



UNIVERSIDAD PEDAGOGICA
NACIONAL

Educadora de educadores

Análisis de las motivaciones turísticas culturales de la localidad de Ciudad Bolívar

Dennis Natalia Chocontá Leiva

Universidad Pedagógica Nacional

Facultad de Educación física

Licenciatura en Recreación

Proyecto de grado

Bogotá, D.C
Noviembre 2022



UNIVERSIDAD PEDAGOGICA
NACIONAL

Educadora de educadores

Análisis de las motivaciones turísticas culturales de la localidad de Ciudad Bolívar

Trabajo de grado para optar por el título de Licenciado en Recreación

Dennis Natalia Chocontá Leiva, Código: 2018123005


Asesor:
Roberto Medina Bejarano

Universidad Pedagógica Nacional

Facultad de Educación física


Licenciatura en Recreación

Bogotá, D.C
Noviembre 2022

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <i>Adaptación de la educación</i>	FORMATO	
	RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN - RAE	
Código: FOR020GIB	Versión: 01	
Fecha de Aprobación: 10-10-2012	Página 1 de 3	

1. Información General	
Tipo de documento	Monografía
Acceso al documento	Universidad Pedagógica Nacional. Biblioteca Central
Título del documento	Análisis de las motivaciones turísticas culturales de la localidad de Ciudad Bolívar
Autor(es)	Dennis Natalia Chocontá Leiva
Director	Roberto Medina Bejarano
Publicación	Bogotá, 2022 Universidad Pedagógica Nacional
Unidad Patrocinante	Universidad Pedagógica Nacional UPN
Palabras Claves	Turismo Cultural, Ciudad Bolívar, Motivaciones, Percepción
Línea de investigación	Turismo y ambiente.


2. Descripción del problema
<p>La localidad de Ciudad Bolívar, ubicada en la zona sur de Bogotá, constituida por 360 barrios que integran las 12.998 hectáreas de superficie, 3.443 zona urbana y 9.555 en zona rural (Secretaría Distrital de Planeación, 2020). De acuerdo a lo anterior, se puede dar una precisión acerca del crecimiento de su población, la cual se caracteriza por ser una comunidad trabajadora, emprendedora y participativa, pero que infortunadamente durante años ha prevalecido factores como la estigmatización, los índices de inseguridad, los hurtos, atentados terroristas, abandono estatal, se han constituido como elementos propios del paisaje, siendo tan autóctonas como sus lugares y estructuras más representativas, lo anterior parte de los medios de comunicación que han</p>

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <i>Admiñóndose de calidad</i>	FORMATO	
	RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN - RAE	
Código: FOR020GIB	Versión: 01	
Fecha de Aprobación: 10-10-2012	Página 1 de 3	

nublado la tranquilidad de Ciudad Bolívar en general, esto conlleva a que la localidad sea socialmente estigmatizada por la violencia y la pobreza, donde gran cantidad de pobladores son migrantes y desplazados.

“la criminalidad en Bogotá tiene un lugar de expresión y complejidad en Ciudad Bolívar, donde se entrecruzan lugares históricos y culturales en los que surgen la exclusión y la segregación social, la falta de presencia del Estado y la construcción de estigmas sociales hacia la pobreza, son los que han valorado esta localidad como nicho de delincuencia” (Rodríguez, 2016, p. 10) en ese sentido, la huella social que se enmarca en este territorio, hace que se nuble el reconocimiento como un atractivo turístico por parte de los ciudadanos y extranjeros, resultado de una segregación social que se ha edificado durante años y por ende, no ha permitido la activación de otro tipo de actividades económicas.

La estigmatización de esta localidad, conlleva a que los demás habitantes tengan una mala visión de su territorio, ya que su historia ha sido trazada por la violencia y la falta de calidad de vida que surge en la zona, como respuesta a estos estigmas, el desarrollo de su transformación social y crecimiento poblacional sitúa nuevas construcciones que traen consigo sitios turísticos no reconocidos como instrumentos de cambio que transforma la mirada de personas externas, la recopilación documental de la historia resalta la costumbre e identidad de territorio.

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <i>Advancing the Advancing</i>	FORMATO	
	RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN - RAE	
Código: FOR020GIB	Versión: 01	
Fecha de Aprobación: 10-10-2012	Página 1 de 3	


3. Antecedentes

En la tesis de Rojas (2013). *Motivación turística en Adultos Emergentes y Adultos Tempranos* Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá. Se realiza una comparación de las motivaciones turísticas, en dos poblaciones, ambas conformadas por hombres y mujeres, con el objetivo de establecer las diferencias entre los grupos mencionados. Rojas (2013) enfoca la investigación claramente desde una perspectiva psicológica en el marco de la conducta del consumidor turístico, brindándole una dirección, donde “cada individuo presenta un comportamiento propio que está condicionado, entre otras, por variables personales como la motivación que, cuando actúa de forma positiva, estimula un cierto comportamiento como puede ser la elección”. (Devesa, Laguna & Palacios 2008, p.253)

Por otro lado, (Portillo, 2013). En su proyecto “*Motivación y satisfacción turística en la Costa del Sol*”. Universidad de Málaga, cuyo objetivo es explorar las variables sociodemográficas que influyen de manera directa en la satisfacción de un turista, indagar las correlaciones entre satisfacción y las diferentes dimensiones de motivación turística.

Ocampo y Negrette (2018). En su tesis “*Motivaciones de viaje del turista que visita Medellín*”, cuyo objetivo general es identificar las motivaciones turísticas, la satisfacción y lealtad en términos de la y el aprovechamiento de los atractivos turísticos que ofrece la ciudad de Medellín. Para su desarrollo, se plantea una metodología de carácter cuantitativo, con un muestreo aleatorio de una cantidad de 109 turistas quienes tuvieron una estadía en la temporada de agosto y septiembre del año 2017. Con la finalidad de recolectar información y obtener datos estadísticos se dio a conocer los resultados de los principales factores, “*push y pull*”, según teoría Crompton y su relación con la satisfacción generada durante su visita y la posible intención de recomendar la ciudad con la intención de fomentar la actividad turística de Medellín.

Con la finalidad de analizar la causa y efecto del fenómeno turístico en Medellín, se realiza una investigación descriptiva la cual permite recopilar las características que determina el perfil del

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <i>Adaptación de contenidos</i>	FORMATO	
	RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN - RAE	
Código: FOR020GIB	Versión: 01	
Fecha de Aprobación: 10-10-2012	Página 1 de 3	


turista, así mismo es posible definir los factores motivacionales y a su vez la satisfacción en su lugar de estadía, pues los resultados derivados de la calidad de servicio influyen de manera notable. La motivación turística también ha sido objeto de estudio en regiones como España. Orden Reyes (2012) en su tesis “*La satisfacción del turista cultural enológico: causas y efectos*”, propone un boceto en el que logra explicar las variables de satisfacción personal y del destino, allí se identifican factores que involucran aspectos internos y externos en la decisión de asistir a un lugar cuya caracterización es netamente turística.

En términos de las causas de la satisfacción relacionadas con el destino, se menciona la importancia de las infraestructuras de transporte y comunicaciones, pues el turista cultural exigirá que de cierta manera los recursos turísticos estén en óptimas condiciones estos factores favorecen el grado de satisfacción. En términos de la comunicación e información, actúan como efecto directo sobre la propia demanda, permitiendo la evolución interior de elementos unidos al turismo, como el transporte y la comunicación pueden actuar como actores tanto de estímulo como de resistencia de la demanda turística.

4. Marco teórico

Desarrollo del Turismo Cultural

Se entiende que el turismo cultural es “un tipo de actividad turística en el que la motivación primordial del visitante es aprender, descubrir, consumir y experimentar los atractivos y los productos culturales, de carácter material e inmaterial, de un turismo turístico” (Ministerio de


 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <i>Adolescencia de la Pedagogía</i>	FORMATO	
	RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN - RAE	
Código: FOR020GIB	Versión: 01	
Fecha de Aprobación: 10-10-2012	Página 1 de 3	

Comercio, Industria y Turismo, 2021, p.44). estos atractivos hacen referencia a “un conjunto de elementos materiales, espirituales, intelectuales y emocionales distintivos de una comunidad que enmarca las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, la literatura, la gastronomía, la literatura, las industrias creativas y las culturas vivas con sus formas de vida” (OMT, 2019)

El turismo cultural actualmente es un fenómeno que ha logrado posicionarse en el mercado turístico a nivel mundial, esta dinámica se ha desarrollado inicialmente por la valoración de manifestaciones culturales humanas desarrolladas a profundidad. Es decir que el turismo cultural ha sido una tendencia turística que ha permitido el progreso del turismo a nivel global. se considera que el turismo es una actividad moderna, que comienza a principios del siglo XIX, al analizar los antecedentes histórico del turismo, se descubre los modos en que el ser humano ha cubierto la necesidad y la curiosidad de explorar nuevos lugares, se observa que el turismo, de manera metafórica, “es una ventana que permite percibir procesos económicos, el impacto que ha generado las innovaciones tecnológicas, la interconectividad entre países, además de las dinámicas y transformaciones propias de la población” (Morales, 2020).

La importancia del turismo cultural en la educación

En primer lugar cabe indicar que la educación desde sus orígenes, se ha alineado como acción adaptada al contexto social, brindando soluciones y respuestas a diversas situaciones o problemáticas que surgen en el momento, otra cuestión a tener en cuenta se centra en el modelo en que se surgen las diversas ciencias de la educación en correlación a los fenómenos sociales y culturales de mayor fuerza, la Organización Escolar en conexión con el surgimiento del industrialismo, la Sociología de la Educación en relación a la dinámica urbana y a la necesidad de servicios educativos. (Cañellas y González, 1993)


 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <i>Adaptación de contenidos</i>	FORMATO	
	RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN - RAE	
Código: FOR020GIB	Versión: 01	
Fecha de Aprobación: 10-10-2012	Página 1 de 3	

Esta acción de viajar siempre permite generar nuevas experiencias, ampliando nuevos conocimientos, interiorizando nueva información sobre aspectos relacionados con los paisajes, las costumbres de una segmentación cultural, sus formas de vida y la apropiación de manifestaciones artísticas y donde da cavidad a que el turista o visitante personalice conocimientos que adquiere desde su experiencia. Esta actividad se concibe como un factor cognitivo, configurado por sensaciones afectivas y emocionales, donde surgen aprendizajes turísticos y donde el sector educativo permite entender estas dinámicas que se generan en un entorno social.

Características del turista cultural

Las experiencias implementadas en distintos países muestran que no hay una sola forma de ejercer el turismo cultural. No solo porque hay diversos subtipos de este, sino porque ofrece varias modalidades de experiencia turística. En ese sentido, el turismo cultural no debe entenderse como un “turismo de nicho”, en donde lo que se puede ofrecer son productos exclusivamente culturales para segmentos de turistas determinados; todo lo contrario, los países líderes en esta tendencia turística han interpretado que el turismo cultural también permite complementar otras ofertas de turismo, enriqueciendo la visita del turista internacional mediante diversas actividades que están vinculadas a la identidad y la cultura del destino, ya sea de un país o una pequeña localidad. (Prada, et. al., 2018).

La literatura especializada en turismo ha desarrollado un análisis enfocado a la motivación del turista, considerándose como los viajes que se realizan hacia destinos donde es destacable el patrimonio histórico y artístico, donde también prevalece la celebración de festivales musicales o folclóricos, en definitiva, conocer diversos atractivos de carácter cultural. Garfield (1993) considera el turismo cultural como una tipología de pequeña escala, organizado, formativo y a veces incluso

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <small>Admisión de estudiantes</small>	FORMATO	
	RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN - RAE	
Código: FOR020GIB	Versión: 01	
Fecha de Aprobación: 10-10-2012	Página 1 de 3	


hasta de lujo. Este tipo de turismo genera un contraste con el turismo de masas, pues ofrece una experiencia única a unos turistas con intereses muy particulares.

Los turistas culturales son individuos que aprecian las diferencias culturales, viajan de manera frecuente, tienen estudios superiores y demuestran empatía con los residentes de alguna localidad visitada. Además, se caracterizan por la compra de artesanía y recuerdos en función de su valor educativo y artístico. Suelen utilizar todo tipo de transporte con el fin de llegar a un lugar que les permite generar nuevas experiencias, en definitiva “Son clientes exigentes con una gran percepción por la calidad en el servicio, el gusto por lo autóctono” Garfield (1993).

La percepción turística

La percepción se comprende como "el proceso por el cual un individuo selecciona organiza e interpreta información para así crear una imagen significativa del mundo" (Mayo & Jarvis, 1981 p. 32). El término “Percepción” se define como la acción y el efecto de percibir; así como la sensación que surge del interior y por medio de una impresión material realizada desde los sentidos, idea que se genera en las personas (Real Academia Española, 2012). Una de las principales disciplinas que se ha interesado en el estudio de la percepción ha sido la psicología, quien define este concepto como “el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen otros procesos de carácter psíquico donde se hallan métodos de aprendizaje, memoria y la simbolización” (Oviedo, 2004, p.89)

De acuerdo con lo anterior surge el concepto de *Percepción social* donde se involucra esferas sociales y culturales, las cuales intervienen de manera directa con ambientes físicos y sociales. Por ende, se abordan elementos asociados como los valores, las actitudes, las opiniones y las creencias, es decir que la percepción depende de la elaboración de categorías con los que se comparan los

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <small>Adelante de la educación</small>	FORMATO	
	RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN - RAE	
Código: FOR020GIB	Versión: 01	
Fecha de Aprobación: 10-10-2012	Página 1 de 3	

estímulos que el sujeto recibe, pues conforman los referentes perceptuales a través de los cuales se identifican las nuevas experiencias sensoriales convirtiéndolas en eventos reconocibles dentro de la concepción colectiva de la realidad. (Vargas, 1994).

La motivación turística


Motivación deriva del término “Motivo” es aquello que mueve o tiene eficacia o virtud para mover. Los estímulos y situaciones que actúan sobre el individuo se modifican a través de las condiciones internas de la personalidad, por ello, la motivación es una manifestación de las propiedades y del estado de la misma personalidad.

la motivación turística se define como “la razón que asiste al turista para realizar un viaje, lo cual produce unos efectos, que permitirán satisfacer una necesidad”. La motivación del turista se concibe como un proceso psicológico que lleva a éste a fundamentar su viaje. El fenómeno turístico es independiente del motivo que lo induce, así sea de carácter vocacional o cultural. De manera que el motivo tiene gran influencia en el estudio del turismo al generar un comportamiento totalmente distinto, con repercusiones directas en número de familiares, estructura de gastos, duración de la estancia, transporte y demás factores que influyen en su selección.

El actual director del Instituto de Estudios Turísticos de España, José Ignacio de Arrillaga ha realizado diversos estudios entorno a las motivaciones del hecho histórico, sus estudios han sido sistematizados en el marco del fenómeno turístico.

Teoría De La Motivación

Abraham Maslow quien es psicólogo estadounidense destacado por su investigación en psicología humanista y uno de los autores más citados en diversas áreas del conocimiento por el modelo formulado en la pirámide de las necesidades, la teoría de la motivación según la cual las necesidades humanas se jerarquizan de acuerdo con los niveles de importancia. La aplicación de la pirámide de

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <small>Adelante de la educación</small>	FORMATO	
	RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN - RAE	
Código: FOR020GIB	Versión: 01	
Fecha de Aprobación: 10-10-2012	Página 1 de 3	


Maslow, indica que el hombre es considerado un animal complejo dotado de necesidades complejas y diferenciadas que dinamizan el comportamiento humano dirigido a objetivos personales. Cuando se satisface una necesidad, nace otra en su lugar. Se considera un proceso continuo y sin fin. De manera que se crea la necesidad de comprender mejor el comportamiento del hombre y utilizar las motivaciones como un poderoso medio para mejorar la calidad de vida.

Los visitantes viajan bien porque son empujados por motivos o variables internas o bien porque son atraídos por los atributos de los lugares. Los factores de empuje (*push factors*) están relacionados con aspectos internos y emocionales, como el deseo de escapar, de descansar y relajarse, de aventura o de interacción social. Los factores de atracción (*pull factors*) están conectados con aspectos externos, cognitivos y de situación, como los atractivos del lugar, las infraestructuras recreativas, o los escenarios culturales y naturales.

Un modelo sobre la motivación turística: aportaciones de la Teoría de Crompton


En el año 1979 se publica el artículo de Jhon L. Crompton, *Motivations for Pleasure Vacation* (Motivaciones para las vacaciones de placer). Cuyos objetivos están inicialmente en identificar las motivaciones de los turistas y los factores que influyen en la elección de su destino y como segundo objetivo está en desarrollar un marco conceptual que de un contexto amplio de tales motivaciones. Este proceso investigativo permite ser una base que facilita la segmentación de los turistas de acuerdo con sus motivaciones, lo cual resulta funcional para el sector del turismo.

Para lograr entender la dinámica que propone Crompton, es importante tener en cuenta tres aspectos, inicialmente su teoría esta trazada en la “Restauración de la homeostasis” la cual permite dar respuesta a la dinámica motivacional. La distinción entre los factores push (empuje) y factores pull (arrastre) es otro aspecto que caracteriza la teoría planteada y por último se encuentra la incorporación de la multicausalidad al instante de dar respuesta al comportamiento turístico.

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <small>Admisión de estudiantes</small>	FORMATO	
	RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN - RAE	
Código: FOR020GIB	Versión: 01	
Fecha de Aprobación: 10-10-2012	Página 1 de 3	

--

5. Metodología
<p>Se pretende implementar un diseño metodológico determinado por el proceso descriptivo dado que nos permitirá obtener un diagnóstico preciso y descriptivo porque permite puntualizar las características de la población estudiada. Desde el ámbito de las ciencias sociales se define la investigación descriptiva como “un estudio descriptivo el cual propone realizar esencialmente una medición precisa de una o más variables en alguna población definida o en una muestra de dicha población. La descripción es, un discurso que da evidencia y significa el ser de una realidad a través de sus partes, sus rasgos estructurales, sus propiedades, características y sus circunstancias” (Sarabia, 1999, p.57).</p> <p>Técnicas de Recolección de la Información</p> <p>Para la ejecución de la investigación consideramos conveniente referirnos a las fuentes de las cuales se obtuvo la información necesaria, por tanto, dividimos las fuentes de información de dos maneras, Fuentes primarias: Están compuestas por todo el caudal de los datos que se recolectaron a través de los instrumentos, es decir, la información de primera mano tomada de gestores culturales de la localidad y funcionarios de los escenarios culturales, el Diario de campo se utilizó como instrumento de registro, allí se consignaron las apreciaciones, hipótesis, descripciones, sentimientos, opiniones y reacciones frente a la realidad presentada. Este Instrumento permitió un registro escrito completo, detallado, continuo y permanente del proceso de investigación y de la forma como se llevó a cabo.</p>

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <i>Adelantos de la Pedagogía</i>	FORMATO	
	RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN - RAE	
Código: FOR020GIB	Versión: 01	
Fecha de Aprobación: 10-10-2012	Página 1 de 3	


Entrevista semiestructurada: La entrevista de investigación es inicialmente un encuentro entre sujetos en el cual se busca descubrir subjetividades. Es una técnica de recogida de información que además de ser una de las estrategias utilizadas en procesos de investigación, tiene ya un valor en sí y cuyo objetivo principal es obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos, experiencias, opiniones de personas y las fuentes secundarias donde se considera necesaria la búsqueda de los resúmenes y listados de referencias publicados en un área específica de turismo cultural, incluyendo enciclopedias, bibliografías, artículos y tesis.

Encuesta: mediante la utilización de un cuestionario estructurado o conjunto de preguntas permite obtener información sobre una población a partir de una muestra. Las preguntas del cuestionario suelen ser cerradas en su mayoría, se marcan unas opciones de respuesta limitadas entre las que elegir. Así, mediante codificación, se el análisis de datos. Se debe determinar en gran medida la elaboración del cuestionario. Según la presencialidad el lenguaje.

En este caso, se implementó la encuesta a 60 visitantes de diversos escenarios turísticos inmersos en la localidad, los individuos se escogieron de manera aleatoria, teniendo en cuenta la disposición y autorización de que querer acceder a dar respuesta a la encuesta diseñada. Además, para cumplir con el objetivo de analizar las percepciones de los gestores culturales y funcionarios de la localidad, se logró tener la participación de cinco gestores culturales de la localidad y de dos funcionarias del Instituto Distrital de Turismo.

6. Conclusiones


El presente trabajo ha identificado la existencia de cuatro factores motivacionales de los visitantes de la localidad de Ciudad Bolívar como son La búsqueda del descanso y tranquilidad, la motivación

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <i>Adolescencia de Colombia</i>	FORMATO	
	RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN - RAE	
Código: FOR020GIB	Versión: 01	
Fecha de Aprobación: 10-10-2012	Página 1 de 3	

de desarrollo personal y conveniencia, la motivación social y de escape y, por último, los motivos culturales y monumentales. Esta escala motivacional se logró ajustar al contexto turístico y cultural del territorio de estudio, teniendo en cuenta las aportaciones que generan autores como (Dann, 1977) y (Crompton, 1979), entorno al estudio motivacional turístico.

Los resultados obtenidos han puesto de manifiesto que los individuos realizan una evaluación distinta de algunos aspectos, actividades y atributos, tanto del destino como de la oferta de las organizaciones turísticas, es posible concluir que Ciudad Bolívar es un epicentro que consolida las prácticas culturales y artísticas como factores motivacionales de las personas, los espacios culturales se caracterizan por tener ofertas que permiten satisfacer las necesidades culturales de los visitantes y así mismo generar experiencias alternativas para ellos. Los atractivos turísticos con mayor afluencia fue el Museo de la Ciudad Autoconstruida y teatro El Ensueño; son escenarios que, a pesar de ser nuevos, presentan una oferta cultural muy amplia e importante para los turistas y sus objetivos permiten articular acciones pedagógicas que contribuyen a una construcción del tejido social y a su vez permite generar procesos de participación colectiva y apropiación de territorio.

En ese sentido, se reconoce la localidad de Ciudad Bolívar como un territorio cultural, donde prevalece las actividades culturales de toda índole, sus manifestaciones artísticas representan un contexto diverso y propio de la comunidad, donde por ejemplo, las casas de la cultura se conciben como escenarios óptimos para desarrollar prácticas que vinculen las experiencias culturales pero también sociales, claramente estos espacios se caracterizan por ser comunitarios y autónomos y está destinada para los propios habitantes del sector, pero, si se genera una proyección más amplia desde los entes gubernamentales y distritales, daría cavidad a implementarse demás factores o recursos para los visitantes puedan hacer parte de las narrativas orales halladas en estas infraestructuras.

 UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL <small>Educación de calidad</small>	FORMATO		
	RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN - RAE		
Código: FOR020GIB		Versión: 01	
Fecha de Aprobación: 10-10-2012		Página 1 de 3	

Elaborado por:	Dennis Natalia Chocontá Leiva
Revisado por:	

Fecha de elaboración del Resumen:	dd	mm	aaaa
--	----	----	------

Agradecimientos

Agradezco a Dios por permitirme cumplir un deseo y propósito más de mi corazón, cada día sus bendiciones me permitieron creer que todo es posible, fue quien estuvo atrás y adelante de mí, cuidando mis pasos y dándome todo lo que necesitaba para lograr este objetivo, su mano nunca me soltó y hoy agradezco su presencia en mi vida una vez más.

A mis docentes

Especialmente a mi tutor de proyecto de grado, Roberto Medina, quien me aportó aprendizajes significativos y me guío en la construcción de este trabajo, me formo de una manera agradable y me brindo sus conocimientos en cada tutoría, confió en esta propuesta, gracias por hacer parte de este proceso.

A mis compañeros:

Especialmente a aquellos que siempre creían en mí, me apoyaron y siempre estuvieron presente, a Camila por escucharme y brindarme sus consejos y su voz de aliento, a mis compañeros de trabajo por motivarme cada día y brindarme su apoyo cuando lo necesitaba.

A mi

Quiero agradecerme por creer en mí, por nunca renunciar, por exigirme y querer ser mejor que ayer, porque me esforcé cada día por lograr culminar este trabajo, porque dedique mi tiempo en poder formarme y construir la persona que siempre he querido ser, soy la constructora de mis sueños y mis anhelos y merezco este y más triunfos, me agradezco por ser valiente en medio de las adversidades, me agradezco y soy testigo de que todo es posible.

Dedicatoria

A Dios

Inicialmente dedico este proyecto a Dios, quien me dio la fortaleza día tras día para lograr culminar este proceso, me brindo la sabiduría y el entendimiento, es quien me ha guiado y ha declarado propósitos en mi vida y este es uno de ellos, ha obrado de una manera muy especial en mi vida, su palabra nunca me ha fallado, a él toda la gloria y la honra.

A mis padres

Quienes han sido mi sustento y apoyo incondicional, a mi mamá quién ha sido testigo de lo importante que ha sido este proceso en mi carrera profesional, me ha brindado palabras de aliento, fe y confianza cuando las necesito, con sus abrazos siempre reparaba todo y me permitían creer en que todo es posible, a ella le dedico este triunfo y así la vida nos separé ciento de kilómetros, siento su amor y cariño cerca y este será uno de los tantos propósitos y deseos que nuestros corazones anhelan, gracias por enseñarme a no desfallecer, gracias por ser mi ejemplo a seguir. A papá por sus consejos, por siempre mantener su credibilidad en mí, por demostrarme que todas las obras buenas tienen una recompensa, sus palabras de fortaleza fueron las que me ayudaron a cada día superarme y no rendirme, gracias a él entendí el valor de no desfallecer en medio de las adversidades,

A mi hermana

Le dedico este triunfo a ella porque lo logramos, si, lo logramos porque es un logro de las dos, esto no hubiese sido posible sin su apoyo y sin su compañía, ella fue quien me dio fuerzas cuando las mías se agotaban, fue testigo de este proceso, me acompañaba a realizar las intervenciones, me veía trasnochar, me daba su voz de aliento y fe cada día, le dedico este triunfo como muestra de que todo es posible y que hay que creer para ver, gracias por estar siempre.

Resumen /Abstract

Este proyecto de grado pretende analizar los intereses y las motivaciones de las personas que realizan turismo cultural en la localidad de Ciudad Bolívar, ubicada en el sur de Bogotá. Para llevar a cabo este proceso, se realizó un análisis de percepción de los principales actores involucrados en el destino turístico cultural (gestores culturales, turistas y población local). Además, se logró identificar la existencia de cuatro factores motivacionales de los visitantes de la localidad de Ciudad Bolívar como son: La búsqueda del descanso y tranquilidad, la motivación de desarrollo personal y conveniencia, la motivación social y de escape y los motivos culturales y monumentales. Esta escala motivacional se logró ajustar al contexto turístico y cultural del territorio de estudio,

La metodología de investigación fue de enfoque cualitativo y descriptivo, pues se adapta al proceso que demanda el estudio de las motivaciones turísticas, se realizó un diseño metodológico compuesto por una etapa preparatoria, un trabajo de campo, una etapa hermenéutica y análisis de resultados. La muestra estuvo conformada por 60 visitantes de la localidad de Ciudad Bolívar, cinco gestores culturales del territorio y dos contratistas del Instituto Distrital de Turismo.

Los resultados obtenidos han puesto de manifiesto que los individuos realizan una evaluación distinta de algunos aspectos, actividades y atributos, tanto del destino como de la oferta de las organizaciones turísticas, es posible concluir que Ciudad Bolívar es un epicentro que consolida las prácticas culturales y artísticas como factores motivacionales de las personas, los espacios culturales se caracterizan por tener ofertas que permiten satisfacer las necesidades culturales de los visitantes y así mismo generar experiencias alternativas para ellos. Los atractivos turísticos con mayor afluencia fue el Museo de la Ciudad Autoconstruida y teatro El Ensueño; son escenarios que, a pesar de ser nuevos, presentan una oferta cultural muy amplia e importante para los turistas y sus objetivos

permiten articular acciones pedagógicas que contribuyen a una construcción del tejido social y a su vez permite generar procesos de participación colectiva y apropiación de territorio.

Abstract

This degree project aims to analyze the interests and motivations of people who carry out cultural tourism in the town of Ciudad Bolívar, located in the south of Bogotá. To carry out this process, a perception analysis of the main actors involved in the cultural tourist destination (cultural managers, tourists, and local population) was carried out.

In addition, it was possible to identify the existence of four motivational factors of visitors to the town of Ciudad Bolívar such as: The search for rest and tranquility, the motivation for personal development and convenience, social motivation and escape and cultural and monumental reasons. This motivational scale was adjusted to the tourist and cultural context of the study territory, considering the contributions generated by authors such as (Dann, 1977) and (Crompton, 1979), around the tourist motivational study.

The research methodology was qualitative and descriptive, as it adapts to the process demanded by the study of tourism motivations, a methodological design was carried out consisting of a preparatory stage, fieldwork, a hermeneutic stage, and analysis of results. The exhibition was made up of 60 visitors from the town of Ciudad Bolívar, five cultural managers of the territory and two contractors from the District Institute of Tourism.

The results obtained have shown that individuals make a different evaluation of some aspects, activities, and attributes, both the destination and the offer of tourism organizations, it is possible to conclude that Ciudad Bolívar is an epicenter that consolidates cultural and artistic practices as motivational factors of people, cultural spaces are characterized by having offers that

allow satisfying the cultural needs of visitors and generating alternative experiences for them. The tourist attractions with the greatest affluence were the Museum of the Self-built City and El Ensueño theater; are scenarios that, despite being new, they present a very wide and important cultural offer for tourists and their objectives allow to articulate pedagogical actions that contribute to a construction of the social fabric and in turn allows to generate processes of collective participation and appropriation of territory.

Índice de contenido

Introducción.....	25
1. Problemática	27
1.1. Planteamiento del problema.....	27
1.2. Formulación del problema	29
1.3. Objetivos.....	29
1.4. Justificación	30
2. Marco referencial	32
2.1. Antecedentes	32
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	39
2.1.2. Antecedentes Nacionales	42
2.1.3. Antecedentes Locales	44
2.2. Marco Contextual.....	48
2.3. Bases teóricas.....	53
2.3.1 Desarrollo del Turismo Cultural	53
2.3.2 La importancia del turismo cultural en la educación.....	58
2.3.3 Características del turista cultural	61
2.3.4 La percepción turística.....	63
2.3.5 La motivación turística	65
2.3.6 Un modelo sobre la motivación turística: aportaciones de la Teoría de Crompton	70
3. Metodología	73
3.1 Diseño metodológico.....	73
3.2 Técnicas de Recolección de la Información	75
3.2.1 Fuentes primarias:	75
3.2.2 Fuentes secundarias:.....	78
3.3 Población	80
4. Presentación De Resultados.....	81
4.1 Caracterización de las ofertas culturales y turísticas.....	81
4.2 Análisis de las motivaciones de los visitantes y turistas.	118
4.3 Percepciones de mediadores culturales de la localidad y funcionarios del IDT.....	140
Conclusiones.....	147
Recomendaciones	152
Reflexiones Finales	154
Referencias bibliográficas	156
Anexos.....	161

Índice de tablas

Tabla 1: Países según cantidad de lugares declarados patrimonio de la humanidad	39
Tabla 2: Principales motivaciones turísticas de Bogotá, 2020.	47
Tabla 3. Factores de motivación e interés	78
Tabla 4: Antecedentes documentales	80
Tabla 5: Equipamientos y espacios culturales de la localidad de Ciudad Bolívar	83
Tabla 6: Variables sociodemográficas	122

Índice de figuras

Figura 1. Motivos de viaje Colombia.....	43
Figura 2: Causas subjetivas y objetivas de las motivaciones turísticas.	66
Figura 3: Pirámide de Maslow.....	68
Figura 4: Ciclo turístico.....	72
Figura 5: Diseño metodológico.....	74
Figura 6: Palo del ahorcado, símbolo de fe de Ciudad Bolívar	90
Figura 7: Teatro El Ensueño (Interior).....	93
Figura 8 Teatro El Ensueño (Exterior).....	93
Figura 9: Puente del Indio, patrimonio cultural material	96
Figura 10: Museo Ciudad Autoconstruida	98
Figura 11: Ruta Campesina Ciudad Bolívar.....	103
Figura 12: Altimetría recorrido Ruta Campesina	103
Figura 13: Ruta de la Esperanza, Ciudad Bolívar.....	108
Figura 14: Turistas en la Ruta de la Esperanza.....	109
Figura 15: Tour de grafitis.....	110
Figura 16: Afluencia de turistas en la localidad de Ciudad Bolívar	116
Figura 17: Espacio turístico cultural de Ciudad Bolívar	116
Figura 18: Escala de motivación de descanso y tranquilidad.....	126
Figura 19: Motivación de desarrollo personal y conveniencia	128
Figura 20: Motivación social y de escape	131
Figura 21: Motivaciones culturales y monumentales.....	134
Figura 22: Escala de satisfacción.....	136

Figura 23: ¿Cómo se enteró del destino visitado y sus exposiciones”	138
Figura 24: Equipamiento cultural de la localidad de Ciudad Bolívar	144
Figura 25: Croquis localidad Ciudad Bolívar	175
Figura 26: Árbol de la vida.....	175
Figura 27: Programación biblioteca El Mirador	176
Figura 28: Biblioteca El Mirador	176

Índice anexos

Anexos 1: Entrevista gestor cultural Christian Cely	161
Anexos 2: Entrevista mediadoras culturales del MCA	162
Anexos 3: Entrevista contratista del Instituto Distrital de Turismo, Alison Bernal	163
Anexos 4: Consentimiento informado Daniela Arciniegas	164
Anexos 5: Consentimiento informado Alison Bernal	165
Anexos 6: Diseño de la encuesta	166
Anexos 7: Diseño formato Diario de Campo	171

Introducción

El turismo se ha logrado posicionar como un sector con mayor influencia económica en el mundo. A raíz de la industrialización es evidente como se ha difundido a nivel social, ofreciendo accesibilidad a diversos niveles socioeducativos dependiendo de sus intereses en términos turísticos. La modificación en el sector del turismo ocurre desde su adaptación a las exigencias de mercado actuales, donde varía y amplía el perfil del turista y sus necesidades.

Los agentes turísticos han adquirido nuevas dinámicas que permiten reorientar la labor turística, por lo tanto, se ha ido implementando diferentes destinos y propuestas para suplir las necesidades de los turistas, por ende, es preciso ejercer el turismo cultural pues es una tipología que se comprende como “El movimiento de personas a atracciones culturales distantes de sus lugares normales de residencia, con el objetivo de recolectar nueva información y experiencias para así satisfacer sus necesidades culturales” (Richards, 1997) De acuerdo con la definición expuesta, las necesidades culturales, dependen del consumo anterior de productos culturales y del estilo de vida de la comunidad, entendiendo que la actividad genera “encuentros humanos”, el turismo cultural permite una relación con las comunidades receptoras, que a su vez es el mayor atractivo diferenciador de los visitantes.

El desarrollo del turismo a gran escala no solo ha generado satisfacción económica, sino que además ha generado de manera significativa, progresos a nivel social y cultural, jugando un papel importante entre lo global y lo local, pues cuando el turismo logra mantener contacto entre la cultura receptora y la cultura emisora se desarrollan experiencias y una hibridación cultural que permite fortalecer lazos de identidad y apropiación cultural.

En el caso particular del turismo cultural en Bogotá, esta tendencia resulta siendo un atractivo para los extranjeros. Teniendo en cuenta que existe la posibilidad de efectuar actividades inscritas a

la cultura de la capital como es la gastronomía, la asistencia a eventos artísticos en los escenarios culturales ubicados en el centro histórico y en otras localidades, la visita a iglesias, edificios y museos, los cuales se caracterizan por ser un conjunto de bienes arquitectónicos. Como valor agregado, en el año 2018, Bogotá obtuvo un reconocimiento como “destino más competitivo para la industria turística en Colombia”, evidentemente es un logro establecido por la gestión y estrategia que permite posicionar a la capital como destino turístico y por el buen rendimiento en términos de infraestructura de soporte turístico que obtiene el sector económico.

El presente trabajo tiene como propósito identificar y analizar las motivaciones de viaje del turista que visita Bogotá específicamente en la localidad de Ciudad Bolívar. En la literatura académica es posible hallar diversos estudios de carácter empírico, donde se ha tratado esta problemática de forma separada y comparada en otros destinos a nivel nacional e internacional. Es necesario examinar las anteriores tendencias para así poder especular la futura dinámica del turismo cultural.

1. Problemática

1.1. Planteamiento del problema

La localidad de Ciudad Bolívar, ubicada en la zona sur de Bogotá, constituida por 360 barrios que integran las 12.998 hectáreas de superficie, 3.443 zona urbana y 9.555 en zona rural (Secretaría Distrital de Planeación, 2020).

La Alcaldía Mayor de Bogotá, ha identificado la localidad como un terreno no apto para el urbano, sin embargo, a lo largo del tiempo, se ha evidenciado un crecimiento poblacional, según datos entregados por la Secretaría Distrital de Planeación en el año 2020 “Ciudad Bolívar se sitúa como la localidad más grande dentro del hábitat urbano, teniendo una extensión amplia y siendo la quinta localidad con mayor número de habitantes con un aproximado de 776.351”

De acuerdo a lo anterior, se puede dar una precisión acerca del crecimiento de su población, la cual se caracteriza por ser una comunidad trabajadora, emprendedora y participativa, sus labores sociales y autónomas han tenido un reconocimiento relevante, pero así mismo ha prevalecido factores como la estigmatización, los índices de inseguridad, los hurtos, atentados terroristas, y abandono estatal. Estos elementos se han constituido como propios del paisaje, siendo tan autóctonas como sus lugares y estructuras más representativas, lo anterior parte de los medios de comunicación que han nublado la tranquilidad de Ciudad Bolívar en general, esto conlleva a que la localidad sea socialmente estigmatizada por la violencia y la pobreza, donde gran cantidad de pobladores son migrantes y desplazados.

