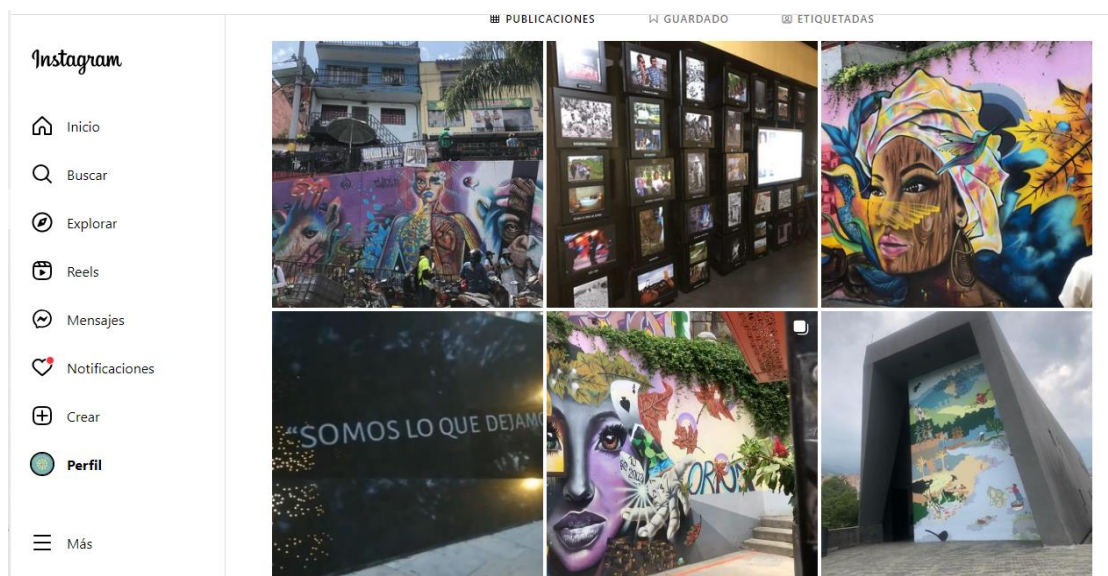
**Figura 29.**Accesorios de la marca. Elaboración propia a partir de smashing logo (2023).

### 8.3 Comunicación digital como un medio de posicionamiento

Con el objetivo de interactuar con los turistas y difundir contenido referente a los atractivos culturales como las narrativas, lenguajes, memorias y sus diferentes representaciones de forma sencilla, se propone el uso de medios de comunicación digital. Facebook, Instagram y los contenidos grabados en audio como podcast, estas son las herramientas que actualmente generan una relación directa entre los destinos y las personas que quieren visitarlo, así mismo se promociona el turismo de memoria y se capta la atención de nuevos posibles turistas que tienen contacto con estos medios de comunicación.



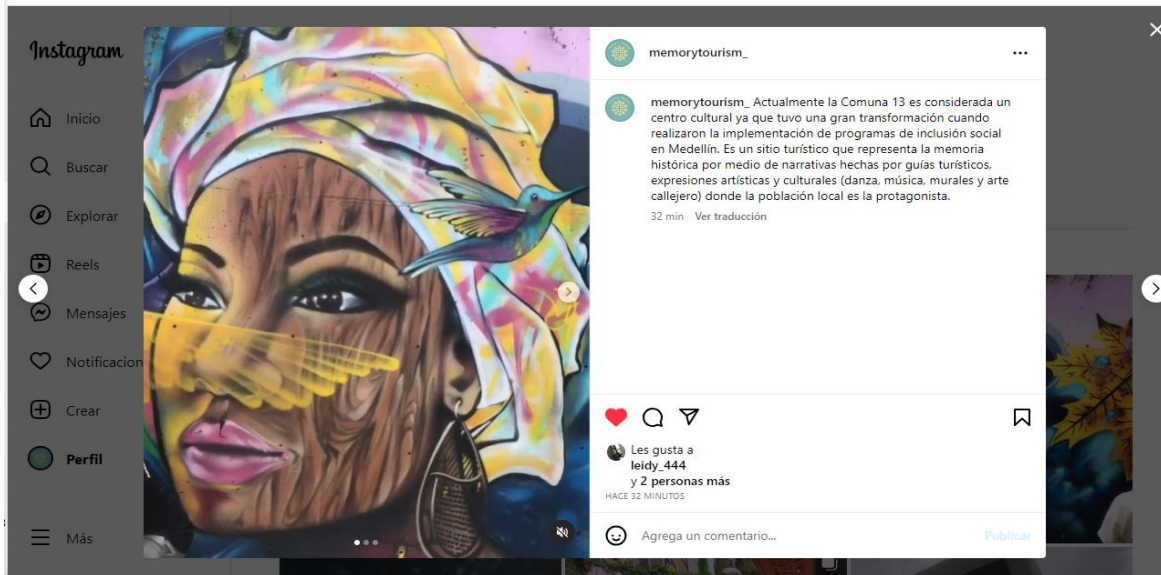
**Figura 30.**Perfil de Instagram. Elaboración propia a partir de Instagram (2023).



