

Políticas de turismo cultural: aproximación al caso de Bogotá

Carlos Alberto Zambrano Varela

Universidad EAN, Colombia

czambrano@ean.edu.co

Recibido: 17-11-2015

Aceptado: 14-12-2015

Keywords: cultural tourism; tourism policies; Bogota.

ABSTRACT

The changes experienced in Bogota recent years has led to position itself as an attractive tourism paragraph. This situation has been accompanied by the construction of the Policy Sector This paragraph and its implementation, which scammers is certain discontinuities in the extent to which the policies of each government of the day itself sway oriented electoral needs. A quick look at some adj key aspects of these policies is the objective of the present writing. To establish the balance of the those aspects that require special attention. This paper is part of the research project on cultural tourism policies, para Bogotá. Which they were planted with the aim of making an overview of the current situation based on the compilation and analysis of them. In this process the existence of policies for the tourism sector is evident, with an incipient attention to the tourism cultural.

Palabras clave: turismo cultural; políticas de turismo; Bogotá.

RESUMEN

Los cambios que ha experimentado Bogotá en los últimos años la ha llevado a posicionarse como un atractivo para el turismo. Esta situación ha venido acompañada de la construcción de las políticas para este sector y su implementación, la cual se ve con ciertas discontinuidades en la medida en que las políticas de cada gobernante de turno se orientan al vaivén de las necesidades electorales. Un rápido repaso a algunos aspectos claves de estas políticas, es el objetivo del presente escrito. Para establecer un balance de aquellos aspectos que requieren una atención especial. El presente escrito es parte del proyecto de investigación sobre políticas de turismo cultural para la ciudad de Bogotá. El cual se plantea con el objetivo de realizar una panorámica de la situación actual a partir de la compilación y análisis de las mismas. En este proceso se hace evidente la existencia de una políticas orientadas al sector turismo, con una incipiente atención hacia el turismo de tipo cultural.

1. POLÍTICAS DE TURISMO CULTURAL

1.1. Discusión del problema

Tal vez un viajero del siglo XIX no podría imaginar que aquella pequeña villa, a la cual el acceso era de suma dificultad, se transformaría en un destino de primer orden en el ámbito nacional. El camino recorrido en esta transformación abarca diversos aspectos que nos plantean retos que al resolverlos nos brindan una mirada aproximativa a las políticas sobre turismo cultural.

Un primer elemento a destacar es la distinción tradicional entre las políticas de un gobierno y las que se formulan de manera estructural. Esto ocasiona un movimiento tipo vaivén en el cual las acciones emprendidas por gobiernos municipales anteriores son condenadas al olvido mientras que se instauran nuevas decisiones. Situación que parece radicalizarse en los periodos de campaña electoral, donde la estrategia consiste en causar una imagen de distanciamiento de la situación presente como mecanismo para ganar adeptos.

El turismo en Bogotá viene de los primeros habitantes de este territorio, ya sea que buscaban alimentos y se detuvieron al abrigo de algunas rocas, dejando su huella para nuevas formas de turismo. Otros buscaban mejores tierras para sus cultivos, mientras que otros encontraron escenarios adecuados para el viaje hacia la Pacha Mama¹. Cada uno de estos escenarios deja la suficiente huella para que hoy en día sean parte de los atractivos del turismo cultural.

Una segunda etapa se constituye a partir de la presencia del elemento europeo en cabeza de los ibéricos. En este sentido no se comparte la apreciación que hace el arquitecto Jorge Valencia Caro² quien en su Cronología para una historia del turismo muestra a los conquistadores como turistas. Basta recordar que estos firmaban un contrato o capitulaciones con la corona de España en la Real Casa de Contratación de Sevilla y venían con unos acuerdos laborales expresados en conquista, fundaciones y consecución de riquezas. Ahora bien, el sentido en que lo establece el autor en referencia no es claro si lo expresa como la base del actual patrimonio de la ciudad o como anécdotas de época.

En los albores del siglo XX la iniciativa privada lideraba la actividad turística, aunque Bogotá aún no ofrecía fuertes atractivos para los turistas. Es hasta bien entrado el siglo que se trabaja en varios aspectos tales como: la institucionalización del sector turístico con la creación tanto de organizaciones privadas como públicas y mixtas. Este proceso de institucionalizar el mercado va asociado con otro que consiste en la elaboración de la legislación en cuanto a establecer los alcances y funciones de las nuevas entidades públicas. Al tiempo que se venía, y se viene, discutiendo sobre el espacio, la construcción y la modernización de la ciudad, sobre si es posible crear una ciudad "moderna" o como dicen algunos tener una "ciudad que esté a la altura de las de los países desarrollados" lo que en algunos casos ha implicado la destrucción de lo que se considera obsoleto.