“La criminalidad en Bogotá tiene un lugar de expresión y complejidad en Ciudad Bolívar, donde se entrecruzan lugares históricos y culturales en los que surgen la exclusión y la segregación social, la falta de presencia del Estado y la construcción de estigmas sociales hacia la pobreza, son los que han valorado esta localidad como nicho de delincuencia” (Rodríguez, 2016, p. 10) en ese sentido,

la huella social que se enmarca en este territorio hace que se nuble el reconocimiento como un atractivo turístico por parte de los ciudadanos y extranjeros, resultado de una segregación social que se ha edificado durante años y por ende, no ha permitido la activación de otro tipo de actividades económicas.

La estigmatización de esta localidad, conlleva a que los demás habitantes tengan una mala visión de su territorio, ya que su historia ha sido trazada por la violencia y la falta de calidad de vida que surge en la zona, como respuesta a estos estigmas, el desarrollo de su transformación social y crecimiento poblacional sitúa nuevas construcciones que traen consigo sitios turísticos no reconocidos como instrumentos de cambio que transforma la mirada de personas externas, la recopilación documental de la historia resalta la costumbre e identidad de territorio.

La importancia de comprender los conceptos como “paisaje” y “territorio”, es lo que permite que actualmente se reconstruya, junto con la expresión y la participación de los barrios de la localidad de Ciudad Bolívar, un diálogo entre agentes de la academia y la comunidad local. “Es necesaria una comprensión entre los ciudadanos que habitan una ciudad segregada, con acelerados intercambios entre la imagen geográfica, dándole un valor a la dinámica social, y la imaginación sociológica, teniendo en cuenta aspectos históricos, políticos y culturales. Por ende, requiere de una perspectiva y de una reflexión pedagógica, la cual expone alternativas que permiten entender el trabajo de campo como una estrategia de enseñanza” (Albarracín, et al., 2020).

Importantes proyectos como el TransMicable, han contribuido a optimizar el tiempo de los residentes de la localidad y de sus visitantes, además, ha transformado zonas inseguras en lo que hoy son sitios donde se caracterizan por ser seguros, permitiendo así la construcción de parques, tiendas de artesanías, museos y espacios de carácter cultural. Estos actos reflejan la transformación local de

nuevos espacios que se convierten y se visibilizan como los nuevos potenciales turísticos y recreativos que abren las brechas para reconocer la riqueza cultural y social de Ciudad Bolívar.

1.2. Formulación del problema

¿Cuáles son las motivaciones e intereses de los visitantes que desarrollan el turismo cultural en la localidad de Ciudad Bolívar?

1.3. Objetivos

1.3.1. General

Analizar los intereses de los visitantes que desarrollan el turismo cultural en la localidad de Ciudad Bolívar.

1.3.2. Específicos

- Determinar las percepciones generales de los principales actores involucrados en el destino turístico cultural (gestores turísticos, turistas y población local) sobre la situación turística actual del turismo cultural en la localidad de Ciudad Bolívar.
- Identificar las motivaciones del turista que ejerce turismo cultural en la localidad de Ciudad Bolívar, Bogotá.
- Caracterizar los tipos de ofertas culturales que realizan las entidades vinculadas directamente al turismo cultural en la localidad de Ciudad Bolívar.

1.4. Justificación

El presente trabajo tiene la finalidad de identificar y analizar las características principales de los turistas culturales de la localidad de Ciudad Bolívar, ubicada en Bogotá. En términos de la literatura académica es posible encontrar estudios de carácter empírico que han tratado esta problemática de forma separada comparada en diversos destinos culturales.

El objetivo consiste en identificar las principales motivaciones turísticas de quienes visitan la localidad, apreciando los factores que inciden en el nivel de satisfacción del destino luego de su visita. Se pretende evidenciar los aspectos importantes de la visita, desde el instante en que el visitante o turista elige el destino, vive la experiencia y la satisfacción que le ha generado después de su práctica. La investigación se realizará teniendo en cuenta la relación que existe entre el turista con los atractivos turísticos de carácter cultural y sus factores como son las facilidades de transporte, los productos y los servicios turísticos, y la información obtenida antes y durante la visita. La importancia de esta investigación radica en que, al comprender los datos obtenidos por medio de las herramientas de investigación, es posible obtener una proximidad, pero así mismo una percepción general acerca de las principales motivaciones de viaje de los turistas en la localidad y su satisfacción. A partir de este estudio, terceras personas y demás organizaciones de carácter público o privado interesados en los sectores turísticos y culturales pueden diseñar planes estratégicos para el desarrollo del turismo cultural en Colombia. Además, actualmente en el

contexto de la localidad de Ciudad Bolívar no se ha encontrado estudios que aborden esta temática y se centralicen en las motivaciones e intereses de los visitantes y turistas.

Es pertinente tener en cuenta que el “Turismo Cultural promueve actividad turística en general. Dado que, esta experiencia implementa la diversidad de recursos y permite que sectores turísticos y de patrimonio histórico generen métodos de interacción, que posibiliten el mejoramiento de los bienes que corresponden al patrimonio de un territorio. Más aún, cuando el objetivo es desarrollar una gestión turística sostenible que origine la conservación de estos por su importante valor simbólico”. (González, 2009, p. 237).

El patrimonio arquitectónico se reconoce como un recurso para el turismo cultural y a su vez en un acceso que atiende entornos de la localidad en donde es posible crear un intercambio cultural que promueve la actividad turística. María González en su artículo *Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible* menciona que: “El verdadero valor del patrimonio es que sea reconocido como valioso por los miembros de la sociedad en la que está inserto”. (González, 2009, p. 239). Es decir, el patrimonio tiene un grado de importancia en el conjunto que conforma un espacio cultural y a su vez genera una identidad territorial, convirtiéndose en un factor clave que permite promover y potenciar la actividad turística de Ciudad Bolívar.

Como señala Chías (2006) “la afición a este tipo de turismo es el resultado de un proceso de aprendizaje en donde la educación, la participación en viajes o actividades de este tipo y la exposición de actividades turísticas culturales, son los hechos que la explican” En este sentido, es importante resaltar que la educación de carácter formal e informal artística, cultural y patrimonial fomenta la visita de turistas culturales.

Desde el programa académico Licenciatura en Recreación de la Universidad Pedagógica Nacional se identifican aspectos sociales, políticos, pedagógicos, culturales y turísticos, que permiten analizar el comportamiento del turismo cultural a nivel global, nacional y local, desde una perspectiva humana, por ende, este proyecto permite visibilizar esas coyunturas las cuales están inmersas en la localidad de Ciudad Bolívar, pues desde este territorio el desarrollo de autoconstrucción social se ha fomentado durante años por medio de vínculos asociados a la educación popular.

2. Marco referencial

A continuación, se dará un contexto amplio acerca de los trabajos investigativos y artículos de carácter cultural y turístico, los cuales han abordado las temáticas que refiere este proyecto. Inicialmente se encontrará el apartado de antecedentes cuyo objetivo es evidenciar los procesos desarrollados entorno a las motivaciones y percepciones turísticas, en un contexto internacional, nacional y local.

2.1. Antecedentes

El turismo se reconoce como un fenómeno en términos de crecimiento en las expectativas y necesidades de los turistas en una tendencia con índices cognitivos y afectivos, lo cual involucra un proceso pasivo y activos con los viajes. De acuerdo con lo anterior, se pretende abordar los impulsos y las motivaciones de los viajeros. En la tesis de Rojas (2013). *Motivación turística en Adultos Emergentes y Adultos Tempranos* Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá. Se realiza una comparación de las motivaciones turísticas, en dos poblaciones, ambas conformadas por hombres y mujeres, con el objetivo de establecer las diferencias entre los grupos mencionados.

Rojas (2013) enfoca la investigación claramente desde una perspectiva psicológica en el marco de la conducta del consumidor turístico, brindándole una dirección, donde cada individuo presenta un comportamiento propio que está condicionado, entre otras, por variables personales como la motivación que, cuando actúa de forma positiva, estimula un cierto comportamiento como puede ser la elección.

La motivación turística se entiende como “una red compuesta de fuerzas en un sentido psicológico, biológico y cultural, que impulsa a las decisiones y directamente a la experiencia de la visita” (Pearce, 1998), En el marco de la investigación se trabaja la motivación turística con base a la perspectiva de Iso-Ahola (1983) cuyo planteamiento es en que las personas viajan con el fin de obtener un descanso o también lo hacen con el fin de satisfacer las necesidades recreativas, poniendo en juego dos elementos como que son el escape, haciendo referencia a ambientes rutinarios y la búsqueda la cual se comprende como recompensas que generan satisfacción y bienestar. En el trabajo se percibe un estudio de investigación descriptiva, comparativo y transversal, Pues pretende especificar las características y los perfiles para luego realizar un análisis a profundidad.

En ese sentido Rojas (2013) mediante el estudio transversal describe el propósito de analizar la incidencia en un momento dado, por lo que se emplea una metodología que permite extraer datos registrados por medio del programa SPSS. Después del registro de resultados, se procede a establecer la frecuencia sociodemográfica con ítems como: la edad, sexo, nivel educativo, ocupación, estado civil con el objetivo de obtener una descripción de la población total.

En segunda instancia, se realizó un análisis por medio de la prueba Student, la cual permite conocer las diferencias entre los adultos emergentes y adultos tempranos y las motivaciones existentes dependiendo de sus variables como escape y la búsqueda. Posterior al proceso de aplicación de la prueba y teniendo acceso a los resultados se procede al análisis correspondiente. De acuerdo con la

hipótesis inicial de la investigación se genera una conclusión y es que efectivamente si existen contrastes significativos en los puntajes de motivación turística dependiendo de la fase de adultez, se halló particularmente que el componente de escape personal es mayor en el adulto temprano que en el emergente.

De acuerdo con los objetivos, hay una percepción y es que entre los encuestados existen diferencias notables en lo que demanda la motivación turística, pues los puntajes de motivación por escape fueron mayores en la población de adultos tempranos; por otro lado, la motivación por búsqueda obtuvo mayor puntaje en los adultos emergentes. Por otra parte, tanto la motivación por búsqueda y escape fue mayor en el género masculino que en el género femenino.

En coherencia con Iso-Ahola, (1983) es posible concluir que la motivación turística implica un proceso de optimización, entendido en la manera como el individuo busca cantidad y calidad social, de forma que se aísla de su entorno social habitual y logra vincularse en otro contexto social que permita recuperar el nivel de bienestar y equilibrio.

Por otro lado, (Portillo, 2013). En su proyecto “*Motivación y satisfacción turística en la Costa del Sol*”. Universidad de Málaga, cuyo objetivo es explorar las variables sociodemográficas que influyen de manera directa en la satisfacción de un turista, indagar las correlaciones entre satisfacción y las diferentes dimensiones de motivación turística.

De acuerdo con el contenido teórico de la tesis, se dispone un significado de motivación como “el estado que activa y dirige la conducta del individuo”. Es así como las motivaciones explican la razón de los comportamientos humanos los autores mencionan “Un comportamiento dependerá del aprendizaje o el hábito, pero también desde la motivación para actuar”. Desde sus inicios, la teoría psicológica abordó el tema motivacional en las versiones que corresponden al impulso, como algo que nace de manera interna.

La Teoría de Maslow genera una influencia acerca la jerarquización de necesidades humanas que inician desde las más básicas para la supervivencia hasta lograr un proceso de autoconocimiento. La experiencia turística es idónea de reconocer, después de satisfacer las necesidades originales, otra de mayor complejidad, es decir, pueden surgir nuevas motivaciones de acuerdo con las experiencias del pasado.

Para llevar a cabo el análisis estipulado en el objetivo, Portillo (2013) implementa una metodología de valoración por medio de un modelo realizado por Devesa Fernández, Laguna García y Palacios (2008). Esta escala ha sido ajustada al destino elegido, añadiendo factores acordes a las motivaciones turísticas del destino, a la satisfacción y las características sociodemográficas, tal y como lo plantea la Teoría de Crompton (1979). El instrumento utilizado para el estudio fue el cuestionario el cual facilita la recolección de información relacionada con la visita en Costa del Sol.

De acuerdo con el análisis de resultados del proyecto mencionado, se ha logrado identificar la relación entre las motivaciones y las satisfacciones turísticas, donde la mayoría de los turistas extranjeros obtuvieron mayor satisfacción que los turistas nacionales. El nivel de satisfacción en términos de alojamiento y estadía logro superar las expectativas, así mismo como en la atención obtenida por los funcionarios. En términos de motivación define el interés por escapar de la rutina y tener un descanso de la rutina diaria.

Ocampo y Negrette (2018). En su tesis “*Motivaciones de viaje del turista que visita Medellín*”, cuyo objetivo general es identificar las motivaciones turísticas, la satisfacción y lealtad en términos de la y el aprovechamiento de los atractivos turísticos que ofrece la ciudad de Medellín. Para su desarrollo, se plantea una metodología de carácter cuantitativo, con un muestreo aleatorio de una cantidad de 109 turistas quienes tuvieron una estadía en la temporada de agosto y septiembre del año 2017.

Con la finalidad de recolectar información y obtener datos estadísticos se dio a conocer los resultados de los principales factores, “*push y pull*”, según teoría Crompton y su relación con la satisfacción generada durante su visita y la posible intención de recomendar la ciudad con la intención de fomentar la actividad turística de Medellín.

Con la finalidad de analizar la causa y efecto del fenómeno turístico en Medellín, se realiza una investigación descriptiva la cual permite recopilar las características que determina el perfil del turista, así mismo es posible definir los factores motivacionales y a su vez la satisfacción en su lugar de estadía, pues los resultados derivados de la calidad de servicio influyen de manera notable.

De acuerdo con las variables relacionadas con la elección del destino todas influyen de manera positiva, mientras que, en la variable de masificación en el destino, se reconoce que, si el porcentaje de masificación es alto, evidentemente afectaría el grado de satisfacción del turista, pues no cumpliría con el objetivo de satisfacer la necesidad de tranquilidad.

Este artículo permitió aclarar el proceso metodológico, el cual es posible adaptarlo al presente proyecto de grado, se tuvo en cuenta la clasificación de la encuesta a los visitantes y turistas del lugar. También genera un aporte en términos de los principales factores motivacionales, *push y pull*, y el reconocimiento de los atractivos culturales que se presentan en un destino turístico, en este caso, en la localidad de Ciudad Bolívar.

La motivación turística también ha sido objeto de estudio en regiones como España. Orden Reyes (2012) en su tesis “*La satisfacción del turista cultural enológico: causas y efectos*”, propone un boceto en el que logra explicar las variables de satisfacción personal y del destino, allí se identifican factores que involucran aspectos internos y externos en la decisión de asistir a un lugar cuya caracterización es netamente turística.

En términos de las causas de la satisfacción relacionadas con el destino, se menciona la importancia de las infraestructuras de transporte y comunicaciones, pues el turista cultural exigirá que de cierta manera los recursos turísticos estén en óptimas condiciones estos factores favorecen el grado de satisfacción. En términos de la comunicación e información, actúan como efecto directo sobre la propia demanda, permitiendo la evolución interior de elementos unidos al turismo, como el transporte y la comunicación pueden actuar como actores tanto de estímulo como de resistencia de la demanda turística.

En la tesis de Araujo (2017) *“Los viajeros y sus motivaciones, un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar”* de la Universidad Federal de Minas, Brasil, se evidencia el estudio de las motivaciones para entender el comportamiento del consumidor apasionado por los viajes, por ende, el objetivo consiste en identificar los principales factores que motivan a los turistas a viajar, este estudio adoptó un exploratorio cualitativo utilizando la Grounded Theory (Teoría Fundamentada o Teoría Anclada) y entrevistas en profundidad a viajeros brasileños. En términos de la metodología, la investigación recurrió a las entrevistas semiestructuradas, en total se realizaron 16 entrevistas teniendo en cuenta las siete categorías: Búsqueda de historias para contar, autenticidad y libertad, búsqueda de aventura y desafíos, novedades, romper con la rutina, interés por vivenciar la diversidad cultural y búsqueda de autoconocimiento y crecimiento personal.

Los resultados de la investigación brindan una síntesis de los principales elementos de motivación que surgen del análisis de las entrevistas, se logra definir las motivaciones de esa categoría de turistas y así mismo se evidencia la importancia que el turismo está generando en el escenario mundial y sus cambios de comportamiento. Es posible afirmar que este estudio posibilita ampliar debate sobre el perfil del consumidor contemporáneo del turismo y además fue posible realizar un recorte enfocado en las motivaciones claves de una categoría especial de turistas, la cual corresponde

a los amantes de los viajes. Fue posible anclar las siete motivaciones de la categoría de turistas estudiada, además, se lo logró agrupar las motivaciones en tres niveles de recurrencia entre los entrevistados: recurrencia alta (motivación 1 y 2), recurrencia media (motivación 3, 4 y 6) y recurrencia baja (motivación 5 y 7)

De acuerdo con la tesis *“Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar”* Beltrán y Parra (2016) de la Universidad Católica San Antonio de Murcia, se pretende obtener perfiles turísticos en función de las motivaciones turísticas, siguiendo el modelo de Crompton. Se realizó una encuesta a 859 personas a las que se preguntó por sus motivaciones al instante de viajar, la intención de su viaje, la búsqueda de información, percepción de la imagen de destino. Mediante un análisis de conglomerados se han obtenido cuatro perfiles turísticos: racionales, antropológicos, emocionales y hedonistas. En términos de la metodología y de los instrumentos, los datos proceden del trabajo de campo realizado de manera previa, por un equipo de encuestadores, se entrevistó a personas de ambos sexos, con edades comprendidas entre los 18 y 65 años, el cuestionario diseñado incluye escalas de intervalo tipo Likert de 11 puntos.

Como resultado de esta tesis, se han validado las escalas de medida de las motivaciones propuestas por Crompton (1979) las cuales han permitido evaluar la importancia de cada una de las motivaciones objeto de estudio y la obtención de perfiles turísticos en función de estas. Los resultados indican que las motivaciones son un buen criterio para segmentar el mercado turístico, fue posible obtener cuatro grupos de turistas, denominados por los autores como racionales, antropológicos, emocionales y hedonistas, cada uno de ellos representan un comportamiento diferenciador.

Para desarrollar esta investigación de manera óptima es preciso aplicar el modelo de Crompton (1979). Inicialmente porque es el autor con más referencias cuando de motivación y satisfacción

turística se trata y en segunda instancia porque emplea un alto el desarrollo conceptual que permite adaptarse objeto de estudio como es la localidad de Ciudad Bolívar.

2.1.1. Antecedentes Internacionales

En el contexto europeo, la Comisión de Turismo de Consejo de Europa promueve el turismo cultural considerándolo “un medio para cimentar la unidad en la diversidad de las regiones, ciudades y de la población en la Unión Europea”. Pardo realiza un análisis general en el comportamiento del turismo cultural a nivel mundial y expone que “En el caso de países como Australia y Canadá, la cultura y el turismo se han coordinado para desarrollar mejoras en la calidad de vida de los pueblos indígenas, en el caso de África, América Latina y Asia, el turismo cultural se considera un medio para apoyar la conservación del patrimonio y así mismo para aumentar los ingresos locales, un factor de desarrollo y una estrategia prioritaria de Estado” (Pardo, 2011).

En la *Tabla 1. Países según cantidad de lugares declarados patrimonio de la humanidad*, es posible observar el número de lugares pertenecientes a la lista de Patrimonio de la humanidad, realizada por la UNESCO en el año 2021. Se evidencia la cantidad de patrimonio que tiene Italia, quien lidera la tabla con 58 lugares declarados patrimonio de la humanidad, además, es posible identificar que Colombia tiene una cantidad total de 9 lugares patrimonio de la humanidad.

País	Número De Lugares Patrimonio De La Humanidad En 2021
Italia	58
China	56
Alemania	51

España	49
Francia	49
Colombia	9

Elaboración propia a partir de Unesco 2021

Desde 1991 la Asociación Europea para la Educación del Turismo y Ocio (ATLAS) ha estado en un análisis constante en aspectos como: perfil turístico, motivos y las necesidades de los visitantes y turistas, por ende, el objetivo es evidenciar como es el comportamiento y el desarrollo de mercado turístico que se genera desde un contexto europeo.

La Organización Mundial de Turismo menciona que “el 37% del turismo es turismo cultural y que éste crece un 15% cada año”. Richards (2001) afirma que estos porcentajes no coinciden con la realidad, lo que si es cierto es que la cantidad de visitas a atracciones culturales han aumentado significativamente. El número de visitas a lugares culturales en Europa en los últimos 20 años se ha elevado de manera significativa, esto refiere a que hay más visitantes en las atracciones culturales. Pero donde evidentemente no todos los visitantes culturales son turistas, por lo tanto, dificulta la comprobación del crecimiento del mercado de esta tipología a partir de estas cifras.

En términos de la demanda, el aumento de interés en la cultura es lo que causa que cada vez se incrementen los turistas culturales. Parte de este crecimiento o de este fenómeno turístico se debe a que el concepto de “cultura” cada vez es más extenso, por ejemplo, si hace 30 o 40 años alguien hubiese indagado si el futbol tiene alguna relación con la cultura, probablemente no habrían cavidad ni congruencia en los dos conceptos, actualmente si existe una correlación en estos dos ámbitos, se observa la forma en la cual los equipos de futbol como el Barcelona o Real Madrid, promocionan sus museos, este acto da cuenta de la relación e hibridación existentes en las áreas del deporte, el turismo y la cultura.

En términos del suministro existen factores que explican la expansión del turismo cultural, pues en varias regiones de Europa se han creado puestos de trabajo y generando ganancias significativas gracias a el desarrollo de las industrias culturales. “La construcción de museos ha llegado a ser vista como un medio de desarrollo económico, es así como el sector público colabora en la creación de más atracciones y espacios culturales para el turismo” (Gordon, 2002).

Cuando la cultura es difundida de manera eficiente , el suministro tiene la oportunidad de obtener crecimientos y ese es el caso en varias regiones europeas, como por ejemplo, en Barcelona existen una variedad de edificios antiguos pero con una construcción histórica y cultural muy importante y es ahí donde los sectores turísticos buscan la posibilidad de convertir estos lugares en atracciones turísticas, donde incluso puede ser un proceso para brindar solución a la problemática en términos de financiación para la preservación de patrimonio. Los edificios se pueden abrir al turismo, proporcionando una atracción, mientras que los turistas permiten generar recursos para la reconstrucción.

El turismo cultural presenta una dicotomía a nivel mundial, pues genera aspectos tanto positivos como negativos, “los sitios emblemáticos de una región incorporan unos valores culturales que construyen la historia de las civilizaciones antiguas y se identifican en espacios, desde la perspectiva del turista o visitante que la consume, como de los residentes y usuarios locales, de manera que se genera desde allí imaginarios donde la cultura y el patrimonio determinan la idealización de un territorio, donde por medio del turismo se permite ofrecer una memoria del pasado como un beneficio de consumo con un sentido autentico y honesto, pero a veces se presentan perspectivas distintas y se observa esta actividad como un espectáculo o escenario que banaliza la propia historia y el patrimonio dentro de un proceso de Marketing para la atracción del turismo cultural” (Cortada, 2006).

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo se visualiza el desarrollo del turismo cultural como un proceso de “sostenibilidad social y económica, la apropiación social del patrimonio cultural, y participación de las poblaciones locales en la construcción de lineamientos de planes, programas y proyectos de este tipo de turismo; además del conocimiento, comprensión y disfrute responsable en preservación y mantenimiento de las expresiones culturales y naturales y propende la puesta en valor del patrimonio nacional” (Política de Turismo Cultural, 2007, p.159)

Colombia posee un equipamiento turístico cultural, esencialmente en términos de las expresiones clasificadas en el intangible, La autenticidad de las civilizaciones prehispánicas durante el siglo XV Y XIX devienen de unas características artísticas e históricas, de los modos de vida y de la diversificación de cultura tradicional. desde el año 2012, mediante los puntos de control migratorio del país, se ha evidenciado un crecimiento significativo en términos de afluencia de extranjeros, teniendo en cuenta los datos que brinda MinCIT (*Ver figura 1) Motivos de viaje Colombia*, Se dará a conocer las estadísticas que demuestran las motivaciones de viajes registradas desde el 2012 hasta noviembre de 2021.

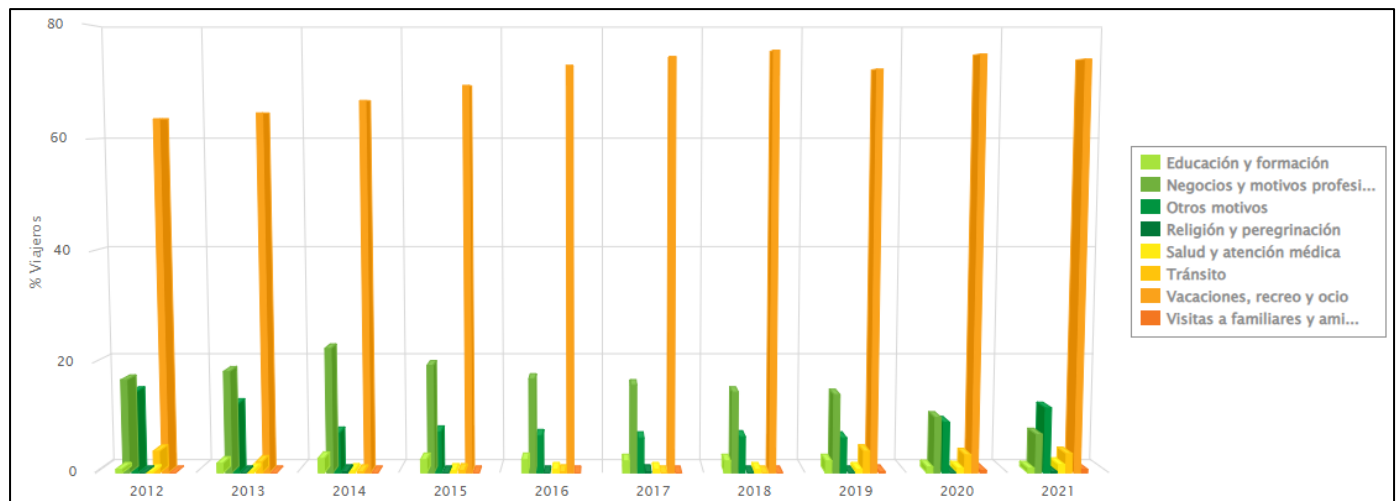


Figura 1. Motivos de viaje Colombia

Fuente: Migración Colombia – Cálculos OEE – MinCIT (2021)

De acuerdo con la gráfica anterior, es posible determinar que la motivación principal por la cual los turistas deciden visitar Colombia consiste en satisfacer la necesidad de vacaciones, recreo y ocio, donde el crecimiento motivacional se registra desde el año 2016 con un porcentaje 72,87 %. El mayor registro de motivo de este carácter fue en el año 2018, con un porcentaje del 75,56 % una cifra significativa que permite entender la dinámica de motivación turística en el país, mientras que los motivos de viaje como Salud y atención médica, tránsito, educación y formación, registran una cifra mínima.

Según cifras del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, el país se encuentra dotado de 1.128 lugares de interés cultural y monumentos que hacen parte de los bienes arquitectónicos declarados patrimonio cultural de la humanidad. Lugares como el parque arqueológico de San Agustín, Centro histórico de Santa Cruz de Mompox, conjunto monumental de Cartagena de Indias y el Parque Arqueológico Nacional de Tierradentro, son algunos de los lugares que hacen parte del conjunto de bienes arquitectónicos que ha incrementado sus visitas de turistas extranjeros y del país (Colombia, de nuevo en el mapa del turismo mundial, 2021).

Otro objetivo registrado en la política está en fortalecer la preservación, valoración y gestión responsable del patrimonio y de los activos culturales del país, impulsando la integración efectiva de las cadenas de valor de las industrias turísticas, culturales, artísticas y creativas, con el fin de posicionar a Colombia como destino líder en turismo cultural. (Política de Turismo Cultural, 2007, p.160)

La ministra de Cultura, Angélica Mayolo, indicó que “Por medio de la nueva política se pretende poner en valor y reconocer la diversidad cultural de Colombia desarrollando un turismo

cultural sostenible, que permita posicionar al país como un destino competitivo a nivel nacional e internacional, se espera que la política sea un ejemplo de preservación, conservación y salvaguardia, así como la difusión del patrimonio cultural, industrias creativas y culturales”. En La política de turismo cultural incluye la Consolidación de la oferta para el turismo cultural y creativo el cual pretende fortalecer el talento humano para el turismo cultural y creativo, la transformación del ecosistema del emprendimiento e innovación, además, realizar mejoras en la infraestructura, financiación, inversión y cooperación para el turismo cultural.

Además, la política cuenta con 13 programas, 39 proyectos y 308 acciones indicativas para el logro de los objetivos y contribuir a la solución de las problemáticas identificadas. Por ende, el turismo cultural en Colombia ha impulsado la protección de estos lugares que hacen parte del patrimonio arquitectónico del país, pues dicha actividad implica la interacción constante con la cultura, haciendo de esta el eje principal para motivar a los visitantes y habitantes a preservar todo aquello que les proporciona estos escenarios patrimoniales. Además, de adquirir conocimiento y comprensión de la cultura que se visita y las expresiones culturales halladas en cada destino turístico del país. (Menchero, 2018).

2.1.3. Antecedentes Locales

Particularmente, en el caso de Bogotá, el turismo cultural atrae a los turistas extranjeros. Más aún, cuando se encuentra la posibilidad de realizar actividades asociadas a la cultura como deleitarse del potencial gastronómico de la capital, acudir a muestras artísticas en los sitios culturales situados principalmente en el centro histórico y en diversas localidades. Además de transitar sus museos, monumentos e iglesias que hacen parte de la clasificación de bienes arquitectónicos que están rodeados de tiendas artesanales, donde es posible encontrar objetos que representan algún lugar turístico y significativo del país. “teniendo en cuenta que el patrimonio arquitectónico es considerado

como un atractivo que estimula el desarrollo de la actividad turística en Bogotá, es de gran importancia preservar sus edificaciones que representan la historia de la capital y que actualmente es epicentro del turismo” (Campos, 2018, p. 8).

“En todo el mundo, los lugares considerados como parte del patrimonio cultural y las ciudades de gran riqueza arquitectónica, histórica y cultural se convierten en destinos de elección para un número creciente de turistas” (Política de Turismo Cultural, 2021, p. 400).

El Instituto Distrital de Turismo publica Datos y cifras turísticas de la ciudad de Bogotá-Boletín número 6 en el mes de junio de 2021, donde inicialmente se evidencia las notas de la Organización Mundial del Turismo y el impacto cultural del COVID – 19, donde el 90% de los países cerraron parcialmente los Sitios del Patrimonio mundial durante el 2020. Las ciudades, las cuales se caracterizan por fomentar el turismo cultural y urbano, fueron los más afectados por la pandemia, pero también han sido los primeros en permitir a través de la innovación y la creatividad la adopción de nuevas alternativas para disfrutar del turismo de forma virtual, de manera que las personas optaron a la búsqueda de experiencias culturales virtuales desde la comodidad de sus hogares las cuales sirvieron como fuente de inspiración para los viajes a futuro.

El creciente interés de los visitantes por las experiencias culturales genuinas trae consigo oportunidades considerables, pero también desafíos complejos para el turismo. El sector debe adoptar y fortalecer políticas y modelos de gobernanza que beneficien a todas las partes interesadas, al tiempo que preserva y promueve la gama más amplia posible de bienes y expresiones culturales. (IDT, 2021)

Según el Acuerdo 720 de 2018 Concejo de Bogotá D. C se adopta los lineamientos de la Política Pública Distrital de Turismo, como la hoja de ruta del Sector Turismo para consolidarlo como un sector beneficioso para el desarrollo económico, social y ambiental de la capital y el destino cultural y creativo de Suramérica.

De acuerdo con los objetivos de la Política Pública, el que se adecua para el proceso de investigación, está en “posicionar a Bogotá como un lugar de expresiones creativas, y auténticas con productos y servicios turísticos de alta calidad en ambientes memorables”. Otro objetivo que se ajusta al trabajo consiste en propender porque Bogotá sea el escenario turístico de excelencia con una posición privilegiada en Suramérica, con proyección de una oferta temática y por zonas de interés para viajeros.

En el Artículo 3 se evidencia la implementación de cinco lineamientos estratégicos, inicialmente el lineamiento estratégico se destina hacia la Gobernanza Participativa y consiste en lograr un reconocimiento institucional de Bogotá como destino turístico cultural, como uno de los elementos de mejora de la capital. Para ello deberá promocionar el desarrollo turístico local, con prototipos y manuales orientadores que permitan el control a la operación turística en cada uno de los territorios que divide a Bogotá, propiciar alianzas y asociaciones estratégicas para la cooperación turística a nivel internacional, que promuevan proyectos multi destino concertados desde y hacia el exterior.

La segunda línea estratégica consiste en poder caracterizar la capital como “un destino de Turismo inteligente”, para lograrlo deberá generar escenarios de innovación productiva y social, también promover una gestión de talento humano vinculado al sector, fomentando nuevos espacios para la formación, la creatividad y la competencia en idiomas. Como tercer lineamiento estratégico está en promover a Bogotá como Destino Auténtico, Innovador y Sostenible, para ello deberá crear estrategias para que Bogotá sea capital del turismo cultural y creativo y así mismo fomentar estrategias que generen un valor agregado a los atractivos turísticos.

El cuarto lineamiento radica en lograr posicionar a Bogotá como destino turístico reconocido a nivel nacional e internacional por sus ofertas cualificadas en función de los mercados de interés.

Para ello se deberá diseñar estrategias de apropiación de la marca Bogotá, generar entornos competitivos para la prestación de servicios turísticos en aquellas localidades que se prioricen para tal fin y diversificar la oferta de recorridos turísticos desde los puntos de información turística.

Por último, la Red de Información Turística define el quinto lineamiento, cuyo objetivo es propiciar el fortalecimiento de la información turística de la ciudad, que permita visibilizar a Bogotá como un destino cautivador, para llevar a cabo este proceso se requiere de establecer puntos de información virtual, generar accesibilidad a redes virtuales de información turística sobre Bogotá, se deberá promover el fortalecimiento de la Red de Información Turística desde los Puntos de información Turística y por último, fortalecer la capacidad analítica y tecnológica del Observatorio de Turismo. (Valverde, 2021, p.32)

En el Artículo 6 del acuerdo 720 de 2018 se enfatiza en la apropiación por parte de residentes. Con el objetivo de fomentar la apropiación de los atractivos turísticos y de interés cultural por parte de quienes residen en Bogotá, el Instituto Distrital de Turismo realizará acciones tendientes a conocer la ciudad y así mismo fomentar lineamientos que impulsen la visita.

En la *Tabla 2: Principales motivaciones turísticas de Bogotá, 2020* se evidencia que la principal motivación para visitar la capital está representada en vacaciones, recreación y ocio, donde el 53,1% de la población es internacional, mientras que la motivación más representativa de los turistas nacionales hacer referencia a la visita de familiares y amigos con un porcentaje del 39, 3%.

Tabla 2: Principales motivaciones turísticas de Bogotá, 2020.

Motivo de viaje	Turistas Nacionales	Turistas Internacionales
Vacaciones/recreación/ocio	498.087	319.426
Visita a familiares y amigos	1.403.126	162.636
Educación y formación	210.097	5.580

Salud y atención médica	627.114	7.177
Religión/peregrinaciones	3.201	1.318
Compras	167.017	2.440
Negocios y motivos profesionales	166.176	41.297
Trabajo remunerado	144.612	41284
Otros motivos	348.106	20.164

Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo.

2.2. Marco Contextual

En este capítulo se pretende evidenciar el contexto de estudio que se requiere para profundizar las temáticas que demanda el proyecto en términos de planes y políticas a nivel nacional, distrital y local. Inicialmente se presenta la Política de Turismo Cultural, la cual fue realizada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con el fin de fortalecer una gestión responsable del patrimonio inmerso en el país, generando un valor a las industrias turísticas, culturales y artísticas. En segunda instancia se describe la Política Pública Distrital de Turismo cuyo objetivo es “propender porque Bogotá sea el escenario turístico de excelencia con una posición privilegiada en Suramérica, con proyección de una oferta temática y por zonas de interés para viajeros” (Barón Valverde, 2021) y por último está el Plan Decenal de Cultura de la localidad de Ciudad Bolívar, el cual permite entender el énfasis social y cultural que se ejerce desde la localidad, cuya visión es reconocer la cultura de la localidad como componente estratégico del desarrollo sostenible dándole cavidad al ejercicio de los derechos culturales.

Política de Turismo Cultural

El 24 de noviembre de 2021 el Ministerio de Cultura de Comercio, Industria y Turismo presentó la actualización de la Política de Turismo Cultural, que tiene como objetivo mejorar las condiciones de sostenibilidad y competitividad del turismo cultural y creativo en Colombia, propiciando la vinculación, inclusión y participación de las comunidades locales en su desarrollo. Otro objetivo registrado en la política está en fortalecer la preservación, valoración y gestión responsable del patrimonio y de los activos culturales del país, impulsando la integración efectiva de las cadenas de valor de las industrias turísticas, culturales, artísticas y creativas, con el fin de posicionar a Colombia como destino líder en turismo cultural.

El documento presenta además los lineamientos y las estrategias para diversificar los mercados de manera que el país cuente con productos y experiencias de turismo cultural únicos y auténticos, que sean más atractivos a los turistas y que respondan a los intereses y las exigencias de los mercados, de manera que las cadenas de valor cultural puedan fortalecerse y se creen oportunidades de desarrollo socioeconómico.

La Política de Turismo Cultural incluye cinco lineamientos estratégicos, inicialmente está La Consolidación de la oferta para el turismo cultural y creativo, el cual pretende brindar un turismo cultural y creativo con calidad, fortalecer el talento humano para el turismo cultural y creativo, la transformación del ecosistema del emprendimiento e innovación para el turismo cultural y creativo, además, mejorar la infraestructura, financiación, inversión y cooperación para el turismo cultural.