**Figura 31.**Perfil de Instagram. Elaboración propia a partir de Instagram (2023).

El uso de las redes sociales como un medio de transmisión de la historia permite la rememoración colectiva, el reconocimiento de identidades, experiencias y realidades que posibilita una expresión ilimitada por medio de publicaciones, audios, videos que permiten captar la información de manera sencilla, en este caso las imágenes son una representación de esta información . De acuerdo con Noiret (2018):

Comprender en la actualidad cómo se utiliza la fotografía en las redes sociales y cómo participan en la historia dice mucho sobre qué pasados son los que importan en nuestro presente. La fotografía en las redes sociales describe conductas populares y, gracias a las tecnologías de datos enlazados como Google Maps y Street View, añade dimensiones espaciales y fronteras temporales a los recuerdos individuales.(p.134).



**Figura 32.**Publicación en Instagram. Elaboración propia a partir de Instagram (2023).



**Figura 33.**Perfil de Facebook. Elaboración propia a partir de Facebook (2023).

Por otro lado, el uso de los podcast siendo un tipo de contenido que es grabado en audio y realizado en diferentes formatos que tratan de un tema en específico ya sean entrevistas, debates u otra

forma, son un instrumento que permite el contacto con una gran audiencia. De acuerdo con Marquez (2012): “Los podcast pueden tener numerosos minutos-horas de información grabada que abarca desde comentarios de curadores hasta entrevistas con los propios artistas, opiniones de expertos y estudiosos o incluso narrativas”. (p.58).

En este sentido, hoy en día los podcast son un recurso importante para reproducir la memoria histórica de un lugar, Dice Marquez (2012): “En los podcast se revela la posibilidad de explorar la ciudad en numerosas direcciones, encontrando cada vez nuevos significados, épocas, símbolos, proyectos colectivos y personales”. Es un referente en la reconstrucción de la historia de diferentes atractivos culturales. Así mismo, menciona Marquez (2012): “En el año 2006, los podcast relacionados con museos alcanzaron el noveno puesto entre los usuarios estadounidenses y esta misma categoría alcanzó el número 21 en la lista de iTunes, sobre los 100 principales podcast del mundo”. (p.56)

### **8.3.1 Colaboración con figuras públicas**

Promover las colaboraciones con figuras públicas, instagramers, tuiteros y blogueros que se encuentren relacionados en el sector turístico y más específicamente con el turismo de memoria. Según lo sustentado por Miller citado en Gomez (2018):

Los influencers son personas que se han convertido en pioneros de la moda de sus seguidores en línea; una mención o respaldo de una de estas personas es tan bueno como el oro. Es un grupo diverso, que incluye: escritores profesionales, columnistas y revisores para varios sitios web. (p.43).

Por lo tanto, propiciar las colaboraciones con figuras públicas quienes a partir de su reconocimiento y credibilidad otorgan un giro en la percepción de la memoria histórica y en este caso en el valor y el resignificado de los atractivos culturales por medio de sus opiniones y experiencia.

## **8.4 Estrategia 3: Storytelling turístico**

De acuerdo con Keskin et al., citado en Camprubi y Planas (2020) define Storytelling como “La forma de compartir y combinar conocimientos y experiencias a través de narraciones y anécdotas para comunicar ideas complejas, conceptos y conexiones causales y construir conexiones y asociaciones” (p.270). Ahora bien, estas historias y narraciones disponen de un tema en específico, de personajes de conflictos o de diversos sucesos ya sean positivos o negativos que por medio del storytelling se permiten comunicar de forma efectiva y contribuye en la experiencia del turista.

En el 2020 Pro Colombia y el Viceministerio de Turismo lideraron el desarrollo de las ‘Narrativas Regionales’, que están basadas en la búsqueda y relato de experiencias auténticas de las culturas, historia, estilos de vida y tradiciones locales. Se dice:

El proyecto duró cinco meses, se identificaron historias de cada una de las regiones en las que se consideraron sus elementos culturales, históricos, económicos, naturales y gastronómicos el proyecto contempla la difusión de las narrativas en medios de comunicación y escenarios comerciales internacionales, como ya se hizo en Expo 2020 Dubái, aparte de Fitur, IMEX, Colombia Travel Mart, entre otros. (Portafolio, 2022)

*Tabla 5*

*Propuesta estrategia 3*

| Storytelling turístico |  |   |
|------------------------|--|---|
| Acción                 | Objetivo   | Descripción   |
| Visitas guiadas        | Generar un sentido de pertenencia por la Memoria histórica.  | Implementación de visitas guiadas en los diferentes atractivos históricos por parte de los guías turísticos a la comunidad con el fin de generar una apropiación de la historia.  |
| Capacitar              | Implementar el uso del storytelling como una herramienta para difundir los valores e identidad de los atractivos culturales. | Trabajar en conjunto con la comunidad local, los guías y diferentes emprendimientos como storytelling quienes capacitan a jóvenes como contadores de historias.<br><br>Incentivar la formación académica en relación al desarrollo de técnicas de comunicación. |

*Nota:* Elaboración propia (2023).



