

TURISMO CULTURAL EN BOGOTÁ PARA PRESERVAR EL PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO

Elizabeth Campos Narváez ¹

“El turismo representa el medio por excelencia para preservar la identidad y poner en justo valor el Patrimonio Nacional”

Enrique de la Madrid.

RESUMEN

La pasión por explorar culturas es una de las razones por la que muchas personas se sienten atraídas a visitar variedad de lugares, conocer su gente y la historia que representa la identidad de un territorio. Por esta razón este artículo presenta una mirada del turismo cultural desde la comunicación como estrategia para la preservación del patrimonio arquitectónico que guarda consigo el valor de la memoria histórica de la ciudad. Por consiguiente, se afirma que el Turismo Cultural en Bogotá ayuda a preservar el patrimonio arquitectónico debido a que, esta modalidad genera sentido de pertenencia e identidad cultural, memoria histórica, además de promover el desarrollo de la actividad turística. Asimismo, este artículo expone un recorrido en el tiempo del turismo cultural por algunos países de América Latina como: Perú, México, Chile, Cuba, Argentina y Colombia para llegar al caso de Bogotá y enunciar como se ha desarrollado esta práctica en la capital colombiana y porque incide en la preservación y conservación del patrimonio arquitectónico tanto para los habitantes de la ciudad y extranjeros que la visitan. De esta manera, la comunicación es esencial ya que a través de esta se fortalece la identidad cultural y se le da sentido a la realización de dicha práctica social. Por tal razón, el turismo es una estrategia que a través de elementos comunicativos establece una relación directa entre los lugares y los individuos recordando el pasado desde el presente con el fin de entender su realidad.

PALABRAS CLAVE: Turismo Cultural, Patrimonio Arquitectónico, Identidad Cultural, Comunicación.

¹ Comunicadora Social para la paz con énfasis en Periodismo de la Universidad Santo Tomás. Periodista de la guía de rutas por Colombia 2017.
Elizabethcamposn@usantotomas.edu.co

ABSTRACT

The passion to explore cultures is one of the reasons why many people are attracted to visit a variety of places, meet their people and the history that represents the identity of a territory. For this reason, this article presents a view of cultural tourism from communication as a strategy for the preservation of the architectural heritage that holds the value of the historical memory of the city. Therefore, it is affirmed that the Cultural Tourism in Bogota helps to preserve the architectural heritage because, this modality generates sense of belonging and cultural identity, historical memory, besides promoting the development of the tourist activity. Likewise, this article exposes a journey in time of cultural tourism by some Latin American countries such as: Peru, Mexico, Chile, Cuba, Argentina and Colombia to reach the case of Bogotá and enunciate how this practice has developed in the Colombian capital and because it affects the preservation and conservation of the architectural heritage for both the inhabitants of the city and foreigners who visit it. In this way, communication is essential as it strengthens cultural identity and gives meaning to the realization of this social practice. For this reason, tourism is a strategy that through communicative elements establishes a direct relationship between places and individuals remembering the past from the present in order to understand their reality.

KEYWORDS: Cultural Tourism, Architectural Heritage, Cultural Identity, Communication.

El siguiente artículo tiene como objetivo evidenciar cómo el turismo cultural ayuda a preservar el patrimonio Arquitectónico de Bogotá teniendo en cuenta que estos bienes de interés cultural en la ciudad impulsan el desarrollo de la actividad turística. Debido a esto generan sentido de pertenencia e identidad cultural, además de revalorizar la memoria histórica a través de la comunicación. Asimismo, tiene como finalidad mostrar el valor del turismo de lugares arquitectónicos tanto por los visitantes como por los habitantes de la ciudad.