La estrategia de Innovación y Especialización del producto turístico cultural y creativo de los destinos pretende desarrollar las iniciativas para elevar las condiciones diferenciales del producto y las subtipologías prioritarias, según los retos de sostenibilidad y participación. Como tercer lineamiento está el Fomento al acceso, conocimiento, apropiación, difusión y promoción del

patrimonio y los activos culturales para el turismo cultural y creativo, por los actores y partes interesadas en el desarrollo de esta tipología, la estrategia busca mejorar las formas de uso, reconocimiento, valoración y difusión en términos de la riqueza cultural del país y de su rol como corresponsables en su gestión, preservación y promoción sostenible, se planea actividades que involucren la sensibilización de la cadena de valor del turismo cultural. El cuarto lineamiento consiste en el Desarrollo de iniciativas de sostenibilidad para los destinos, productos, servicios y actividades de turismo cultural y creativo, fortaleciendo la inclusión social y económica de las comunidades anfitrionas, esta estrategia busca promover y fortalecer la sostenibilidad de la oferta del turismo cultural, con el fin de garantizar la preservación eficiente y responsable del patrimonio y activos culturales del país, teniendo en cuenta un enfoque sociocultural, político, ético y económicos.

La última línea estratégica pretende Impulsar la gobernanza, información y alianzas estratégicas entre los actores de los sectores culturales y turísticos, con el fin de facilitar la coordinación, integración y productividad en la gestión del turismo cultural y creativo. Este lineamiento busca resolver los cuellos de botella en materia de articulación, información e integración de actores, que repercute en la eficiencia y productividad de las empresas de la cadena de valor del turismo cultural, además este lineamiento resalta la prioridad que debe existir entre los diálogos permanentes entre los sectores de la cultura y el turismo.

Política Pública Distrital de Turismo

Según el Acuerdo 720 de 2018 Concejo de Bogotá D. C se adopta los lineamientos de la Política Pública Distrital de Turismo, como la hoja de ruta del Sector Turismo para consolidarlo como un sector beneficioso para el desarrollo económico, social y ambiental de la ciudad y el destino creativo de Suramérica.

De acuerdo con los objetivos de la Política Pública, el que se adecua para el proceso de investigación, está en “Consolidar a Bogotá como un lugar de expresiones creativas, auténticas, diversas y de excelencia con productos y servicios turísticos de alta calidad en entornos memorables”. Otro objetivo que se ajusta al trabajo consiste en “propender porque Bogotá sea el escenario turístico de excelencia con una posición privilegiada en Suramérica, con proyección de una oferta temática y por zonas de interés para viajeros” (Barón Valverde, 2021)

En el Artículo 3 se evidencia la implementación de cinco lineamientos estratégicos, inicialmente el lineamiento estratégico se destina hacia la Gobernanza Participativa y consiste en lograr un reconocimiento institucional de Bogotá como destino turístico cultural, como uno de los factores de desarrollo de la capital. Para ello deberá promocionar el desarrollo turístico local, con prototipos y manuales orientadores que permitan el control a la operación turística en cada uno de los territorios que divide a Bogotá; propiciar alianzas y asociaciones estratégicas para la cooperación turística internacional, que promuevan proyectos multi destino concertados desde y hacia el exterior.

El segundo lineamiento estratégico está en hacer de Bogotá un destino de Turismo inteligente, para lograrlo deberá generar escenarios de innovación productiva y social, también promover una mayor gestión de talento humano vinculado al sector turístico, apoyando nuevos espacios para la formación, la creatividad y la competencia en idiomas extranjeros. Como tercer lineamiento estratégico están en promover a Bogotá como Destino Auténtico, Innovador y Sostenible, para ello deberá inicialmente, crear estrategias para que Bogotá sea capital del turismo cultural y creativo, fomentar estrategias que generen valor agregado a los atractivos turísticos, promover acciones que permitan la variedad cultural, innovadora y creativa. Establecer rutas, recorridos y circuitos como productos turísticos, al interior de la ciudad y en corredores regionales.

El cuarto lineamiento estratégico busca posicionar a Bogotá como destino turístico reconocido a nivel nacional e internacional por sus ofertas cualificadas en función de los mercados de interés. Para ello se deberán diseñar estrategias de penetración y apropiación de la marca Bogotá. Generar entornos competitivos para la prestación de servicios turísticos en aquellas localidades que se prioricen para tal fin y diversificar la oferta de recorridos turísticos desde puntos de información turística.

Por último, la Red de Información Turística define el quinto lineamiento, cuyo objetivo es propiciar el fortalecimiento de la información turística de la ciudad, que permita visibilizar a Bogotá como un destino cautivador, para llevar a cabo este proceso se requiere de: establecer puntos de información virtual, generar accesibilidad a redes virtuales de información turística sobre Bogotá, se deberá promover el fortalecimiento de la Red de Información Turística desde los Puntos de Información Turística y por último, fortalecer la capacidad analítica y tecnológica del Observatorio de Turismo. (Barón Valverde, 2021)

En el Artículo 6 del acuerdo 720 de 2018 se enfatiza en la Apropiación por parte de Residentes. En aras de fomentar la apropiación de los atractivos turísticos o de interés cultural por parte de quienes residen en Bogotá, el Instituto Distrital de Turismo realizará acciones tendientes a conocer la ciudad y fomentar su visita.

Plan Decenal de Cultura, Ciudad Bolívar

La visión del Plan Decenal de la localidad en “reconocer la cultura de la localidad como componente estratégico del desarrollo sostenible y del ejercicio de la democracia, donde se convierten imaginarios y esquemas culturales, se apropian y respetan las diversas prácticas culturales, artísticas y del patrimonio de sus habitantes, y se generan condiciones para el ejercicio de los derechos culturales” (Elizabeth, 2011, p.2)

Se interpreta el espacio público como escenario natural de y para la cultura. El plan reconoce los espacios públicos como “Bienes colectivos que pertenecen a todos los ciudadanos”. en consecuencia, “ningún individuo o grupo puede verse privado de su libre utilización, dentro del respeto a las normas adoptadas” por ende, que el plan debe promover el uso del espacio cultural, en función de la socialización, de la sana convivencia, el esparcimiento, el goce y el disfrute de estas, y fomentar la ejecución de proyectos para su intervención y valoración.

En términos de la cultura como factor de integración, local, nacional e internacional, el plan debe promover la implementación de estrategias que, en el ámbito cultural, conecten y dinamicen las relaciones de la localidad con Bogotá, con lo regional y posicionar la localidad en el ámbito internacional mediante sus expresiones artísticas, culturales y del patrimonio cultural. (Elizabeth, 2011, p.49) Se consolida la articulación, es decir, el plan debe fomentar la interacción entre las distintas instancias, espacios y prácticas que dan forma a lo cultural, y entre estos y otros espacios sociales, como garantía para el fortalecimiento de los subcampos, en la perspectiva de una sociedad intercultural y democrática.

2.3. Bases teóricas

En el siguiente apartado se logra exponer de manera precisa las categorías conceptuales que permiten sustentar el tema principal de la investigación, como es el desarrollo del turismo cultural, la importancia del turismo cultural en la educación, las características del turista cultural, la percepción y motivación turística.

2.3.1 Desarrollo del Turismo Cultural

Se entiende que el turismo cultural es “un tipo de actividad turística en el que la motivación primordial del visitante es aprender, descubrir, consumir y experimentar los atractivos y los productos

culturales, de carácter material e inmaterial, de un atractivo turístico” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021, p.44). estos atractivos hacen referencia a “un conjunto de elementos materiales, espirituales, intelectuales y emocionales distintivos de una comunidad que enmarca las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, la literatura, la gastronomía, la literatura, las industrias creativas y las culturas vivas con sus formas de vida” (OMT, 2019)

El turismo cultural actualmente es un fenómeno que ha logrado posicionarse en el mercado turístico a nivel mundial, esta dinámica se ha desarrollado inicialmente por la valoración de manifestaciones culturales humanas desarrolladas a profundidad. El turismo cultural ha sido una tendencia turística que ha permitido el progreso del turismo a nivel global. se considera que el turismo es una actividad moderna, que comienza a principios del siglo XIX, al analizar los antecedentes histórico del turismo, se descubre los modos en que el ser humano ha cubierto la necesidad y la curiosidad de explorar nuevos lugares, se observa que el turismo, de manera metafórica, “es una ventana que permite percibir procesos económicos, el impacto que ha generado las innovaciones tecnológicas, la interconectividad entre países, además de las dinámicas y transformaciones propias de la población” (Morales, 2020).

Se hace referencia al turismo como fenómeno moderno porque describe a la transformación del viaje en un fin en sí mismo y no solo como un medio; Cuando viajar comienza a ser una motivación personal o una necesidad y no como un simple traslado de un lugar a otro es cuando se entiende la intención real que demanda el turismo. “las primeras formas de turismo, vinculadas exclusivamente a las élites sociales, estuvieron determinadas por intereses políticos, de contacto social y de formación profesional” (Ramírez, 2006)

Otra de las motivaciones más importantes era el deseo o la intención de querer educarse y acceder a diversas manifestaciones culturales y artísticas focalizadas en los entornos urbanos de

Europa en los siglos XVIII y XIX. Desde la Ilustración, la clase media también comenzó a planear viajes de carácter educacional, a modo de imitación, pero también con el objetivo de tener una interacción con la clase alta. Así, el término de viajar se entendió como “una actividad de los privilegios sociales, de modo que la búsqueda de satisfacción personal y el placer de viajar reemplazaron la dimensión educativa que tenía el turismo en sus primeras manifestaciones” (Acerenza, 2006).

Desde inicios del siglo XX, el aumento de la capacidad adquisitiva permitió la realización de trayectos con familiares, esto aumentó la presencia de visitantes durante la temporada de verano motivó la creación y mejora de la infraestructura turística. “Las guerras mundiales, por su parte, generaron dos impactos que marcaron el progreso del turismo en general. Por una parte, después de la Segunda Guerra Mundial, se logró un consenso internacional con el objetivo y la necesidad de proteger el patrimonio cultural mundial. Por otro lado, la recuperación económica, los acelerados avances de carácter tecnológico y de comunicación, la disminución de jornadas laborales y la masificación del derecho al descanso laboral, adicional a la conformación de un mundo cada vez más interconectado, son los hechos que han configurado las bases actuales del turismo” (Bianchini, 1999, p.78)

En ese contexto, la creación del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) y el afianzamiento de la gestión para la preservación y salvaguardia de los sitios patrimoniales mundiales, “permitieron la emergencia de las primeras dinámicas del turismo cultural a nivel mundial, conceptualizado por el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios, como turismo patrimonial o turismo de monumentos”. (González, 2009)

“Esta tendencia turística fue en un principio, una actividad exclusiva para las poblaciones con ingresos considerables, pero de manera acelerada fue accesible a diversas clases sociales, gracias a la disminución de precios del combustible y de los tiquetes de avión y aumento la cantidad de personas posibles de transportar fueron los factores que determinaron la accesibilidad a esta tipología turística”. (Fernández, 2002).

“Durante las últimas dos décadas, el turismo del patrimonio cultural ha comenzado a transformarse en una gama más amplia de formas de turismo: el turismo cultural, el cual consiste en el aumento de los recursos culturales, incluidas diversas manifestaciones del patrimonio cultural tangible e intangible, las artes escénicas, los eventos culturales, la arquitectura, el diseño y actividad creativa” (Timothy, 2018). Este último cambio se produjo principalmente debido a la rápida diversificación de la demanda turística. Los visitantes quieren crear nuevas experiencias que incorporen elementos de la cultura del destino que visitan. A principios de la década de 2000, el potencial de la interfaz entre cultura y turismo era claro. Gracias al surgimiento de la “economía creativa”, los recursos culturales y creativos se entienden como motores de la innovación (UNESCO, 2010). Desde este punto de vista, el turismo cultural ha brindado enormes oportunidades de desarrollo.

Para la Organización Mundial del Turismo (2001) el turismo es “la comprensión de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un lapso consecutivo inferior a un año, con fines de ocio y otros motivos”. si bien todo el turismo es una experiencia cultural, hay una tipología turística en el que la dimensión cultural es el atractivo y eje principal de una experiencia y es cuando nos referimos al turismo cultural.

De acuerdo con la anterior definición, se determina como la cultura, es un componente importante de la actividad turística, sobre todo si se genera un análisis amplio desde la relación entre turismo y ocio. Nos acercamos a la concepción de (Gordon, 2002) sobre el origen del turismo, que

implica nociones como “la curiosidad, la necesidad de descubrir y saber”, que él define como “la curiosidad en movimiento”.

“El turismo cultural dispone de un potencial de expansión y fortalecimiento de la cultura y de los factores históricos que compone el territorio receptor, y constituye una actividad competente. Aun en la literatura del turismo cultural se evidencia la afirmación de varios autores donde puntualizan que no hay turismo sin cultura, por ende, la cultura es un factor intrínseco de la actividad turística” (Cardoso, et al 2013, p.67).

En la obra “Un enfoque histórico – Cultural del turismo” (Goulart y Santos, 1998), los autores plantean que “el turismo cultural puede entenderse como un fenómeno social producto de la experiencia humana, cuyas prácticas pueden abordar las relaciones sociales entre los individuos y sus respectivos agentes sociales, sean o no de la misma línea cultural”. Además, se considera que esto puede representar un hilo conductor para la propia comprensión de la sociedad. Los autores resaltan que por medio del turismo cultural las comunidades receptoras ofrecen ocio, entretenimiento e intercambios culturales a los visitantes durante su estancia, aunque de forma temporal con miembros de otros grupos sociales, de manera que, el turismo cultural representa una posibilidad de fortalecer y preservar la cultura de una determinada localidad a partir del intercambio de experiencias.

En la década del setenta, cuando comenzó la discusión sobre este tipo de turismo, las definiciones que se obtuvieron sobre turismo cultural se limitaban a la visita a sitios y monumentos de carácter arqueológico, histórico y de patrimonio inmueble. Pero con el paso del tiempo, fue surgiendo una visión más amplia y dinámica de este tipo de turismo, de manera que se incluye las artes escénicas, los eventos culturales, la arquitectura, las artesanías y el patrimonio inmaterial.

Para Ramírez (2006), históricamente el turismo constituyó un privilegio de los adinerados que eran grupos pequeños de gran poder económico, mucho de los cuales viajaban por placer y por deseo

de sobresalir como persona importante. Actualmente el turismo se ha transformado en una necesidad y en un placer viable a grandes masas con la oportunidad de participar en la recreación y el descanso. El mismo autor expone unos puntos de vista notables para analizar el turismo desde la perspectiva del viajero (demanda turística) y de la comunidad receptora (oferta turística). Desde la primera perspectiva, el turismo es la tendencia natural del ser humano de trasladarse a un sitio diferente de aquel donde usualmente vive, para así beneficiarse de las virtudes de otros lugares, descansar, recrearse y escapar de la monotonía. Desde la perspectiva de emisores y receptores, el turismo es un fenómeno socio económico que influye en el incremento cultural y en la riqueza de los pueblos y regiones, gracias al intercambio de conocimientos, culturas, credos e idiomas.

2.3.2 La importancia del turismo cultural en la educación

“Cuando conectamos la educación con el turismo, estamos uniendo dos fuerzas que pueden hacer de este mundo, un lugar mejor”. -Taleb Rifai

Para lograr una óptima clarificación de la relación existente en los ámbitos que corresponden a la educación y a la cultura y en relación con la pedagogía y la educación social, es pertinente citar un autor español, quien brinda una aproximación entre los mencionados sectores.

“Todas las instituciones educativas son, por el mismo hecho de serlo, instituciones de carácter cultural; y lo mismo a la inversa. La diferencia existente entre unas y otras es sólo en términos del énfasis, las instituciones educativas ponen el acento en la transmisión o adquisición de la cultura,

mientras las denominadas culturales lo ponen en la conservación (material), creación y uso de la cultura” (Bernet, 2000).

Desde esta perspectiva, el turismo cultural, entendida como una tipología turística que permite relacionar las demandas y los intereses de las personas con los bienes culturales inmersos en un territorio donde la misma comunidad receptora pretende preservar, adquiere un interés de análisis. El turismo es uno de los fenómenos socioculturales que más se ha extendido y que mayor importancia ha alcanzado a lo largo del presente siglo; su desarrollo económico, su importancia en el progreso de los pueblos, en el cambio de la dinámica social, así como la complejidad de sus aportes humanos.

La educación desde sus orígenes, se ha alineado como acción adaptada al contexto social, brindando soluciones y respuestas a diversas situaciones o problemáticas que surgen en el momento, otra cuestión a tener en cuenta se centra en el modelo en que se surgen las diversas ciencias de la educación en correlación a los fenómenos sociales y culturales de mayor fuerza, la Organización Escolar en conexión con el surgimiento del industrialismo, la Sociología de la Educación en relación a la dinámica urbana y a la necesidad de servicios educativos. (Cañellas y González, 1993)

Esta acción de viajar siempre permite generar nuevas experiencias, ampliando nuevos conocimientos, interiorizando nueva información sobre aspectos relacionados con los paisajes, las costumbres de una segmentación cultural, sus formas de vida y la apropiación de manifestaciones artísticas y donde da cavidad a que el turista o visitante personalice conocimientos que adquiere desde su experiencia. Esta actividad se concibe como un factor cognitivo, configurado por sensaciones afectivas y emocionales, donde surgen aprendizajes turísticos y donde el sector educativo permite entender estas dinámicas que se generan en un entorno social.

Cañellas y González (1993) han denominado áreas de la pedagogía del turismo las siguientes:

- Educación para la comprensión internacional, es decir, el turismo se reconoce como un vínculo estratégico que permite educar para la paz, la solidaridad, el cuidado, en el reconocimiento y respeto hacia otras culturas, por ende, desde una filosofía internacionalista, el turismo aporta unos valores sustentados desde los sistemas educativos que permiten comprender la importancia del comportamiento humano en cualquier territorio nacional o global y la dinámica social con que se devuelve el hombre.
- La educación para el ocio y el tiempo libre, donde el turismo genera de manera significativa una recolección de experiencias que permite dale un valor al tiempo libre y a suplir una necesidad de descanso, desde actividades culturales y recreativas que ejerce y patrocina un territorio, en el caso de Colombia se encuentra el programa de campamentos juveniles, un ejemplo clave que da razón al fomento de un aprendizaje colectivo y juvenil, desarrollando habilidades sociales y de liderazgo, siendo este “un programa de educación extraescolar orientado para los jóvenes de 13 a 28 años , construido desde una corriente pedagógica con el objetivo de brindar un aprendizaje experiencial” (Ministerio de Deporte, 2021)

En términos de los beneficios del turismo cultural (comprendida como una actividad de ocio creativo para la población local pero también para el visitante), se debe tener en cuenta que los profesionales turísticos y la comunidad anfitriona son los agentes que permiten generar actividades desde una perspectiva educativa, pues son individuos que están involucrados en un bien o en un recurso patrimonial, objeto de la intervención turística; Cubero menciona que esta tendencia turística “puede favorecer al desarrollo una toma de conciencia con relación a la preservación del patrimonio, tanto tangible como intangible, comprendido que este es la herencia que lo distingue y le concede individualidad, además, contribuye a mantener la diversidad cultural, entendida como una fuerza

motriz del desarrollo, no sólo crecimientos económicos, sino también como un medio de construir una vida intelectual más productiva y enriquecedora”, Simultáneamente, “el reconocimiento de la diversidad cultural mediante una utilización innovadora de los medios y de las nuevas tecnologías de la Información y la Comunicación en particular, permite generar un dialogo entre las civilizaciones y culturas, al respeto y a la comprensión mutua” (Cubero, 2017, p.113)

2.3.3 Características del turista cultural

Las experiencias implementadas en distintos países muestran que no hay una sola forma de ejercer el turismo cultural. No solo porque hay diversos subtipos de este, sino porque ofrece varias modalidades de experiencia turística. En ese sentido, el turismo cultural no debe entenderse como un “turismo de nicho”, en donde lo que se puede ofrecer son productos exclusivamente culturales para segmentos de turistas determinados; todo lo contrario, los países líderes en esta tendencia turística han interpretado que el turismo cultural también permite complementar otras ofertas de turismo, enriqueciendo la visita del turista internacional mediante diversas actividades que están vinculadas a la identidad y la cultura del destino, ya sea de un país o una pequeña localidad. (Prada, et al., 2018).

La literatura especializada en turismo ha desarrollado un análisis enfocado a la motivación del turista, considerándose como los viajes que se realizan hacia destinos donde es destacable el patrimonio histórico y artístico, donde también prevalece la celebración de festivales musicales o folclóricos, en definitiva, conocer diversos atractivos de carácter cultural. Garfield (1993) considera el turismo cultural como una tipología de pequeña escala, organizado, formativo y a veces incluso hasta de lujo. Este tipo de turismo genera un contraste con el turismo de masas, pues ofrece una experiencia única a unos turistas con intereses muy particulares.

Los turistas culturales son individuos que aprecian las diferencias culturales, viajan de manera frecuente, tienen estudios superiores y demuestran empatía con los residentes de alguna localidad

visitada. Además, se caracterizan por la compra de artesanía y recuerdos en función de su valor educativo y artístico. Suelen utilizar todo tipo de transporte con el fin de llegar a un lugar que les permite generar nuevas experiencias, en definitiva “Son clientes exigentes con una gran percepción por la calidad en el servicio, el gusto por lo autóctono” Garfield (1993).

En ese orden de ideas, Reichel (2006) señala que los turistas, en sus viajes, perciben el destino como parte de su propio patrimonio y en el caso de los turistas culturales, parece que sus principales motivaciones al instante de viajar están más conectadas con el deseo de superación personal, que con el de evasión de sus rutinas diarias.

Una de estas tipologías adaptadas por Smith (2003) distingue entre diferentes perfiles de turista cultural, pero comprendiendo estos, no como tipos de personas diferentes, sino más bien como tipos de roles distintos. Se encuentra el turista buscador de patrimonio el cual está particularmente interesado por la arqueología y la historia, en visitar museos, sitios arqueológicos y patrimoniales, así como también edificios e iglesias con arquitectura distintiva de diferentes épocas. Por otro lado, está el turista urbano, quien tiene un interés por visitar ciudades históricas e industriales, demuestra un gusto por las atracciones patrimoniales, además disfruta de los eventos culturales nocturnos.

El turista explorador se caracteriza por ser quien combina sus intereses culturales con las actividades al aire libre, se inclina por realizar sus recorridos de ciudades y localidades en bicicleta o caminando. Otro tipo de turista es quien se interesa por la cultura de la comunidad indígena, visita centros culturales indígenas u originarias, explora la artesanía, las prácticas artísticas y los festivales que hacen parte de un patrimonio único de la población.

El turista de festivales se define como aquel que participa en diversos festivales que se realizan en temporadas específicas y en diferentes destinos del mundo. A modo de ejemplo, encontramos la versión Bogotana de Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá que atrae un importante número de

turistas internacionales. Existe otro perfil turístico y es el literario, quien tiene un alto grado por las casas de escritores, por los paisajes que inspiraron y por la asistencia a festivales y ferias de este carácter, como por ejemplo lo es la Feria Internacional del Libro de Bogotá. Variantes de esta tipología de turista están enmarcadas por el cine cuyo interés está en visitar locaciones de elaboraciones de carácter cinematográficas y televisivas, o la música, turistas vinculados por interés a bandas o festivales musicales.

Por último, se describe el turista creativo cuyo interés consiste en aprender nuevas habilidades y aprendizajes en sus viajes. Se vincula en escenarios donde brindan clases del idioma local, o se interesa por el ámbito gastronómico y se dispone para sumar nuevas experiencias y preparar platos típicos con la comunidad receptora, otros quienes participan en talleres de fotografía, de artesanía, pintura, cerámica, bailes folclóricos de la localidad visitada, entre otras actividades que demanda la cultura.

2.3.4 La percepción turística

El término “Percepción” se define como la acción y el efecto de percibir; así como la sensación que surge del interior y por medio de una impresión material realizada desde los sentidos, idea que se genera en las personas (Real Academia Española, 2012). Una de las principales disciplinas que se ha interesado en el estudio de la percepción ha sido la psicología, quien define este concepto como “el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen otros procesos de carácter psíquico donde se hallan métodos de aprendizaje, memoria y la simbolización” (Oviedo, 2004, p.89)

De acuerdo con lo anterior, el concepto de “Percepción social” se involucra esferas sociales y culturales, las cuales intervienen de manera directa con ambientes físicos y sociales. Por ende, se

abordan elementos asociados como los valores, las actitudes, las opiniones y las creencias, es decir que “La percepción depende de la elaboración de categorías con los que se comparan los estímulos que el sujeto recibe, pues conforman los referentes perceptuales a través de los cuales se identifican las nuevas experiencias sensoriales convirtiéndolas en eventos reconocibles dentro de la concepción colectiva de la realidad” (Vargas, 1994). mediante referentes aprendidos, se configuran evidencias a partir de las cuales las sensaciones adquieren significado al ser interpretadas e identificadas como las características de las cosas y lugares, de acuerdo con las impresiones de objetos o eventos conocidos con anterioridad.

Por lo tanto, la percepción debe ser entendida como relativa a la situación histórico-social pues tiene ubicación espacial y temporal, depende de los factores cambiantes y de la adquisición de experiencias que incorporen otros elementos a las estructuras perceptuales, donde puede modificar y adecuar según las condiciones. Desde un punto de vista antropológico, la percepción es entendida como “la forma de conducta que comprende el proceso de selección simbólica de una experiencia, que tienen como límites las capacidades biológicas humanas y el desarrollo innato del hombre para la creación de símbolos” (Vargas, 1995) A través de la vivencia la percepción genera características cualitativas a las circunstancias del entorno mediante referentes que se elaboran en términos culturales e ideológicos construidos y reconstruidos por un grupo social, lo cual permite crear evidencias sobre la realidad.

En conclusión, la percepción es simultáneamente fuente y producto de las evidencias, pues las experiencias de carácter perceptual proporcionan la vivencia de experiencias; así mismo, son confrontadas con el aprendizaje social donde las fuentes ideológicas tienen un papel importante en la construcción de factores interpretativos que se conciben como la comprobación de la realidad del ambiente, para efectos de esta investigación se reconoce la percepción de los visitantes y residentes

de la localidad de Ciudad Bolívar, teniendo en cuenta las experiencias culturales y turísticas estimuladas en el territorio.

2.3.5 La motivación turística

Motivación deriva del término “Motivo” es aquello que mueve o tiene eficacia o virtud para mover. Los estímulos y situaciones que actúan sobre el individuo se modifican a través de las condiciones internas de la personalidad, por ello, la motivación es una manifestación de las propiedades y del estado de la misma personalidad.

la motivación turística se define como “la razón que asiste al turista para realizar un viaje, lo cual produce unos efectos, que permitirán satisfacer una necesidad” (Sédek, 1974). La motivación del turista se concibe como un proceso psicológico que lleva a éste a fundamentar su viaje. El fenómeno turístico es independiente del motivo que lo induce, así sea de carácter vocacional o cultural. De manera que el motivo tiene gran influencia en el estudio del turismo al generar un comportamiento totalmente distinto, con repercusiones directas en número de familiares, estructura de gastos, duración de la estancia, transporte y demás factores que influyen en su selección.

El actual director del Instituto de Estudios Turísticos de España, José Ignacio de Arrillaga ha realizado diversos estudios entorno a las motivaciones del hecho histórico, sus estudios han sido sistematizados en el marco del fenómeno turístico. De acuerdo con dos de sus obras *Ensayos sobre el turismo* y *El turismo en la economía nacional* realizadas (1962 y 1955 respectivamente), se logra sintetizar las motivaciones, catalogándolas de la siguiente forma:

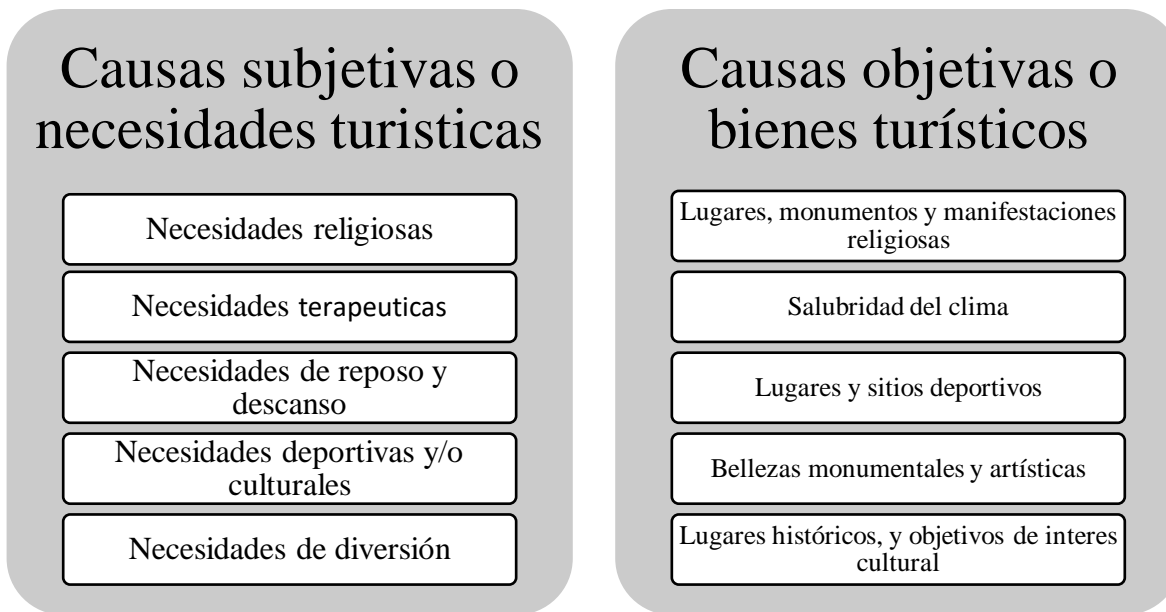


Figura 2: Causas subjetivas y objetivas de las motivaciones turísticas. Elaboración propia con base a los estudios motivacionales realizados por De Arrillaga, (1955). *El turismo en la economía nacional*

En el sector turístico, las motivaciones son las fuerzas sociopsicológicas que predisponen a los individuos a elegir y participar en una actividad turística (Ahola, 1982). La literatura turística, la motivación se constituye como un elemento importante en los modelos de elección de un destino turístico y en los de formación de la imagen de destino. Además, como lo señala Pearce (1982) la motivación es un factor dinámico que cambia en función de la experiencia, el estatus y la edad, por ende, se puede considerar a este aspecto como el concepto central en la comprensión del comportamiento del turista.

En el caso de la psicología social Castaño (2005) considera “la motivación” como el por qué los seres humanos se comportan de una manera y son el conjunto de estímulos conscientes o inconscientes, sociales, biológicos, psicológicos o sociales, que impulsan la acción hacia un determinado objetivo. Mientras que, en la esfera turística, las motivaciones se consideran como las

causas que empujan a los turistas a realizar determinadas acciones o a emprender un viaje, se dan de manera personal, por lo que encierran un carácter subjetivo difícil de medir.

La motivación turística se concibe como un aspecto relacionado con las capacidades cognitivas de los individuos, que se manifiesta, según Dann (1977) a través de la necesidad de escape y de búsqueda, donde la necesidad de escape corresponde a aspectos de la cotidianidad, el estrés y la rutina, mientras que la necesidad de búsqueda le genera al turista visitar lugares históricos, museos. Etc.

Teoría De La Motivación

Abraham Maslow quien es psicólogo estadounidense destacado por su investigación en psicología humanista y uno de los autores más citados en diversas áreas del conocimiento por el modelo formulado en la pirámide de las necesidades, la teoría de la motivación según la cual las necesidades humanas se jerarquizan de acuerdo con los niveles de importancia. La aplicación de la pirámide de Maslow, indica que el hombre es considerado un animal complejo dotado de necesidades complejas y diferenciadas que dinamizan el comportamiento humano dirigido a objetivos personales. Cuando se satisface una necesidad, nace otra en su lugar. Se considera un proceso continuo y sin fin. De manera que se crea la necesidad de comprender mejor el comportamiento del hombre y utilizar las motivaciones como un poderoso medio para mejorar la calidad de vida.

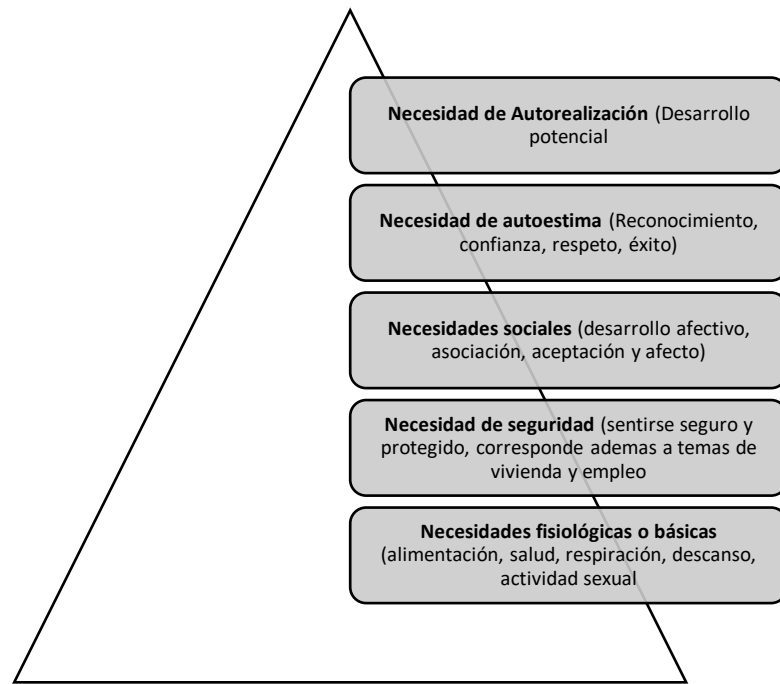


Figura 3: Pirámide de Maslow

Elaboración propia de acuerdo con la Teoría de motivación de Maslow

Las necesidades fisiológicas se sitúan al nivel más bajo de las necesidades humanas, pero aun así son de vital importancia. En este nivel están las más básicas, de origen biológico orientadas a la supervivencia, se sitúa la necesidad de respirar, beber agua, comer, descansar, sexo, refugio, salud. En las necesidades de seguridad se constituye la búsqueda de estabilidad, seguridad, protección contra la amenaza o la privación, escape de peligro, seguridad física, de empleo, de ingresos y recursos. Surgen en la conducta cuando las necesidades fisiológicas están respectivamente satisfechas. En la tercera escala encontramos las Necesidades Sociales donde se destacan las necesidades de asociación, participación, aceptación por los compañeros, intercambios amistosos, afecto y amor, se puede atender a la afiliación a un cierto grupo social, destinadas a paliar los sentimientos de soledad y alineación, aquí se encuentra el deseo de construir un vínculo familiar, casarse, ser miembro de alguna comunidad religiosa o de un club social.

Las Necesidades de autoestima se encuentran relacionadas con la manera como el individuo se ve y se evalúa a sí mismo. Perciben la autoconfianza, el respeto, el estatus, el prestigio y la consideración. En este sentido, Maslow señaló dos necesidades de estima o reconocimiento: por un lado, se encuentran una necesidad inferior que incluye el respeto de los demás, la necesidad de estatus, fama, reconocimiento, atención, reputación y dignidad y por otro lado se encuentra una necesidad superior, que establece la necesidad de respeto de sí mismo, incluyendo aspectos como la confianza, la competencia, logro, maestría, libertad e independencia. Por último, están las necesidades de Autorrealización y se caracterizan por ser las más elevadas y están en la cima de la jerarquía. Son las necesidades del individuo de realizar su propio potencial y de auto desarrollarse continuamente, el ser humano busca auto realizarse por ende está en la búsqueda de creatividad, talento, crecimiento y experiencias.

En el campo del turismo, existe una relación de acuerdo con la teoría anteriormente expuesta en términos de la naturaleza jerárquica de la motivación. La experiencia turística vuelve, a quien la vive, capaz de reconocer una vez satisfechas las necesidades originales otras más elaboradas y complejas; es decir, nuevas motivaciones pueden emerger de las experiencias del pasado que fueron satisfactorias. El estudio de este ciclo permitiría dar respuesta a tres cuestiones esenciales de la conducta en el entorno turístico: las razones para viajar, o por qué; la elección específica, o dónde; y los resultados obtenidos, o satisfacción de la visita (Castaño, et al, 2003). En relación con las razones del viaje y la elección específica de un destino, el concepto de motivación ha sido clasificado en dos grandes categorías o fuerzas: la necesidad de escape y la necesidad de búsqueda (Dann, 1977).

Los visitantes viajan bien porque son empujados por motivos o variables internas o bien porque son atraídos por los atributos de los lugares. Los factores de empuje (*push factors*) están relacionados

con aspectos internos y emocionales, como el deseo de escapar, de descansar y relajarse, de aventura o de interacción social. Los factores de atracción (*pull factors*) están conectados con aspectos externos, cognitivos y de situación, como los atractivos del lugar, las infraestructuras recreativas, o los escenarios culturales y naturales. El interés y la relevancia que tiene el estudio de estas razones o motivos en el ámbito turístico ha propiciado el desarrollo de un buen número de investigaciones en los últimos años.

2.3.6 Un modelo sobre la motivación turística: aportaciones de la Teoría de Crompton

En el año 1979 se publica el artículo de Jhon L. Crompton, titulado *Motivations for Pleasure Vacation* (Motivaciones para las vacaciones de placer). Cuyos objetivos están inicialmente en identificar las motivaciones de los turistas y los factores que influyen en la elección de su destino y como segundo objetivo está en desarrollar un marco conceptual que de un contexto amplio de tales motivaciones. Este proceso investigativo permite ser una base que facilita la segmentación de los turistas de acuerdo con sus motivaciones, lo cual resulta funcional para el sector del turismo.

Para lograr entender la dinámica que propone Crompton, es importante tener en cuenta tres aspectos, inicialmente su teoría esta trazada en la “Restauración de la homeostasis” la cual permite dar respuesta a la dinámica motivacional. La distinción entre los factores push (empuje) y factores pull (arrastre) es otro aspecto que caracteriza la teoría planteada y por último se encuentra la incorporación de la multicausalidad al instante de dar respuesta al comportamiento turístico.