## 8.5 Estrategia 4: Diseño de una ruta turística

Tabla 6

### *Propuesta estrategia 4*

| Estrategia 4: Diseño de una Ruta turística |  |   |
|--|--|---|
| Acción                                     | Objetivo   | Descripción   |
| Realizar el itinerario                     | Establecer el plan de actividades de la ruta turística.                        | Realizar el itinerario del recorrido por los atractivos turísticos y especificar el programa de actividades a realizar.                                       |
| Fijar precio y costo                       | Establecer el costo de los servicios que incluye la ruta turística.            | Es importante especificar los precios y costos del transporte, alimentación, Ingreso a atractivos, seguro de viaje y demás especificaciones que se requieran. |
| Diseño del folleto publicitario            | Promover los lugares históricos y culturales que hacen parte la ruta turística | El brochure de la ruta turística permite promocionar y anunciar la oferta del producto turístico a un segmento de mercado amplio.                             |

*Nota:* Elaboración propia (2023).

### 8.5.1 Itinerario

**7:00 am- 7:30 am** Punto de encuentro con el guía turístico en la estación de metro Bicentenario.  
Se proporcionara información general del recorrido

**7:30 am-8:30 am** Desayuno típico paisa (Porción de fruta, jugo de naranja, arepa de queso, huevos al gusto, chocolate o café) panadería local

**8:30 am -9:00 am** Desplazamiento hacia Museo Casa de la Memoria

**9:00 am-10:00 am** Charla de sensibilización sobre la importancia del reconocimiento de la memoria histórica de Colombia

**10:00 am-10:30** Exposición sobre “Medellín memorias de violencia y resistencia” Se conocerá la historia de las violencias en Medellín con versiones que se narran en perspectivas, las de las víctimas y las de los victimarios

**10:30 am-11:00 am** Refrigerio (Arepa de queso, Jugo natural, Manzana)

**11:00 am- 12:00 pm** Desplazamiento hacia la comuna 13 de Medellín

**12:00 pm- 1:00 pm** Almuerzo típico (Bandeja paisa) restaurante local

**1:00 pm-4:00 pm** Recorrido histórico por la comuna 13 de Medellín

**4:00 pm- 4:30 pm** Refrigerio (Mazamorra paisa, queso antioqueño, Pandebono)

**4:30 pm- 5:00 pm** Desplazamiento hacia el parque Memorial inflexión

**5:00 pm-6:00pm** Visita guiada al parque Memorial inflexión dedicado a las víctimas de la Guerra del narcotráfico

Servicios incluidos:

- Alimentación: Desayuno, Almuerzo y refrigerio
- Guía profesional de turismo
- Visita a sitios turísticos
- Seguro de viaje
- Transporte

No incluye:

- Consumos varios
- Consumos cafetería

Recomendaciones:

- Llevar ropa deportiva, protección solar, gafas, gorra y calzado cómodo para poder realizar el recorrido sin contratiempos.
- Las personas deben estar en óptimas condiciones de salud para realizar cualquier actividad física.
- Se prohíbe el consumo de alcohol o drogas
- En el recorrido y/o actividades habrá 15 viajeros como máximo.

8.5.2 Mapa del recorrido del paquete turístico



Figura 34. Mapa de la Ruta turística. Elaboración propia (2023).

### 8.5.3 Precio propuesto para la venta al público

| <b>COSTO DE PRODUCTOS/PAQUETE TURÍSTICO</b> |                    |
|---|--------------------|
| <b>No. de pax</b>                           |                    |
| <b>CONCEPTO</b>                             | <b>VALORES COP</b> |
| Numero de personas                          | \$ 15              |
| Total transporte                            | \$ 500.000         |
| Guia  | \$ 150.000         |
| <b>VALORES POR PERSONA</b>                  |                    |
| Costo del guia                              | \$ 10.000          |
| Costo del transporte                        | \$ 33.333          |
| Desayuno                                    | \$ 17.000          |
| Almuerzo                                    | \$ 30.000          |
| Refrigerio 1                                | \$ 8.000           |
| Refrigerio 2                                | \$ 8.000           |
| Seguro de viaje                             | \$ 15.000          |
| Imprevistos                                 | \$ 3.000           |
| <b>COSTO TOTAL POR PERSONA</b>              | <b>\$ 124.333</b>  |
| Margen de ganancia                          | 10%                |
| Valor al público antes de impuestos         | \$ 138.148         |
| Comisión en ventas                          | \$ 27.630          |
| Valor al publico+ Comision en venta         | \$ 165.778         |
| IVA 19%                                     | \$ 31.498          |
| <b>PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO</b>           | <b>\$ 197.276</b>  |
| <b>PRECIO DE VENTA PUBLICIDAD</b>           | <b>\$ 200.000</b>  |
| Utilidad por persona                        | \$ 13.815          |
| <b>UTILIDAD TOTAL</b>                       | <b>\$ 207.222</b>  |

**Figura 35.** Precio propuesto de la Ruta turística. Elaboración propia(2023).

Donde:

Costo del transporte= Transporte total/ Numero de perdonas

Costo del guía= Guía/ Número de personas

Valor al público= Costo total por persona/ (1-Marge de ganancia%)

Utilidad total =Utilidad por personas\*Número de personas

IVA=Valor al público\*19%

Precio de venta= Valor al público+ IVA

#### 8.5.4 Propuesta de folleto para promoción

**Atractivos**

Una aventura histórica por Medellín

**CONOCE MÁS DE NOSOTROS**

Nuestros viajes organizados te presentara a Colombia bajo su faceta de historia, cultura y de intercambio con las comunidades locales.