Gran parte de lo que encontrará en los siguientes apartados responde al tema del Turismo Cultural para preservar el Patrimonio de Bogotá. Teniendo en cuenta que existe un número significativo de textos académicos que han desarrollado el tema en otras ciudades del mundo, abordando el turismo y el patrimonio como ejes importantes en la construcción de identidad de un territorio. Por consiguiente, este trabajo se realizó a partir de la lectura de académicos y pensadores del tema para tener una visión clara de lo que se ha trabajado a través de los años y así poder presentar un contexto histórico y conceptualizar los términos que dan sentido al impulso para escribir el planteamiento de esta tesis. En el contexto histórico, se hace una reflexión acerca de los países Latinoamericanos que promueven

este tipo de turismo y como ha intervenido a nivel mundial esta práctica que es de gran atractivo turístico. Los autores trabajados en esta parte serán Figueroa Pinedo, J. de la Revista turismo y patrimonio. Asimismo, González, M. V. de Gestión turística del Patrimonio.

Luego de haber mencionado los casos de algunos países de América Latina se mencionará el caso específico de Colombia y posterior a esto el de Bogotá. Con el ánimo de abordar los bienes de interés cultural que hacen parte del patrimonio, las actividades turísticas que se realizan en la ciudad y cómo los habitantes se identifican con estas prácticas que generan un desarrollo sostenible. Para ello se expone el pensamiento de los siguientes autores: Pulido Chaparro, S. C. De las reliquias patrimoniales a los recuerdos materializados en el Museo Nacional y Cardet-Fernández, E. con su texto: Turismo y patrimonio a favor del desarrollo local, para diferenciar el destino Holguín.

Asimismo, en este apartado encontrará los lugares más representativos del país declarados por la Organización Mundial de Turismo mencionados en el texto (Colombia en el nuevo mapa del turismo cultural) y la razón por la que estos lugares han incentivado la preservación del patrimonio colombiano por turistas nacionales y extranjeros. Además de los motivos por los que el patrimonio arquitectónico se convierte en un factor clave para visitar determinado lugar, compilando algunos referentes de la Política de turismo cultural del país elaborada por el Ministerio de Cultura.

También puede encontrar la definición de los tres conceptos principales de este artículo. Entre estos el Turismo Cultural, visto desde la mirada de autoras como Mabel Teresa Chaos Yeras y Nuria Morère Molinero, Identidad Cultural desde Olga Lucía Molano y Patrimonio Arquitectónico por María Velasco González y Ana Cecilia Zurita. Investigadoras y catedráticas que muestran las características de cada uno, como son entendidos y la relación que tienen en conjunto con diferentes disciplinas entre estas la comunicación.

Después el tema se desarrolla en tres partes que son: la identidad cultural y el patrimonio arquitectónico como ejes de turismo cultural, el patrimonio como constructor de memoria histórica a través de la comunicación y el turismo, sumando a estos la promoción y desarrollo del turismo cultural por medio de la comunicación. En consecuencia, que en los últimos dos apartados se evidencia la función que tiene la comunicación desde dos dimensiones y aplicaciones en el turismo cultural; la dimensión informativa y la dimensión educativa de un fenómeno social como lo es el turismo. Por esta razón, en esta parte se explica cada una de las dos dimensiones que se verán implícitas en cada uno de los ejes que se desenvuelve en el turismo cultural.

Finalmente, el último apartado está dedicado a concluir cada uno de los aspectos trabajados en el contenido del artículo, justificando porque el turismo cultural ayuda a preservar el patrimonio arquitectónico y la importancia que tiene la relación de los conceptos que se encuentran a lo largo del texto. Además, se muestra la importancia que tiene la comunicación para conservar los bienes arquitectónicos de un lugar y una reflexión que contribuye a futuras investigaciones que se realicen de este tema.