El autor asume que la motivación surge desde lo que él denomina “ruptura de equilibrio” disrupciones de la homeostasis y ocurre cuando alguna necesidad del individuo no se encuentra satisfecha, se genera un estado de tensión que le resulta desagradable y el cual le impulsa a realizar alguna acción con el objetivo de suplir el nivel de satisfacción a la necesidad de restituir así el estado homeostático de equilibrio, en términos turísticos, la conducta del turista entendida desde su decisión

de viajar y en su elección de destino se adaptaría a la misma dinámica de re- equilibrio es decir, cuando el individuo decide tener un descanso de placer sería una conducta posible que permite satisfacer las necesidades que en la vida cotidiana no son posibles de solventar.

Dos aspectos claves, los cuales se deben tener en cuenta en literatura orientada a las motivaciones turísticas, tienen que ver con los factores de empuje (Push) los cuales inducen al individuo a tomar la decisión de realizar un viaje, y por otro lado estas los factores de arrastre (Pull) que corresponde a ser los responsables de la elección de destino. En ese sentido, se asume que los factores de empuje se anteceden en términos conceptuales y temporales a los factores de arrastre, además, se explica que los factores Push intervienen en un sentido sociopsicológico que se origina desde el propio individuo, mientras que los factores Pull logra determinar las características propias del destino turístico. La relación expuesta por Crompton y McKay (1997) tendría congruencia con el planteamiento de Iso- Aloha (1982) de acuerdo con las dos fuerzas motivacionales: el escape y la búsqueda, donde el escape consiste en huir de su entorno cotidiano, mientras que la búsqueda se refiere a perseguir la recompensa psicológica mediante el viaje a un ambiente diferente, independientemente si la elección del destino es nuevo o antiguo para el turista. Desde esa perspectiva, se logra establecer una reformulación donde se contempla que los factores de arrastre obtienen un contraste con los factores de empuje, teniendo en cuenta las características del destino, las recompensas inmersas, en un marco sociopsicológico.

Finalmente, Crompton (1979) determina la “multicausalidad” en la explicación del comportamiento turístico y en dos sentidos; inicialmente se considera que la motivación es factor que da respuesta a la conducta turística de un individuo, así como las influencias sociales y culturales. Otro aspecto que caracteriza esta teoría consiste en resaltar que la propia motivación es multidimensional, es decir, el individuo orienta su conducta en función de una pluralidad de motivos

que actúan de manera combinada, donde miembros del mismo grupo realizan la misma actividad para satisfacer diferentes necesidades (Crompton y McKay, 1997).

Desde la literatura psicológica se distinguen los motivos primarios los cuales provienen de las necesidades biológicas o de supervivencia y los motivos psicosociales que corresponden a la aceptación que surge desde un aprendizaje o desde una interacción social. Desde esta perspectiva se delimita tres cuestiones esenciales que demanda el ciclo turístico (*Ver Figura 4. Ciclo turístico*) el cual establece las razones para viajar, lo que corresponde al por qué, posterior a esto se relaciona con la elección del destino, es decir, dónde, y los resultados finales que pertenece a un factor de satisfacción. Según Pearce (1988, 1994) “la motivación turística no es un proceso estático, sino más bien un proceso evolutivo, dinámico que estimula un cambio de experiencia turística”

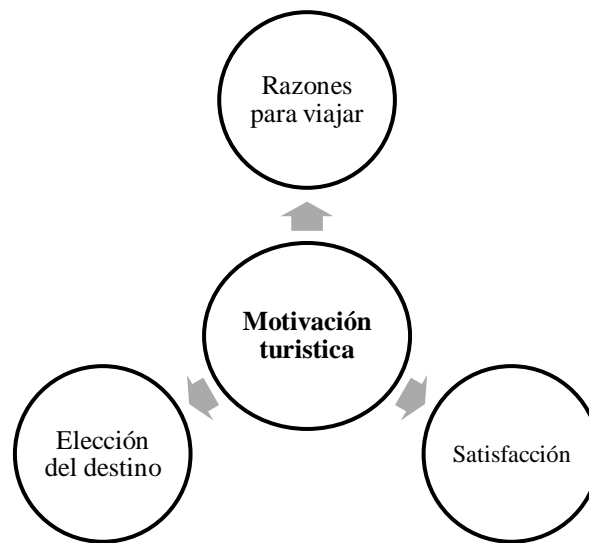


Figura 4: Ciclo turístico

3. Metodología

3.1 Diseño metodológico

Dadas las características de la indagación propuesta, se pretende implementar un diseño metodológico determinado por el proceso descriptivo dado que nos permitirá obtener un diagnóstico preciso y descriptivo porque permite puntualizar las características de la población estudiada. Desde el ámbito de las ciencias sociales se define la investigación descriptiva como “un estudio descriptivo el cual propone realizar esencialmente una medición precisa de una o más variables en alguna población definida o en una muestra de dicha población. La descripción es, un discurso que da evidencia y significa el ser de una realidad a través de sus partes, sus rasgos estructurales, sus propiedades, características y sus circunstancias” (Sarabia, 1999, p.57).

De acuerdo con lo anterior, es preciso mencionar que la investigación descriptiva viene a ser un proceso inicial y preparatorio de una investigación, pues en la medida que el fenómeno de estudio forma un sistema complejo y muy amplio, la misma nos permite ordenarlo, caracterizarlos y clasificarlo, es decir, generar un trabajo de descripción del fenómeno lo más preciso y exacto posible, Por ende, esta investigación se abordará desde un enfoque cualitativo, pues se estudiará los fenómenos sociales relacionados con las motivaciones turísticas que se genera en la localidad de Ciudad Bolívar, desde la perspectiva de los actores que en ella intervienen, con el objetivo de comprender los intereses y las motivaciones que impulsan al turista y visitante a recorrer la localidad.

Se realizó un diseño metodológico determinado por el proceso de carácter cualitativo donde se configuraron instrumentos, los cuales, en su conjunto, permiten desarrollar una mirada acerca del objeto de estudio en las siguientes etapas:

- Etapa preparatoria: se inicia la indagación bibliográfica y la reconstrucción de los antecedentes investigativos, posterior a esto se realizó la determinación de los procedimientos metodológicos con el objetivo de recopilar los datos necesarios.
- Trabajo de campo: se realiza la recolección y clasificación de la información a través de los instrumentos (entrevista, encuesta, diario de campo)
- Etapa hermenéutica: se efectuó un proceso de análisis, interpretación y discusión del corpus, donde se requiere momentos finales del estudio y modelos analíticos específicos de toda la experiencia para ser puntuales de manera sistemática los resultados de la investigación. Además, se hace un proceso de comparación, por medio de triangulaciones, acerca de los distintos estadios del fenómeno observado.
- Redacción y socialización de resultados: se llevó a cabo la elaboración del informe final con las características formales de contenido correspondientes, procesos de divulgación de los resultados y de la continuación del proceso de investigación (proyectos que podrían surgir de la proyección).

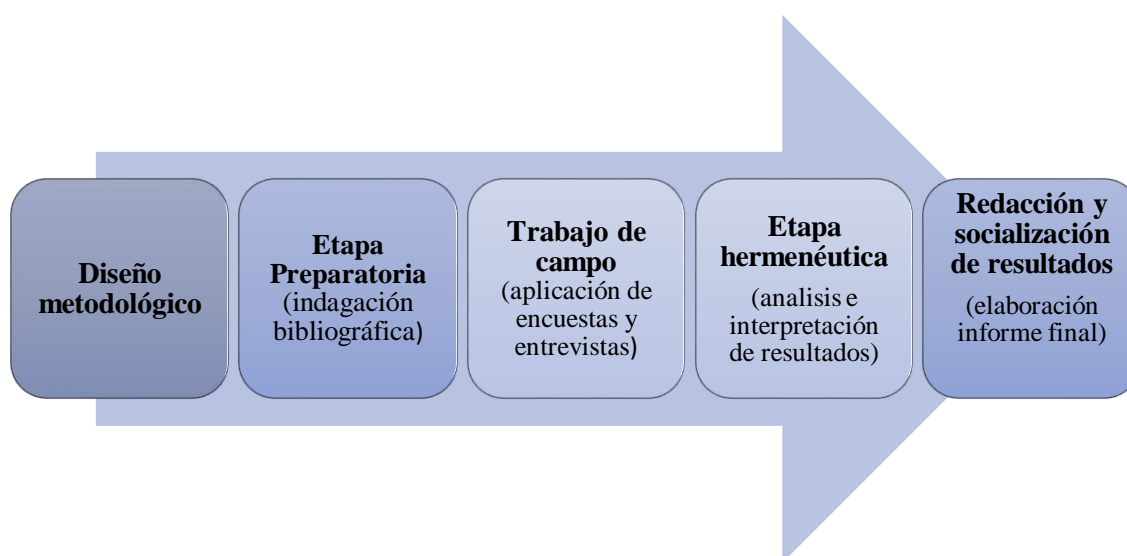


Figura 5: Diseño metodológico
Elaboración propia.

3.2 Técnicas de Recolección de la Información

Para la ejecución de la investigación consideramos conveniente referirnos a las fuentes de las cuales se obtuvo la información necesaria, por tanto, dividimos las fuentes de información de dos maneras:

3.2.1 Fuentes primarias:

Están compuestas por todo el caudal de los datos que se recolectaron a través de los instrumentos, es decir, la información de primera mano tomada de guías turísticos, gestores culturales de la localidad y funcionarios de los escenarios culturales.

- *Diario de campo*¹. Se utilizó como instrumento de registro, allí se consignaron las apreciaciones, hipótesis, descripciones, sentimientos, opiniones y reacciones frente a la realidad presentada. Este Instrumento permitió un registro escrito completo, detallado, continuo y permanente del proceso de investigación y de la forma como se llevó a cabo.

¹ “El diario de campo es un instrumento de formación, que facilita la implicación y desarrolla la introspección, y de investigación, que desarrolla la observación y la auto observación recolectando perspectivas de diferente índole” (Latorre, 1996, p. 56). Por otra parte, se considera el diario de campo como un instrumento metodológico de corte cualitativo, Gento (2004) señala que “el diario de campo es aquel que registra en forma de secuencia los eventos que son de interés para el observador, sin dejar de lado la interpretación por parte de este”.

- Entrevista semiestructurada: La entrevista de investigación es inicialmente un encuentro entre sujetos en el cual se busca descubrir subjetividades. Es una técnica de recogida de información que además de ser una de las estrategias utilizadas en procesos de investigación, tiene ya un valor en sí y cuyo objetivo principal es obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos, experiencias, opiniones de personas. Por tanto, Se aplicaron entrevistas, semiestructurada cualitativa² focalizada para conseguir datos acerca de aspectos concretos que se indagaron. Entrevistas no estructuradas, porque nos permitieron explorar temáticas y seguir el hilo posibilitado por las realidades particulares de los sujetos investigados. De acuerdo con lo anterior, se aplicó a gestores y mediadores culturales de los escenarios de carácter cultural de la localidad, con el fin de recolectar un conjunto de saberes, experiencias personalizadas aptas para reconocer las motivaciones e interés que genera el turismo cultural en la localidad.
- Encuesta: mediante la utilización de un cuestionario estructurado o conjunto de preguntas permite obtener información sobre una población a partir de una muestra. Las preguntas del cuestionario suelen ser cerradas en su mayoría, se marcan unas opciones de respuesta limitadas entre las que elegir. Así, mediante codificación, se el análisis de datos. Se debe determinar en gran medida la elaboración del cuestionario. Según la presencialidad el lenguaje. En este caso, la encuesta se llevará a cabo de manera presencial y de forma escrita, es decir, donde el encuestado completa el

² la entrevista semi estructurada pretende, mediante la recolección de un conjunto de saberes, la construcción del sentido social de la conducta individual o del grupo de referencia del sujeto entrevistado; y de esta manera, permitir la entrada de un lugar comunicativo de la realidad, donde la palabra es el vector principal de una experiencia personalizada, biográfica e intransferible. (Alonso, 1999, p. 228). Este instrumento tiene la capacidad de adaptarse a las diversas personalidades de cada sujeto, en la cual se trabaja con las palabras del entrevistado y con sus formas de sentir, no siendo una técnica que conduce simplemente a recabar datos acerca de una persona, sino que intenta hacer hablar a ese sujeto, para entenderlo desde dentro (Corbetta, 2003, p. 72-73)

cuestionario por sí solo. El cuestionario se dividió en tres secciones; la primera parte, dirigida a la definición de las características sociodemográficas, es decir, a la obtención de información básica sobre el turista y visitante. Dando respuesta a temas como género, edad, localidad o país de residencia, ocupación, nivel de educación, y a la elección de visita del lugar turístico cultural, principal motivación.

La segunda sección se planteó para darle respuesta a la dimensión de la motivación, se establecieron en total 14 ítems que comprendían los factores de empuje (*pull factors*) y lo de arrastre (*push factors*). Las motivaciones de los visitantes fueron medidas a partir de una escala tipo Likert³ de 5 puntos donde 1 se definió como “nada importante”, 3 “neutral” y 5 “muy importante”. (Ver *tabla 3 factores de motivación e interés*) Posterior a esto se realizó un análisis factorial de la escala de motivación del que se extraen cuatro factores, con el fin de facilitar la comprensión de los resultados que de ellos se derivan.

³ La escala de Likert se denomina así por Rensis Linkert, quién publicó en 1932 un informe donde describía su uso. Es una herramienta psicométrica la cual permite medir actitudes y conocer el grado de conformidad del encuestado

Tabla 3. Factores de motivación e interés

Grupos de motivaciones	Motivación de descanso y tranquilidad	Motivación de desarrollo personal y conveniencia	Motivación social y de escape	Motivaciones culturales y monumentales.
	Recargar energías	Desarrollar habilidades y/o capacidades	Interactuar con la población local	Conocer el patrimonio histórico y cultural.
Escala de Motivación	Desconectar de las tensiones diarias	Cercanía del lugar de residencia	Asistir a eventos culturales, recreativos y/o artísticos	Conocer el entorno rural de la localidad.
	Búsqueda de descanso y tranquilidad	Complemento a otra actividad o visita	Búsqueda de nuevas experiencias	Aprender y aumentar mis conocimientos.

Elaboración propia con base al modelo Crompton (1979) junto con las aportaciones de Dann (1977).

La tercera y última sección se proyectó de “una concepción de satisfacción del destino, donde se evalúa su experiencia y ese será el resultado de un proceso complejo en el que intervienen un elevado número de elementos vinculados al mismo” (Oliver, 2002). La elaboración de la escala tipo Likert se realizó mediante cinco aspectos de valoración del destino turístico cultural: Transporte, Trato de los funcionarios hacia sus visitantes, Recomendación del lugar, conservación del patrimonio cultural, acceso a información cultural y/o turística.

3.2.2 Fuentes secundarias:

Se consideró para esta investigación, los resúmenes y listados de referencias publicados en un área específica de turismo cultural, incluyendo enciclopedias, bibliografías, artículos y tesis. En ese sentido, se realizó una búsqueda de antecedentes documentales en las bases de datos, repositorios de universidades nacionales e internacionales y buscadores como: ScenceDirect, SportDiscus, Pubmed,

SciELO, Dialnet, Scopus, Redalyc, Universidad Pedagógica Nacional, Pontificia Universidad Javeriana y Google Académico. Los criterios de búsqueda se basaron en las motivaciones turísticas de los visitantes, satisfacción turística, turismo cultural y comportamiento del turista. En total se realizó una revisión de 20 documentos, se descartaron 13 por no cumplir con los criterios que demanda el proyecto y fueron seleccionados 7. (ver tabla 4, Antecedentes documentales)

Título	Autores	Universidad	Año
Motivaciones de viaje del turista que visita Medellín	Zully Betancurt Ocampo, Rosa Ángela Higuíta Negrette.	Ágora Revista Virtual de Estudiantes	2018
Los viajeros y sus motivaciones, un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar.	Gisele Araujo Pereira	Universidad Federal de Minas Gerais – Belo Horizonte, Brasil	2017
Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar	Miguel Ángel Beltrán, María Parra	Universidad Católica San Antonio de Murcia	2016
Satisfacción y motivación turísticas en la Costa del Sol	Elisa Portillo Cebberos	Universidad de Málaga, Facultad de turismo	2013
Motivación turística en Adultos Emergentes y Adultos Tempranos.	Ángela María Rojas Morera	Pontificia Universidad Javeriana	2013
“La satisfacción del turista cultural enológico: causas y efectos”	Cristina de la Orden Reyes	Universidad de Huelva, España.	2012
Turismo y Educación (bases para una	Antonio Cañellas, Gerardo Brown González	Universidad de la Serena, Chile	1993

pedagogía del turismo)			
------------------------	--	--	--

Tabla 4: Antecedentes documentales
Elaboración propia

3.3 Población

Se tomó el muestreo no probabilístico o muestreo por conveniencia, que es una técnica comúnmente usada. Consiste en seleccionar una muestra de la población por el hecho de que sea accesible. Es decir, los individuos empleados en la investigación se seleccionan porque están fácilmente disponibles, no porque hayan sido seleccionados mediante un criterio estadístico. Esta conveniencia, que se suele traducir en una gran facilidad operativa y en bajos costes de muestreo, tiene como consecuencia la imposibilidad de hacer afirmaciones generales con rigor estadístico sobre la población. Según Cuesta (2010), la técnica de muestreo no probabilístico se aplica cuando no se tiene acceso a una lista completa de los individuos que forman la población (marco muestral) y, por tanto, no se conoce la probabilidad de que cada individuo sea seleccionado para la muestra.

En este caso, se implementó la encuesta a 60 visitantes de diversos escenarios turísticos inmersos en la localidad, los individuos se escogieron de manera aleatoria, teniendo en cuenta la disposición y autorización de que querer acceder a dar respuesta a la encuesta diseñada. Además, para cumplir con el objetivo de analizar las percepciones de los gestores culturales y funcionarios de la localidad, se logró tener la participación de cinco gestores culturales de la localidad y de dos funcionarias del Instituto Distrital de Turismo.

4. Presentación De Resultados

Una vez aplicados los instrumentos se recolectó y clasificó la información para someterla al análisis cualitativo cuyo resultado, nos permitió analizar los intereses de los visitantes que desarrollan el turismo cultural en la localidad de Ciudad Bolívar⁴.

4.1 Caracterización de las ofertas culturales y turísticas

En ese orden de ideas, se partió por el objetivo que persigue identificar y caracterizar los tipos de ofertas culturales que realizan las entidades vinculadas directamente al turismo cultural en la localidad de Ciudad Bolívar, en ese sentido, a continuación, se evidencia del inventario de equipamientos y espacios culturales hallados en la localidad de ciudad bolívar, destacando las actividades turísticas y culturales de cada escenario y el impacto que genera cada uno.

Ciudad Bolívar, ha aumentado su población⁵ de forma acelerada en las últimas décadas, ya que constituye un centro de confluencia para el asentamiento de las personas que emigran de las zonas rurales, principalmente por la búsqueda de nuevas oportunidades o refugio contra la violencia y el desplazamiento forzado. La dinámica cultural de la localidad se caracteriza por su diversidad, reflejo de su composición social y multicultural. En este sentido, la oferta cultural tiene una variedad de

⁴ Según la secretaria Distrital de Planeación (2009) la localidad 19 de Ciudad Bolívar se encuentra ubicada al suroccidente del Distrito de Bogotá, limitando al norte con la localidad de Bosa, al sur con las localidades de Usme y Sumapaz, al este con la localidad de Tunjuelito y Usme, y al Oeste con el municipio de Soacha. Esta localidad fue legalizada en 1993. La topografía de Ciudad Bolívar es en un 90% montañosa y el 72% de la localidad se considera zona rural, lo que permite ser un escenario óptimo para el desarrollo de programas que involucren la interacción directa con la naturaleza. Alcaldía Local de Ciudad Bolívar (s.f.)

⁵ En los años ochenta se registran varios asentamientos de sectores marginados del país y de la ciudad dando origen a barrios como Juan José Rondón, Alpes, Juan Pablo II; a través del programa “lote de servicios” del Banco Interamericano Desarrollo nacen los barrios, Sierra Morena, Arborizadora Alta y Baja.

espacios y de encuentros para la formación y el estímulo, con la opción de la expresión de inquietudes artísticas, culturales, patrimoniales y sociales. El abanico de posibilidades va desde festivales y encuentros artísticos, escuelas de formación, hasta proyectos de investigación y de patrimonio. Un quehacer cultural liderado por las diferentes organizaciones, gestores, casas y centro culturales de la localidad. Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte (s.f.).

Los fenómenos de turismo y educación coinciden en ser fenómenos humanos, sociales y culturales, además, amplía la diversificación en términos como el ocio, tiempo libre y animación sociocultural, de manera que permite ampliar el campo interdisciplinario de gran contenido que genera implicaciones recíprocas entre el turismo y la educación. Los trabajos sobre educación turística señalan que es vista como elemento formador del individuo, generando actitudes y valores orientados a situaciones de aceptación, respeto y convivencia social.

Ahora bien, las potencialidades culturales del territorio se organizan desde el Plan Decenal de Cultura de la localidad de Ciudad Bolívar⁶ el cual plantea la visión “En el 2021 Ciudad Bolívar es una localidad que reconoce la cultura como componente estratégico del desarrollo sostenible y del ejercicio de la democracia, donde se transforman imaginarios y patrones culturales, se apropian y respetan las diversas prácticas culturales, artísticas y del patrimonio cultural de sus habitantes, y se generan condiciones para el ejercicio efectivo de los derechos culturales” Elizabeth (2011) desde ese punto de vista, las estrategias del plan se direccionan, al mejoramiento de la calidad de vida de la

⁶La Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte es el organismo central que formula e implementa las políticas públicas en arte, cultura, patrimonio, recreación y deporte, en ese sentido El Consejo Local de Arte, Cultura y Patrimonio (CLACP) de Ciudad Bolívar plantea las apuestas culturales y determina las líneas estratégicas del Plan Decenal de Cultura de Ciudad Bolívar, con el objetivo de fortalecer agentes culturales, artísticos y patrimoniales; reconocer la base cultural de la localidad, propender por sus derechos y visibilizar a la comunidad que hay un espacio de participación constante.

comunidad a través de las prácticas y manifestaciones culturales, factores simbólicos que identifican y caracterizan a la localidad.

De acuerdo con el equipamiento cultural que presenta la Planeación de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, se visibiliza Las Casas de Cultura en Bogotá como infraestructuras de carácter comunitarias y autónomas, inmersas en el Sistema Distrital de Arte, Cultura y Patrimonio, el cual estructura un equipamiento cultural y comunitario dentro de un contexto geográfico de la capital, con la accesibilidad y servicio de la comunidad. En ese sentido, la localidad de Ciudad Bolívar cuenta con cinco casas de la cultura (*Ver tabla 4: Equipamientos y espacios culturales de la localidad de Ciudad Bolívar*) con el objetivo de promover el “el buen aprovechamiento del tiempo libre de los niños, jóvenes y adultos mayores”

Tabla 5: Equipamientos y espacios culturales de la localidad de Ciudad Bolívar

Equipamientos y espacios culturales	Contexto	Eventos de orden cultural
Casa de la cultura Celojje	El objetivo consiste en Promocionar, por medio de las líneas estratégicas de gestión y las diferentes dimensiones de las prácticas artísticas y culturales de la comunidad.	Escuela de formación artística, talleres de lectura y escritura para niños, jóvenes y adultos.
Casa de la cultura Arborizadora Baja	Es un equipamiento cultural, cuya administración es realizada por el Fondo de Desarrollo Local de Ciudad Bolívar. Nace por medio de una propuesta generada por la comunidad, con el objetivo de construir un ambiente netamente cultural y artístico, a disposición de la misma comunidad y de sus visitantes, teniendo en cuenta el	Escuela Liber – Arte CB Escuela de formación juvenil por medio del arte y la cultura. Circuitos de arte, cultura y emprendimiento. Cursos de danza urbana para poblaciones juveniles Talleres de lectura

Casa de la cultura Semillas Creativas	<p>trabajo desarrollado por las casas de la cultura comunitarias (Alcaldía Local de Ciudad Bolívar, 2021)</p> <p>Ubicada en el barrio Juan Pablo II, se define por ser una organización con un sentido comunitario, que trabaja a través de la promoción de la literatura y la cultura. Esta iniciativa ha sido dirigida por jóvenes de esta comunidad desde el año 1988, que desarrolla su trabajo de formación, en derechos humanos desde las artes, la educación y las expresiones culturales. (Alcaraz, 2017)</p>	<p>Talleres de danza, música y teatro.</p> <p>Anualmente, en la temporada de las vacaciones (13 de junio al 16 de julio) se realizan clases de danza urbana, talleres audiovisuales de fotografía documentales, escritura creativa</p>
Casa cultural Comunitaria Arabia	<p>Es una corporación ubicada en el barrio Arabia, Ciudad Bolívar, desde allí se generan vínculos pedagógicos, culturales y artísticos, pues de manera constante se realizan procesos de formación artística en artes plásticas y visuales. Esta organización cuenta con la colaboración del Fondo Nacional de Desarrollo Local de Ciudad Bolívar.</p>	<p>Se realizan talleres de artes plásticas como cerámica, porcelana y manualidades dirigidos a la población adulta.</p> <p>para adolescentes se realizan talleres de trompeta y para la población infantil se realizan talleres de teatro y de lectura y escritura.</p>
Casa de la cultura San Joaquín Imago	<p>Como misión esta Crear, formar y promover una línea de investigación que permita socializar y potenciar habilidades artísticas y culturales de los habitantes del barrio San Joaquín. Se caracteriza por ser un espacio que</p>	<p>Escuela de formación juvenil por medio del arte y la cultura.</p> <p>Circuitos de arte, cultura y emprendimiento.</p>

facilita la ejecución de las líneas de gestión cultural.

Cursos de danza urbana para poblaciones juveniles
Talleres de lectura y escritura para todas las poblaciones.

Fuente: Elaboración Propia (2022) **Nota:** se tuvo en cuenta el inventario cultural que presenta la Dirección de Planeación de la secretaria de Cultura, Recreación y Deporte (2020)

Como resultado de esto se logra evidenciar varias características y pautas de actuación que propenden por la conservación, apropiación y representaciones de la cultura, son escenarios que logran potencializar e involucrar las tradiciones, las expresiones culturales y narrativas orales que resaltan la historia de la localidad. Además, son espacios que favorecen a la formación y capacitación en las diferentes áreas artísticas y culturales, fomenta el apoyo a la creatividad y así mismo se desarrolla un intercambio cultural.

Todos estos factores conducen a percibir las Casas de la Cultura como recursos turísticos y culturales específicamente para las personas cuyo interés está en conocer aspectos propios e innatos de la localidad y así mismo integrarse a las manifestaciones artísticas que se generan en el entorno, es decir, son instrumentos fundamentales para el desarrollo urbano de áreas específicas y la promoción económica y social, donde por medio de la estrecha relación con una perspectiva de desarrollo económico enfocado en la regeneración urbanística alrededor de ciudades creativas y de las industrias creativas, en la localidad se ha promocionado la dotación de infraestructura con el fin de promocionar la cultura, que desde el Plan Decenal de Ciudad Bolívar, se logra integrar múltiples impactos en la preservación de la herencia local, el incremento de la oferta de oportunidades y espacios de recreación y esparcimiento, el acceso social y equitativo a servicios culturales, la promoción del turismo y la generación de empleo.

En ese orden de ideas, es pertinente resaltar las riquezas culturales que contempla la localidad, como los bienes de interés cultural (Palo del Ahorcado, Teatro el Ensueño, Museo Ciudad Autoconstruida, Puente del Indio) y sus actividades netamente turísticas (Ruta turística Campesina y Ruta de la Esperanza, Festival Ojo al Sancocho). Estos escenarios deben ser reconocidos por los mismos habitantes, donde la identidad y la apropiación son pilares que logran establecer la relación entre los recursos turísticos y la comunidad receptora. Para entender la dinámica que se genera en el territorio, es importante resaltar que el patrimonio y el turismo son factores ecuánimes en términos socioeconómicos, culturales y territoriales, la importancia de conservar los recursos está inmersa con el desarrollo de apropiación y conocimiento de estos, por ende, es posible ofrecer al visitante y turista, una experiencia única, social e incluyente.

Se entiende el patrimonio cultural como una “herencia material e inmaterial” que ha recibido una comunidad en específico y que a su vez debe ser concebida y protegida por las generaciones presentes y futuras, que sea posible ejercer una identidad propia del territorio y donde este será percibido por otros. El fenómeno turístico tiene lugar siempre y cuando exista un recurso turístico⁷ al instante de consumir una motivación por parte del visitante se considera este como una materia prima del turismo.

A continuación, se describirá los escenarios históricos y culturales que representa la localidad de Ciudad Bolívar, cada recurso explica la importancia y el valor que se ha conservado por la misma

⁷ La primera definición del recurso turístico aparece en el año 1978 en una publicación de la Organización Mundial del Turismo donde se consideran como tal a “todos los bienes y productos que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios accesibles, hacen posible la actividad turística y así mismo la satisfacción de las necesidades de la demanda”

comunidad y los cuales hoy se reconocen como elementos importantes que permiten fomentar una identidad y una apropiación y son posibles exhibirlos por medio de la actividad turística.

Palo del Ahorcado

Ubicado en el barrio Potosí, Es un árbol de eucalipto, que está en la cima de Cerro Seco, un ecosistema que es pulmón de la Medialuna Sur de Bogotá, con cerca de 136 hectáreas que conectan con el Páramo de Sumapaz, el Área de Manejo Especial Sierra Morena y el Rio Bogotá. que existe desde hace más de setenta años, considerado actualmente como un símbolo cultural, varios habitantes han llegado a atribuirle leyendas, el valor que se le da al elemento natural por parte de sus habitantes es muy especial, sus antiguos pobladores han observado que sus hojas y ramas han permanecido intacto durante años. “La primera leyenda sobre el Palo del Ahorcado, y a la que se le atribuye su nombre, data en el año 1938, época en el que los primeros pobladores observaron con extrañeza el árbol situado desde la montaña”. Según Blanca Pineda, historiadora popular y raizal de la localidad, encargada de promover recorridos y visitas al sector.

Los antiguos habitantes afirmaban que el primer ahorcado fue una mujer llamada Ernestina quien le quitó el marido a su comadre y vivió con él. A lo largo del tiempo, las montañas que caracterizan la localidad se fueron poblando poco a poco y sus nuevos habitantes, quienes son provenientes de diversas partes de Colombia, hicieron crecer una variedad de mitos en torno al árbol.

Desde 1986 se da inició a la tradición de hacer Viacrucis en la localidad, después de que las parroquias de Candelaria la nueva, Potosí y El Tanque estuvieran de acuerdo para determinar la última estación el Palo del Ahorcado, la rutina consiste en que los creyentes dejan sus cruces y en ellas sus nombres alrededor del árbol, esta actividad se define como un símbolo de fe, pero también como un acto de sacrificio. Allí mismo, los visitantes hacen oraciones según sus necesidades. (Cuevas, 2016)

El Palo del Ahorcado se reconoce como uno de los símbolos mudos que hace parte de esta historia local, lo cual genera apropiación y es considerado por sus habitantes como un patrimonio histórico, pues “es un legado que ha sido creado por el hombre a lo largo del tiempo y que ha generado momentos de cambio para la sociedad determinada, por tal razón, revestiría un valor histórico de la comunidad a la cual pertenece el patrimonio, proporcionando información concreta de ese momento determinado” (Ballart, 2002, p.36)

Cada viernes santo en uno de los viacrucis más grandes de Bogotá que se hace desde los años 80, se han construido proyectos pedagógicos y deportivos como el del Instituto Cerros del Sur, del él se han hecho documentales y en torno a él se han realizado procesos de resistencia ambiental para conservación y protección de Cerro Seco de la minería. Al menos desde la década del 60, se han evidenciado prácticas colectivas de esparcimiento y recreación alrededor del Palo del Ahorcado, como el mencionado “Paseo de olla”, las caminatas ecológicas o las salidas a elevar cometa. Cabe mencionar que este también ha sido un escenario donde ha sido posible desarrollar alrededor de 17 festivales locales, de los cuales se destacan el Festival de Cine Comunitario Ojo al Sancocho y el Festival Musical “Poto También es Rap”.

En abril del 2022 este elemento natural y cultural ha estado en un proceso para que se pueda declarar como “Patrimonio de Bogotá”, por medio una iniciativa comunitaria, local y de varias organizaciones del territorio que se han interesado en construir una herramienta que permita proteger el territorio a partir de un reconocimiento cultural. Esta propuesta se ha venido realizando desde hace más de un año, en compañía del Instituto Distrital de Patrimonio Cultural (IDPC), esta entidad ha logrado desarrollar un documento preliminar el cual pretende ser un insumo para la postulación a la categoría patrimonial que mejor se ajuste. Al estar declarado podría tener algunos regímenes de protección importantes y algunos procesos y proyectos asociados a su conservación. Patrick Morales,

director del IDPC menciona que “el objetivo es poder clasificarlo como un “Patrimonio Integrado” porque cruza lo inmaterial como las prácticas y creencias religiosas, la memoria y la resistencia del territorio”

“Desde la iglesia católica, el padre Julio Solórzano propuso desarrollar allí un viacrucis desde los años 1986 y 1987, la comunidad acogió de una manera interesante este proceso y a medida del tiempo se han sumado más fieles a participar, el viacrucis ha llegado a convocar hasta 35.000 personas” relata Héctor Gutiérrez, del Instituto Cerros del Sur. Una de las prácticas más destacadas es la multitudinaria procesión que se lleva a cabo de manera anual en la Semana Santa católica, donde la mayoría de los asistentes son habitantes de la misma localidad, territorio poblado por inmigrantes procedentes de diversos rincones del país que han traído se acervo cultural regional, campesino o étnico.

En medio de la romería que se ha formado a lo largo del tiempo, integrantes de varias organizaciones comunitarias, han inculcado la importancia de preservar el territorio, relacionando aspectos pedagógicos, políticos, ambientales y organizacionales, donde el Palo justifica la defensa del ecosistema que lo rodea. Este símbolo de resistencia se ha considerado incluso como “Aula ambiental” donde se ha formado a la mayoría comunidad en términos de ecología, cultura y actividad física.



Figura 6: Palo del ahorcado, símbolo de fe de Ciudad Bolívar
Fuente: Instituto Distrital de Recreación y Deporte (2016).

En este escenario turístico, se logra identificar un tipo de turista peregrino, se caracterizan como personas que buscan satisfacer sus necesidades en tres aspectos fundamentales, inicialmente busca la autenticidad de la vida en otras sociedades, es decir busca darle sentido a algo experiencial, en segunda instancia, este tipo de turista experimenta con estilos de vida diferentes al propio, y por último, el turista encuentra un nuevo centro existencial como resultado de la experiencia del viaje.

En esta actividad prevalece a lo Smith (2003) denomina “Turista Chárter” y se refiere a turistas interesados en conocer un destino turístico nuevo de bajo riesgo y con cierta familiaridad, les gusta realizar sus visitas en grupos grandes, normalmente necesitan de algún guía con el fin de poder enriquecer sus conocimientos y así mismo le permita aclarar su recorrido.

Teatro El Ensueño

Es uno de los escenarios que hace parte de la Red de Equipamientos Sustentables de Bogotá del Instituto Distrital de las Artes, cuenta con una capacidad para 800 personas, diez camerinos, dos salas de ensayos, este espacio cultural se caracteriza por contar con una arquitectura innovadora y equipada con alta tecnología, esto, con el objetivo de brindar presentaciones de obras y propuestas de gran formato. Esta infraestructura se ha desarrollado a partir de encuentros constantes entre los habitantes y mediadores culturales de Ciudad Bolívar. Este espacio genera un valor cultural muy relevante, pues se articula acciones pedagógicas con equipos multidisciplinarios y que contribuyen a una construcción del tejido social, se convierte en un epicentro de diálogo comunitario, brindando procesos de participación colectiva y apropiación de territorio; allí se cuenta con la participación de artistas locales enfocados en el área de la danza, el circo, la música y el grafiti, con franjas y programación permanente, laboratorios, talleres, ciclos de teatro, cine, danza, música y un espacio permanente para exposiciones de artes plásticas.

Entendiendo la dinámica que ejerce el teatro El Ensueño, se puede clasificar este espacio como un bien de interés cultural, pues según el Ministerio de Cultura “se concibe el patrimonio cultural de manera incluyente, diversa y participativa, como una suma de bienes y manifestaciones que abarca un vasto campo de la vida social y está constituida por un complejo conjunto de activos sociales de carácter cultural (material e inmaterial), que le brindan a un grupo social sentido, identidad y pertenencia” .

Una de las actividades que se lograron identificar allí alrededor del turismo cultural consiste en el “Día Mundial del Teatro” el cual celebra una de las manifestaciones del arte más representativas del mundo, un espacio que ha promovido el dialogo y ha permeado la vida cotidiana de las y los ciudadanos, para enriquecer la experiencia de los turistas, menciona Nicolás Montero, secretario de

Cultura, Recreación y Deporte. Esta actividad se realiza de manera anual, los días 26 y 27 de marzo en la ciudad de Bogotá y cuyos escenarios son los teatros más importantes de las localidades de la ciudad, en este caso, Teatro El Ensueño es uno de los equipamientos culturales que hace parte de la formación del este Festival, es una conmemoración creada en 1961 por el Instituto Internacional de Teatro con el objetivo de conocer las esferas de las artes escénicas a sus usuarios. El ente regulador de esta actividad es el Instituto Distrital de las Artes, donde a través de una programación diversa de arte, circo y cultura se estimula los procesos artísticos de la comunidad.