**Memory Tourism**  
un modo de pensar y de vivir.

Medios de comunicación  
**¡CONTÁCTANOS!**

(55) 1234-5678  
www.memorytourism.com  
@memoritourism

**Museo casa se la memoria**

**Comuna 13**

**Parque inflexión**

**MEDELLIN**

**Memorias**

No te quedes con las ganas de visitar:

**¡ De tus vacaciones nosotros nos encargamos!**

Figura 36. Brochure de la Ruta Turística. Elaboración propia (2023).

**7:00 am- 7:30 am** Punto de encuentro con el guía turístico en la estación de metro Bicentenario. Se proporcionará información general del recorrido

**7:30 am-8:30 am** Desayuno típico paisa (Porción de fruta, jugo de naranja, arepa de queso, huevos al gusto, chocolate o café) panadería local

**8:30 am -9:00 am** Desplazamiento hacia Museo Casa de la Memoria

**9:00 am-10:00 am** Charla de sensibilización sobre la importancia del reconocimiento de la memoria histórica de Colombia

**10:00 am-10:30** Exposición sobre “Medellín memorias de violencia y resistencia” Se conocerá la historia de las violencias en Medellín con versiones que se narran en perspectivas, las de las víctimas y las de los victimarios

**10:30 am-11:00 am** Refrigerio (Arepa de queso, Jugo natural, Manzana)

**11:00 am- 12:00 pm** Desplazamiento hacia la comuna 13 de Medellín

**12:00 pm- 1:00 pm** Almuerzo típico (Bandeja paisa) restaurante local

**1:00 pm-4:00 pm** Recorrido histórico por la comuna 13 de Medellín

**4:00 pm- 4:30 pm** Refrigerio (Mazamorra paisa, queso antioqueño, Pandebono)

**4:30 pm- 5:00 pm** Desplazamiento hacia el parque Memorial inflexión

**5:00 pm-6:00pm** Visita guiada al parque Memorial inflexión dedicado a las víctimas de la Guerra del narcotráfico

## itinerario

### Recorrido Turístico de la Memoria histórica

Medellín

Estación de metro Bicentenario (A)

Museo casa de la memoria (B)

Comuna 13 de medellín (C)

Estación de metro San Javier (D)

El poblado (E)

Parque memorial inflexión

## INCLUYE

- Desayuno-Almuerzo
- Refrigerio
- Visita sitios turísticos
- Guía turístico
- Seguro
- Transporte

## NO INCLUYE

- Consumos cafetería
- Consumos varios

**\$200.000**

## Recomendaciones

- Llevar ropa deportiva, protección solar, gafas, gorra y calzado cómodo
- Las personas deben estar en óptimas condiciones de salud para realizar cualquier actividad física.
- Se prohíbe el consumo de alcohol o drogas
- En el recorrido y/o actividades habrá 15 viajeros como máximo.

**Figura 37.** Brochure Ruta Turística. Elaboración propia (2023)

## 9 Conclusiones

Con base a los objetivos planteados en la investigación se exponen diversas conclusiones desde la observación y análisis documental, los resultados de las entrevistas y encuestas, y el desarrollo de las diferentes estrategias de posicionamiento del turismo de memoria.

Con ello, se puede concluir entonces que el narco turismo es considerado una práctica turística que tiene efectos negativos en la sociedad, ya que actualmente se vincula con el fenómeno del narcotráfico y de las diferentes narrativas y lugares vinculados con Pablo Escobar en la ciudad de Medellín. Es por ello, la motivación de los turistas en realizar narco tours lo que de alguna manera genera la validación de acciones vinculadas a este personaje y la invisibilización de las verdaderas historias que representan la ciudad. En ese sentido, impulsar el turismo de memoria por medio de diferentes estrategias de promoción permite dar un reconocimiento, una puesta en valor en torno a aquellos atractivos turísticos de Medellín y por sobre todo permite dar un resignificado de un

proceso de memoria colectiva lo que a su vez posibilita conocer el pasado de violencia generado por el narcotráfico y diferentes problemas sociales que en el presente generan un tipo de reflexión.

Se encuentra importante transmitir las vivencias y experiencias de las diferentes partes de la historia por medio de las narrativas, los relatos, diferentes expresiones artísticas y culturales y por medio del patrimonio cultural material que en el presente trabajo están dirigidos al Museo Casa de la Memoria, La comuna 13 y el Parque Memorial Inflexión.

Así mismo, al sensibilizar a la comunidad local, a los prestadores de servicios turísticos en relación a los efectos que genera el narco-turismo se crea una conciencia por la preservación y el significado real de la memoria histórica de Medellín.

## **10 Recomendaciones**

- Es importante dar conocimiento sobre habilidades técnicas relacionadas con la atención al cliente a los prestadores de servicios turísticos.
- Realizar procesos de capacitación en idiomas a los prestadores de servicios turísticos.
- Es pertinente realizar una medición de los resultados e impactos generados de la implementación de las estrategias de promoción con el fin de mejorar o cambiar cualquiera de sus especificaciones.
- Es indispensable desarrollar programas de capacitación en gestión de destinos y planificación de productos turísticos.