El Turismo Cultural es una modalidad de turismo que está vinculada al turismo urbano y ha sido adoptada en varios países de América Latina, entre ellos: Perú, México, Chile, Cuba, Argentina y Colombia. La actividad que realiza esta práctica social se hace con el ánimo de mostrar expresiones culturales representativas en la historia de cada territorio, a través del patrimonio arquitectónico que se encuentra en cada ciudad y que muestra un estilo de vida que los visitantes quieren experimentar por medio de la actividad turística. Por esta razón, los viajeros sienten satisfacción al conocer lugares que en algún momento planearon visitar para admirar su arquitectura que da un valor simbólico en el entorno de un sistema sociocultural “el turismo cultural puede cumplir un papel estimulador para revalorizar, afirmar y recuperar los elementos culturales que caracterizan e identifican a cada comunidad ante un mundo globalizado”. (Toselli, C., 2006, p.176).

En Perú la oferta en turismo cultural tiene bastante demanda ya que los productos turísticos están basados en el patrimonio cultural. La importancia que se le brinda a esta modalidad turística se debe a que muchos extranjeros visitan este país ya que los bienes arquitectónicos se encuentran en muy buen estado, las estrategias de desarrollo van enfocadas a la inversión en este sector y esto hace que se convierta en un país competitivo en la industria del turismo. Según datos de Promperú, “el 100% de los turistas extranjeros que visitaron nuestro país durante el 2010 realizaron alguna actividad relacionada con el turismo cultural”. (Figueroa Pinedo, 2014, p. 136).

Por su parte México, es un destino que tiene gran legado cultural que es aprovechado para esta práctica que realizan turistas nacionales y extranjeros. Esta industria ha generado un aumento significativo de recursos económicos dado que en este país se legitima el patrimonio como el capital que se debe preservar para obtener beneficios económicos e impulsar el desarrollo del territorio.

Debido a que en este país se ha establecido un vínculo entre el turismo y la identidad, además de promover el desarrollo turístico.

La apropiación de la identidad es un factor clave que desde hace algunos años se tiene en cuenta para realizar estas prácticas. A causa de esto, México ha podido avanzar en las nuevas tendencias que tiene el turismo en la actualidad, así como también fortalecer su economía y edificar un país con bases sólidas de identidad. Para ilustrar, es pertinente mencionar el caso de Yucatán en donde se ha fortalecido su identidad a través de la especialidad de productos artesanales que se elaboran como; tejidos, objetos de cerámica, y variedad de estilos de hamacas que además de convertirse en un atractivo turístico por ser elementos autóctonos de este país, ha fortalecido el desarrollo económico y la práctica turística que año tras año aumenta en este destino. “Actualmente las actividades artesanales más difundidas y de mayor importancia comercial en Yucatán son la producción de hamacas y de huipiles bordados” (Turismo y desarrollo, 1980, p.15). Estas artesanías han generado gran arraigo de la cultura mexicana y movilización en el turismo cultural por ser una muestra identitaria de este país.

Sumado a esto, Chile también ha involucrado esta modalidad turística que se ha convertido en uno de los escenarios mundiales de turismo por mostrar parte de su cultura en una práctica social “el turismo cultural es una oportunidad para aprender sobre la propia historia y las propias prácticas culturales, así como sobre la nación, valorando estas manifestaciones y permitiendo su transmisión y revitalización de las prácticas” (Sernatur, 2014 p. 43). Lo anterior indica que este país ha involucrado en sus prácticas de turismo esta modalidad que agrada a los visitantes por la riqueza cultural que posee y que según cifras el DE 48% de los viajeros extranjeros en el año 2013 participaron de actividades de turismo cultural que incluye recorridos en museos, iglesias y centros históricos, entre otros. (Sernatur, 2014).

Asimismo, Chile cuenta con áreas de interés turístico que se relacionan con el atractivo patrimonial que tiene este país. Por ejemplo, Valparaíso por ser una ciudad y puerto, alberga arquitectura colonial en el Centro histórico y el área metropolitana que acoge el casco urbano de la ciudad. A causa de esto se ha convertido en epicentro para el turismo cultural que pretende recuperar y preservar edificaciones de interés cultural como el Parque Italia, Plaza Victoria, Plaza Waddington e iglesias representativas por su valor de la historia local como la Iglesia de la Matriz en el barrio Playa Ancha, Iglesia Anglicana San Pablo, Iglesia Catedral de Valparaíso y la Iglesia de los Doce Apóstoles.