Este escenario cultural es clave para las personas cuyo interés se inclina en conocer las manifestaciones artísticas, su motivación principal es el arte, pues planean y disponen su tiempo en hacer parte de los eventos que caracterizan a una comunidad, se habla de un “turista cultural específico” como lo menciona Smith (2003) en su tipología de turista cultural “este perfil turístico está dispuesto a conocer nuevos y diferentes lugares, no están interesados en visitar lugares simulados, como parques temáticos o copias de representaciones turísticas”

Otra actividad que permite fomentar el turismo cultural y la asistencia de personas de diversas partes de Colombia es el Torneo Distrital de Poesía, evento inspirado en los “Slams” poéticos nacidos en Estados Unidos, se creó el “Slam Poético Festival Colombia 2022” el cual se realiza de manera anual en las primeras fechas del mes de noviembre en Cartagena. En el caso de Bogotá, el Instituto Distrital de las Artes, ha sido el ente interesado en gestionar los procesos que demanda la actividad. Catalina Sierra, quien es fundadora del Slam de disidencia sexuales explica “El Slam es una competencia poética en la que texto propio, cuerpo y voz cuestionan varias problemáticas sociales, vinculando la creación de un público que espera algo más que un recital de poesía, es decir, es un torneo en el que la competencia es una excusa para volver a escucharnos. Esta actividad tiene varios

componentes y dinámicas que reivindican la esencia oral de la poesía, su proceso fortalece la escucha donde terceras personas puede expresarse y tejer comunidad”



Figura 7: Teatro El Ensueño (Interior)
Fuente: Instituto Distrital de las Artes



Figura 8 Teatro El Ensueño (Exterior)
Fuente: Instituto Distrital de las Artes.

Puente del Indio

Ubicado en el barrio Arborizadora Alta, se caracteriza por ser útil para abastecer agua a las tribus indígenas que habitaban en el territorio, fue edificado para el riego de cultivos de los Muisca quienes habitaban en el territorio, allí cultivaban y se realizaban los honores a la tierra, al agua y a la luna. Existía la necesidad de crear mecanismos para el sistema de riego en donde había escasez de agua, por ende, se construyó este tipo de canales para así transportarla.

El Puente del Indio, testigo mudo del territorio y los cambios que han surgido del paso del ecosistema a la construcción de diversos barrios, el Puente del Indio es guardián de la memoria de quienes los construyeron, lo transitaron y lo cuidan, se caracteriza por ser un patrimonio cultural tangible, pues lo es un bien que integra la comunidad y se puede percibir mediante el tacto. La Comisión Nacional de la UNESCO establece que “los bienes inmuebles son una manifestación material, imposible de ser movida o trasladada, obras de la arquitectura civil, religiosa, militar, domestica, industrial, como así también sitios históricos, objetos arqueológicos, calles, puentes, viaductos, entre otros” por este motivo se reconoce el Puente del Indio como un patrimonio cultural inmueble.

La actividad turística que se logró percibir en este escenario, consiste principalmente en hacer una bici travesía, pues gracias a la altitud que caracteriza específicamente el barrio Arborizadora Alta, se genera esta alternativa turística con dos sentidos principales, inicialmente con el fin de conocer la infraestructura antigua, reconocer su historia y demostrarles a sus visitantes la memoria y los relatos orales que se generaron a lo largo del tiempo y en segunda instancia fomenta una experiencia que se caracteriza por conocer de las personas cuyo interés está en recorrer lugares urbanos en su medio de transporte como es la bicicleta. Esta tendencia turística se caracteriza por ser una práctica con fines

recreativos y deportivos que contribuye con el cuidado del medio ambiente y permite a los turistas y deportistas a vivir una experiencia en zonas rurales y urbanas.

En ese sentido se ha percibido la visita frecuente de bici turistas, especialmente en temporadas de verano, los fines de semana y festivos. A pesar de no hallar una estructura turística ampliamente desarrollada o un colectivo que promueva el turismo en este equipamiento, se ha notado la presencia de personas no residentes de la localidad, con el interés de conocer el Puente y todos los elementos sociales que emergen en él, sin embargo, el Instituto Distrital de Turismo ha estado atendiendo a las constantes transformaciones urbanas, y comprenden que estas manifestaciones como el turismo cultural y el bici turismo se complementan para ofrecer a los turistas una experiencia completa. Dentro de sus acciones principales esta “la planificación y gestión de rutas turísticas que posibiliten la identificación de acciones encaminadas a proyectos que construyan las mejora o adecuación de infraestructuras, servicios públicos, recursos turísticos, el cuidado del territorio, la seguridad, señalización, etc.” menciona Maira Robles, promotora de las localidades de Sumapaz, Usme y Ciudad Bolívar.



Figura 9: Puente del Indio, patrimonio cultural material
Fuente: elaboración propia

Museo De La Ciudad Autoconstruida

El Museo de la Ciudad Autoconstruida es una experiencia cultural la cual consiente en conocer los hechos históricos que permiten entender la dinámica social de la localidad y así mismo accede al reconocimiento de las personas que la han construido durante años. La localidad de Ciudad Bolívar cuenta con una infraestructura cultural, la cual permite visibilizar, fortalecer y fomentar los procesos artísticos y culturales.

En el año 2020, el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural (IDPC) inició la construcción del MCA con la intención de generar un espacio de participación colectiva y reconocimiento de las comunidades que se han interesado por fortalecer el tejido social en la localidad. Este espacio cultural se llevó a cabo el 28 de noviembre de 2021, y fue creado con la intención de ser un escenario que permite generar un intercambio de experiencias y aprendizajes alrededor de las acciones colectivas.

Otros de los objetivos principales del MCA y los cuales menciona el coordinador del museo, Carlos Andretti, coordinador del museo menciona que dentro de los objetivos importantes del MCA está en “convertirse en un lugar que priorice las voces de los sectores que históricamente han sido invisibilizados, que promueva los saberes y el reconocimiento de las prácticas artísticas de Ciudad Bolívar, en pro del bienestar y el desarrollo de la ciudad y por ultimo transformar los imaginarios y estereotipos que existen en términos del territorio y de quienes lo habitan”.

El museo está dividido de manera estratégica, con el objetivo de que el usuario pueda comprender de manera sencilla, las dinámicas, ambientales, culturales y sociales inmersas en el territorio; en el sótano se encuentra la exposición “Existir, resistir, persistir”, allí se reconoce el trabajo colectivo y la construcción de lo común en la historia de Ciudad Bolívar, allí se resaltan los hechos históricos que han demarcado la localidad como fue el paro cívico de 1993, las luchas medioambientales y la defensa del territorio, los modelos de educación alternativa y comunitaria y los liderazgos femeninos, allí también es un escenario artístico muy importante, pues se realizan representaciones teatrales

El Segundo piso es un escenario cultural, donde es posible ejercer actividades organizadas por los mismos funcionarios para la comunidad receptora pero también para sus visitantes, estas actividades tienen un enfoque artístico, educativo y cultural, es un espacio que posibilita adaptar talleres, conversatorios y presentaciones según interés. La exposición denominada “Explotación, estigmatización y resistencia” exposición permanente, está dispuesta para todo el público está ubicada en el tercer piso y su exposición hace referencia al reconocimiento de la biodiversidad, así como la explotación y las luchas medioambientales del territorio, aborda temas como la problemática ambiental del relleno sanitario Doña Juana y la contaminación del agua, como ocurre con el río

Tunjuelo y por último se encuentra la terraza, espacio apto para fomentar la participación e integración comunitaria.



Figura 10: Museo Ciudad Autoconstruida
Fuente: Elaboración propia

“La comunidad de Ciudad Bolívar ha recibido este espacio de manera positiva, pues se considera como un espacio que permite la percepción de procesos que han estado en el territorio y uno de esos logros es la participación de la comunidad dentro del espacio, se ha notado la presencia de organizaciones y colectivos interesados en conocer el bagaje social. Han llegado más de 15.000 visitantes al museo de diferentes lugares de la ciudad, turistas extranjeros, turistas nacionales y locales, que han conocido el museo y han fomentado la visita de otras personas para que se motiven a que conozcan el lugar” menciona Cely, mediador cultural de la localidad de Ciudad Bolívar.

En términos de los tipos de visitantes que tiene este escenario, Daniela Arciniegas, mediadora cultural del MCA educadora popular y licenciada de Ciencias Sociales, menciona que “en el Museo Ciudad Autoconstruida, se observa de manera frecuente la visita de universitarios interesados en indagar el museo, que habla sobre lo comunitario, de manera que se presenta como una apuesta

alternativa que despierta la movilización de varias personas, así mismo se observa la presencia frecuente de docentes locales y nacionales con el fin de indagar acerca de las narrativas orales y de querer reconstruir los hechos históricos que surgieron en la localidad.

Por otro lado, Christian Cely menciona que este museo se caracteriza por tener “una diversidad humana, de todas las edades, grupos, personas académicas, personas locales, la diversidad es la palabra que convoca en este aspecto, en ese sentido así mismo es la diversidad de pensamiento, donde es posible exponer diversos puntos de vista y respetar cada uno de ellos” En términos de los servicios o actividades que presenta el museo para atraer a visitantes y turistas, Cely expone su perspectiva y menciona que: “el museo de la Ciudad Autoconstruida es un escenario pedagógico porque aquí como mediadores realizamos unas planeaciones mensuales, con el fin de implementar actividades que involucran a las personas, estas actividades se caracterizan por ser abiertas y cerradas, abiertas se refiere a las dinámicas dispuestas para toda la ciudadanía y cerradas significa que son actividades para grupos específicos que solicitan las actividades, aquí se acercan grupos universitarios y de colegios que reservan con el fin de hacer ejercicios de mediación, es decir, nos permiten hacer un acompañamiento comentado para explicar las piezas y casos expuestos en el museo y es así como se enlaza una comunicación recíproca, se entabla una conversación válida que permite complementar las experiencias de cada uno de los visitantes y donde todas las historias de vida son válidas.

Diana Castillo, gestora comunitaria, licenciada en pedagogía infantil, indígena del pueblo Muisca, menciona que desde este museo se resalta una oferta cultural muy llamativa para sus usuarios y son los cine foros, para Castillo “los cine foros son espacios donde se generan conversatorios, ha sido una actividad muy importante, son producciones de la comunidad, es decir, que el material que vemos habla del territorio y quien lo produce es del territorio, dando cavidad a los aspectos turísticos que se evidencian en la localidad” además involucra la importancia que genera este territorio en

términos educativos y menciona que “cuando hablamos de un museo, se habla comúnmente como un lugar donde se exhiben cosas antiguas pero realmente nunca se le da una posición más pedagógica y reflexiva, es un lugar de poder, el cual alberga unas verdades oficiales, en este museo en particular pasa algo interesante y es claramente existen objetos que nos cuentan unas historias y permite una relación pública pero la comunidad lo ha abrazado más como un espacio pedagógico, un lugar donde estamos en una constante reflexión y exaltación de esas luchas históricas del territorio, y allí es donde se resalta un componente pedagógico y educativo pues se ha cumplido con esa mediación cultural y ese diálogo que construye una memoria histórica”

Teniendo en cuenta las particulares culturales y turísticas de cada uno de los equipamientos identificados en el territorio, es importante resaltar que un sitio turístico, cuando se pretende introducir el turismo cultural como actividad económica, ha de considerarse la participación colectiva de los actores interesados en la tipología, teniendo en cuenta que cada actor social y cada colectivo tendrá su propia construcción sobre el significado del turismo cultural, sus propios intereses al respecto y las consideraciones propias sobre sus posibilidades de aprovechamiento, la cual se deriva de su propia práctica como hecho social.

La construcción social del turismo cultural dependerá de la organización de la comunidad receptora, en la medida que debe tener la capacidad de actuar colectivamente, es necesario consolidar un sector social que impulse y a la vez controle, regule la promoción, el fomento, el aprovechamiento social y económico de la cultura. En ese sentido, la localidad de Ciudad Bolívar y sus atractivos culturales y turísticos se caracterizan por tener acciones autoconstruidas por la misma comunidad, teniendo en cuenta los hechos históricos y sociales que se han interpretado a lo largo del tiempo.

Como parte de las recomendaciones de la Unesco para la salvaguarda del patrimonio cultural en las naciones se encuentran: (1) que la puesta en valor de las expresiones culturales provenga de la

propia comunidad, de manera participativa y colectiva, (2) que su aprovechamiento se constituya en un consumo con significado para la colectividad local, de manera que primero fortalezca la identidad cultural y como consecuencia genere valor económico, que enriquezca también en tal sentido al ámbito local. 3) que la generación de beneficios sea equitativamente repartida entre los miembros de la comunidad y particularmente entre quienes detentan y son depositarios de las propias expresiones culturales.

Bajo esta perspectiva, el aprovechamiento del turismo cultural comprende las nuevas necesidades en el ámbito del ocio, el tipo de turista actual no se conforma con el turismo de masas o de sol y playa, sino que es un turista que se caracteriza en obtener nuevos conocimientos, conocer y vivir nuevas experiencias, que lo lleve a experimentar nuevas acciones. Esta necesidad del turismo ha propiciado que las comunidades locales aprovechen sus conocimientos, prácticas y tradiciones a través de un valor de uso y de cambio.

Los bienes que conforman el patrimonio cultural son de importancia para un territorio y en ese sentido, la construcción social del turismo cultural para el turista convencional permite conocer y preservar la cultura, asimismo representan un atractivo relevante para la incorporación y diversificación de la oferta turística en la consolidación de un destino turístico. La cultura es un elemento cada vez más valorado por turistas y visitantes en las distintas ofertas turísticas y juega como elemento diferenciador al elegir un destino (Cerpa & Lunar, 2008). En el momento en que los visitantes y turistas eligen un lugar para viajar el patrimonio cultural juega como elemento diferenciador al elegir el destino, diversificar el turismo a través del aprovechamiento de los recursos del entorno hace de esta actividad más enriquecedor para el turista que le gusta vivir nuevas experiencias.

Ruta campesina de Ciudad Bolívar

La ruta campesina se caracteriza por ser un recorrido en Bicicleta, la cual se puede alquilar allí mismo, se podrá recorrer nueve veredas: (Quiba Alto, Quiba Bajo, Mochuelo Alto, Mochuelo Bajo, Pasquilla, Las Mercedes, Sants Rosa y Santa Bárbara) En el trayecto se puede visibilizar las fuentes hídricas, diversos páramos, paisajes y senderos. El punto de partida de la Ruta campesina de Ciudad Bolívar es Mochuelo Alto, por el camino que llega a la vereda Pasquilla, la cual representa una importancia al área de los recursos hídricos con cultivos tradicionales, aves y mamíferos como la zarigüeya. En el centro de Pasquilla, territorio poblado por la comunidad indígena Sutagaos, se encuentra la iglesia San Martín de Quiba, la cual fue construida en 1845 y representa hechos históricos de gran importancia.

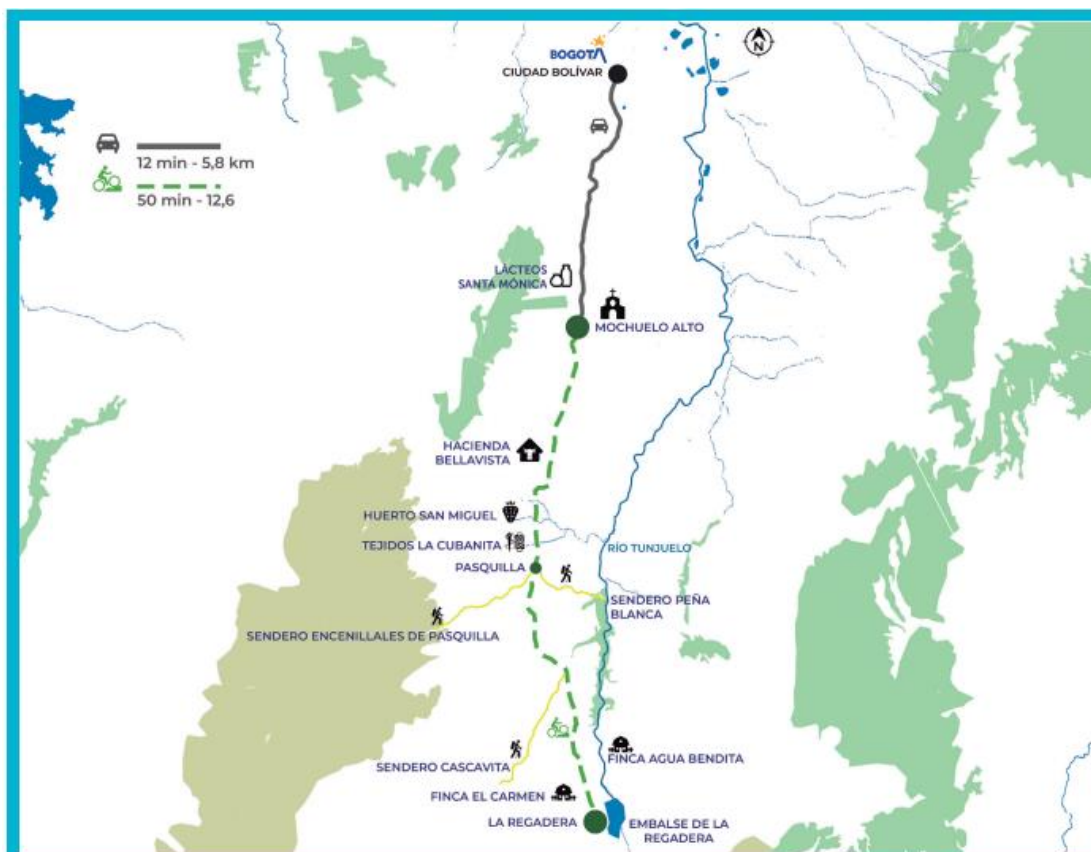


Figura 11: Ruta Campesina Ciudad Bolívar

Fuente: Bici Travesías, Bogotá.

Durante la bici travesía es posible conocer senderos ecológicos y huertas orgánicas, donde te enseñan a cultivar y recolectar productos agrícolas. Los encargados de realizar el recorrido serán los guías rurales comunitarios, de este modo, se puede percibir la sencillez humana y el conocimiento pleno del territorio de los habitantes, lo cual es fundamental para la suma de experiencia turística.

La ficha técnica del recorrido describe que la actividad tendrá una duración de medio día, con una distancia de 12,6 km, tendrá salida desde Mochuelo Alto y como llegada está el Embalse de la Regadera, el grado de dificultad es media y se recomienda realizar esta actividad a las personas mayores de 12 años, esta actividad se encuentra activa, para poder acceder a la actividad es importante generar una reservación, teniendo en cuenta el tiempo disponible y la cantidad de asistentes.

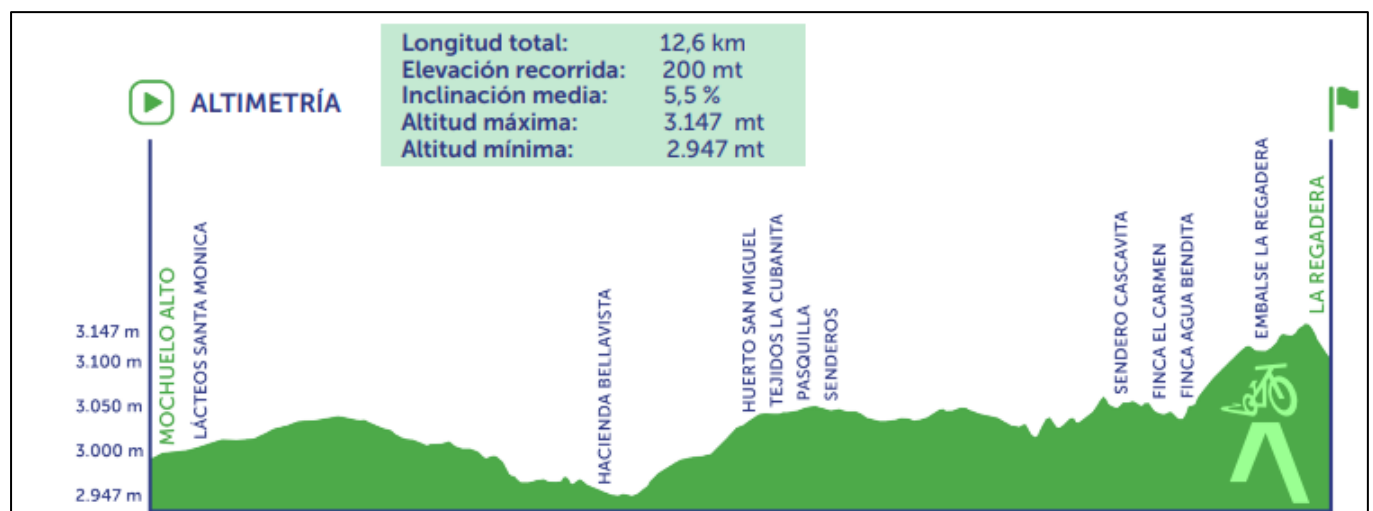


Figura 12: Altimetría recorrido Ruta Campesina

Fuente: Bici travesías, Bogotá

Desde el mes de julio del 2021 se ha venido realizando un acompañamiento en el proceso de formalización a la Asociación Quibeña de Turismo (ASOQUITUR), quienes brindan recorridos por la Plaza de Quiba, y lugares aledaños, dentro de la asociación están equipados con una huerta, y un

vivero que se están consolidando, también cuenta con un espacio denominado “Maloca” disponible para la integración de grupos, los logros que ha realizado la localidad en términos turísticos, específicamente rurales, han sido notorias desde el año 2020, donde el Instituto Distrital de Turismo ha colaborado con procesos de formación y capacitación entorno los emprendimientos con tipología turística. En el marco de la celebración del Día Mundial del Turismo 2020 “Turismo y desarrollo rural”, el IDT realizó un video promocional destacando la importancia en la generación de empleo, el impulso de emprendimientos, la preservación y promoción del patrimonio natural y cultural de las comunidades rurales de la ciudad. Los turistas y visitantes que recurren a esta ruta campesina, son personas interesadas por las dinámicas rurales que se presentan en territorio, escogen esta alternativa para escapar de la rutina citadina y conectarse con la naturaleza, tienen un amplio conocimiento por las huertas, la agricultura y actividades de naturaleza, su motivación también se define en querer conocer a la comunidad receptora y consideran que ellos son expertos en todos los temas que demanda el campo y los escenarios comunitarios de la localidad. Allí prevalece el turismo de carácter rural, la OMT define el turismo rural como “un tipo de actividad turístico en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, agricultura, las formas de vida y las culturas rurales”

Se debe tener en cuenta que las actividades del turismo rural se desarrollan cuando existe paisajes y ordenación territorial donde prevalecen la agricultura y la silvicultura y las estructuras sociales y formas de vida tradicionales.

Maira Robles, contratista y promotora de las localidades de Sumapaz, Usme y Ciudad Bolívar, menciona en términos de la caracterización de los turistas⁸ que visitan la localidad de Ciudad Bolívar

⁸ Según Reichel (2006) señala que los turistas, en sus viajes, perciben el destino como parte de su propio patrimonio y en el caso de los turistas culturales, parece que sus principales

que “el comportamiento del turismo ha cambiado en los últimos años y los turistas también, pues inclinan su interés por buscar nuevas alternativas, inmersivas en aspectos sociales y en el caso de la localidad, el turismo cultural prevalece y genera un interés por sus manifestaciones artísticas y sociales, además cabe destacar que la ruralidad en la localidad es un aspecto turístico muy bien constituido, está más organizado por entidades como la Agremiación de Turismo Receptivo y de Naturaleza y la Asociación Colombiana de Turismo Responsable”

Ruta de la Esperanza

Esta ruta se desarrolló desde el año 2018 por el líder comunitario Carlos Andretti, quien actualmente es coordinador del MCA. Este proyecto se realiza con el objetivo de reconstruir los aspectos históricos de la localidad, donde cada turista y visitante pueda visibilizar la realidad social que contiene Ciudad Bolívar, “Se realiza esta ruta porque la comunidad receptora tiene varias historias que contar y experiencias que entregar, pues gracias a la diversidad cultural de esta localidad, el empoderamiento de la comunidad y el mejoramiento del sistema de transporte, se construye una propuesta de turismo social” explica Andretti. Para lograr acceder a esta experiencia turística, es necesario realizar una reserva en sus redes sociales, especificando la cantidad de usuarios, el costo del tour es de \$35.000 por persona, tiene una duración de aproximadamente dos horas. Para dar inicio al trayecto realiza un encuentro grupal en el Portal Tunal, posterior a esto, se realiza la asignación de guías locales, se realiza un recorrido de aproximadamente 15 minutos en el medio de transporte característico de la localidad TransMicable. Desde allí se realiza la observación de murales vía aérea y el guía brinda una variedad de datos históricos de la localidad, a su vez se realiza un registro

motivaciones al instante de viajar están más conectadas con el deseo de superación personal, que con el de evasión de sus rutinas diarias.

fotográfico en el mirador Juan Pablo II; el objetivo de este primer momento del tour está en revelar y darle una lectura profunda de lo que es actualmente Ciudad Bolívar y de cómo sus manifestaciones gráficas en los murales describen los aspectos de lucha y resistencia.

Al momento de llegar a la estación Juan Pablo II, los visitantes se preparan para recorrer un lugar muy importante en términos sociales, culturales y rurales, específicamente se habla del área rural de Quiba. Este territorio limita al norte con la zona urbana de la localidad, al occidente con el municipio de Soacha, al sur con la Vereda de Quiba Alto y al oriente con las Veredas de Mochuelo bajo y Quiba Alto. Esta zona tiene un alto nivel de preservación por parte de la misma localidad, se considera como un santuario de la flora y fauna de los suelos de la localidad, varios de los guías turísticos lo asocian como “la Calera del sur”

Por último, se realiza la llegada a la estación más alta del TransMicable (Mirador del Paraíso) donde se ejerce un recorrido en los barrios, relatando las historias y anécdotas de los habitantes. Se resalta la esencia de cada uno de los Grafitis, su contexto social y cultural, desde aquí, los guías turísticos fomentan una actividad pedagógica fundamental, porque generan dinámicas de reconstrucción de memoria, sin darle prevalencia a lo que se conoce como “porno miseria” pues como lo menciona Arciniegas “en lugares como Ciudad Bolívar el turismo disfraza prácticas como la porno miseria, Es importante que las organizaciones sociales puedan construir avances conceptuales alrededor del turismo, hay que avanzar en términos de construir un turismo comunitario que permita movilizar con intenciones más sociales y constructivas, y no con una lógica de espectáculo o banalización, sería interesante que el turista tenga intenciones más profundas y humanas como por ejemplo buscar propuestas de organizaciones o analizar cuáles han sido las dinámicas que las organizaciones sociales han construido para sostener esta localidad, para disputar con las instituciones o para construir memoria histórica”

Posterior a esta interacción comunitaria, se realiza el retorno al portal El Tunal, donde se lleva a cabo una realimentación de la experiencia, teniendo en cuenta aspectos de satisfacción, factores negativos y positivos, se construye un dialogo que emancipa la experiencia con los aspectos motivacionales que influyeron en la realización de la ruta La Esperanza y, por último, se resalta los aprendizajes significativos de cada individuo.

Esta actividad se convierte a su vez un proceso pedagógico, pues como lo menciona Arciniegas, mediadora cultural y licenciada en ciencias sociales, “uno de los objetivos más importantes es resaltar el valor pedagógico, pues permite generar diálogos con los visitantes y la comunidad acerca de las exposiciones, los mensajes y contenidos, es clave entablar diálogos que refieran a la reconstrucción histórica, los procesos de autoconstrucción, las tensiones culturales, sociales , económicas, socioambientales y el hecho de tener ese espacio es muy importante, una tarea fundamental es construir una narrativa que se tiene sobre el territorio y por ende los procesos educativos son importantes que permiten construir relatos que se alejen de la estigmatización, la criminalización y demás factores negativos.

Otro aspecto que se logró evidenciar en el trayecto es el vínculo que obtiene los funcionarios de la Ruta de la Esperanza con la empresa de tours “Hansa Tours” la cual es una compañía de tours exclusivos en Bogotá y Colombia. Esta empresa se caracteriza por tener en su equipo de trabajo a los guías más profesionales, talentosos y apasionados, capaces de brindar experiencias significativas a cada uno de sus visitantes, ha realizado acompañamientos y guianza turística a miles de turistas nacionales y extranjeros y se percibido un desempeño alto, superando las expectativas. El objetivo principal está en garantizar satisfacción, calidad y seguridad.



Figura 13: Ruta de la Esperanza, Ciudad Bolívar
Fuente: Ruta de la Esperanza, Ciudad Bolívar, Bogotá.

En esta actividad turística, se logra definir una tipología de turista denominada “turista Charter” donde Smith (2003) los describe como personas que buscan conocer un destino turístico nuevo y con cierto índice de familiaridad; se concibe como un turista con mayor dependencia hacia un guía de turista, son asesorados según sus necesidades, advertidos por el guía sobre el transporte que deben tomar y las acciones o lugares que deben evitar. Se percibe también un turista alocéntrico, es decir, un turista que busca zonas con poco desarrollo turístico, son exploradores y aman conocer a la gente local, son personas activas y les llama la atención utilizar servicios turísticos no masivos, tienen un cierto grado de exigencia en sus viajes.



Figura 14: Turistas en la Ruta de la Esperanza
Fuente: elaboración propia

Experiencia TransMicable

El TransMicable representa todo un modelo de desarrollo urbano y social que ha generado notables transformaciones en una de las localidades más importantes de la capital, Ciudad Bolívar. Miles de ciudadanos y barrios de la localidad se han beneficiado con este medio de transporte que ha establecido mejoras en relación con la calidad de vida, con el ahorro de tiempo en los recorridos que se generan de manera constante y que, además, permite vivir nuevas experiencias capital.

Este sistema de transporte tiene una longitud de 3,34 km, consta de 163 cabinas, cuatro estaciones y un sistema de poles en movimiento constante que trasladan vagones con capacidad de 10 personas. Mas de 700.000 habitantes de Ciudad Bolívar, en Bogotá, utilizan este medio de transporte que optimiza tiempo y reduce costos (desplazamientos que antes podían tardar una hora, hoy en TransMicable toman solo 13 minutos. La operación del TransMicable inicio a finales de 2018 con un sistema de tecnología avanzado y seguro, puertas automáticas e intercomunicadores con canal directo al centro de control. El sistema es amigable con el medio ambiente, ya que tiene paneles solares que garantizan el servicio de TransMicable de manera constante.



Figura 15: Tour de grafitis
Fuente: elaboración propia

Festival Internacional Ojo al Sancocho

De manera anual y desde el año 2008 en la localidad de Ciudad Bolívar se lleva a cabo el Festival Internacional Ojo al Sancocho, es un evento de cine y video comunitario, acreditado por la Asociación Nacional de Festivales. Esta propuesta inicia con el objetivo de dar a conocer diversas muestras audiovisuales en un contexto alternativo al cine tradicional, es además una herramienta que permite visibilizar las acciones sociales que se ejercen en el territorio.

“Ojo al sancocho” es un nombramiento que se le da, haciendo alusión a recrear a la localidad como un sancocho, (plato típico colombiano, caracterizado por su variedad de ingredientes) en su aspecto físico, arquitectónico, política y claramente cultural. Además, hace referencia al instante de integración que se vive cuando se va a consumir el plato, por ende, el festival pretende es convertirse en un espacio de integración, donde los aspectos sociales y audiovisuales se complementan para crear diálogos constructivos de la realidad de la localidad. En octubre del año 2008 se realizó la primera edición del festival, creó un impacto muy importante y dio inicio al cine alternativo y comunitario, pues alcanzó las 90 producciones tanto locales como nacionales e internacionales, además, contó con Francia como país invitado de honor.

Este festival obtuvo varios reconocimientos, tanto a nivel nacional como internacional, pues fue una de las 100 experiencias que cambian al mundo, fue nominado como mejor medio comunitario de Colombia, premio de periodismo Semana-Petrobas, fue elegido como “Mejor experiencia comunitaria de Colombia, por la Casa Editorial, El Tiempo; por parte de la UNEP- Naciones Unidas, fue reconocido como “Mejor experiencia de innovación auto sostenible urbana en Colombia” en el año 2010. Actualmente este festival internacional recibe más de 600 películas de carácter nacional e internacional, siendo catalogado como un evento de cine alternativo y comunitario más importante de Colombia y de América Latina. (Zuluaga y Hortua, 2018).

Este festival se constituye de manera evidente a una riqueza cultural de la localidad de Ciudad Bolívar, inicialmente porque su objetivo principal es mostrar los relatos y las narrativas sociales que emergen dentro del territorio de Ciudad Bolívar y segundo porque se convierte en un evento cultural intangible, entendido como un elemento que no se puede tocar pero que se puede percibir a través de los sentidos, este fragmento permite ejercer una identidad innata de la comunidad, de un patrimonio vivo. Según la UNESCO, estos eventos inmateriales proporcionan en las comunidades “un sentimiento de identidad y de continuidad; el fomenta la creatividad y el bienestar social, contribuye a la gestión social y natural que claramente genera ingresos económicos”

En ese sentido y de acuerdo con los tipos de turistas que expone Stanley Plog (1974) se logra definir que en este tipo de actividad, se suele encontrar un tipo de turista aloctónico, son aquellos turistas que optan por destinos poco visitados y reconocidos, es decir, destinos que aún no estarían incluidos en la industria turística, resulta más relevante la experiencia que la infraestructura en sí, priorizan la exploración, evaluación e introspección propia, en este caso, para asistir a este tipo de festival, existe un gusto y un interés por querer hacer parte de esta actividad, son capaces de realizar procesos en función de las necesidades que tengan para conocer de la forma más real posible las

formas de vida y cultura del lugar, en conclusión, su interés principal está en contactar con la población local y conocer su cultura y sus manifestaciones artísticas.

Ahora bien, con base en la actividad cultural de la localidad se identificó un grupo poblacional que pueden ser identificados como turistas culturales, pues desde la literatura especializada en turismo se permitió realizar un análisis enfocado al perfil turístico donde se considera que existe una tendencia que involucra un interés cultural y que a su vez puede ser clasificado por la preferencia más notoria del visitante. De acuerdo con las clasificaciones de turistas expuestas por Smith (2003) se distingue el turista particularmente interesado por la arqueología y la historia, en visitar museos, sitios arqueológicos y patrimoniales. Así mismo se evidencio la presencia de los turistas exploradores, quienes se caracterizan por combinar sus intereses culturales con las actividades al aire libre, se inclinan por realizar sus recorridos de ciudades y localidades en bicicleta o caminando. Otro tipo de turista es quien se interesa por la cultura de la comunidad indígena, visita centros culturales indígenas u originarias, explora la artesanía, las prácticas artísticas y los festivales que hacen parte de un patrimonio único de la población.

Existe otro perfil turístico que relaciona las actividades culturales de la localidad y es el turista literario, quien tiene un alto grado por las casas de escritores, en este caso, por la bibliotecas públicas que hacen parte del equipamiento cultural de la localidad, también existe una atracción por los paisajes que inspiraron la visita, pues Ciudad Bolívar es un lugar que permite tener una vista amplia de la Capital Distrital y este termina siendo un factor de atracción que posibilita la llegada de más visitantes y turistas.

Teniendo en cuenta el trabajo de campo realizado, el cual permitió reconocer las infraestructuras destinadas para ejercer actividades turísticas y culturales, es posible concluir que Ciudad Bolívar es un territorio donde las prácticas socioculturales y turísticas prevalecen y tienen un

reconocimiento y valor relevante en la comunidad, existe un equipamiento amplio, cada uno ofrece diversas experiencias según la necesidad del turista y visitante del lugar.

En primera instancia hallamos y reconocemos las Casas de la Cultura como escenarios culturales y a su vez como un recurso turístico, específicamente para las personas cuyo interés está en conocer las manifestaciones artísticas y sociales que se generan en el entorno, es decir, son instrumentos fundamentales para el desarrollo urbano de áreas específicas y la promoción económica y social, donde por medio de la estrecha relación con una perspectiva de desarrollo económico enfocado en la regeneración urbanística alrededor de ciudades creativas y de las industrias creativas, en la localidad se ha promocionado la dotación de infraestructura con el fin de promocionar la cultura, que desde el Plan Decenal de Ciudad Bolívar, se logra integrar múltiples impactos en la preservación de la herencia local, el incremento de la oferta de oportunidades y espacios de recreación y esparcimiento, el acceso social y equitativo a servicios culturales, la promoción del turismo y la generación de empleo.

Por otro lado, se reconoce a Ciudad Bolívar como un territorio rural porque permite generar un tipo de actividad turístico en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, agricultura, las formas de vida y las culturas rurales; gracias a la Ruta Campesina y Ruta de la Esperanza, es posible fortalecer lazos culturales, rurales y comunitarios, por lo anterior, el territorio permite ejercer un turismo cultural comunitario, en el cual la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), define esta tipología como “una estrategia local de aprovechamiento de ventajas comparativas en condiciones complejas desde lo social, económico, ambiental y cultural, que con unas mínimas oportunidades y capacidades pueden transformar su realidad o entorno en oportunidades

competitivas para las comunidades involucradas, otorgando así soluciones prácticas a problemas complejos como la paz y el desarrollo”

Con esta formulación la CEPAL reconoce esta tipología turística como una alternativa innovadora, en el ámbito de las comunidades con recursos económicos limitados, que garantiza el aprovechamiento de los recursos locales de manera eficiente y sostenible, lo cual les permite generar empleo y crear riqueza. En ese sentido “El turismo cultural comunitario es una dimensión dentro del turismo comunitario que se caracteriza por el liderazgo de la comunidad en la propuesta y gestión de productos turísticos endógenos con un alto contenido experiencial con el objetivo que los turistas, a partir de la convivencia en la comunidad, puedan disfrutar in situ de la cultura y el patrimonio local” (Cardona et al., 2022)

La tendencia de turistas que se encontró, teniendo en cuenta las caracterizaciones específicas y demostradas por Smith (2003) y Stanley (1974) se concluye que prevalece la presencia de turistas exploradores porque se adaptan al entorno social y espacial, se caracterizan por observar y participar con la comunidad anfitriona. Se demuestra que existe un turista alocéntrico en el cual Smith (2003) denomina aquellos turistas que optan por destinos poco visitados, lugares incluso fuera de la industria turística, priorizan la exploración, evaluación e introspección propia, así como el conocimiento de la cultura y forma de vida del lugar. Realizan las actividades en función de las necesidades que permitan conocer de la forma más real posible las formas de vida y cultura del lugar, llegando a adoptar la forma de vida de los residentes durante algunos días del viaje.