## 11 Anexos

### 11.1 Formato de entrevista



#### Universitaria Agustiniana Trabajo de grado

#### **Resignificando el turismo, del narco-turismo al turismo de memoria como estrategia de posicionamiento cultural en la ciudad de Medellín**

La siguiente entrevista tiene como intención identificar cómo la población local se ve beneficiada a través de una nueva práctica turística desde el turismo de memoria.

La información suministrada del cuestionario se utilizará exclusivamente con fines académicos.

- 1) ¿Cree usted que el turismo es un factor importante para el desarrollo sociocultural de Medellín?
- 2) ¿Qué tipo de turismo prefieren los turistas que llegan a Medellín? y ¿Qué otras prácticas turísticas se han dado en la ciudad?
- 3) Actualmente el turismo cultural ha sido muy reconocido en Medellín ¿Cómo ha sido el desarrollo del turismo cultural en la ciudad?
- 4) ¿Cómo se ha evidenciado el narco-turismo en Medellín? ¿Cuáles han sido sus efectos?
- 5) ¿Considera usted que se puede aprender de los errores del narco-turismo? ¿De qué manera se podría transformar esta concepción?
- 6) Existen diferentes formas de compartir la memoria histórica de Medellín ¿Por qué es importante que la población local sea parte de esta construcción de la memoria?



## 11.2 Formato de encuesta



### Universitaria Agustiniana Trabajo de grado

#### Resignificando el turismo, del narco-turismo al turismo de memoria como estrategia de posicionamiento cultural en la ciudad de Medellín

#### Modelo de encuesta dirigido a turistas

El siguiente cuestionario tiene como intención establecer cuál es el perfil del turista interesado en conocer el Turismo de memoria en la ciudad de Medellín.

La información suministrada del cuestionario se utilizará exclusivamente con fines académicos.

#### 1. Características socio demográficas:

|   |
|---|
| <b>Género</b> a) Femenino b) Masculino c) Otro  |
| <b>Rango de edad (años)</b> a) 18 a 25 b) 25 a 40 c) 40 a 55 d) Más de 55                       |
| <b>Nivel de formación</b><br>a) Primaria b) Secundaria c) Técnico d) Tecnólogo e) Universitario |

#### 2. ¿Qué hace en su tiempo libre?

- a) Realiza deporte
- b) Lee
- c) Duerme
- d) Visita lugares turísticos y culturales
- e) No tiene tiempo libre

#### 3. ¿Qué lo motivó a visitar Medellín?

- a) Actividades recreativas (Deporte, danza, juegos, música, arte)
- b) Visita a familiares o amigos
- c) Historia y cultura
- d) Evento social o empresarial
- 4) En una escala de 1 a 5 donde 1 no es importante y 5 muy importante ¿Qué tan importante es para usted los siguientes atributos al momento de visitar un destino turístico?

|                     | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Transporte          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Alimentación        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Localización        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Seguridad           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Alojamiento         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Servicio y atención | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

5. ¿Por qué motivos cree usted que Medellín es reconocida?

- a) Atractivos Culturales
- b) Evento internacional Colombia moda
- c) Feria de las flores
- d) Turismo de naturaleza
- e) Narco turismo
- f) Pablo Escobar

6. ¿Qué atractivos culturales de Medellín conoce? Puede marcar varias opciones

- a) Comuna 13
- b) Parque memorial inflexión
- c) Plaza de botero
- d) Museo casa de la memoria
- e) El pueblito paisa
- f) Estadio Atanasio Girardot
- g) Museo de Antioquia
- h) Palacio de la cultura
- i) Otro: \_\_\_\_\_

7. ¿Conoce usted la historia de Medellín?

- a) Si
- b) No

8. ¿Le interesaría conocer lugares turísticos que sean parte de la memoria histórica de Medellín?

- a) Si

b) No

9. Si su respuesta anterior fue Si, ¿Cuál sería el motivo primordial por el cual usted visitaría estos lugares?

- a) Con el fin de adquirir nuevas experiencias
- b) En conocer acerca del patrimonio histórico y cultural
- c) Por entretenimiento

10. ¿Cree usted que los hechos ocurridos durante la época del narcotráfico en Medellín pueden generar beneficios para el turismo actualmente?

- a) Si, desde el reconocimiento de los hechos, como una forma de compartir la memoria histórica
- b) No, fueron sucesos que no aportan al desarrollo de la ciudad
- c) Si, en torno a la memoria, la cultura y el arte como formas de interpretar la historia
- d) No, genera conflicto social

11. ¿Cuál es el medio de transporte que utiliza frecuentemente?

- a) Transporte turístico
- b) Transporte público
- c) Bicicleta / Moto
- d) Vehículo particular

12. ¿Con quién viaja normalmente?

- a) Solo (a)
- b) En pareja
- c) Con la familia
- d) Con un grupo de amigos

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en un recorrido por los lugares de memoria histórica en Medellín?