Además de su admirable entorno arquitectónico que ha proyectado la actividad turística, es indispensable que se realicen recorridos turísticos de estos lugares que atraen a los viajeros nacionales y extranjeros. “En cuanto al fomento de la actividad turística de Valparaíso y su entorno es esencial que el municipio porteño y la empresa privada se interesen por organizar circuitos culturales y circuitos educativo ambientales por los museos de Valparaíso” (Paul, O. 2003, p. 146). De manera que los visitantes puedan apreciar el patrimonio arquitectónico que se encuentra en este destino y conozcan acerca de su cultura e historia revalorizando el rol histórico – social por medio de la recuperación de los diseños originales de las edificaciones.

De igual manera la ciudad de Matanzas en Cuba es foco de turismo cultural del país por tener situado al centro histórico a pocos metros del polo más importante del territorio cubano. Además, por la arquitectura que alberga que hace parte del patrimonio arquitectónico de la ciudad y que con el paso de los años se ha visto afectada por el deterioro y falta de preservación en el centro histórico y urbano de la ciudad. De ahí que, entre los bienes distintivos en la ciudad se encuentra el Palacio de Justicia, Plaza de la libertad, Galería de artes, Palacio de Gobierno además del Liceo Artístico y Literario.

Sumando, los puentes que han sido de gran valor cultural por ser vías de comunicación de las zonas y áreas de la ciudad se consideran parte la arquitectura distintiva de este lugar. Entre los más representativos está el Puente de la Concordia, Versalles o General José Lacret y el Puente de la Plaza, además de iglesias que conforman el conjunto de bienes arquitectónicos del patrimonio de la ciudad, “La ciudad de Matanzas con su centro histórico está llamada a satisfacer esa necesidad en correspondencia con la tendencia de la Industria turística de convertir la modalidad de turismo cultural como uno de los atractivos de mayor crecimiento en el futuro” (González, S. 2003, p. 22). Por ende, conservar y revalorizar las edificaciones y espacios que conforman el patrimonio arquitectónico de la ciudad es un pilar para atraer a los turistas a conocer una parte de la ciudad que representa la identidad cultural a través del patrimonio.

Por otra parte, Argentina se ha convertido en uno de los destinos preferidos para la práctica de turismo cultural. Este país ha tenido un desarrollo muy significativo en comparación con los países de América Latina. Ya que el gobierno junto con entidades gubernamentales ha desarrollado planes para que el turismo sea sustentable incrementando la competitividad y el atractivo turístico de las regiones del país (Clausen y Velázquez, 2013). De tal manera que los visitantes puedan conocer la parte

cultural y social de dicho destino que conlleva a invertir en la infraestructura y conservar el patrimonio que hace parte de la identidad de los argentinos.

En ese Sentido, el país le ha dado valor y resignificación a su patrimonio arquitectónico y cultural debido a que a pesar de estar en el olvido se percibió que este mismo era un factor clave para el impulso de esta práctica y potencial de recursos económicos. De la misma manera que fortalecía la identidad cultural por medio de un programa llamado “Argentina Mosaico de identidades” que se implementó para impulsar el desarrollo del patrimonio cultural, religioso y étnico del mismo país, entendiendo la conformación de nuevas opciones a través del turismo cultural. (Toselli, C. 2004.)

En orden de cosas, luego de mencionar como se ha implementado y ejecutado la práctica del turismo cultural en América Latina, así como en Perú, México, Chile y Argentina. Los siguientes párrafos son muestra de la actividad turística que se ha desarrollado en Colombia, para llegar al caso particular de Bogotá, dando a conocer aquellos aspectos que han fortalecido el impulso del turismo como práctica social. Además, se mencionan las prácticas que esta modalidad turística ha adoptado como lo son los recorridos realizados a los centros de interés cultural que acoge el patrimonio arquitectónico y es el motivo por el que los viajeros se sienten atraídos a conocer la ciudad. Por ejemplo, el Centro Histórico de Bogotá reconocido y admirado por los turistas que van acompañados por guías de turismo en los recorridos que hacen las agencias prestadoras de servicios turísticos.