¹ PALACIO, Luis Miguel; (2011). Necrópolis de Usme, 400 años de historia muisca por descubrir. En UN Periódico, versión digital disponible en:
<http://www.unperiodico.unal.edu.co/dper/article/necropolis-de-usme-400-anos-de-historia-muisca-por-descubrir.html>

² VALENCIA CARO, Jorge (S.F). Cronología para una historia del turismo de Bogotá D.C. Versión online disponible en:
http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/archivo/cronologia_bogota_c_ivc_19.03.2011.pdf

En medio de estos tres movimientos se considera importante realizar una aproximación a la actual situación de las políticas públicas en materia de turismo cultural para la ciudad de Bogotá. Desde la perspectiva de la investigación que se desarrolló se consideró que esta sería la primera fase que servirá de insumo para el desarrollo de posteriores proyectos.

1.2. Disquisición teórica

La primera digresión se orienta a lo que se debe entender por política, en particular por política pública. La primera idea conflictiva que emerge es la tensión que sobreviene entre la concepción de un Estado proveedor de todos los recursos para el sostenimiento de cualquier sector, entre la del Estado que provee los recursos claves para algunos sectores claves y la del Estado que compite con otros sectores por recursos.

La realidad nos muestra que estamos ante un Estado en transición, lo que se expresa en una continua reestructuración. De un Estado de Bienestar pasa a ser un actor más dentro del concierto para la consecución de recursos. Y los pocos con los que cuenta actualmente los distribuye en forma estratégica y en concordancia con las leyes del mercado.

Para el proyecto se tomó en consideración que el punto de partida tiene su origen de dos posibilidades. Una, en cuanto la existencia de un problema socialmente relevante que hay que entrar a resolver con más o menos cierta urgencia. Y Dos, en referencia al planteamiento de unos objetivos los cuales pueden tener o no coincidencia con las necesidades de un conjunto de la población (Roth: 2014).

En la medida que los objetivos se acerquen a las necesidades de la mayor parte de la población el grado de aceptación será mayor. En caso contrario disminuirá. En todo caso las políticas públicas se transforman en acciones concretas, plasmadas en la realidad y deben evaluarse.

Frente al turismo cultural, segunda digresión, tenemos dos alternativas. Una es ver este tipo de turismo como una acción transversal que puede suceder dentro de cualquier otra tipología de turismo. O lo podemos tomar como una tipología de turismo que funciona independientemente de las otras formas. En la primera alternativa el turismo cultural se desarrollaría cuando un turista de salud, de cruceros, deportivos, de base geográfica, de negocios, entre otros (Crespi y Planells, 2006) decide realizar actividades de corte cultural como probar la gastronomía típica del lugar; conocer algunas costumbres o ir a algún museo. Lo cual se presenta en forma eventual en la medida en que el turista disponga de un tiempo adicional.

El turismo cultural se desarrolla a partir de la existencia de un atractivo cultural como pueden ser yacimientos arqueológicos, existencia de manifestaciones artísticas, arquitectura como iglesias, fortalezas, casas de artistas, representaciones artísticas, gastronomía (Rubio Gil, 2003, 178).

Desde esta última perspectiva tenemos que el turista de tipo cultural se manifiesta como alguien interesado en algún aspecto de la cultura local. Y es este el motivo principal del desplazamiento. De allí que Manuel Ramos logre destacar tres tipos de turistas culturales: “De inspiración cultural”, motivado por la cultura y la fama de los lugares seleccionados; “atraído por la cultura” aunque no es la intencionalidad primaria, eventualmente puede realizar o visitar lugares con un atractivo cultural y el “turista de motivación cultural” realiza el viaje a partir de la oferta cultural del lugar a visitar. (Ramos, 2006:68).

Finalmente la pregunta que surge es ¿Cómo se relaciona el turismo cultural con las políticas públicas? En esta tercera digresión, se ha establecido que las políticas en materia de turismo propenden por:

1. Definición de las zonas o áreas turísticas.
2. Establecer los usos del suelo y su ordenamiento orientado al turismo.
3. Institucionalización de las prácticas turísticas
4. Consecución de recursos para el sector
5. Normativizar la actividad (Acerenza, 2014).