- a) Menos de 100.000 COP
- b) De 100.000 a 250.000 COP
- c) De 250.000 a 500.000 COP
- d) Más de 500.000 COP

## 12 Lista de Referencias

- Arnabat Mata , R., & Duch Plana , M. (2017). *El turismo de memoria y las implicaciones de la frontera: una aproximación teórica desde los Pirineos*. Francia: Presses universitaires de Perpignan, Publicacions Universitat Rovira i Virgili.
- Acosta Angulo, M., & Gómez López, S. (2023). *El diseño en procesos de paz y reconciliación*. (Trabajo de grado, Universidad Pontificia Bolivariana), Medellín, Colombia. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.11912/10985>
- Alcaldía de Medellín. (s.f.). *Museo casa de la memoria*. Recuperado el 11 de octubre de 2023, de <https://www.medellin.gov.co/es/secretaria-privada/conglomerado-publico/entidades-del-conglomerado/museo-casa-de-la-memoria/#:~:text=Este%20espacio%20es%20una%20Casa,la%20Universidad%20de%20Salerno%2C%20Italia>.
- Alviz Ramírez, Á., & Posada Salgado, Y. (2021). *Storytelling y su impacto en el fortalecimiento de habilidades narrativas y competencias digitales*. (Tesis de maestría, Universidad de Cartagena), Sucre, Colombia . Obtenido de [https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/14759/TGF\\_Alvaro%20David%20Alviz%20Ramirez%2C%20Yolima%20Esther%20Posada%20Salgado.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/14759/TGF_Alvaro%20David%20Alviz%20Ramirez%2C%20Yolima%20Esther%20Posada%20Salgado.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- ArchDaily Team . (2019). Parque Memorial en Medellín: espacio público de inflexión que transformará la antigua residencia de Pablo Escobar"[Fotografía].Recuperado de: <https://www.archdaily.co/co/912804/parque-memorial-en-medellin-espacio-publico-de-inflexion-qu>
- ArchDaily Team. (2019). Parque Memorial en Medellín: espacio público de inflexión que transformará la antigua residencia de Pablo Escobar"[Plano].Recuperado de: <https://www.archdaily.co/co/912804/parque-memorial-en-medellin-espacio-publico-de-inflexion-qu>
- ArchDaily Team. (2019). Perspectiva aérea, Parque Memorial en Medellín [Fotografía]. Recuperado de: <https://www.archdaily.co/co/912804/parque-memorial-en-medellin-espacio-publico-de-inflexion-que-transformara-la-antigua-residencia-de-pablo-escobar>

- Atehortúa Cruz, A., & Rojas Rivera, D. (2008). El narcotráfico en Colombia. Pioneros y capos. ., *Historia Y Espacio*, 4(31), 169–207. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4015471.pdf>
- Ayala Felix, F. (2013). Desarrollo de estrategias de posicionamiento. Caso: Producto Quinoa. *Revista Perspectivas*. *Revista Perspectivas*, 16(32). Recuperado de: <http://www.scielo.org.bo/pdf/rp/n32/n32a02.pdf>
- Balcázar Nava, P. G.-A.-F. (2013). *Investigación cualitativa*. Mexico: Universidad Autónoma del Estado de Mexico.
- Banco de Datos del CINEP & Justicia y Paz . (2003). Panorama de derechos humanos y violencia política en Colombia. *Noche y Niebla*.(67). Recuperado de: <https://www.nocheyniebla.org/wp-content/uploads/u1/casotipo/Comuna13.pdf>
- Baptista Lucio , P., Fernández Collado, C., & Hernández Sampieri , R. (2006). *Metodología de la Investigación. Selección de la muestra*. Mexico: McGraw-Hili- Interamericana. Recuperado de: <http://www.derechoshumanos.unlp.edu.ar/assets/files/documentos/metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Barretto, M. (2007). Turismo y cultural .Relaciones, contradicciones y expectativas. *Revista de Turismo y Patrimonio cultural*, 1. Recuperado de: <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosocedita/PSEdita1.pdf>
- Beauvais, C. (2022). Turismo oscuro, “turismo de Netflix”: apuestas y conflictos entre agentes en Medellín 2022. *Open Edition Journales*. doi:<https://doi.org/10.4000/viatourism.8925>
- Bonelo Martínez, E., Doumet Chilán, Y., Llano, F., Mendoza Montesdeoca, I., Mora, J., & Solórzano Acebo, S. (2020). *Perspectivas turísticas: una discusión entre lo social y lo cultural*. (A. Nieto Mejía, Ed.) Bogotá, Colombia: Editorial Fundación Universitaria San Mateo. doi:<https://doi.org/10.7476/9786289558265>
- Buitrago Rojas, F. (2021). Pablo Escobar: ¿La fortaleza del héroe o el miedo causado por el terrorismo? *Revista Albertos Magnus*, 12(1). doi:<https://doi.org/10.15332/25005413.7405>
- Camprubi, R., & Planas, C. (2020). El storytelling en la marca de destinos turísticos: El caso de Girona. *Cuadernos de turismo*. *Cuadernos de turismo*(46). doi:<https://doi.org/10.6018/turismo.451841>