De acuerdo como la caracterización anterior, se logra hallar una vinculación con el tipo de turista que expone Erik Cohen (2005) y lo denomina como “Turista extremo en los márgenes” es aquel turista que buscan alejarse de la globalización, priorizan destinos poco habitados o incluso destino no visitado, les gusta explorar el lugar y cada viaje resulta un desafío en busca de lo auténtico, su interés

por la cultural del lugar que visitan es máximo, así como el contacto con la población local. Las experiencias que realiza en el territorio visitado son las que permite enriquecer su experiencia de autenticidad.

En términos de la afluencia de turistas y visitantes en los equipamientos de la localidad y de acuerdo con la encuesta implementada a los visitantes del lugar (Ver figura 16), se observó que el escenario cultural con mayores visitas es el Museo Ciudad Autoconstruida, con un porcentaje del 45%, mientras que el Teatro El Ensueño representó el 30%. Estos resultados dan cuenta de cómo estos dos elementos de alguna manera se han interesado en estructurar propuestas y actividades vinculadas al turismo, que permita impulsar y fomentar las visitas, por medio de festivales, presentaciones a gran escala con agentes importantes de la industria cultural, por la publicidad masiva por medio de sus redes sociales, otro aspecto que interviene en la afluencia de visitantes consiste en el apoyo que brinda las instituciones estatales y distritales, como la Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte, e Instituto Distrital de Turismo con el Fondo de Desarrollo Turístico de Bogotá (FONDETUR), Instituto Distrital de Patrimonio Cultural (IDPC), entidad la cual inició la construcción del Museo de la Ciudad Autoconstruida con la intención de generar un espacio de participación colectiva y reconocimiento de las comunidades que se han interesado por fortalecer el tejido social en la localidad, el Instituto Distrital de las Artes el cual colaboró con la estructura del Teatro El Ensueño con el objetivo de articular acciones pedagógicas con equipos multidisciplinarios y que contribuyen a una construcción del tejido social, se convierte en un epicentro de diálogo comunitario, brindando procesos de participación colectiva y apropiación de territorio.

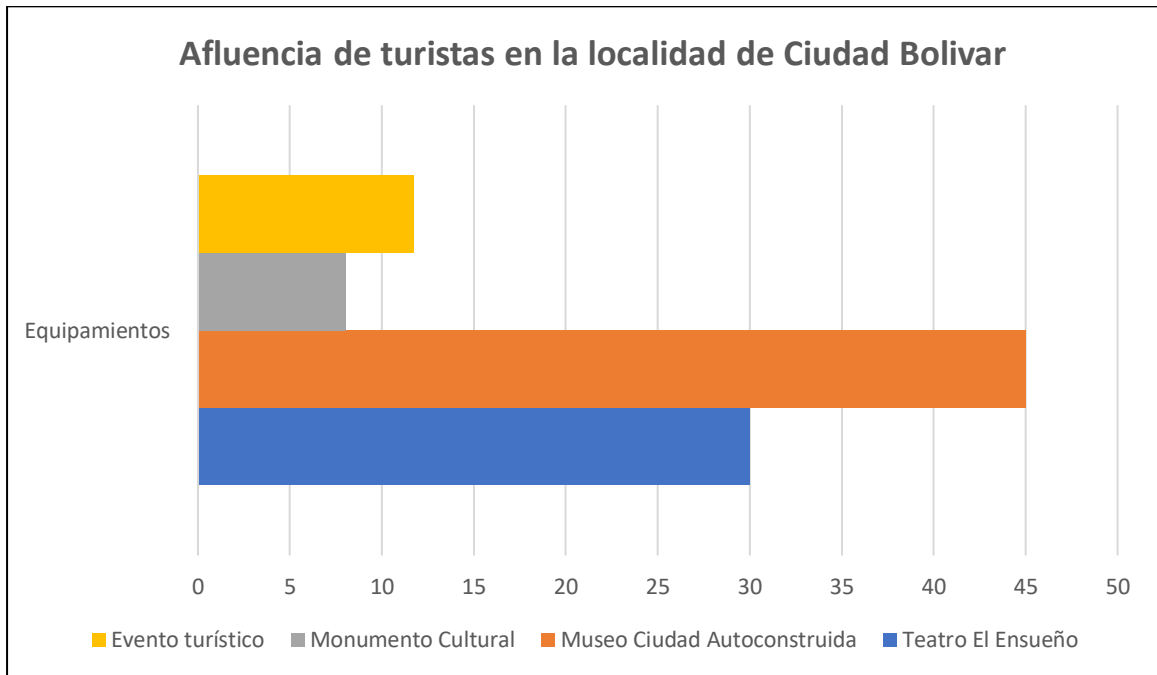


Figura 16: Afluencia de turistas en la localidad de Ciudad Bolívar
fuente: Elaboración propia.

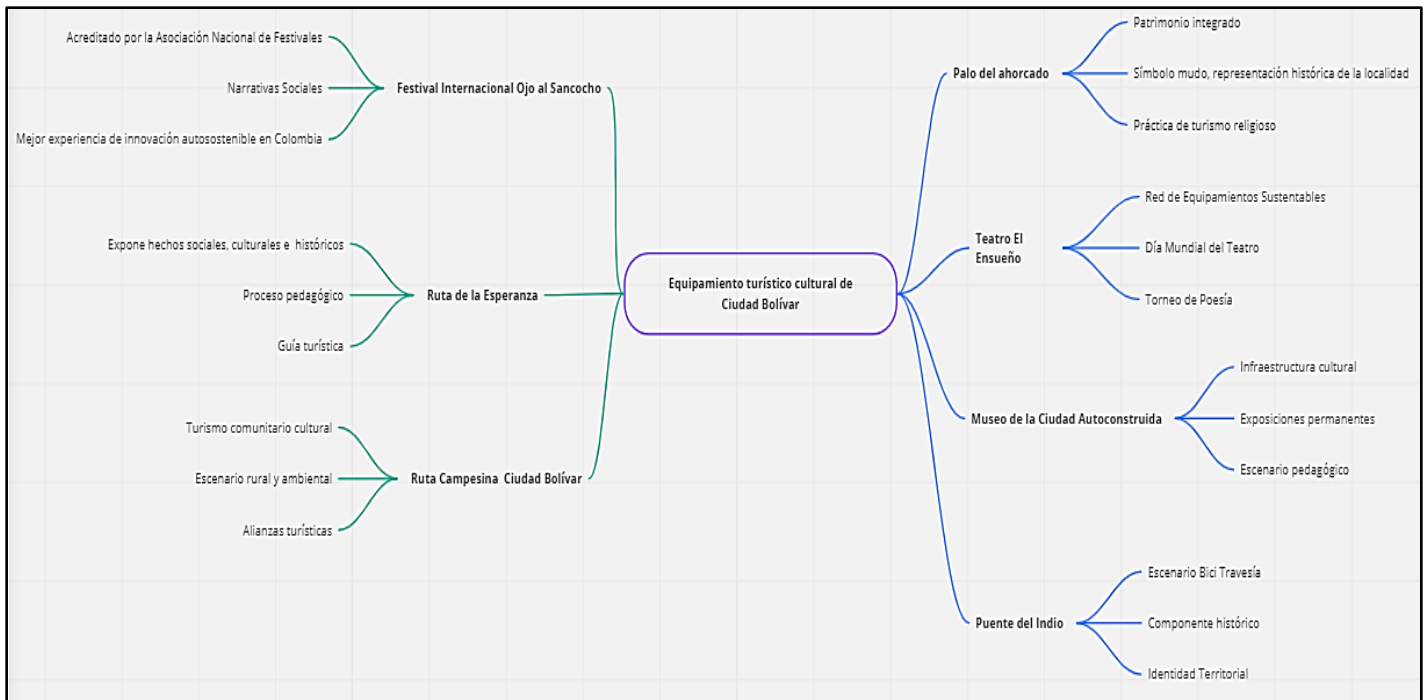


Figura 17: Espacio turístico cultural de Ciudad Bolívar
Fuente: Elaboración propia

En la *figura 17, equipamiento turístico cultural de Ciudad Bolívar* se pretende dar evidencia de la importancia turística de cada uno de los escenarios inmersos en la localidad. El lado derecho del esquema permite establecer cuatro equipamientos importantes de la localidad (Palo del ahorcado, Teatro El Ensueño, Museo Ciudad Autoconstruida, Puente del Indio). Varios de estos elementos se han identificado como un símbolo mudo del territorio, contiene una representación histórica y resalta un hecho de apropiación e identidad por los habitantes, su recurrencia turística persigue a generar turismo cultural. allí los turistas y visitantes pueden satisfacer una necesidad cultural, pues estos elementos turísticos representan hechos históricos, actividades, asentamientos humanos y transformaciones del territorio, posee un valor técnico y cultural en Ciudad Bolívar. Además, se presentan como escenarios pedagógicos, pues contribuyen a una construcción del tejido social y a su vez permite generar procesos de participación colectiva y apropiación de territorio.

En ese sentido es importante resaltar el por qué se utiliza el término de “espacios culturales” al momento de generar esta caracterización de ellos. Inicialmente porque el concepto de “espacio” permite referirlo al enfoque de Henri Lefebvre (2013) quien sostiene que es un producto social como resultado de las relaciones sociales y procesos históricos. Por su parte, Teixeira Coelho (2009) menciona que “El espacio cultural es un término sugestivo y apropiado para aquellos espacios indicados como territorios de la cultura o de los modos culturales diversos ya practicados en un lugar. Asimismo, Gemma Carbó (2015) sostiene que se reconoce el espacio cultural como una expresión más inclusiva, se considera un espacio socialmente construido para la práctica cultural tanto en un sentido territorializado como des territorializado; de manera que pueden ser tanto la materialización de las prácticas culturales de un territorio como el traslado o difusión de otras prácticas culturales a nuevos territorios.

De acuerdo con lo interior, es posible concluir que los espacios culturales son lugares donde se desarrollan y ponen en común diversas manifestaciones culturales como obras de teatro, una pieza de danza, una escultura, talleres, cine foros, entre otros elementos que se adicionan a la esfera cultural y en ese sentido, estas prácticas culturales representan creencias y valores que circulan y asimismo son compartidos en sociedad, como valor agregado, todas estas manifestaciones operan en el campo de lo sensible, pues a medida de su construcción se van vinculando elementos que generan sensibilidad de quienes participan en ellas.

4.2 Análisis de las motivaciones de los visitantes y turistas.

En la misma dirección y con respecto a los resultados obtenidos en los instrumentos, nos posibilitaron *Determinar las percepciones generales de los principales actores involucrados en el destino turístico cultural (gestores turísticos, turistas y población local) sobre la situación turística actual del turismo cultural en la localidad*, como eje investigativo del primer objetivo específico trazado en el proyecto.

En primera instancia se dará evidencia de las percepciones⁹ generadas por los turistas y visitantes de la localidad, para dar respuesta a este aspecto, se aplicaron en total sesenta encuestas a

⁹ Desde un punto de vista antropológico, la percepción es entendida como “la forma de conducta que comprende el proceso de selección simbólica de una experiencia, que tienen como límites las capacidades biológicas humanas y el desarrollo innato del hombre para la creación de símbolos” (Vargas, 1995) A través de la vivencia la percepción genera características cualitativas a las circunstancias del entorno mediante referentes que se elaboran en términos culturales e ideológicos construidos y reconstruidos por un grupo social, lo cual permite crear evidencias sobre la realidad.

usuarios que tuvieron experiencias en tres escenarios culturales (Museo de la Ciudad Auto Construida, Teatro el Ensueño y el Puente del Indio).

La primera sección del cuestionario consistió en extraer los datos sociodemográficos, ésta recolección de datos permitió obtener una muestra representativa de la población y estos datos incluyen atributos como la edad, el género, lugar de residencia, nivel de educación y ocupación; los resultados evidencian que el 60% de la población estudiada pertenece al género femenino y el 40% corresponde al género masculino, de acuerdo con el resultado es evidente el interés que existe por parte del género femenino en asistir a estos espacios culturales establecidos en la localidad y donde se coincide con las investigaciones en torno a las motivaciones turísticas. En términos de la edad de los visitantes, se evidenció que existe un interés en visitar la localidad por la población comprendida entre la edad de 18 a 24 años, con un porcentaje de 61,7 %, lo cual resulta ser un porcentaje evidentemente superior al de las otras edades, pues la población entre la edad 25 a 34 años también registra un interés por ir a conocer los hechos culturales que representa la localidad, con un total de 33,3 %, no se generó ningún registro de personas que pertenezca a población comprendida entre los 54 o más.

De acuerdo con los porcentajes efectuados, respecto a la edad de la población que visita estos escenarios culturales inmersos en la localidad, es posible dar respuesta y concluir que la población juvenil perteneciente a la edad entre 18 a 24 años tiene mayor impacto en su interés en términos culturales, se evidencia una relación con la teoría expuesta por Smith (2003) quien plantea que los turistas culturales tienden a clasificarse en esa etapa porque son turistas cuyo interés principal es explorar y conocer nuevas culturas, costumbres, adaptarse a nuevos entornos, despiertan un interés por participar en actividades de carácter cultural y artístico, es decir, que esta tipología turística se adapta a esta población en este específico, pues en la mayoría de escenarios culturales prevalece la presencia de los mismos.

Otro dato de carácter sociodemográfico que se pudo extraer fue acerca de su localidad o lugar de residencia (*Ver tabla 6, Variables sociodemográficas*), con el objetivo de visibilizar la existencia de turistas extranjeros, pero también con el fin de conocer desde donde venían los visitantes. En este aspecto, se evidenció la presencia de visitantes de localidades como Kennedy, Usme, Soacha, Tunjuelito, Suba, Engativá y Fontibón, Municipios como Chía, Mosquera y Soacha. Se evidenció la presencia de turistas extranjeros pertenecientes a Estados Unidos, Alemania y Perú y de turistas nacionales, de ciudades como Cali, Ibagué y Pereira.

Las razones por las cuales esos lugares de procedencia de los visitantes y turistas llegan a la localidad se debe principalmente porque existe la curiosidad por conocer los aspectos culturales y urbanísticos que existen en el territorio, generando una confrontación en términos de las dinámicas sociales y como se desarrollan las industrias creativas en la localidad. Es un escenario apto para realizar indagaciones sociales entorno a los procesos que se realizan en la localidad versus a lo que se genera en su lugar de residencia. A nivel distrital, por ejemplo, se evidencia el trabajo de los diversos colectivos comunitarios y de las instituciones distritales en términos de procesos artísticos y culturales que cada territorio genera, muchas de las localidades inmersas en Bogotá le han apostado al crecimiento de nuevos escenarios y a la oferta de manifestaciones propias de un territorio, estas representaciones se pueden evidenciar según el potencial turístico que disponga.

Otra de las incidencias que conduce a elegir esta localidad como un destino turístico tiene que ver con la implementación de las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TICs) en el campo del turismo, porque permite facilitar la distribución de información y productos turísticos por internet, mejora toda comunicación basada en aspectos como la promoción, publicidad, comercialización y contratación de servicios turísticos.

En términos del nivel educativo y teniendo en cuenta la recolección de los datos sociodemográficos realizados en la encuesta (*Ver Anexo 10: Diseño de la encuesta*) se evidenció que el 31,7 % de los visitantes actualmente se encuentran con el nivel de bachiller académico, el 25% pertenecen a un nivel educativo de pregrado, el 23,3 % son personas que obtiene un técnico y el 18,3% disponen de un tecnólogo, tan solo seis personas obtienen un posgrado y el 1,7 % posee una especialización. Teniendo en cuenta los datos mencionados anteriormente, se refleja que la mayoría de los visitantes tienen estudios, existe un bagaje amplio de bachilleres, de técnicos y tecnólogos interesados en este tipo de actividades, si relacionamos estos resultados con la ocupación de los turistas, se da respuesta que el porcentaje de estudiantes es superior al de empleados y al de personas independientes, por lo tanto, se percibe una coincidencia con respecto al discurso que expone Garfield, el cual menciona que *“los turistas culturales son individuos que aprecian las diferencias culturales, viajan de manera frecuente, tienen estudios y demuestran empatía con los residentes de alguna localidad visitada. Además, se caracterizan por la compra de artesanía y recuerdos en función de su valor educativo y artístico. Suelen utilizar todo tipo de transporte con el fin de llegar a un lugar que les permite generar nuevas experiencias”*, en definitiva *“Son clientes exigentes con una gran percepción por la calidad en el servicio, el gusto por lo autóctono”* Garfield (1993).

“La educación en el conocimiento del patrimonio es sumamente importante para la posterior valoración y conservación de éste” (Smith, 2003) de acuerdo con los datos arrojado en el nivel de formación de los visitantes, se evidencia que todos han obtenido de manera previa, un nivel de estudios y una formación académica, lo cual posibilita la facilidad de comprender los hechos históricos, los actos culturales y sociales que cada escenario propone, las transformaciones y luchas sociales y territoriales que sumerge la localidad y los actos que han permitido hablar de un turismo en el territorio. lo positivo de tener este tipo de población es que se puede fomentar la importancia de ejercer

un turismo responsable y social, que sea capaz de dimensionar las perspectivas sociales y pueda visibilizar el territorio desde un aspecto político y comunitario y menos globalizado.

El 60% de la población encuestada son estudiantes, mientras el 33,3% son empleados y tan solo el 6,7% son personas independientes. A continuación, la *Tabla 5, Variables sociodemográficas* resume los factores descritos en la primera sección del cuestionario.

Tabla 6: Variables sociodemográficas

Variable	Categoría	Total	Frecuencia
Género	Masculino	24	40%
	Femenino	36	60%
Edad	Menor de 18	1	1,7%
	18 a 24 años	37	61,7%
	25 a 34 años	20	33,3%
	35 a 44 años	2	3,3 %
	45 a 54 años	-	-
	Más de 54 años	-	-
	Lugar de residencia	Estados Unidos	2
	Perú	3	5,1%
	Alemania	1	1,7%
	Kennedy	10	17%
	Soacha	4	6,8%
	Bosa	5	8,5%
	Engativá	4	6,8%

	Fontibón	2	3,3%
	Suba	2	3,3%
	Usme	3	5,1%
	Chía	2	3,3%
	Mosquera	4	6,8%
	Ciudad Bolívar	9	15,3%
	Cali	3	5,1%
	Ibagué	2	3,3%
	Pereira	4	6,8%
Nivel Educativo	Bachiller académico	19	31,7%
	Técnico	14	23,3%
	Tecnólogo	11	18,3%
	Pregrado	13	21,7%
	Posgrado	2	3,3%
	Especialista	1	1,7%
	Estudiante	36	60%
Ocupación	Empleado	22	36,7%
	Independiente	2	3,3%
	Desempleado	-	-
	Trabajador informal	-	-

Fuente: elaboración propia

Análisis de los factores de empuje (*push factors*) y factores de atracción (*pull factors*)

La segunda sección del cuestionario aplicado (*Ver Anexo 10 Diseño del cuestionario*) permite reconocer de manera precisa Los factores de empuje (*push factors*) los cuales están relacionados con aspectos internos y emocionales, como el deseo de escapar, de descansar y relajarse, de aventura o de interacción social. Los factores de atracción (*pull factors*) están conectados con aspectos externos, cognitivos y de situación, como los atractivos del lugar, las infraestructuras recreativas, o los escenarios culturales y naturales. De esta manera, es posible evidenciar las motivaciones turísticas de los visitantes de la localidad y así mismo cumplir con el objetivo general de Identificar las motivaciones del turista que ejerce turismo cultural en la localidad de Ciudad Bolívar, Bogotá.

La Motivación deriva del término “Motivo” y se entiende como aquello que mueve o tiene eficacia o virtud para mover. Los estímulos y situaciones que actúan sobre el individuo se modifican a través de las condiciones internas de la personalidad, por ello, la motivación es una manifestación de las propiedades y del estado de la misma personalidad. En términos turísticos se habla de una *motivación turística* y se define como “la razón que asiste al turista para realizar un viaje, lo cual produce unos efectos, que permitirán satisfacer una necesidad”. (Crompton, 1979) La motivación del turista se concibe como un proceso psicológico que lleva a éste a fundamentar su viaje. El fenómeno turístico es independiente del motivo que lo induce, así sea de carácter vocacional o cultural.

De acuerdo con lo aspectos teóricos que fundamenta el trabajo, se reconoce la motivación turística como las fuerzas sociopsicológicas que predisponen a los individuos a elegir y participar en una actividad turística (Ahola, 1982). La literatura turística, la motivación se constituye como un elemento importante en los modelos de elección de un destino turístico y en los de formación de la imagen de destino. Además, como lo señala Pearce (1982) la motivación es un factor dinámico que

cambia en función de la experiencia, el estatus y la edad, por ende, se puede considerar a este aspecto como como el concepto central en la comprensión del comportamiento del turista.

Escala motivacional de descanso y tranquilidad

Inicialmente se encuentra la escala de *motivación de descanso y tranquilidad*, se refiere principalmente a la relajación mental que proporciona la práctica de algún hobby o actividad de interés, en este caso, la visita de atractivos culturales de Ciudad Bolívar permite ser una visita no habitual o concurrente por el turista, es decir, no es posible desarrollarla en la cotidianidad, esta motivación deriva por el hecho de buscar un descanso más mental que físico. Teniendo en cuenta la relación existente entre los elementos motivadores que expone Maslow (1943) y las teorías propuestas Pearce, Dann (1977) y Crompton (1979) en términos de los factores y las dimensiones motivacionales de los turistas, es posible incorporar factores de la experiencia turística, En este caso, se implementa una escala que deriva tres factores motivacionales y los cuales se adaptan en la dinámica turística de Ciudad Bolívar (Recarga de energías, descansar de las tensiones diarias y la búsqueda de descanso y tranquilidad). La cual propone Dann (1977) para caracterizar las razones del viaje y la elección específica de un destino, el concepto de motivación ha sido clasificado en dos fuerzas: la necesidad de escape y la necesidad de búsqueda, el cual explica que los visitantes viajan bien porque por motivos internos y/o porque son atraídos por los atributos de los lugares. En este caso se dará respuesta a los factores de empuje (*push factors*) están relacionados con aspectos internos y emocionales, como el deseo de escapar, de descansar y relajarse, de aventura o de interacción social.

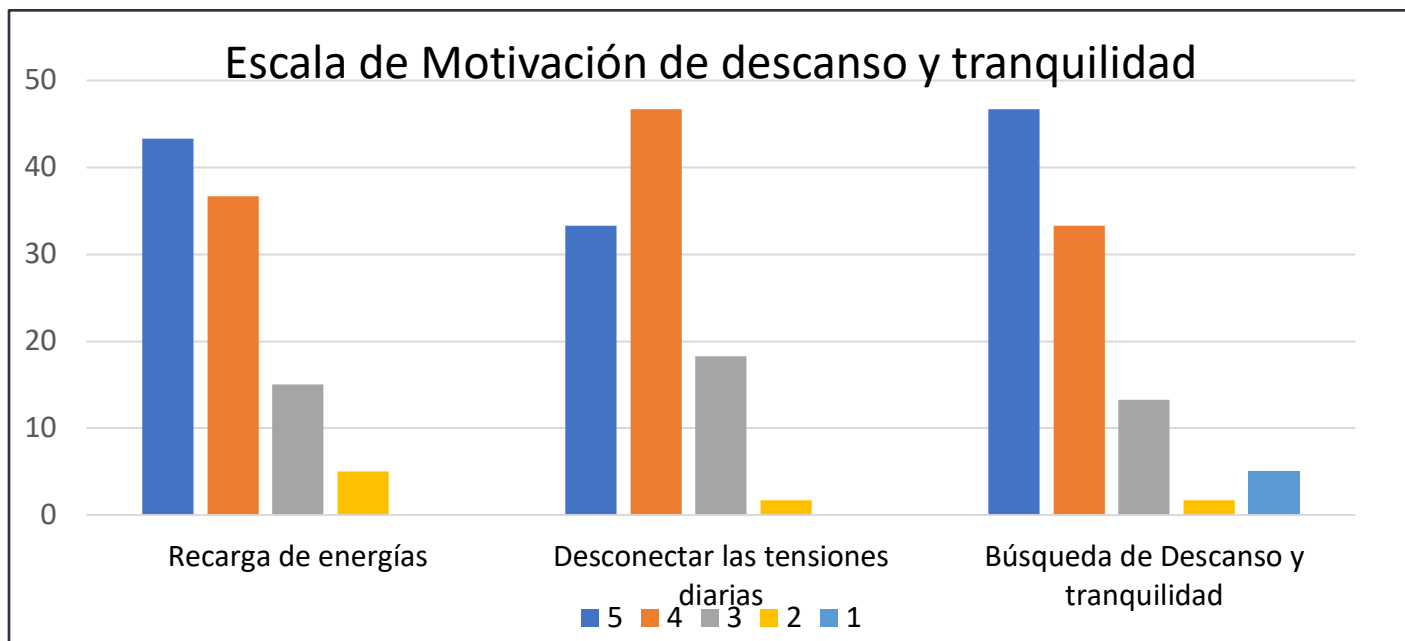


Figura 18: Escala de motivación de descanso y tranquilidad

De acuerdo con la *figura 18: escala de motivación de descanso y tranquilidad* se da respuesta a la dimensión de motivación, las cuales fueron medidas a partir de una escala tipo Likert de 5 puntos, donde 1 se definió como “nada importante”, 3 como “neutral” y 5 como “muy importante”, además, cada una de las escalas motivaciones fueron estructuradas con base al modelo Crompton (1979) junto con aportaciones de Dann (1977). En el factor de “recarga de energías” que lo visitantes de la localidad generan un impulso motivacional con el objetivo de satisfacer un descanso y una renovación de energías; el 43,3% de la población percibe que los lugares culturales que están inmersos en la localidad le generaron ese agrado, así mismo se visualiza que el 36,7%, es decir que 22 personas pudieron satisfacer ese factor de descanso con relación a una renovación de energías; tan solo el 5% de los encuestados no estuvieron en busca de satisfacer ese factor.

Según los resultados en el factor motivacional “Desconectar las tensiones diarias” es notoria la inclinación de los encuestados a perseguir esa motivación, pues el 46,7 % representa un interés, ubicándolo en la escala de Likert de cuatro sobre 5, mientras que el 33,3% de la población da un valor

de interés de cinco sobre cinco. Esta representación gráfica también da evidencia del “escape del ambiente cotidiano” mencionado en la Teoría de Crompton y en la cual consiste en tener un cambio temporal de ambiente, que puede referirse a su lugar habitual de residencia o al entorno laboral, por ende, el visitante está en busca de algún escenario distinto al cotidiano, generando cambios no solo físicos sino también sociales.

De acuerdo con los datos arrojados en términos de la *Escala de motivación de descanso y tranquilidad* la cual estuvo constituida por tres factores, se evidencio que la mayoría de las personas que visitaron los escenarios demostraron que sus motivaciones principales estaban inclinadas a la búsqueda de un descanso, de una recarga de energías y con el objetivo de querer desconectar las tensiones diarias. De acuerdo con estos resultados es posible traer a colación el argumento que plantea Dann (1977) quien menciona que “el factor motivacional más importante de los viajes es escaparse la mayoría de los turistas buscan experiencias que incluyan algún tipo de escapismo”, la mayoría de las personas expresaron la necesidad de "alejarse de todo" como un motivo importante para viajar.

Escala motivacional de desarrollo personal y conveniencia

Ahora bien, respecto a la escala de motivación de desarrollo personal y conveniencia, se reconoce como un componente de novedad social y física presente en la actividad turística hace que estas sean una oportunidad para que el turista o visitante explore su propia identidad y para así mismo desarrollar un autodescubrimiento, así como para poner en práctica imágenes sobre sí mismo y evaluarlas. Bajo este contexto, se tendrá en cuenta 3 factores que se ajustan a los procesos turísticos que se encuentra en los turistas que visitan la localidad de Ciudad Bolívar, (Desarrollar habilidades y/o capacidades, cercanía del lugar de residencia, complemento a otra actividad o visita)

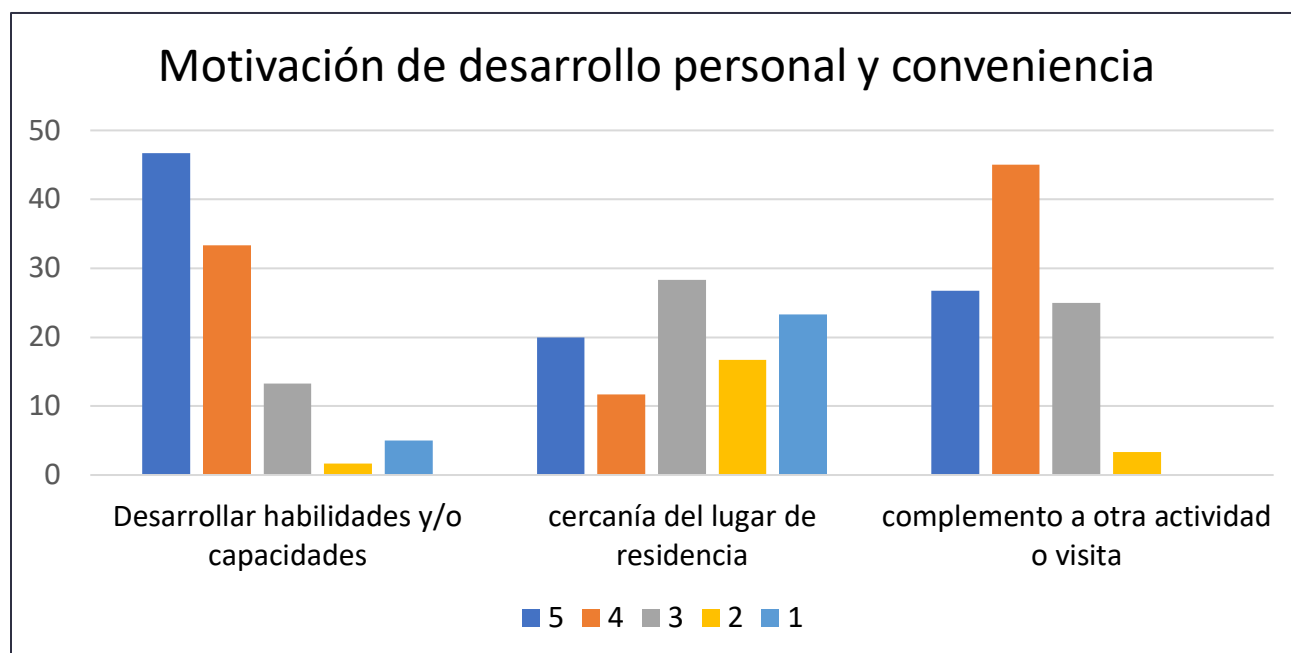


Figura 19: Motivación de desarrollo personal y conveniencia

De acuerdo con los resultados que se presentan en la *figura 19*, es posible evidenciar que el 46,7% de la población demuestra un interés por visitar los escenarios culturales inmersos en la localidad con el objetivo de desarrollar nuevas capacidades, así mismo el interés se percibe en la población que opto en darle un valor de 4 sobre 5, es decir, el 33,3% de los visitantes. tan solo el 5% de los visitantes no estaban en busca de satisfacer esa necesidad, por cual su nivel lo descifra dándole

un valor de 1 sobre 5. Teniendo en cuenta los datos expuestos, se da respuesta y congruencia al aspecto de la teoría de la motivación turística, la cual es entendida como “la razón que asiste al turista para efectuar un viaje el cual produce unos efectos y así mismo permiten satisfacer una necesidad” , es decir que la motivación del turista concibe como un proceso psicológico que lleva a éste a fundamentar su viaje, por ende, estos resultados concluyen que las motivaciones son las fuerzas sociopsicológicas que predisponen a los individuos a elegir y participar en una actividad de carácter turístico.

En la gráfica que representa la relación de cercanía del lugar de residencia con la localidad de Ciudad Bolívar, existe una dinámica que coincide con el lugar de residencia de los visitantes entrevistados. Se evidencia dentro del rango de 4 y 5 puntos, el 11,% y el 20% respectivamente dan a entender que la localidad les queda cerca o que seguramente una parte de la población habita dentro de la localidad y los atractivos culturales son cercanos al lugar de residencia. Mientras que el 23,3% de los visitantes aceptan la lejanía del lugar, dándole una valoración de 1 sobre 5, así mismo ocurre con las personas que representarán su lejanía dándole un valor de 2 sobre 5 y la cual corresponde al 16,7% de la población, y por último, el 28,3% menciona que la localidad y sus atractivos culturales no están tan cercanos pero tampoco tan lejos de su lugar de residencia.

Otro último factor motivacional perteneciente a la escala de motivación de desarrollo personal y conveniencia se incluye el “Complemento a otra actividad o visita” es decir, el turista aprovecha su visita de los escenarios culturales inmersos en la localidad para complementar aspectos de otra índole, en este caso, se evidencia en el factor motivacional “Complemento a otra actividad o visita”, el porcentaje más elevado está en la escala de 4 sobre 5, con un porcentaje de 45%, mientras que el 26,7% establece este interés en la escala de 5 sobre 5.

En términos de las *motivaciones de desarrollo personal y conveniencia* los visitantes y turistas entrevistados, demostraron en el factor de desarrollar habilidades y/o capacidades un alto interés,

específicamente en el Museo de Ciudad Autoconstruida donde Christian Cely (mediador cultural de la localidad de Ciudad Bolívar) lo reconoce como “un escenario pedagógico porque se realizan planeaciones mensuales, con el fin de implementar actividades que involucran a las personas, estas actividades se caracterizan por ser abiertas y cerradas, abiertas se refiere a las dinámicas dispuestas para toda la ciudadanía y cerradas significa que son actividades para grupos específicos que solicitan las actividades, aquí se acercan grupos universitarios y de colegios que reservan con el fin de hacer ejercicios de mediación y así mismo explicar las piezas y casos expuestos en el museo y es así como se enlaza una comunicación recíproca”. Coincidiendo con estos resultados, (Middleton, 2001) menciona que “durante siglos los viajes han sido asociados a una ampliación de la consciencia y al desarrollo a través del conocimiento y la exposición a otras culturas y circunstancias humanas”. Según el autor, “las vacaciones, el descanso y el ocio siempre tuvieron un efecto estimulante sobre las mentes de las personas y están claramente ligados al autodesarrollo” (Middleton, 2001: 78).

En términos de la cercanía de los equipamientos culturales respecto a su lugar de residencia, se evidencia una diversidad en los resultados arrojados y se percibe que el 23,3 % son de lugares lejanos de su residencia, es un porcentaje alto y de cierta manera beneficia que el turismo que se fomenta aquí se está expandiendo hacia otras localidades, ciudades y países: en el caso de los extranjeros provenientes de países como Alemania, Perú y Estados Unidos es evidente la lejanía, sucede lo mismo con las personas residentes de las ciudades como Pereira, Cali e Ibagué. Sus trayectos de viaje fueron largos pero la mayoría lo hicieron con el fin de complementar otra actividad o visita.

Escala de motivación social y de escape

La tercera escala de motivación corresponde a la motivación social y de escape, el Crompton afirma que “existen visitas más orientadas hacia las personas que a los destinos” es decir, que los viajes se consideran como una alternativa que permite conocer gente nueva, interactuar con nuevas

personas, intercambiar culturas y opiniones, ampliar el círculo social o que simplemente se presenta como una oportunidad para disfrutar con personas de otros contextos. Además, el turismo permite satisfacer el deseo de interactuar con la población anfitriona, da la facilidad de que los turistas se relacionen con otros turistas, en ellos se operan una serie de elementos como compartir experiencias e intereses comunes y a tener una proximidad física. De acuerdo con lo anterior, se logró establecer tres factores que permiten delimitar los intereses de los turistas como son: interactuar con la población local, asistir a eventos culturales, recreativos y/o artísticos y la búsqueda de nuevas experiencias (Dann, 1977)

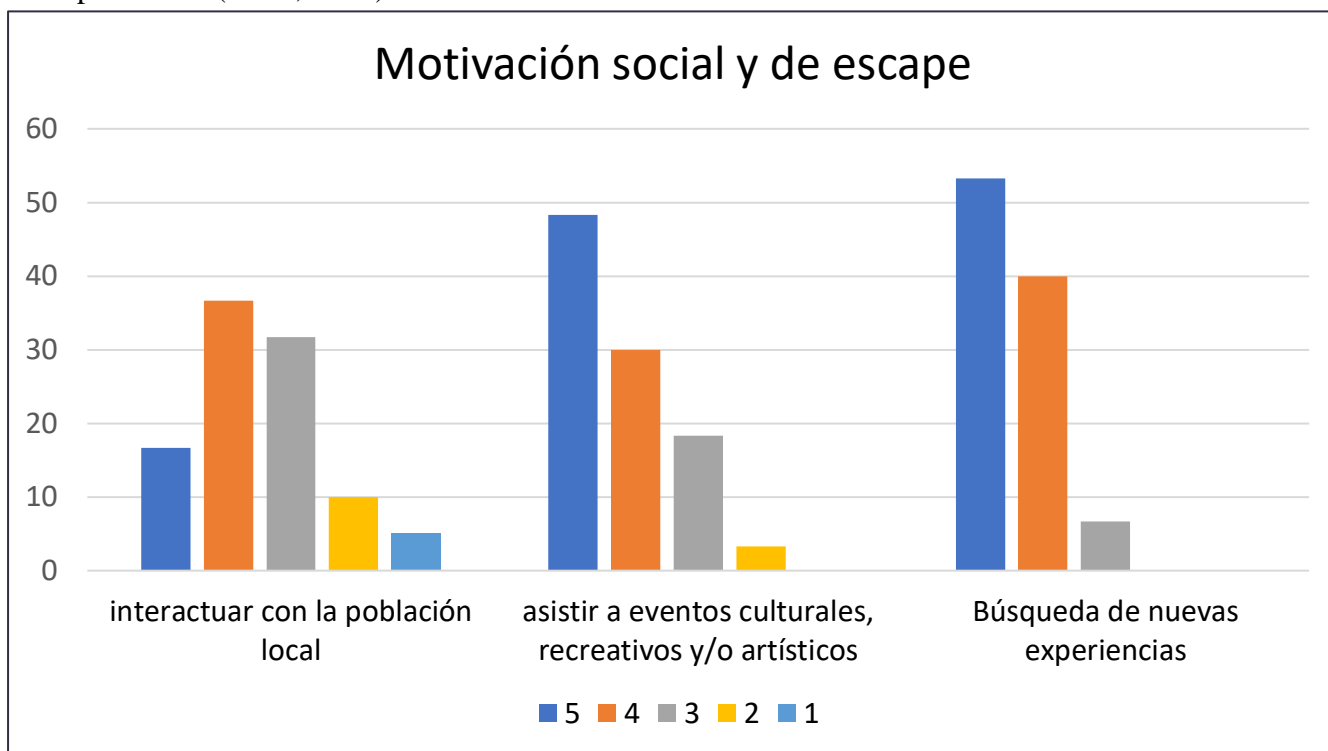


Figura 20: Motivación social y de escape

En figura anterior es posible dar evidencia del interés que tiene los turistas en términos de interactuar con la población anfitriona, donde la mayor cifra esta posiciona en un valor de 4 sobre 5 y corresponde al 36,7% de la población, mientras que el 31,7 de los visitantes evidencian este interés en la escala de Likert en un valor de 3 sobre 5. Se percibe que tan solo el 16,7% de los turistas

demuestran su interés de querer interactuar con la población y el 15% restante de la población encuestada presenta un mínimo interés, dándole un valor de 1 y 2 sobre 5. En los resultados del factor motivacional “asistir a eventos culturales, recreativos y/o artísticos” se evidencia un interés notorio en términos de la importancia a asistir a eventos culturales, recreativos y/o artísticos de Ciudad Bolívar, en este caso, en la escala de 5 sobre 5 se posiciona una gran parte de la población encuestada, con un porcentaje de 48,3%; el 30% de los visitantes representan su interés en la escala de 4 sobre 5, mientras que 11 personas, es decir, el 18,3% de la población determina este factor motivacional en la escala de 3 sobre 5. Es posible concluir que todos los visitantes tienen la intención de conocer y vivir los eventos que constituyen un valor cultural, pues ninguno de los encuestados optó por darle una valoración de 1 sobre 5 a este factor.