Este mismo autor propone cuatro principios por los cuales se debe orientar las políticas turísticas. El primero de ellos es que se debe buscar la satisfacción de las necesidades de los que viajan por motivos turísticos; al tiempo que se debe pensar en las necesidades de la población receptora, en este sentido el turismo se orienta a mejorar sus condiciones de vida; en la medida que se presentan transformaciones espaciales para la adecuación al sector turístico es importante preservar lo que origina el turismo cultural, es decir el legado histórico y cultural y finalmente, asegurar la sostenibilidad.

La política de turismo se organiza a partir de la Ley 300 de 1996, en la cual se establece que se debe crear una política de turismo. Siguiendo a André-Nöel Roth el sentido de creación y la concreción de las políticas públicas debería darse a partir de una política, luego desglosarse en programas y proyectos. Sin embargo, es visible como la ley, el ordenamiento jurídico en Colombia se termina confundiendo con las políticas públicas hasta el punto en que en algunos puntos no es posible establecer la distancia entre una y otra.

2. TURISMO CULTURAL CONSTRUCCIÓN DE LA POLÍTICA

Es cierto que Colombia es un país diverso y con escenarios ideales para el desarrollo del turismo. Los cuales favorecen que en un mismo lugar se desarrollen varios tipos de turismo. Por lo cual la política de turismo cultural plantea como necesidad fundamental el posicionamiento del país en el mercado mundial de los destinos turísticos.

Esta intencionalidad de la política de turismo requiere el abordaje de diversos problemas como la falta de herramientas suficientes para la protección del patrimonio y su sustentabilidad dentro del marco del turismo. Un segundo problema consiste en la desarticulación de las cadenas productivas, en la medida en que las diversas actividades asociadas a la actividad se desarrollan bajo un esquema intuitivo y se observa en algunas regiones en especial como la competencia entre los oferentes de servicios termina produciendo una reacción contraria a la deseada, el turista prefiere alejarse o evitar estos lugares.

Un tercer problema en la construcción de la política pública en materia de turismo cultural consiste en la escasa articulación entre los diferentes entes. Situación que se ha venido trabajando empleando como mecanismo la creación de las mesas intersectoriales. Así como la creación de proyectos que abarcan más allá de las entidades especializadas en el tema. Entre estos programas, que podemos denominar transversales tenemos:

- Inventarios Turísticos
- Campañas de promoción turística
- Programas de Señalización
- Restauración de bienes culturales de interés nacional, departamental o municipal
- Vigias del Patrimonio

Un cuarto aspecto a tener en cuenta radica en los deseos ante las actuales coyunturas. En el Plan Sectorial de Turismo 2014-2018 se prevé que el turismo se transforme en uno de los sectores que, acorde con su dinamismo internacional y nacional, dinamice los procesos de paz y de pos-conflicto. Esto en cuanto se ve el sector como un generador de ingresos y de empleo.

De acuerdo con el Plan Sectorial se trabaja en torno a cuatro pilares cada uno con sus objetivos tal y como se presenta en el cuadro N° 1:

CUADRO 1: Pilares del Plan Sectorial de Turismo

PILAR	1	2	3	4
OBJETIVO	Competitividad para el desarrollo turístico regional y territorial	Conectividad competitiva	Promoción	Articulación Institucional Nación-región
Fomentar el desarrollo competitivo y sustentable de la industria de los viajes y el turismo, tanto en destinos, como en empresas del sector, a partir del aprovechamiento responsable de la diversidad natural y cultural, la inclusión diferenciada de comunidades étnicas, y la innovación en los productos y servicios que se ofrecen en las distintas regiones y territorios de Colombia.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar e implementar un programa integral para el desarrollo de productos turísticos diferenciados a partir de las particularidades socioculturales y geográficas de las comunidades receptoras. 2. Evaluar, actualizar e implementar las políticas de ecoturismo, de turismo de naturaleza y de turismo cultural. 3. Diseñar e implementar la estrategia nacional de captura de información estadística comparable. 			
Gestionar desde la política sectorial, el desarrollo de infraestructuras públicas con incidencia positiva en el turismo, que resuelvan las problemática para alcanzar altos niveles de competitividad para hacer de los viajes y el turismo, la industria que continuará agregando valor a los indicadores macroeconómicos del país.		Diseñar un mecanismo de articulación e información para mejorar facilitación de viajes a los turistas y viajeros.		
Promocionar turísticamente a Colombia a nivel regional, nacional e internacional, con estrategias efectivas e innovadoras.			<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar e implementar los lineamientos estratégicos de promoción turística que incluyan los 8 productos turísticos asociados a destinos, definidos en el Plan Sectorial de Turismo, que promueva los flujos turísticos internos y que fije lineamientos para los proyectos regionales. 2. Ejecutar un programa de promoción turística para nuevos segmentos del mercado: destinos emergentes, turismo social, mochilero, accesible, LGTBI, entre otros. 3. Diseñar y ejecutar un proyecto de promoción orientado al Nivel Nacional: 53 cumplimiento de la Ley 1101 de 2006, para la promoción del patrimonio cultural, representado en la gastronomía, ferias y fiestas, actividades religiosas y sitios arqueológicos, con contenidos orientados al turismo sostenible 4. Fortalecer el programa "Turismo Negocia" como estrategia de mejoramiento de la gestión de venta de los destinos y productos turísticos, que incluya asistencia técnica y asesoría para la promoción y comercialización turística. 	
Mejorar la articulación institucional nación-región, con la participación del sector privado, y desarrollar mecanismos que promuevan la gestión eficiente del turismo.				<ol style="list-style-type: none"> 1. sistema nacional de gobernanza 2. Mecanismos de monitoreo de información 3. Participación en organismos internacionales. 4. Plan estratégico de cooperación internacional.

Si se toma en cuenta que las políticas públicas obedecen a una necesidad, al menos en una buena medida, entonces los objetivos planteados permiten develar cuáles son las que presenta el turismo:

Desarrollo competitivo

Desarrollo sustentable

Desarrollo de infraestructura pública

Promoción turística

Articulación institucional

Estos aspectos adquieren concreción en la elaboración de planes y proyectos de turismo regionales y locales. Para el caso de Bogotá, se tuvo en cuenta el proyecto: “Bogotá ciudad turística para el disfrute de todos” elaborado en la alcaldía de Gustavo Petro bajo el lema de la “Bogotá Humana”.

3. BOGOTÁ, CIUDAD TURÍSTICA

En este proyecto se reconoce el potencial de la ciudad tanto en materia de atractivos como en infraestructura, sin embargo, entre los problemas que frenan el desarrollo del sector se tienen:

Inseguridad

Movilidad

Desconocimiento de los residentes de los atractivos

Falta de información de calidad

Si en el ámbito nacional se espera que el turismo coadyuve a la superación de algunos problemas estructurales, en el nivel Distrital el turismo se ve como un escenario para generar identidad, una redistribución del ingreso y la construcción de relaciones entre los sectores público y privado que trabajen con las premisas de la responsabilidad, la inclusión y la disminución de la segregación (Proyecto 0740).

El turismo en Bogotá se ha venido consolidando desde diferentes aspectos como el institucional. En este sentido el Instituto Distrital de Turismo ha venido realizando una serie de acciones tendientes a mejorar la oferta turística de la ciudad, particularmente desde el turismo cultural. Aspectos como, la realización de los inventarios de Atractivos turísticos; estudios del Observatorio de turismo, planes de marketing de la ciudad; creación de proyecto conjuntos con entidades que presentan un alto grado de incidencia en el desarrollo del turismo mediante eventos y ferias de carácter nacional e internacional.

El proyecto plantea 10 metas las cuales comprenden aspectos como la formación, generación de apropiación del territorio, la señalización de los sectores turísticos de la ciudad, alianzas entre el sector público y privado, crear recorridos, mejorar los procesos de atención de los Puntos de Información Turística, entre otros.

4. CONCLUSIONES

Es necesario ahondar en la relación que se teje entre lo público y lo privado en materia de turismo, particularmente del turismo de tipo cultural. Las formas en que se estructura los servicios turísticos y el atractivo, sobre todo en una ciudad cuya vocación no ha sido este sector, pero que en los últimos años ha logrado superar a centros turísticos tradicionales.

Las políticas de turismo para la ciudad de Bogotá se plantean en la relación con el entorno geográfico. Por lo cual se hablaría de una región turística que involucra a los municipios vecinos los cuales gozan con diversos tipos de atractivos. A su vez estos municipios vienen en un proceso de consolidación de cluster turísticos.

Lo que refleja un proceso en ciernes para la consolidación de un proyecto que abarque la región.