- Davila Narváez, H., Palacios Bauz, I., Peña Rivas, H., & Valencia Medranda, J. (2019). Trade marketing como estrategia de posicionamiento empresarial. *Revista de ciencias sociales*, 25(1). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=28065583008>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. (2022). Resultados Censo Nacional de Población y Vivienda. Medellín, Colombia. Recuperado de: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-departamentos-ciudades/220726-info\\_dane-medellin-antioquia.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-departamentos-ciudades/220726-info_dane-medellin-antioquia.pdf)
- El espectador. (2019, Octubre 04). Turismo oscuro con un propósito más allá del económico y sin glorificar la delincuencia. *El espectador*. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/turismo/turismo-oscuro-con-un-proposito-mas-alla-del-economico-y-sin-glorificar-la-delincuencia-article-884396/>
- Festuris Gramado. (26 de Abril de 2022). Festuris estrena novedades, amplía espacios y anuncia el lema "Resignificando el turismo"[Entrada de blog]. Recuperado de: <https://es.festurisgramado.com/noticias/festuris-lanca-novidades-ampliara-espacos-e-anuncia-slogan-ressignificando-o-turismo>
- Florez, S. (2022). La Comuna 13, un referente de turismo cultural en Latinoamérica [Fotografía]. Recuperado de: TeleMedellin: <https://telemedellin.tv/comuna-13-referente-turismo/572693/>
- Georgiev, I. I. (2020). *Análisis del turismo Oscuro y sus motivaciones*. (Trabajo preparación del TFG). Universidad politécnica de Valencia, Gandia. Recuperado de: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/152942/Georgiev%20-%20An%20C3%A1lisis%20de%20los%20tipos%20de%20turismo%20oscuro%20y%20sus%20motivaciones.pdf>
- Giraldo Velásquez, C., Van Broeck, A., & Posada, L. (2014). El pasado polémico de los años ochenta como atractivo turístico en Medellín, Colombia. *Turismo y Sociedad*, 15. doi:<https://doi.org/10.18601/01207555.n15.06>
- Gomez, A. (2018). Influencers para la promoción de destinos turísticos: Influencer. *Marketing visionario*, 6(2). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7113509>
- Gurria Di-Bella, M. (1991). *Introducción al turismo*. Mexico: Trillas Turismo.
- Halbwachs, M. (1968). Memoria colectiva y memoria histórica. *REIS Revista Española de Investigaciones Sociológicas*. Recuperaod de: [https://reis.cis.es/REIS/PDF/REIS\\_069\\_12.pdf](https://reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_069_12.pdf)

- Hernández Sampieri , R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio , P. (2003). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc-Graw-Hill Interamericana.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación [Fotografía]*. Mexico: Mc Graw Hill. Obtenido de <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- La Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO. (17 de octubre 2003). Artículo 11. Por la cual se establecen principios en relación con la gestión del patrimonio cultural inmaterial. Recuperado de: <https://ich.unesco.org/es/convenci%C3%B3n>
- Lima de Morais, L., Bezerra de Sena Júnior, O., & Fernandes Ferreira, L. V. (2014). La ventaja competitiva a través del turismo cultural: Un análisis según la percepción de los gestores del municipio de Ceará- Mirim, Natal-Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23(1). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180729920008>
- Marquez, I. (2012). El podcast como guía turística. . *TELOS (Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología)*, 93(51). Recuperado de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=hKjHCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA51&dq=podcast+turismo&ots=K6n1ocVJoj&sig=aSON9CDyrEjmqSTMgMzWdNfiu1Q#v=onepage&q=podcast%20turismo&f=false>
- Marroquin Peña, R. (2012). *Metodología de la investigación*. (Programa de titulación, Universidad Nacional De Educación Enrique Guzmán y Valle). Recuperado de: <https://www.une.edu.pe/Titulacion/2013/exposicion/SESSION-4-METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION.pdf>
- Ministerio de cultura. (7 agosto de 1997). Patrimonio cultural de la nacion Ley 397 de 1997. Por la cual se desarrollan los Artículos 70, 71 y 72 y demás Artículos de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias. Recuperado de: [https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma\\_pdf.php?i=337](https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=337)
- Morrisey, G. (1996). *El pensamiento estratégico. Construya los cimientos de su planeación*. Madrid, España: Prentice Hall Hispanoamericana.