Como último factor motivacional comprendido en la escala de Motivación social y de escape, se establece una Búsqueda de nuevas experiencias, en este caso se determina que más de la mitad de la población, es decir, el 53,3% de la población, logró satisfacer la necesidad de generar nuevas experiencias dentro de la localidad, el 40% de la población también representa que pudo cumplir factor, dándole un valor de 4 sobre 5.

En la segmentación que corresponde a “Motivación social y de escape” se percibió un alto interés en asistir a eventos culturales, recreativos y/o artísticos que se ejercen en la localidad, esto genera una congruencia muy importante en términos de las dinámicas sociales y culturales que caracterizan a la localidad, es posible decir que Ciudad Bolívar es un epicentro que consolida las prácticas culturales y artísticas como factores motivacionales de las personas, los espacios culturales podrían fortalecer sus líneas estratégicas que posibiliten potenciar y visibilizar estos elementos y así mismo generar experiencias alternativas para sus visitantes y turistas, de una manera que beneficie a la comunidad receptora en aspectos sociales, económicos y culturales. Como referente importante en

las fuerzas motivacionales de escape y de búsqueda, se encuentra a Iso-Ahola (1982) el cual menciona que “La primera consistiría en el deseo de huir del entorno cotidiano, mientras que la segunda perseguiría la recompensa psicológica o intrínseca mediante el viaje a un ambiente diferente, ya sea éste nuevo o antiguo para el turista”.

En relación con los factores de “Interactuar con la población local” y “Búsqueda de nuevas experiencias” Crompton afirma que existen viajes más orientados a las personas que a los destinos. En efecto, las vacaciones son un tiempo propicio para conocer gente nueva y así intercambiar opiniones, extender el número de contactos sociales o simplemente disfrutar de gente que no es familiar. También puede existir el deseo de interactuar con la población local (anfitriones), si bien según concluye Crompton en base a sus datos, lograrlo reviste algunas dificultades y muchos turistas acaban relacionándose con otros turistas, el participar en viajes organizados son factores que facilitan la interacción social. Respecto de los viajes organizados, en ellos operan una serie de elementos que propician este hecho: compartir experiencias, proximidad física, existencia de individuos con intereses comunes en el grupo o la incorporación al grupo de nuevos miembros que son introducidos por individuos ya miembros.

Escala de motivaciones culturales y monumentales

En la escala que descifra las Motivaciones culturales y monumentales, se enfatizan factores como: conocer el patrimonio histórico y cultural, conocer el entorno rural de la localidad y aprender y aumentar conocimientos. Esta caracterización las define Crompton como motivaciones asociadas a aspectos sociopsicológicos y culturales, donde la experiencia turística es una forma que permite satisfacer necesidades educativas y de adquirir un bagaje cultural, considerándose como una práctica de conocer lugares que son accesibles a los visitantes, es decir, prevalece el hecho de crear nuevas

experiencias, pero de carácter netamente cultural que enriquecen su formación personal y en algunos casos, su formación profesional.

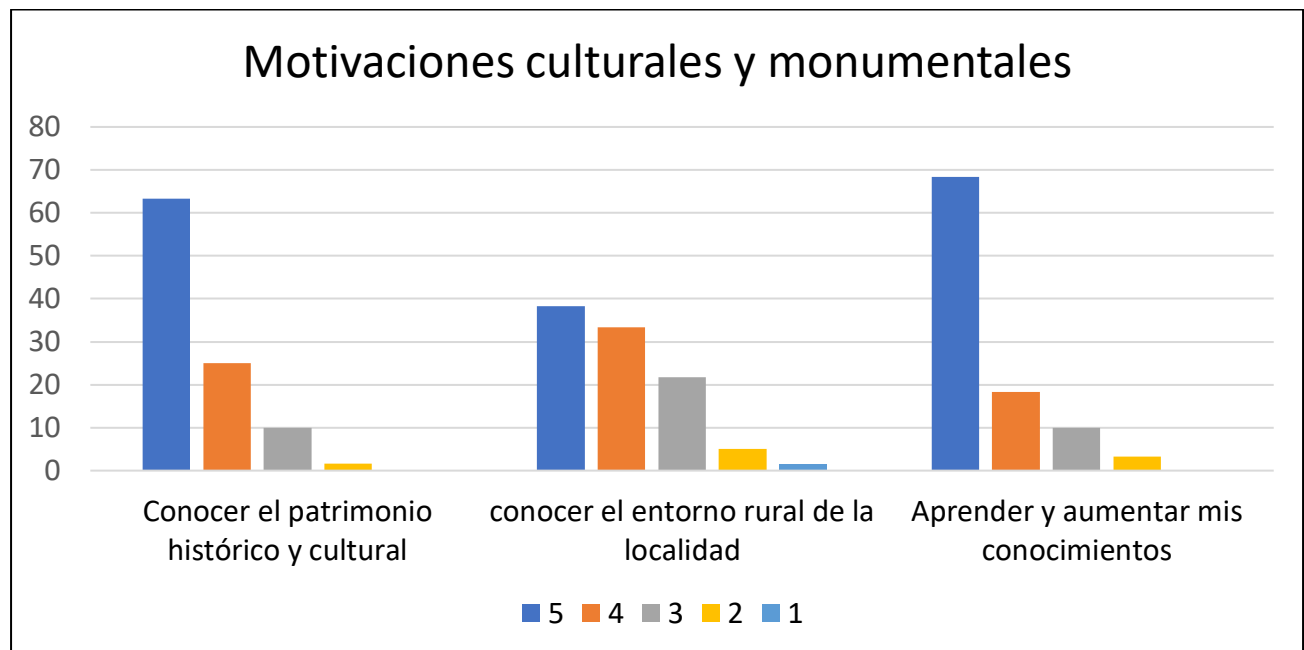


Figura 21: Motivaciones culturales y monumentales

De acuerdo con los resultados reflejados en la Figura 24, se percibe un interés notorio en el turista y su interés por querer conocer el patrimonio histórico y cultural de los escenarios de la localidad, pues el 63,3 % de la población posiciona su motivación de esta índole en grado máximo de la escala de Likert, el otro 25% lo posiciona en el grado 4 de interés, el cual sigue siendo un porcentaje significativo que da respuesta a que los turistas culturales satisfacen su interés en estos espacios. De manera que su conducta coincide con el planteamiento que brinda Crompton con respecto a que las principales motivaciones se generan a partir de un conocimiento de carácter cultural e histórico, de manera que resulta siendo un factor de arrastre.

Se representa los datos obtenidos de acuerdo al nivel de interés que generan los visitantes con relación a “conocer el entorno rural de la localidad” donde queda demostrado que el 38,3% de la población tuvo el interés de conocer estos espacios culturales y rurales que caracterizan de manera

significativa la localidad de Ciudad Bolívar, pues teniendo en cuenta la indagación expuesta con respecto a las rutas turísticas que se generan en el territorio, se da la oportunidad de vivir la experiencia en los entornos rurales, un claro ejemplo como es la Ruta campesina porque desde allí se presenta un tipo de actividad turístico en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, agricultura, las formas de vida y las culturas rurales”. Se debe tener en cuenta que las actividades del turismo rural se desarrollan cuando existe paisajes y ordenación territorial donde prevalecen la agricultura y la silvicultura y las estructuras sociales y formas de vida tradicionales, pues permite de manera que estos resultados coinciden con la caracterización cultural y turística de la localidad, el otro 33,3% de la población demuestra su interés posicionando el nivel en un grado de cuatro sobre cinco. Mientras que el restante de la población establece su interés en una escala de 1 a 3 lo que da respuesta a no interesarse en gran manera a las actividades relacionadas con el área rural.

Otro factor motivacional importante que permite caracterizar a los turistas de tipología cultural es el de “aprender y aumentar mis conocimientos” este resultado coincide de manera paralela y congruente con los resultados obtenidos en el factor motivacional de “conocer el patrimonio histórico y cultural”. Aquí el 68,3 % de la población manifiesta su interés por aprender y por participar en actividades que permitan fortalecer sus conocimientos, esta dinámica se conecta de manera directa con la mayoría de los escenarios indagados en la localidad, donde prevalece las iniciativas de vincular a la población en actividades que generen experiencias significativas y así mismo se cree una imagen positiva del territorio visitado; lo mismo ocurre con el nivel de interés de las población que posiciono su importancia en la escala en un cuatro, esta población corresponde al 18,3% .

(Dachary y Burne, 2006 pag.191) sugieren que el turismo “es un puente complejo entre culturas y formas de vidas diferentes”. Es decir que la búsqueda de diversidad cultural y de conocer

elementos históricos y patrimoniales puede ser identificada como el deseo de ver, conocer y descubrir más sobre otras culturas y habitantes de otros lugares, sobre su estilo de vida. Esta categoría permite entender la cultura como el interés por conocer no sólo los aspectos turísticos de un lugar, sino por experimentar en profundidad el lugar. Esto significa caminar por las calles, contactarse con un residente del lugar y viajar sin prisa para aprovechar esos momentos, pues como bien lo menciona (Cohen, 1972) “Cuando el visitante ya agotó la experiencia turística, puede involucrarse en una experiencia más local”

Escala de satisfacción de los visitantes de la localidad de Ciudad Bolívar

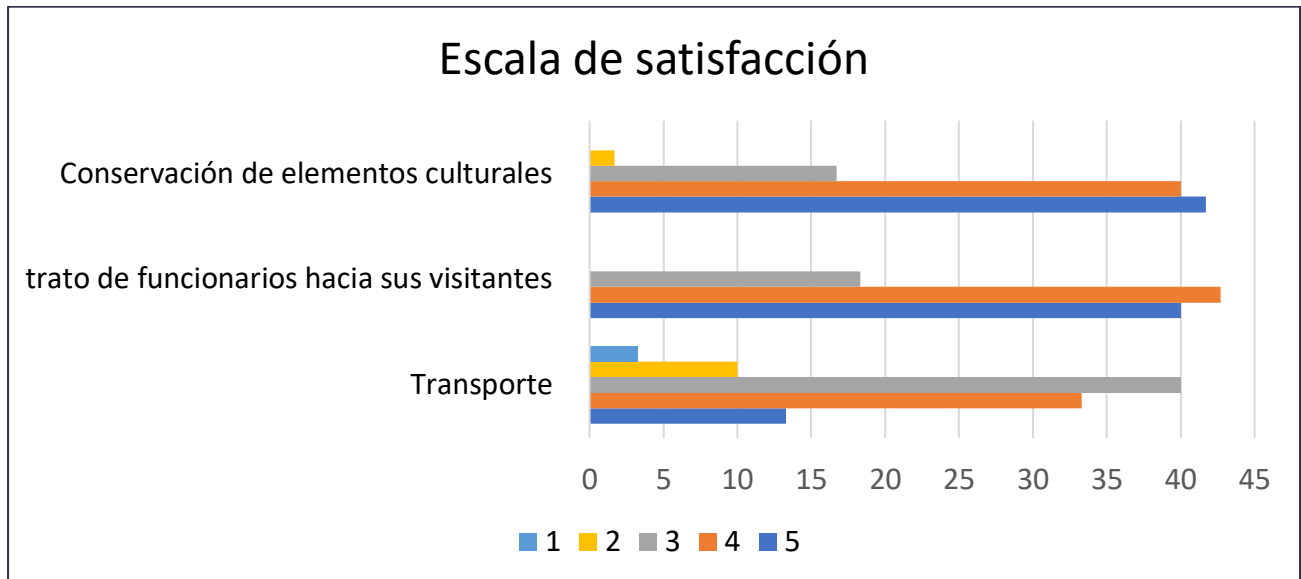


Figura 22: Escala de satisfacción

La última sección de la encuesta corresponde a dar respuesta a la satisfacción generada por la visita de los escenarios culturales (*Ver figura 22: escala de satisfacción*) En la construcción de la escala de satisfacción, se partió de una concepción multidimensional de la misma y, por consiguiente, de la idea de que la evaluación que hace un individuo sobre su experiencia es resultado de un proceso complejo en el que intervienen un elevado número de elementos vinculados al mismo (Oliver et al.,

2002). De las diferentes metodologías utilizadas en el estudio y medición de la satisfacción se optó por aquella en la que ésta es medida a través del resultado experimentado por los individuos (Devesa y Palacios, 2006).

Aquí los visitantes evalúan aspectos que intervienen de manera directa e indirecta el sector turístico. Para dar cumplimiento con la evaluación del transporte y su experiencia para llegar al destino cultural se aplicó la escala de Likert determinando su nivel de satisfacción en donde 1 es “mala experiencia”. 3 es “neutral” y 5 “excelente experiencia”. De acuerdo con los resultados obtenidos, se observa que, el 40 % de los turistas establecieron su satisfacción en un rango e 3 sobre 5, siendo este el valor más elevado, el otro 33, 3% de la población define su experiencia en un rango de 4 sobre 5, tan solo el 13,3% de los encuestados mencionan que el servicio de transporte fue excelente, dándole una valoración de 5 sobre 5. Por último, seis personas evalúan su experiencia dándole una valoración mínima de 2 sobre 5 y el 3,3% de la población faltante da su valoración de 1 sobre 5.

Otro aspecto que interviene en el nivel de satisfacción es la experiencia que se obtuvo los funcionarios que estuvieron inmersos en su visita, de acuerdo con la recolección de datos, se observa el 40% de la población obtuvieron una excelente satisfacción, dándole una valoración de 5 sobre 5, el 42,7% evidencio un valor de 4 sobre 5, mientras que once personas, es decir, el 18,3% de la población demostró su satisfacción dándole un valor de 3 sobre 5.

La conservación del patrimonio cultural es otro aspecto que se evaluó en términos de satisfacción, pues es una razón muy importante que el turista establece dentro de su experiencia, según los resultados arrojados, el 41,7% establece una valoración de 5 sobre 5, es decir, que su satisfacción en este aspecto fue excelente; el 40% define el estado de conservación del patrimonio en un 4 sobre 5, tan solo el 16,7% de los encuestados expresa su satisfacción dándole un valor de 3 sobre 5.

En la medida en que esas motivaciones sean conseguidas, la satisfacción vinculada a la motivación aumentará; por el contrario, la satisfacción disminuirá en la misma medida en que se perciban como no confirmadas. Existiría, entonces, una relación entre la motivación y la satisfacción de los visitantes, ya que la satisfacción podría depender del cumplimiento de las expectativas que el individuo se haya formado, y esas expectativas vendrían determinadas, entre otros aspectos, por los motivos que hayan dado lugar al viaje. Por ende, se realiza la última pregunta que permite dar razón de una satisfacción final y refiere a saber si el visitante recomendaría la visita del destino a otras personas. Según los resultados, el 100% de la población establece que, si recomienda la visita, lo cual da cuenta de que su satisfacción personal fue óptima.

Incidencia de las redes sociales en la elección del turismo

Es importante conocer la manera como el visitante y turista se entera del escenario o del evento al cual asistió. Para la determinación y registro de estos datos, se incorporó en la parte final del cuestionario aplicado a los visitantes (Ver anexo 10, Diseño de la encuesta). Esta pregunta estuvo diseñada con opción múltiple, de manera que cada usuario debía manifestar, de acuerdo a su experiencia, de qué manera tuvo información y conocimiento del destino visitado y sus exposiciones, este cuestionario fue diseñado en la plataforma Google Forms.

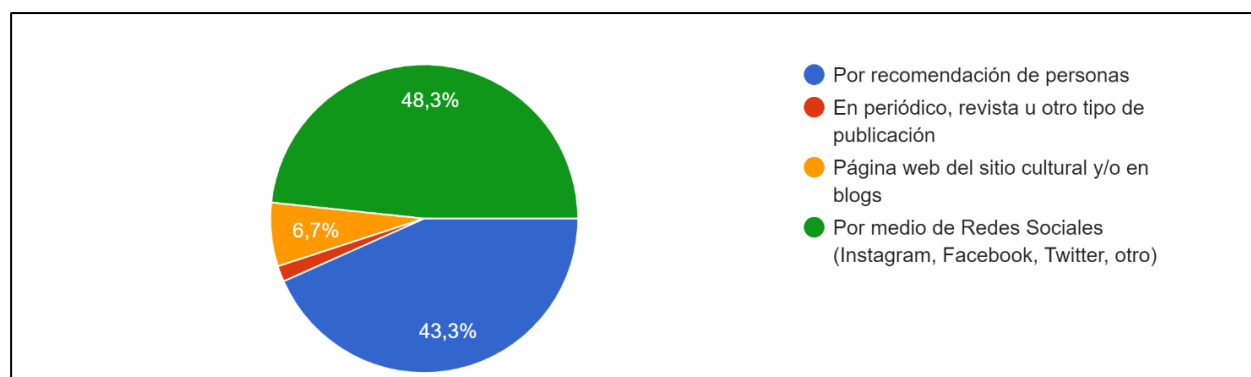


Figura 23: ¿Cómo se enteró del destino visitado y sus exposiciones?

En la *figura 23: ¿Cómo se enteró del destino visitado y sus exposiciones*” se evidencia que el 48,3% de los visitantes se informaron por medio de redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter, otro) este porcentaje da evidencia de la importancia que presenta actualmente los medios sociales en la sociedad y como intervienen el sector turístico. El otro 43,3% de la población menciona que se enteraron por recomendación de personas que anteriormente vivieron la experiencia. Mientras que el 6,7% de la población especifica que conocieron el lugar de manera previa por medio de páginas web de los sitios culturales y/o en blogs viajeros; por último, tan solo el 1,7% se enteró por medio de periódico, revista u otro tipo de publicación.

Para dar claridad en este aspecto, es necesario entender las redes sociales como “Sitios en la Red en los que los usuarios pueden crear su propio perfil para luego relacionarse con el resto, utilizando una serie de herramientas y medios sociales como blogs, videos, imágenes, etiquetas, listas de amigos, foros y sistemas de mensajes” (Menor y Somkabcharti, 2009).

En los últimos años se ha producido un nuevo fenómeno denominado Web 2.0, el cual ha alcanzado una dimensión realmente significativa en los tres últimos años con la popularización de las redes sociales, encabezadas por Facebook y Twitter. El concepto de Web 2.0 trata de describir el fenómeno por el cual los usuarios pasan a ser partícipes de la web y no meros espectadores que visualizan información. El usuario aporta contenidos, realiza comentarios, comparte ideas, imágenes y vídeos con toda la web o con otras comunidades de usuarios.

Las redes sociales y el sector turístico se han convertido en aliados que se complementan en sí, estos elementos han construido unos patrones de comportamiento socioculturales, pues la forma con la que se obtiene información acerca de un destino y del consumo de algún atractivo ha cambiado de manera significativa, actualmente prevalece la hiper conectividad y el desarrollo tecnológico. Los turistas usar la mayoría de las redes sociales con el fin de conocer a profundidad la información del

próximo destino y así encontrar la motivación que necesita, en ese sentido, influye la satisfacción de los visitantes, pues por medios de diversas plataformas digitales podrán contar su experiencia, comentarios y sugerencias.

4.3 Percepciones de mediadores culturales de la localidad y funcionarios del IDT

Siguiendo la secuencia que permitió cumplir con el objetivo de *Determinar las percepciones generales de los principales actores involucrados en el destino turístico cultural (gestores turísticos, turistas y población local) sobre la situación turística actual del turismo cultural en la localidad*, se realizó la aplicación de las encuestas semiestructuras a los actores que intervienen de manera directa con los aspectos culturales y turísticos que se ejerce en los escenarios de la localidad.

De acuerdo con la presentación de resultados, se realiza un análisis de estos, con el objetivo de vincular los aspectos teóricos, sus referentes y los resultados que se obtuvieron por medio de las encuestas, las entrevistas semiestructuradas y el diario de campo.

La base teórica de este proyecto entiende la percepción como relativa a la situación histórico-social pues tiene ubicación espacial y temporal, depende de los factores cambiantes y de la adquisición de experiencias que incorporen otros elementos a las estructuras perceptuales, donde puede modificar y adecuar según las condiciones. Desde un punto de vista antropológico, la percepción es entendida como “la forma de conducta que comprende el proceso de selección simbólica de una experiencia, que tienen como límites las capacidades biológicas humanas y el desarrollo innato del hombre para la creación de símbolos” (Vargas, 1995) A través de la vivencia la percepción genera características cualitativas a las circunstancias del entorno mediante referentes que se elaboran en términos culturales e ideológicos contruidos y reconstruidos por un grupo social, lo cual permite crear evidencias sobre la realidad.

En conclusión, la percepción es simultáneamente fuente y producto de las evidencias, pues las experiencias de carácter perceptual proporcionan la vivencia de experiencias; así mismo, son confrontadas con el aprendizaje social donde las fuentes ideológicas tienen un papel importante en la construcción de factores interpretativos que se conciben como la comprobación de la realidad del ambiente, para efectos de esta investigación se reconoce la percepción de los visitantes y residentes de la localidad de Ciudad Bolívar, teniendo en cuenta las experiencias culturales y turísticas estimuladas en el territorio.

Entendiendo el turismo cultural como “un tipo de actividad turística en el que la motivación primordial del visitante es aprender, descubrir, consumir y experimentar los atractivos y los productos culturales, de carácter material e inmaterial, de un sitio turístico” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021, p.44). es posible hablar de esta tipología en el territorio de Ciudad Bolívar, destacando que estos atractivos y productos culturales hacen referencia a “un conjunto de elementos materiales, espirituales, intelectuales y emocionales distintivos de una comunidad que enmarca las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, la literatura, la gastronomía, la literatura, las industrias creativas y las culturas vivas con sus formas de vida” (OMT, 2019).

En función de la descripción del turismo cultural, se dispone a relacionar la percepción y la motivación turística como dos esferas importantes que permiten entender la dinámica de elección y satisfacción de los visitantes de la localidad de Ciudad Bolívar. En primera instancia la percepción es simultáneamente fuente y producto de las evidencias, pues las experiencias de carácter perceptual proporcionan la vivencia de estas; así mismo, son confrontadas con el aprendizaje social donde las fuentes ideológicas tienen un papel importante en la construcción de factores interpretativos que se conciben como la comprobación de la realidad del ambiente, para efectos de esta investigación se

reconoce la percepción de los visitantes y residentes de la localidad de Ciudad Bolívar, teniendo en cuenta las experiencias culturales y turísticas estimuladas en el territorio. en términos de la motivación turística y la relación que se genera con la teoría de Maslow la cual explica que las necesidades humanas se jerarquizan de acuerdo con los niveles de importancia del ser humano. En el campo del turismo existe una relación de acuerdo con la teoría en términos de la naturaleza jerárquica de la motivación. “La experiencia turística vuelve, a quien la vive, capaz de reconocer una vez satisfechas las necesidades originales otras más elaboradas y complejas; es decir, nuevas motivaciones pueden emerger de las experiencias del pasado que fueron satisfactorias. El estudio de este ciclo permitiría dar respuesta a tres cuestiones esenciales de la conducta en el entorno turístico: las razones para viajar, o por qué; la elección específica, o dónde; y los resultados obtenidos, o satisfacción de la visita”

A la luz de la teoría de Crompton (1979) la cual fue fundamental para establecer una base teórica que explica de manera clara, las motivaciones turísticas de las personas. Para lograr entender la dinámica que propone Crompton, fue importante establecer tres aspectos, inicialmente su teoría esta trazada en la “Restauración de la homeostasis” la cual permite dar respuesta a la dinámica motivacional. La distinción entre los factores pus (empuje) y factores puy (arrastre) y por último se encuentra la incorporación de la multicausalidad al instante de dar respuesta al comportamiento turístico.

El autor asume que la motivación surge desde lo que él denomina “ruptura de equilibrio” disrupciones de la homeostasis y ocurre cuando alguna necesidad del individuo no se encuentra satisfecha, se genera un estado de tensión que le resulta desagradable y el cual le impulsa a realizar alguna acción con el objetivo de suplir el nivel de satisfacción a la necesidad de restituir así el estado homeostático de equilibrio, en términos turísticos, la conducta del turista entendida desde su decisión de viajar y en su elección de destino se adaptaría a la misma dinámica de re- equilibrio es decir, cuando

el individuo decide tener un descanso de placer sería una conducta posible que permite satisfacer las necesidades que en la vida cotidiana no son posibles de solventar. De acuerdo con lo anterior, es posible concebir la importancia que se ejerció en términos del turismo cultural, la motivación turística, la percepción turística y la teoría de Crompton, estas teorías se ajustaron para describir el comportamiento y las percepciones de los residentes de la localidad, los funcionarios de entidades locales y distritales y claramente de los visitantes de la localidad.

En relación con el objetivo que persigue *“identificar y caracterizar los tipos de ofertas culturales que realizan las entidades vinculadas directamente al turismo cultural en la localidad de Ciudad Bolívar”* Se realizó una búsqueda de los sitios culturales inmersos en el territorio, se encontraron en total quince equipamientos culturales que permiten desarrollar expresiones culturales, potencializar las narrativas orales que resaltan la historia de la localidad (ver Figura 20)



Figura 24: Equipamiento cultural de la localidad de Ciudad Bolívar
fuente: elaboración propia

En primera instancia Las Casas de Cultura en Bogotá se caracterizan por ser infraestructuras de carácter comunitarias y autónomas, inmersas en el Sistema Distrital de Arte, Cultura y Patrimonio, el cual estructura un equipamiento cultural y comunitario dentro de un contexto geográfico de la capital, de acuerdo con el inventario cultural que presenta la Dirección de Planeación de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, Ciudad Bolívar cuenta con cinco Casas de la Cultura con el objetivo de promover el “el buen aprovechamiento del tiempo libre de los niños, jóvenes y adultos mayores”

En ese orden de ideas, el inventario de los lugares naturales, de obras culturales y lugares específicos de la localidad se hallaron siete infraestructuras dedicadas a resaltar una apropiación por los mismos habitantes del territorio y donde es posible ejercer una actividad turística cultural y responsable. En esta categoría de encuentran El Palo del Ahorcado, Puente del Indio, Teatro El Ensueño, Museo de la Ciudad Autoconstruida y tres bibliotecas públicas: Arborizadora Alta, Perdomo Soledad Lamprea y El Paraíso.

Otro de los elementos que constituyen la riqueza cultural de Ciudad Bolívar lo configuran los Eventos de carácter turístico como son las rutas turísticas como la Ruta Campesina y la Ruta de la Esperanza, estas se realizan de manera continua en el territorio y se caracterizan porque generan un fortalecimiento y diversificación del turismo cultural, además permite un desarrollo económico y de empleo para los residentes de la localidad, da le oportunidad de regenerar los aspectos físicos y económicos que se contemplan, así mismo como al desarrollo de la comprensión y sensibilización cultural.

En ese sentido, se reconoce la localidad de Ciudad Bolívar como un territorio cultural, donde prevalece las actividades culturales de toda índole, sus manifestaciones artísticas representan un

contexto diverso y propio de la comunidad, donde por ejemplo, las casas de la cultura se conciben como escenarios óptimos para desarrollar prácticas que vinculen las experiencias culturales pero también sociales, claramente estos espacios se caracterizan por ser comunitarios y autónomos y está destinada para los propios habitantes del sector, pero, si se genera una proyección más amplia desde los entes gubernamentales y distritales, daría cavidad a implementarse demás factores o recursos para los visitantes puedan hacer parte de las narrativas orales halladas en estas infraestructuras. En el caso de los bienes culturales inmuebles de este territorio, se percibe el cuidado de cada uno de ellos, por parte de los mismos funcionarios e incluso por los mismos residentes de la localidad, lo cual es un factor muy importante porque se estimula una apropiación e identidad por estos equipamientos; en el caso del Palo del Ahorcado y el Puente del Indio se percibe un reconocimiento histórico y de memoria social, pues son elementos que han marcado una reconstrucción y una narrativa histórica y esto a su vez fomenta la preservación y el cuidado. Se reconocen además como un recurso turístico fuerte porque permite dar a conocer a sus visitantes los hechos históricos que cada uno de ellos representa.

Escenarios como Teatro El Ensueño, Biblioteca El Paraíso y Museo Ciudad Autoconstruida, son infraestructuras nuevas e innovadoras, efectivamente no se caracterizan por ser infraestructuras antiguas, pero donde se pueden exponer las realidades sociales, culturales, artísticas y las narrativas percibidas a lo largo del tiempo. Desde estos espacios es posible analizar como esta localidad ha sido reconocida como una localidad que se ha “Autoconstruido” pues se ha hecho a pulso y se concibe como un territorio que acoge a miles de personas de diversos orígenes e historias de vida, su bagaje histórico es amplio porque desde allí se han adelantado procesos de defensa de los derechos humanos, de la implementación de una educación alternativa, de la preservación socioambiental y del mismo reconocimiento de los patrimonios barriales. Es así como la misma comunidad recibe estos espacios de manera positiva, porque permiten visibilizar los procesos inmersos en el territorio, de manera que

se convierte en una “Plataforma de liderazgo” como lo define Cely, gestor cultural, para los nuevos agentes interesados en ejercer trabajos territoriales. Siguiendo este lineamiento es posible vincular las manifestaciones que surgen desde el ámbito turístico en Ciudad Bolívar, donde las rutas turísticas generan un contexto y un reconocimiento rural, social y cultural. La ruta de la Esperanza se interesa por querer demostrar y reconstruir los hechos históricos que emergen en la localidad, además permite brindar experiencias a sus visitantes, pues gracias a la diversidad cultural de esta localidad, el empoderamiento de la comunidad y el mejoramiento del sistema de transporte, se construye una propuesta de turismo social. Los beneficios hallados en esta actividad se representan en el desarrollo personal, en ejercer un turismo de realidad y de concientización, ha permitido al hallazgo de habilidades inexploradas.

Cristhian Cely, describe esta actividad en tres aspectos importantes, en la creación de una identidad, en el progreso de una actividad económica pues genera empleo para los jóvenes y grandes de la comunidad, impulsando emprendimientos que dinamicen la economía del barrio y generen paz en el territorio y por último la transformación física, haciendo referencia a la fuente de transformación del espacio, a través de procesos históricos, anécdotas y enseñanzas colectivas, convertidas en arte y en el mejoramiento de los escenarios públicos. Alison Bernal, contratista del Instituto Distrital del Turismo, explica por medio de la entrevista semi estructurada aplicada, que por medio de FONDETUR se promueve la igualdad y generación de nuevas oportunidades para el crecimiento socioeconómico de comunidades y el tejido productivo del turismo de la capital, impulsando el desarrollo de proyectos turísticos de las localidades, lo cual podría ser una alternativa para que las personas interesadas en emprender y generar iniciativas turísticas en la localidad pueden construir un proceso productivo, por medio de capacitaciones orientadas a la implementación de una economía circular y a la formación de un equipo interdisciplinario que permita fortalecer estos lazos sociales.

Conclusiones

El presente trabajo ha identificado la existencia de cuatro factores motivacionales de los visitantes de la localidad de Ciudad Bolívar como son La búsqueda del descanso y tranquilidad, la motivación de desarrollo personal y conveniencia, la motivación social y de escape y, por último, los motivos culturales y monumentales. Esta escala motivacional se logró ajustar al contexto turístico y cultural del territorio de estudio, teniendo en cuenta las aportaciones que generan autores como (Dan, 1977) y (Crompton, 1979), entorno al estudio motivacional turístico.

Los resultados han puesto de manifiesto que los individuos realizan una evaluación distinta de algunos aspectos, actividades y atributos, tanto del destino como de la oferta de las organizaciones turísticas, es posible concluir que Ciudad Bolívar es un epicentro que consolida las prácticas culturales y artísticas como factores motivacionales de las personas, los espacios culturales se caracterizan por tener ofertas que permiten satisfacer las necesidades culturales de los visitantes y así mismo generar experiencias alternativas para ellos. Los atractivos turísticos con mayor afluencia fue el Museo de la Ciudad Autoconstruida y teatro El Ensueño; son escenarios que, a pesar de ser nuevos, presentan una oferta cultural muy amplia e importante para los turistas y sus objetivos permiten articular acciones pedagógicas que contribuyen a una construcción del tejido social y a su vez permite generar procesos de participación colectiva y apropiación de territorio.

En ese sentido, se reconoce la localidad de Ciudad Bolívar como un territorio cultural, donde prevalece las actividades culturales de toda índole, sus manifestaciones artísticas representan un contexto diverso y propio de la comunidad, donde por ejemplo, las casas de la cultura se conciben como escenarios óptimos para desarrollar prácticas que vinculen las experiencias culturales pero también sociales, claramente estos espacios se caracterizan por ser comunitarios y autónomos y está destinada para los propios habitantes del sector, pero, si se genera una proyección más amplia desde

los entes gubernamentales y distritales, daría cavidad a implementarse demás factores o recursos para los visitantes puedan hacer parte de las narrativas orales halladas en estas infraestructuras.

En el caso de los bienes culturales inmuebles de este territorio, se percibe el cuidado de cada uno de ellos, por parte de los mismos funcionarios e incluso por los mismos residentes de la localidad, lo cual es un factor muy importante porque se estimula una apropiación e identidad por estos equipamientos; en el caso del Palo del Ahorcado y el Puente del Indio se percibe un reconocimiento histórico y de memoria social, pues son elementos que han marcado una reconstrucción y una narrativa histórica y esto a su vez fomenta la preservación y el cuidado. Se reconocen además como un recurso turístico fuerte porque permite dar a conocer a sus visitantes los hechos históricos que cada uno de ellos representa.

De acuerdo con la teoría motivacional que presenta Dan (1977) se concluye que el factor motivacional más importante de los viajes es escaparse, la mayoría de los turistas buscan experiencias que incluyan algún tipo de escapismo. También se considera que la visita a estos escenarios permite ampliar la interacción social y así intercambiar opiniones, permite extender el número de contactos sociales o simplemente disfrutar de gente que no es familiar.

Entendiendo el turismo como una ventana que permite percibir procesos culturales, sociales y económicos, el impacto que ha generado las innovaciones tecnológicas, la interconectividad entre países, además de las dinámicas y transformaciones propias de la población es posible deducir que la búsqueda de diversidad cultural y de conocer elementos históricos y patrimoniales puede ser identificada como el deseo de ver, conocer y descubrir más sobre otras culturas y habitantes de otros lugares, sobre su estilo de vida.

Se logro identificar la vinculación que existe entre los factores motivacionales y el nivel de satisfacción de los turistas, pues, en la medida en que esas motivaciones sean conseguidas, la

satisfacción vinculada a la motivación aumentará, es decir, la satisfacción podría depender del cumplimiento de las expectativas que el individuo haya construido y esas expectativas vendrían determinadas, entre otros aspectos, por los motivos que hayan dado lugar al viaje. En el caso de Ciudad Bolívar, se logró evidenciar que los visitantes obtuvieron un nivel de satisfacción alto y donde según los resultados de la encuesta aplicada, recomiendan el lugar a otras personas.

El impacto de las redes sociales en el sector turístico también fue notorio en esta investigación, pues de acuerdo con los resultados, se evidenció que el 48,3% de los visitantes se enteraron de las dinámicas y actividades que suceden en la localidad gracias a las redes. Este fenómeno se ha producido en los últimos años y se ha denominado Web 2.0 donde los usuarios pasan a ser partícipes de la web y no meros espectadores que visualizan la información, el usuario tiene la oportunidad de aportar contenidos de las experiencias generadas en un destino y a su vez realiza comentarios, comparte sus ideas a otras comunidades. Otro aspecto que favorece la incidencia de las páginas web y de las redes sociales en el turismo consiste en la promoción continua de las actividades culturales y artísticas que se generan en los escenarios de interés, por las mismas redes oficiales o bien por las entidades distritales. Esta dinámica fortalece la motivación de las personas e incita a personas externas de la localidad tengan la posibilidad de participar y de esta manera, satisfacer alguna satisfacción de carácter cultural.

En el caso de las percepciones de los gestores culturales, se evidencio el interés por parte de ellos, de querer promocionar la localidad como un territorio turístico, siempre y cuando se realice de manera responsable y consiente, donde todos los sectores estén beneficiados de manera equitativa, garantizando el desarrollo de la misma comunidad. Los mediadores culturales generaron una perspectiva muy importante, especialmente Arciniegas, menciona por ejemplo que en “lugares como Ciudad Bolívar el turismo disfraza prácticas como la porno miseria, Es importante que las

organizaciones sociales puedan construir avances conceptuales alrededor del turismo, hay que avanzar en términos de construir un turismo comunitario que permita movilizar con intenciones más sociales y constructivas, y no con una lógica de espectáculo o banalización, sería interesante que el turista tenga intenciones más profundas y humanas como por ejemplo buscar propuestas de organizaciones o analizar cuáles han sido las dinámicas que las organizaciones sociales han construido para sostener esta localidad, para disputar con las instituciones o para construir memoria histórica”

En ese sentido es importante que las instituciones nacionales y distritales diseñen líneas estratégicas que posibiliten el desarrollo de un turismo social, sostenible y responsable y no globalizar o banalizar la memoria histórica del territorio.