En la formulación de las políticas públicas en esta materia se cuenta con los suficientes instrumentos para el desarrollo de un modelo de turismo. Se cuenta con el plan sectorial de turismo, el plan maestro de turismo y la política distrital de turismo.

La tarea que se mantiene pendiente está en su implementación y ejecución bajo las premisas de la sostenibilidad.

Debido al fracturamiento que venía experimentando el país por razones históricas y, aunado a ello, la violencia, el desarrollo de espacios turísticos se concentró en aquellas áreas que representaban algún grado de seguridad para los turistas. Estos logran consolidar algunos destinos que pasan a ser considerados como tradicionales. Para el caso de Bogotá este está constituido por el sector de La Candelaria.

Ante la expectativa de los procesos de paz las regiones que permanecieron aisladas del contexto económico nacional pretenden incorporarse mediante la actividad turística. Por lo cual la legislación en el ámbito nacional se orienta hacia este objetivo. Lo cual requiere de un proceso de largo aliento y complejo. Empezando por el diagnóstico de aquellos objetos que pueden ser susceptibles de ser incorporados como parte de los productos y circuitos turísticos.

Así mismo se requiere de la articulación de diversos sectores estatales que intervienen dentro del proceso. En el nivel ministerial los llamados a iniciar la construcción de puentes corresponde al Ministerio de Cultura y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. En el ámbito local se trabaja en la articulación de la ciudad capital con el entorno inmediato por lo cual desde hace cierto tiempo se habla de la ciudad-región como un escenario espacial para la construcción de diversos tipos de cluster turísticos.

Las experiencias de las áreas con algún grado de madurez en temas de turismo requieren darse a conocer a otros espacios. De esta manera se puede establecer la posibilidad de ser replicadas con los ajustes necesarios para cada contexto.

Se debe involucrar dentro de la hechura de los productos al sector privado y al público en general. A partir del aumento del número de turistas que visitan la ciudad los hoteleros incrementaron la oferta de habitaciones pero superaron las expectativas y esto trae como consecuencia una baja en la demanda. El momento presente es un buen escenario para la afluencia de turistas, tal vez, debido a que Colombia se había mantenido al margen de los circuitos turísticos por mucho tiempo, pero es un tema que se debe manejar con cautela para cuando la burbuja tienda a desinflarse.

Para lo cual se requiere estudios que analicen al turista, que muestren sus percepciones y deseos. De esta manera la creación de productos turísticos estará más ajustada a la cambiante realidad del turista.

Si bien existe una política clara para el ámbito nacional, en el plano local se observa un desinterés por el tema del turismo. La Bogotá Humana de la actual administración ha dejado el tema de lado y bajo la iniciativa privada. Lo cual puede ser interpretado como un desestímulo para este importante sector.

5. BIBLIOGRAFÍA

- ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ. Proyecto 0740: Bogotá ciudad Turística para el disfrute de todos.
- ACERENZA, Miguel Ángel, (2014). Desarrollo Sostenible y gestión del turismo. México. Editorial Trillas.
- CRESPI VALLBONA, Monserrat y PLANELLS COSTA, Margarita (2006). Productos y Destinos Turísticos nacionales e internacionales. Editorial Síntesis, Madrid, España.
- INSTITUTO DISTRITAL DE CULTURA Y TURISMO, (s.f.). Paquetes Turísticos Locales.

INSTITUTO DISTRITAL DE CULTURA Y TURISMO, (2003). Políticas Culturales Urbanas, experiencias Europeas y americanas.

RAMOS LIZANA, Manuel (2007).El turismo Cultural, los museos y su planificación. Ediciones Trea, Asturias, España.

ROTH DEUBEL, André-Noël, (2014). Políticas públicas, formulación, implementación y evaluación. Ediciones Aurora, Bogotá, Colombia.

RUBIO GIL, Ángeles (coord.), (2003). Sociología del turismo. Editorial Ariel, Barcelona, España.

UNIVERSIDAD JORDE TADEO LOZANO. (2008). Revista La Tadeo. N° 73

VALENCIA CARO, Jorge, (2012). "Cronología para una historia del turismo en Bogotá". Versión digital, disponible en:

http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/archivo/06/cronologia_bogota_jvc_07.05.2012.pdf

HOW TO CITE THIS ARTICLE IN BIBLIOGRAPHIE

Zambrano Varela, C. A. (2015: "Políticas de turismo cultural: aproximación al caso de Bogotá" *Rotur. Revista de Ocio y Turismo*, 10: 59-66, <http://www.rotur.es>, ISSN: 1888-6884