- Naef, P. (2018). “Narcopatrimonio” y la turistificación del narcotraficante Pablo Escobar en Medellín, Colombia. *Journal of Anthropological research*, 74(44). doi:10.1086/699941
- Nieto, A. (2020). Turismo y patrimonio cultural: análisis geográfico y prospectivo en el norte del Tolima: Corporación Universitaria Unitec. Bogotá Colombia. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/351287015\\_TURISMO\\_Y\\_PATRIMONIO\\_CULTUR\\_AL\\_analisis\\_geografico\\_y\\_prospectivo\\_en\\_el\\_norte\\_del\\_Tolima](https://www.researchgate.net/publication/351287015_TURISMO_Y_PATRIMONIO_CULTUR_AL_analisis_geografico_y_prospectivo_en_el_norte_del_Tolima)
- Nieto Mejía, A., Mora, J., & Bonelo Martínez, E. (2022). La memoria como objeto de mercantilización y consumo a partir del turismo en las ruinas de Armero. Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, 51-72. Recuperador a partir de: <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/13961>
- Noiret, S. (2018). Trabajar con el pasado en internet: la historia pública digital y las narraciones de las redes sociales. *Revista De Historia Contemporánea*, 110(2). doi:<https://doi.org/10.55509/ayer/110-2018-05>
- Organizacion Mundial de Turismo. (2019). Definiciones de turismo de la OMT. Madrid, España. doi:<https://doi.org/10.18111/9789284420858>.
- Organizacion mundial de turismo OMT. (2008). Entender el turismo: Glosario básico . Recuperado de:[https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported\\_images/38507/glossarysprev.pdf](https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/38507/glossarysprev.pdf)
- Otero Ortega, A. (2018). Enfoques de investigación. Métodos para el diseño urbano–Arquitectónico. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435\\_ENFOQUES\\_DE\\_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf)
- Palomo, A. (08 de Enero de 2018). Narco-turismo en Colombia: la ruta de plata y plomo. *El confidencial*. Obtenido de El Confidencial.p.16.
- Patton, M. (2011). *Developmental evaluation: applying complexity concepts to enhance innovation and use*. Guilford Press. Nueva York: The Guilford Press.
- Peña, A. (2019). Resignificación pedagógica: reinención de la educación. *Palabra: Palabra que obra*, 19(2). doi:<http://orcid.org/0000-0002-9841-5399>
- Pineda , E., De Alvarado , E., & De Canales , F. (2011). *Metodología de la investigación, manual para el desarrollo del personal de salud*. Washington: Limusa.



- Portafolio. (2022). *Narrativas Regionales' herramienta clave para el turismo colombiano*. Recuperado de Portafolio: <https://www.portafolio.co/contenido-patrocinado/narrativas-regionales-herramienta-clave-para-el-turismo-colombiano-567615>
- Rimoldi, L. (2012). El concepto de resignificación como aporte a la teoría de la adaptación teatral. *Escena. Revista de las artes*, 70(1-2). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/5611/561158772013.pdf>
- Rodríguez Esquivel, R. (2018). *Tarragona como destino de turismo negro*. (Trabajo de grado, Universidad Rovira i Virgilio), Tarragona, España. Recuperado de: [http://repositori.urv.cat/estatic/TFG0011/en\\_TFG1979.html](http://repositori.urv.cat/estatic/TFG0011/en_TFG1979.html)
- Rosales Alvarado, M. (2013). Prohibición o liberalización de las drogas: dos perspectivas antagónicas de gobierno. *Nuevas tendencias*, (91) 37-54. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/10171/55980>
- Santamaría Mosquera, G. (2021). *El narco-turismo ¿Destruyendo o construyendo la memoria histórica del fenómeno del narcotráfico en Colombia?*. (Trabajo de grado, Pontificia Universidad Javeriana), Medellín, Colombia. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10554/58750>
- Santana Talavera, A. (2003). *Turismo cultural, culturas turísticas. Horizontes Antropológicos*. (Trabajo de grado). Universidad de la laguna, España. Recuperado de: <https://www.scielo.br/j/ha/a/bPNDRqnv5mDzhQy54zVDbvF/?format=pdf&lang=es>
- Sepúlveda Zea, D. C. (2020). *Impacto del Turismo Oscuro en la Transformación de la ciudad de Medellín*. (Trabajo de grado Administración Turística, Universidad de San Buenaventura Colombia, Facultad de Ciencias Empresariales), Medellín, Colombia. Recuperado de: <https://bibliotecadigital.usb.edu.co/server/api/core/bitstreams/6ccef2b1-3c8c-4464-a556-91e0f98d7697/content>
- Stone, P. (2006). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism: An Interdisciplinary International*, 54(2). Recuperado de: [https://clou.uclan.ac.uk/27720/1/27720%20fulltext\\_stamped.pdf](https://clou.uclan.ac.uk/27720/1/27720%20fulltext_stamped.pdf)
- Torres, D. (2022). *Alcaldía de Medellín*. Con más de 1.400.000 visitantes Medellín superó la meta proyectada para 2022. Recuperado de: <https://www.medellin.gov.co/es/sala-de-prensa/noticias/con-mas-de-1-400-000-visitantes-medellin-supero-la-meta-proyectada-p>

- Torres Ávila, J. (2013). La Memoria Histórica y Las Víctimas. *Juridicas*, 10(2). Obtenido de [http://vip.ucaldas.edu.co/juridicas/downloads/Juridicas10\(2\)\\_9.pdf](http://vip.ucaldas.edu.co/juridicas/downloads/Juridicas10(2)_9.pdf)
- Torres Uribe, D., & Restrepo Martínez, J. (2020). *Narco cultura, narco turismo y acciones políticas locales en Medellín – Colombia en el período 2005-2019*. (Trabajo de grado, Universidad pontificia Bolivariana), Medellín, Colombia. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.11912/6333>
- Valencia, N. (2013). Discusiones acerca de la Resignificación y Conceptos Asociados. *MEC-EDUPAZ*, 24(2). Recuperado de: <http://www.mec-edupaz.unam.mx/index.php/mecedupaz/article/view/36436/33013>
- Vallejo Bravo, J. A. (2010). *Medellín imaginada a través de los sitios web de turismo: orgullo paisa, hermosura y mujeres, anhelos ciberciudadanos. Contribución a los archivos urbanos*. (Tesis de maestría, Universidad de Medellín en convenio con Universidad Tecnológica de Pereira). Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11407/96>