Se tuvo en cuenta las opiniones de contratistas del Instituto Distrital de Turismo, siendo esta una entidad que fomenta la industria del turismo en Bogotá, Distrito Capital, convirtiendo la ciudad en destino turístico sostenible y además diseñan y gestionan estrategias e instrumentos que concretan las Políticas de Turismo del Distrito. En ese sentido Alison Bernal, contratista del área de sostenibilidad del equipo de Smart office de la subdirección de gestión de destino, destaca la importancia del turismo y la entiende como un motor social, donde la cultura y la idiosincrasia permiten crear sinergias en aspectos sociales y turísticos, esto a su vez genera una mejor calidad de vida del residente. En términos del comportamiento turístico de la localidad de Ciudad Bolívar, Bernal menciona que este territorio aún se encuentra en fase inicial de un proceso netamente turístico, pero aun así esta localidad se destaca por la manera como ejerce actividades turísticas de una manera responsable, accesible y sostenible; Ciudad Bolívar se caracteriza por tener una riqueza geográfica muy importante y una identidad que permite brindar experiencias a sus visitantes y turistas.

En términos del perfil de turistas hallados en el territorio y acuerdo con los tipos de turistas que expone Stanley Plof (1974) se logra definir que en este tipo de actividad, se suele encontrar un

tipo de turista aloctrico, son aquellos turistas que optan por destinos poco visitados y reconocidos, es decir, destinos que aún no estarían incluidos en la industria turística, resulta más relevante la experiencia que la infraestructura en sí, priorizan la exploración, evaluación e introspección propia, en este caso, para asistir a este tipo de festival, existe un gusto y un interés por querer hacer parte de esta actividad, son capaces de realizar procesos en función de las necesidades que tengan para conocer de la forma más real posible las formas de vida y cultura del lugar, en conclusión, su interés principal está en contactar con la población local y conocer su cultura y sus manifestaciones artísticas.

La tendencia de turistas que se encontró, teniendo en cuenta las caracterizaciones específicas y demostradas por Smith (2003) y Stanley (1974) se concluye que prevalece la presencia de turistas exploradores porque se adaptan al entorno social y espacial, se caracterizan por observar y participar con la comunidad anfitriona. Se demuestra que existe un turista aloctrico en el cual Smith (2003) denomina aquellos turistas que optan por destinos poco visitados, lugares incluso fuera de la industria turística, priorizan la exploración, evaluación e introspección propia, así como el conocimiento de la cultura y forma de vida del lugar. Realizan las actividades en función de las necesidades que permitan conocer de la forma más real posible las formas de vida y cultura del lugar, llegando a adoptar la forma de vida de los residentes durante algunos días del viaje.

De acuerdo como la caracterización anterior, se logra hallar una vinculación con el tipo de turista que expone Erik Cohen (2005) y lo denomina como “Turista extremo en los márgenes” es aquel turista que buscan alejarse de la globalización, priorizan destinos poco habitados o incluso destino no visitado, les gusta explorar el lugar y cada viaje resulta un desafío en busca de lo auténtico, su interés por la cultural del lugar que visitan es máximo, así como el contacto con la población local. Las experiencias que realiza en el territorio visitado son las que permite enriquecer su experiencia de autenticidad.

Recomendaciones

Con base a los resultados de este proyecto de grado y el aporte bibliográfico que constituye este texto monográfico, se expondrá una serie de recomendaciones con el objetivo de fortalecer la actividad turística en la localidad y fomentar de alguna manera un turismo responsable y social.

Es importante que las entidades públicas y privadas le apuesten al potencial turístico que sucede en la localidad de Ciudad Bolívar, todas las transformaciones sociales deben ser visibilizadas no solo a nivel distrital sino a nivel nacional e internacional, entidades como el IDT podrían contribuir a la promoción de los escenarios culturales, por medio de lineamientos estratégicos que permitan generar tejido social y nuevas perceptivas al territorio, con el apoyo de los mismos habitantes del sector, gestores culturales y comunidades interesadas en querer rescatar el valor histórico que representa la localidad y asimismo generar un sentido de apropiación social, turística y cultural.

Existe la necesidad de crear proyectos que clarifiquen y actualicen la evaluación de motivación y satisfacción de los turistas, implementando las nuevas dinámicas que expone el sector turístico con la era tecnológica que se atraviesa a nivel mundial, estos aspectos posibilitan entender el comportamiento de los turistas y la conexión existente con los atractivos culturales. Entendiendo la motivación turística como la razón que asiste al turista para efectuar el viaje, diversas empresas turísticas podrían implementar un estudio con este enfoque de generar una segmentación de visitantes, teniendo en cuenta sus necesidades, preferencias e intereses. Las bases teóricas que abordan el del turismo cultural han hecho énfasis en la necesidad de un enfoque centrado en la sustentabilidad, hacen énfasis en el aprovechamiento equilibrado de los recursos que intervienen en el desarrollo, destacándose aspectos como la participación local, repartición de beneficios equitativos, el combatir

la pobreza, el conservar el patrimonio, formular proyectos de abajo hacia arriba, es decir, a partir del involucramiento directo e iniciativa de la misma comunidad, donde se contempla a la colectividad como los principales actores.

Desde la Universidad Pedagógica Nacional, específicamente en la licenciatura en recreación, se recomienda ampliar el componente turístico y las dinámicas que se generan en contextos poco reconocidos, resaltando la acción pedagógica y social, de acuerdo con el presente trabajo de grado, se evidenció como la educación aporta la comprensión internacional, es decir, el turismo se reconoce como un vínculo estratégico que permite educar para la paz, la solidaridad, el cuidado, en el reconocimiento y respeto hacia otras culturas, por ende, desde una filosofía internacionalista, el turismo aporta unos valores sustentados desde los sistemas educativos que permiten comprender la importancia del comportamiento humano en cualquier territorio nacional o global y la dinámica social con que se devuelve el hombre, así mismo, se resalta la educación para el ocio y el tiempo libre, donde el turismo genera de manera significativa una recolección de experiencias que permite darle un valor al tiempo libre y a suplir una necesidad de descanso, desde actividades culturales y recreativas que ejerce y patrocina un territorios.

Desde la Política Distrital de Turismo, no se evidencio la importancia de fortalecer el turismo en localidades que a lo largo del tiempo han sido fuertemente estigmatizadas, existe espacios donde prevalece la existencia de riquezas históricas y culturales y estas deben ser visibilizadas por los mismos turistas nacionales e internacionales.

Por último, desde la localidad de Ciudad Bolívar y desde los colectivos culturales y turísticos existentes, se hace necesario la creación de una “marca turística” que represente la localidad y sus manifestaciones sociales y sus acontecimientos históricos existentes, actualmente la marca país o

marca ciudad se considera como un instrumento fundamental en los nuevos espacios, con el objetivo de potenciar y revelar las oportunidades comerciales de un territorio, mejorar su imagen hacerlo más competitivo y generar intereses que coadyuven a un desarrollo sostenible. Por ende, al crear una marca que represente la localidad podría comunicar con poder los atractivos de la zona, atraer procesos económicos sustentables, eliminar estereotipos y clichés, expresar una idea central y construir ventajas competitivas.

Reflexiones Finales

La motivación turística no es un proceso estático, sino que se trata más bien de un proceso evolutivo, dinámico que estimula al individuo al cambio de experiencia y preferencias vacacionales en función de una serie de factores como la edad, el nivel de experiencia turística previa, el estatus, etc. Llega a la conclusión de que las motivaciones son diferentes dependiendo del carácter positivo o negativo de la experiencia. En las experiencias positivas las necesidades de niveles inferiores en la escala de Maslow se encuentran inactivas, contrariamente a lo que sucede en las experiencias negativas donde tienen una presencia más activa. A mayor experiencia y maduración turísticas mayor es la preocupación por las necesidades altas en la escala de Maslow (Pearce y Caltabiano, 1982).

La revisión de literatura realizada facilito conocer los factores internos y externos que inciden en el comportamiento del turista. El comportamiento de los consumidores es una materia compleja, y aún su estudio e interés se refleja en los diversos trabajos de investigación que se realizan en el ámbito iberoamericano, especialmente aquellos que se centran en aspectos concretos como el turismo. El comportamiento del consumidor, por tanto, la segmentación de los mercados y las estrategias de

marketing aún hoy en día necesitan de la investigación de estos factores en tanto que los mercados cambian y evolucionan.

A lo largo de las páginas precedentes se ha llevado a cabo una revisión teórica del tema de la motivación turística, a la vez que se ha presentado los resultados de un estudio de caso que tenía por objeto la identificación de aquellas variables psicosociales y sociodemográficas de incidencia en la elección de Ciudad Bolívar como destino. Respecto del apartado teórico de nuestro trabajo, una vez realizada una somera introducción al concepto y teorías sobre la motivación en general y sobre la motivación turística en concreto, se comprobó el escaso el número de aportaciones de esta índole.

Este hecho tiene una clara implicación de gestión para las organizaciones turísticas, y es que cualquier medida tendente a incrementar la satisfacción del cliente deberá partir primeramente de un estudio motivacional que permita conocer las razones que motivaron su viaje para después incidir en la presencia y correcta prestación de aquellos atributos del producto turístico con una vinculación más estrecha a las mismas. De esta manera, y de acuerdo con los resultados expuestos, las organizaciones encargadas de la gestión del destino deberán de tratar de asegurar una adecuada conservación del patrimonio monumental, la disponibilidad de servicios de información turística, la posibilidad de realizar visitas guiadas y la fijación de unos horarios de apertura de los monumentos apropiados.

Referencias bibliográficas

- Albarracín, A, Castellanos, F., Mojica, G., Olaya, D., Padilla, M., Pérez, S., y Santana, A. (2020). *Ciudad bolívar y el cable aéreo: expresiones y trayectorias de la ciudad segregada*. Anekumene,
- Alcaldía Local de Ciudad Bolívar (s.f.) *Conociendo mi localidad*
<http://www.ciudadbolivar.gov.co/mi-localidad/conociendo-mi-localidad/historia>
- Alcaldía Local de Ciudad Bolívar. (2021). *Casa de la Cultura de Ciudad Bolívar, tendrá una nueva cara en el 2022*. <http://ciudadbolivar.gov.co/noticias/casa-la-cultura-ciudad-bolivar-tendra-nueva-cara-2022>
- Alcaraz. E. (2017). *Asociación Biblioteca Comunitaria Juan Pablo II Semillas Creativas semillero: palabras de la infancia liberadora PIL. Ciudad Bolívar*. <https://docplayer.es/23511162-Asociacion-biblioteca-comunitaria-juan-pablo-ii-semillas-creativas-semillero-palabras-de-la-infancia-liberadora-pil-ciudad-bolivar-bogota-colombia.html>
- Ballart, J. (2002). El patrimonio histórico y arqueológico.
- Barón Valverde, M. J. (2021). Análisis de la gobernanza en la gestión de la actividad turística en Bogotá.
- Bernet, J. T. (2000). La cultura y sus mediaciones pedagógicas. In *La sociedad educadora* (pp. 125-146). Fundación Independiente.
- Bianchini, F. (1999). The relationship between cultural resources and urban tourism policies: issues from European debates. *Planning Cultural Tourism in Europe: a presentation of theories and cases*.
- Cañellas, A. J. C., & González, G. B. (1993). Turismo y Educación (bases para una pedagogía del turismo). *Revista española de pedagogía*.
- Cardona Quintero, A. (2022). Implicaciones tributarias de las plataformas digitales en el marco de la Economía Naranja en Colombia.
- Centro de Información Turística de Colombia. (2021) *Estadísticas Nacionales, motivos de viaje*. https://www.citur.gov.co/estadisticas/df_motivo_viaje/all/6#gsc.tab=0
- Chias, J. (2006). El turismo de ciudad: desarrollo y marketing turístico de ciudades. Centro Iberoamericano de Desarrollo Estratégico Urbano.

- Cortada, D. M. (2006). El diálogo turismo y cultura. *Pensar Iberoamérica: Revista de Cultura*.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of tourism research*.
- Cubero, A. (2017). La diversidad cultural: ¿es posible su aplicación al sector audiovisual? *Comunicación y sociedad*, (28), 111-130.
- Cuesta, M., & Herrero, F. (2010). Introducción al muestreo. *Depto. de Psicología*, Universidad de Oviedo. *Recuperado de: http://www.psico.uniovi.es/Dpto_Psicologia/metodos/tutor*, 7.
- Cuevas, A. (2016). *Palo del Ahorcado, símbolo de fe de Ciudad Bolívar*. Palo del Ahorcado, símbolo de fe de Ciudad Bolívar | Bogota.gov.co
- De Arrillaga, J. I. (1955). El turismo en la economía nacional (Vol. 16). Editora Nacional.
- De la Orden Reyes, C. (2011). *La satisfacción del turista cultural ecológico: causas y efectos*. Universidad de Huelva.
- Devesa Fernández, M., Laguna García, M., & Palacios Picos, A. (2008). Un modelo estructural sobre la influencia de las motivaciones de ocio en la satisfacción de la visita turística. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 24(2), 253-268.
- Díaz, G. S. L., & Espada, J. S. (2021). Perfil, motivación y satisfacción del visitante turístico: el caso de Cuenca, ciudad patrimonio de la humanidad. *Ayana. Revista de Investigación en Turismo*.
- Elizabeth, P. L. (2011). Plan Local de Cultura Localidad Ciudad Bolívar.
- Fernández, G., & Guzman Ramos, A. (2002). Turismo, patrimonio cultural y desarrollo sustentable. *Caminhos de geografia*, 3(7), 1.
- Fernández, D., y Picos, P. (2005). Predicciones en el nivel de satisfacción percibida por los turistas a partir de variables motivacionales y de valoración de la visita. *ICE, Revista de Economía*, (821).
- García, G., y Jiménez, M. (2022). Motivación para viajar y satisfacción turística en función de los factores de personalidad. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(1).
- Garfield, D. (1993): *Tourism at World Heritages Cultural Sites*, Madrid: Icomos
- Gento, S. (2004). Guía práctica para la investigación educativa, Archivo PDF Libro-REED-2018.pdf (reed-edu.org)
- González, M. (2009). Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural. *Cuadernos de turismo*, (23), 237-254.
- Gordon, B. M. (2002). El turismo de masas: un concepto problemático en la historia del siglo XX.

- Goulart, M., & Dos Santos, C. (1998). Uma abordagem histórico-cultural do turismo. *Turismo: visão e ação*, 1(1), 19-30.
- Instituto Distrital de Turismo (2021). Datos y cifras turísticas de la ciudad de Bogotá-Boletín No 06 junio de 2021. Archivo PDF: Boletín - Diciembre (idt.gov.co)
- Iso-Ahola, S.E. (1983). Towards the social psychology of recreational travel. *Leisure Studies*,
- Jiménez Martínez, J. (2008). Las cadenas hoteleras en el mundo y evolución de su operación en México al inicio del siglo XXI. *Revista Innovar*, 18(32), 167-194.
- Latorre, A. (1996). El diario como instrumento de reflexión del profesor novel. In *Actas del III Congreso de EF de Facultades de Educación y XIV de Escuelas Universitarias de Magisterio. Guadalajara: Ed. Ferloprint.*
- López Díaz, G. S., & Sastre Espada, J. (2021). Perfil, motivación y satisfacción del visitante turístico. *Ayana*, 1.
- Menchero Sánchez, M. (2018). Colombia en posconflicto: ¿turismo para la paz o paz para el turismo? *Araucaria*, 39, 415-438.<https://fontur.com.co/sites/default/files/2020>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (24 de febrero de 2020). *En 2019 el turismo en Colombia rompió récords*. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/en-2019-el-turismo-en-colombia-rompio-records>
- Zuluaga, V., & Álvarez Mendoza, J. F. (2021). *Turismo cultural como preservador de identidad en el Carmen de Viboral* (Bachelor's thesis, Escuela de Arquitectura y Diseño).
- Morales, F. (2020) *Historia del turismo*. Recuperado sitio web: Economipedia.com
- Murcia, B., Betancourt, B., & Mejía, M. (2021). evaluación de la accesibilidad turística en espacios culturales: museos de Bogotá Colombia. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 21(1), 63-76.
- Ocampo, B., y Negrette, H. (2018). Motivaciones de viaje del turista que visita Medellín. *Ágora*, 6(7), 18-38.
- Orden Reyes, L. (2012). La satisfacción del turista cultural enológico: causas y efectos.
- Organización Mundial del Turismo. (enero de 2009). *Colombia, de nuevo en el mapa del turismo mundial*. <https://www.yumpu.com/es/document/read/19240512/colombia-de-nuevo-en-el-mapa-del-turismo-mundial>

- Pardo, C. A. H. (2010). La gestión del turismo cultural en las ciudades mexicanas del patrimonio mundial. In *Dinámicas funcionales del turismo y sus impactos en las ciudades Patrimonio de la Humanidad: estudios comparados entre México y España* (pp. 151-175). *Universidad de Guanajuato*.
- Política de turismo cultural (15 de marzo de 2022) Colombia, destino turístico, cultural, creativo y sostenible. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Prada, J., Chillogallo, A., Cordova, C., y León, T. (2018). El turista cultural: tipologías y análisis de las valoraciones del destino a partir del caso de estudio de Cuenca-Ecuador. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(1), 55-72.
- Programa Nacional de Campamentos Juveniles. (2021). Ministerio de Deporte. <https://www.mindeporte.gov.co/mindeporte/quienes-somos/dependencias/direccion-fomento-desarrollo/recreacion/adolescencia-juventud/programa-nacional-campamentos-juveniles>
- Ramírez, R. (2006). Definición del Turismo. Venezuela, conciencia, turismo y desarrollo. Consultado el 03 de noviembre del 2006 en <http://www.venezuelatuya.com/articulos/turismo0010.htm>
- Richards, G. (2001). El desarrollo del turismo cultural en Europa. *Estudios Turísticos*, (150), 3-13.
- Fernández, M. (2015). Análisis del perfil y de la motivación del turista cultural extranjero que visita la ciudad de Córdoba (España). *International journal of scientific management and tourism*, 1(3), 127-147.
- Rodríguez G., S. (2016). Inmoralidad pública. Institucionalidad y crimen en Bogotá, 1988-1994. Bogotá. *Universidad Nacional de Colombia*.
- Rojas Morera, Á. M. (2013). *Motivación turística en adultos emergentes y adultos tempranos*. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
- Sánchez-Oro, M., Ramírez, R. R., Fernández, A. P., & Naranjo, H. V. J. (2021). Expectativas turísticas y motivaciones para visitar destinos rurales: el caso de Extremadura (España). *REIS: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (175), 105-128.
- Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte (s.f.). *Bogotá y sus localidades* <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/bogodatos/bogota-y-sus-localidades>
- Sédek, M. F. (1974). Las motivaciones turísticas. *Estudios turísticos*, (43), 91-114.

- Secretaría Jurídica Distrital de la Alcaldía Mayor de Bogotá. (28 de septiembre de 2018). *Acuerdo 720 de 2018 Concejo de Bogotá*.
- Smith, M. K. (2003): *Issues in Cultural Tourism Studies*, Londres: Routledge
- Timothy, D. J. (2018). Making sense of heritage tourism: Research trends in a maturing field of study. *Tourism management perspectives*, 25, 177-180.
- Vargas, L. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, 4(8), 47-53.
- Zambrano Barrera, C. A., García García, L. J., Rodríguez Zárate, C. P., Lombana Martínez, Ó. I., & Menchero Sánchez, M. (2016). *Cinco miradas al turismo cultural*.
- Zuluaga Soto, K. A., & Hortúa Cepeda, B. (2018). *Cine participativo: transformando vidas*. Corporación Universitaria Minuto de Dios.

Anexos

Anexos 1: Entrevista gestor cultural Christian Cely

Entrevista Christian David Cely Morales

Lugar: Museo Ciudad Autoconstruida, localidad Ciudad Bolívar, Barrio El Paraíso

Fecha: miércoles 10 de agosto de 2022

Hora: 2:00 pm

1. ¿Cuánto tiempo lleva residiendo en la localidad de Ciudad Bolívar?
2. ¿desde cuándo comienza su trayecto en el área de la gestión cultural? ¿Por qué?
3. ¿Qué dificultades ha tenido que asumir a lo largo del trayecto como gestor cultural?
4. Teniendo en cuenta que Museo de la Ciudad Auto construida se define como una experiencia cultural en Ciudad Bolívar, la cual permite conocer lo localidad y reconocer a las personas que la han construido, y, por otro lado, entendiendo el turismo cultural como una tendencia que crece con fuerza en el mercado mundial, y tiene una valoración de las manifestaciones culturales. ¿Cree que MCA es un escenario que fomenta el turismo cultural?
5. ¿Qué aportes brinda el Museo en términos educativos, hacia sus visitantes?
6. ¿Cuáles cree que son las motivaciones principales que impulsa a un turista a visitar la localidad 19 Ciudad Bolívar?
7. ¿Cómo describe a los visitantes y turistas del Museo Ciudad Auto Construida?

Fuente: *elaboración propia (2022)*. **Nota.**

Anexos 2: Entrevista mediadoras culturales del MCA

Daniela Arciniegas Quiroga y Diana Paola Castillo Herrera

Lugar: Museo Ciudad Autoconstruida, localidad Ciudad Bolívar, Barrio El Paraíso

Fecha: 24 de agosto de 2022

Hora: 12:00 pm

1. ¿Cuánto tiempo lleva residiendo en la localidad de Ciudad Bolívar?
2. ¿Desde cuándo comienza su trayecto en el área de la gestión cultural? ¿Por qué?
3. Teniendo en cuenta que Museo de la Ciudad Auto construida se define como una experiencia inmersiva en Ciudad Bolívar, la cual permite conocer lo localidad y reconocer a las personas que la han construido, y, por otro lado, entendiendo el turismo cultural como una tendencia que crece con fuerza en el mercado mundial, y tiene una valoración de la pluralidad de las manifestaciones culturales humanas. ¿Cree que MCA es un escenario que fomenta el turismo cultural?
4. ¿Qué aportes brinda el Museo en términos educativos, hacia sus visitantes?
5. ¿Cuáles son las ofertas culturales que desarrolla el Museo Ciudad Construida para sus visitantes y turistas?
6. ¿Cuáles cree que son las motivaciones principales que impulsa a un turista a visitar la localidad 19 Ciudad Bolívar?
7. ¿Cuál es la cantidad de visitantes que asisten al Museo Ciudad Autoconstruida? ¿Cuáles son los días que tiene mayor asistencia?
8. ¿Cómo describe a los visitantes y turistas del Museo Ciudad Auto Construida?

Fuente: elaboración propia (2022).

Anexos 3: Entrevista contratista del Instituto Distrital de Turismo, Alison Bernal

Alison Bernal

Lugar: Encuentro sincrónico vía Google Meet

Fecha: 10 de octubre de 2022

Hora: 7:00 PM

1. ¿Qué funciones realiza dentro del Instituto Distrital de turismo?
2. ¿Qué experiencias significativas ha obtenido en campo laboral en términos turísticos?
3. Teniendo en cuenta el desarrollo social, cultural y turístico que obtiene actualmente la localidad de Ciudad Bolívar ¿Qué oportunidades de crecimiento percibe en el territorio?
4. ¿Qué aspectos son los que caracteriza a Ciudad Bolívar como un destino turístico?
5. ¿Es posible hablar de un turismo cultural en Ciudad Bolívar?
6. ¿Cómo describiría a los visitantes y turistas que realizan turismo en el territorio? Es decir, ¿Qué perfil turístico se adapta al destino?
7. ¿Qué acciones realiza el IDT en términos de fortalecer la actividad turística en la localidad de Ciudad Bolívar?

Fuente: elaboración propia.



UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL

FACULTAD DE EDUCACIÓN FÍSICA
LICENCIATURA EN RECREACIÓN

Yo Daniela [redacted] con documento de identidad [redacted] certifico que he sido informado(a) con claridad y veracidad respecto al ejercicio académico de Proyecto de grado, y que, en uso de mis facultades legales, declaro libre y espontáneamente que autorizo a la estudiante **Dennis Natalia Chocontá Leiva** para que realice el estudio para lo cual se han cumplido los siguientes requisitos:

- He sido informado (a) y comprendo los afines del estudio
- Acepto la participación a la entrevista
- Comprendo la finalidad del estudio
- Se respetará la confiabilidad e intimidad de la información suministrada por mí.

Doy mi consentimiento a la estudiante de Licenciatura en recreación y turismo y soy conecedor(a) de la autonómica que poseo para retirarme u oponerme al ejercicio académico, cuando lo considere conveniente y sin necesidad de justificación alguna.

FIRMA DEL PARTICIPANTE

[redacted]

C.C

[redacted]

FIRMA DE LA ESTUDIANTE

C.C

[redacted]



UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL

FACULTAD DE EDUCACIÓN FÍSICA
LICENCIATURA EN RECREACIÓN

Yo Alison [REDACTED] con documento de identidad [REDACTED] certifico que he sido informado(a) con claridad y veracidad respecto al ejercicio académico de Proyecto de grado, y que, en uso de mis facultades legales, declaro libre y espontáneamente que autorizo a la estudiante **Dennis Natalia Chocontá Leiva** para que realice el estudio para lo cual se han cumplido los siguientes requisitos:

- He sido informado (a) y comprendo los afines del estudio
- Acepto la participación a la entrevista
- Comprendo la finalidad del estudio
- Se respetará la confiabilidad e intimidad de la información suministrada por mí.

Doy mi consentimiento a la estudiante de Licenciatura en recreación y turismo y soy conocedor(a) de la autonómica que poseo para retirarme u oponerme al ejercicio académico, cuando lo considere conveniente y sin necesidad de justificación alguna.

FIRMA DEL PARTICIPANTE

[REDACTED]

C.C

[REDACTED]

FIRMA DE LA ESTUDIANTE

[REDACTED]

Anexos 6: Diseño de la encuesta

Encuesta a visitantes y turistas de la localidad de Ciudad Bolívar
<p>Desde la Licenciatura en recreación de la Universidad Pedagógica Nacional, se pretende analizar los intereses de los visitantes que desarrollan el turismo cultural en la localidad de Ciudad Bolívar. El objetivo principal es determinar las percepciones generales de los principales actores involucrados en el destino turístico cultural (gestores turísticos, turistas y poblaciones locales) sobre la situación turística actual del turismo cultural de la localidad de Ciudad Bolívar. Por medio de esta encuesta, es posible recolectar los datos necesarios para lograr identificar los intereses y percepciones de los usuarios.</p> <p>Para completar la encuesta se sugiere responder todas las preguntas a conciencia, según su perspectiva y experiencia. El tiempo estimado para responder la totalidad de la encuesta es de aproximadamente 3 minutos. Su participación en la encuesta es voluntaria y usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello genere ningún perjuicio. Su identidad será tratada de manera anónima, asimismo, su información será analizada y útil para el proyecto de grado. Agradezco su disposición.</p>
<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Autorizo<input type="radio"/> No autorizo
Sección Variables demográficas
<p>Género</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Masculino<input type="radio"/> Femenino
<p>Edad:</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> Menor a 18<input type="radio"/> 18 a 24 años<input type="radio"/> 25 a 34 años<input type="radio"/> 35 a 44 años<input type="radio"/> 45 a 54 años<input type="radio"/> Mas de 54 años
<p>¿localidad y/o país de residencia?</p> <p>_____</p>

Nivel educativo

- Bachiller académico
- Técnico
- Tecnólogo
- Pregrado
- Pos grado
- Especialista

Ocupación:

- Estudiante
- Empleado
- Independiente
- Desempleado
- Trabajador informal

Sección Factores de Motivación

Escala de “**Motivación de descanso y tranquilidad**”

En la escala de 1 a 5 señale su nivel de motivación, donde 1 es “nada importante”, 3 “neutral” y 5 “muy importante”

¿Cuál ha sido su sitio cultural visitado?

- Museo Ciudad Autoconstruida
- Biblioteca Arborizadora Alta
- Teatro El Ensueño
- Puente del indio

Recargar energías

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Desconectar de las tensiones diarias

- 1

<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> 2<input type="radio"/> 3<input type="radio"/> 4<input type="radio"/> 5
<p>Búsqueda de descanso y tranquilidad</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> 1<input type="radio"/> 2<input type="radio"/> 3<input type="radio"/> 4<input type="radio"/> 5
<p>Escala de “Motivación de desarrollo personal y conveniencia”</p> <p>En la escala de 1 a 5 señale su nivel de motivación, donde 1 es “nada importante”, 3 “neutral” y 5 “muy importante”</p>
<p>Desarrollar habilidades y/o capacidades</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> 1<input type="radio"/> 2<input type="radio"/> 3<input type="radio"/> 4<input type="radio"/> 5
<p>Cercanía del lugar de residencia</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> 1<input type="radio"/> 2<input type="radio"/> 3<input type="radio"/> 4<input type="radio"/> 5
<p>Complemento a otra actividad o visita</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> 1<input type="radio"/> 2<input type="radio"/> 3

- 4
- 5

Escala de **“Motivación social y de escape”**

En la escala de 1 a 5 señale su nivel de motivación, donde 1 es “nada importante”, 3 “neutral” y 5 “muy importante”

Interactuar con la población local

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Asistir a eventos culturales, recreativos y/o artísticos

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Búsqueda de nuevas experiencias

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Escala de **“Motivación culturales y monumentales”**

En la escala de 1 a 5 señale su nivel de motivación, donde 1 es “nada importante”, 3 “neutral” y 5 “muy importante”

Conocer el patrimonio histórico y cultural

- 1
- 2
- 3

<ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> 4<input type="radio"/> 5
<p>Conocer el entorno rural de la localidad</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> 1<input type="radio"/> 2<input type="radio"/> 3<input type="radio"/> 4<input type="radio"/> 5
<p>Escala de satisfacción</p> <p>Califique los siguientes aspectos de su visita, siendo 1 “no satisfecho” 3 “satisfecho” y 5 “Muy satisfecho”</p>
<p>Transporte</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> 1<input type="radio"/> 2<input type="radio"/> 3<input type="radio"/> 4<input type="radio"/> 5
<p>Trato de funcionarios hacia sus visitantes</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> 1<input type="radio"/> 2<input type="radio"/> 3<input type="radio"/> 4<input type="radio"/> 5
<p>Conservación del patrimonio cultural</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="radio"/> 1<input type="radio"/> 2<input type="radio"/> 3<input type="radio"/> 4<input type="radio"/> 5
<p>Recomendaría la visita del destino a otras personas</p>

<ul style="list-style-type: none"> ○ Si ○ No
<p>¿Cómo se enteró de del destino visitado y sus exposiciones?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Por recomendación de personas ○ En periódico, revista u otro tipo de publicación ○ Página web del sitio cultural y/o en blogs ○ Por medio de Redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter, otro)

Elaboración propia

Anexos 7: Diseño formato Diario de Campo

DIARIO DE CAMPO		
Observador: Dennis Natalia Chocontá Leiva		
Objetivo: identificar el contexto de la exposición del museo, reconociendo los aspectos sociales y culturales desde una perspectiva turística.		
Día: martes 15 de marzo de 2022	Hora: 11:40 am	Lugar: Museo Ciudad Autoconstruida, Ciudad Bolívar, Bogotá.
<p>Entorno físico: Descripción de la estructura del Museo Ciudad Autoconstruida.</p> <p>Piso 3 “Desde lo que somos: relatos vivos del territorio”</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ciudad Bolívar: tantas historias, muchas vidas, Documental con la dirección de Antonio Mariño, con la participación de la Organización casa de reinas Santana Arte y cultura transgénero LGBTI. • Narrativas resilientes, Luchas diarias en Ciudad Bolívar <p>Piso 2 y sótano “Insistir, persistir y resistir”</p> <p>Allí se encuentran exposiciones que permiten visibilizar el trabajo de artistas locales de las comunidades indígenas, esta exposición está dividida de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rescate apropiación y salvaguarda del legado de los ancestros afro: este espacio da cuenta de las cosmogonías de los pueblos localizados a lo largo del país y, por supuesto, en Ciudad Bolívar, se evidencia además los diversos saberes y vincula a diversas poblaciones en el aprendizaje de estos legados. con la participación de: 		

fundación Mizizi Ya Mababu, fundación Niños, Niñas, Adolescentes y mujeres Constructores de sueños y de Firework house

- Tejido, vida y conocimiento, objetos artesanales de las comunidades indígenas de Ciudad Bolívar; las comunidades indígenas desarrollan ejercicios de medicina ancestral, educación y gobierno propio. En estos elementos encontramos narrativas y prácticas que se anclan a sus territorios de origen y sus formas de vida, este espacio fue posible gracias a la Mesa Local Indígena de Ciudad Bolívar.
- Problemas de mi región (Canción) Compositores Grupo Carrangaso: Nicolás Rodríguez, Juan Camilo Rodríguez, Malagón, Miguel Ulloa y Jhonatan Ulloa.
- Memorias de mi ciudad “Colombia” con la participación del Colectivo Survamos.
- Ecos de la loma, mujeres en movimiento.
- Los Objetos hablan, con la participación de José Chacón.

Orden del suceso de acontecimientos:

Llegada al espacio cultural: teniendo en cuenta las indicaciones registradas en la red social Instagram de *@museociudadautoconstruida* se realizó el proceso de llegada, inicialmente se llega al portal Tunal, posterior a esto, se debe pasar hacia los torniquetes de ingreso al sistema de transporte de TransMiCable para lograr llegar a la última estación llamada Mirador del Paraíso. Al costado derecho, se puede observar el Museo Ciudad Auto Construida, un lugar donde es posible realizar una aproximación y apropiación de la localidad de Ciudad Bolívar.

Ingreso al Museo: para ingresar de manera correcta al Museo, se debe realizar un registro al personal de seguridad, realizan preguntas como Nombre, edad, motivo de visita y localidad de residencia. Posterior a esto, la mediadora explica de manera puntual y precisa la distribución del museo, los elementos que se encontrarán en las salas, la manera correcta de realizar el recorrido de manera autónoma y si en dado caso surge alguna pregunta, la mediadora estará en total disposición para asesorar.

Inicio del recorrido:

Etapa 1: el trayecto inicia desde el piso 3 número allí, se observa la demografía, diversos aspectos culturales y características sociales de la localidad de Ciudad Bolívar, por medio de datos precisos plasmados en los vidrios de las ventanas se observan datos importantes en términos medioambientales que prevalecen en el territorio, más adelante se puede observar, por medio de televisores, relatos e historias de vidas de personas que han vivido durante años en la localidad, relatan sus experiencias, ejercicio donde claramente permite generar esa reconstrucción histórica y de memoria colectiva que permite plasmar la edificación del territorio y como este ha estado en constante restauración social.

Etapa 2: el trayecto continuo hacia el piso 2, donde se encuentra una exposición amplia, denominada “Insistir, persistir y resistir” es un lugar que se caracteriza por resignificar el valor de las comunidades que habitan allí en localidad de Ciudad Bolívar, se observa un espacio dedicado a la cultura indígena y a los elementos que pertenecen a las comunidades o que son elaborados por los pueblos indígenas, materializan sus pensamientos y cosmogonías. Sus creaciones narran historias, permiten cuidar y enseñar memorias, saberes y conocimientos por medio de la misma experiencia. En estos elementos existe una narrativas y prácticas que se anclan a sus territorios de origen y formas de vida.

En esta etapa también se da un espacio de reconocimiento a las comunidades afro, en un sector de la exposición aparece el Rescate, apropiación y salvaguardia del legado de los ancestros Afro, el cual se caracteriza por demostrar los saberes de la comunidad afrodescendiente y vincula a diversas poblaciones en el aprendizaje de legados del grupo étnico.

En este espacio se evidencio avisos publicitarios los cuales resaltan las actividades que se realizan en este espacio cultural, se realizan talleres de canto, percusión y danza todos los martes y jueves de 10:00 am a 12:00 pm y los domingos de 11:00 am a 1:00 pm.

Etapa 3: en el sótano del Museo se establece otra exposición creada a partir de múltiples voces y aportes, reivindica esa lucha colectiva, ordinaria y extraordinaria que se condensa en el Paro Cívico de 1993, hito de la resistencia colectiva, momento en que los habitantes de la localidad levantan su voz ante la ciudad, denuncian la exclusión, exigen sus derechos y reclaman su reconocimiento como ciudadanos.

Final del recorrido: al instante de finalizar el recorrido por el Museo Autoconstruido, se puede realizar una realimentación de toda la información recolectada, se genere un orden de los aspectos sociales y culturales que se difunden allí.

Caracterización de la población:

En el horario de asistencia hubo poca asistencia de público, en el piso 2 se observó a un niño de aproximadamente 12 años en compañía de su mamá, el motivo de su asistencia parecía ser por asuntos académicos, existía un mayor interés por indagar acerca de los elementos artísticos que había allí, no se detenían para leer por completo las fichas informativas de cada una de las exposiciones, se notó un trayecto poco detallado por parte de adolescente y de su familiar.

Aproximadamente a la una de la tarde, se evidencia la asistencia de varios adultos mayores los cuales iban a hacer parte de una actividad programa desde la biblioteca el mirador, sin embargo, hubo interés por detallar los elementos culturales que se plasman en el museo.

Fotografías:



Figura 25: Croquis localidad Ciudad Bolívar

Elaboración propia.

Nota: ubicado en la exposición “Desde lo que somos, relatos vivos del territorio”



Figura 26: Árbol de la vida

Fuente: Elaboración propia

Nota: ubicado en la exposición “Insistir, persistir y resistir”



Figura 27: Programación biblioteca El Mirador
Fuente: Elaboración Propia



Figura 28: Biblioteca El Mirador
Fuente: Elaboración propia