En Colombia desde hace más de una década se ha visto incrementar el ingreso de turistas extranjeros al país debido a que, 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 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 en el nuevo mapa del turismo mundial, 2009).

Por esta razón, el turismo cultural en Colombia ha incentivado la protección de estos lugares que conforman el patrimonio arquitectónico del país, ya que dicha actividad implica la interacción constante con la cultura que visitan, haciendo de esta el eje fundamental para motivar a los visitantes y habitantes a cuidar todo aquello que les proporciona estos espacios y escenarios patrimoniales. De manera que esta modalidad de turismo les brinda a las personas la posibilidad de preservar y mantener

el patrimonio nacional. Además, de adquirir conocimiento y comprensión de la cultura que se visita y disfrutar las expresiones culturales que se encuentran en cada destino turístico del territorio colombiano.

Particularmente, en el caso de Bogotá, el turismo cultural atrae a los turistas extranjeros. Mas aún, cuando se encuentra en un solo lugar la posibilidad de realizar actividades asociadas a la cultura como deleitarse con la gastronomía de la capital, asistir a muestras artísticas en los teatros y auditorios situados en el centro histórico y el resto de la ciudad. Además de recorrer sus museos, monumentos e iglesias que hacen parte del conjunto de bienes arquitectónicos que están rodeados de tiendas en donde se pueden encontrar artesanías y objetos que representan algún lugar turístico y significativo del país.

En vista de que el patrimonio arquitectónico es concebido como un atractivo que impulsa el desarrollo de la actividad turística en Bogotá, es relevante preservar sus edificaciones que representan la historia de la capital colombiana y que actualmente se han vuelto epicentro del turismo. Siendo así, un lugar que se destaca por acoger a los turistas de la mejor manera y mostrar expresiones culturales que atraen a gran cantidad de viajeros de diferentes partes del mundo, en donde pueden encontrar artesanías, buena comida y muchas historias que narran estos lugares por conocer. “En todo el mundo, los sitios considerados como parte del patrimonio cultural y las ciudades de gran riqueza arquitectónica, histórica y cultural están convirtiéndose en destinos de elección para un número creciente de turistas” (Política de Turismo Cultural, Ministerio de Cultura. p. 400).

Llegado a este punto es relevante mencionar aquellos aspectos que hacen parte de la identidad cultural de los bogotanos. Como se mencionó anteriormente, uno de sus aspectos es la gastronomía en la que se destaca el plato tradicional de los capitalinos, el ajiaco santafereño que se prepara con mazorca, papas pastusas, alcaparras, papas criollas, sabaneras, guascas y pechuga de pollo. Además, al momento de servir se acompaña con arroz blanco y aguacate una fruta originaria de Centroamérica. Este plato hace parte de la cocina tradicional de los (cachacos) nombre por el que se conocen las personas nacidas en Bogotá. Sin embargo, en otras regiones del país también es servido por su delicioso sabor y acogida que tiene este distintivo plato sin lugar a dudas es uno de los que cualquier extranjero quiere probar.

Asimismo, cabe destacar los teatros más representativos a lo largo de la historia de la ciudad, entre los que se destacan tres auditorios que a pesar de los años aún siguen en funcionamiento y son

epicentro de eventos artísticos y culturales. Estos son: El Teatro Jorge Eliecer Gaítan que desde finales del siglo XIX ha sido un espacio que ha presenciado variedad de espectáculos y que a pesar de sus remodelaciones se ha conservado en buen estado y es símbolo identitario de la ciudad.

Igualmente, el Teatro Colón y el Teatro Faenza hacen parte de los teatros que han marcado la historia de la ciudad. El primero, porque duro un periodo de tiempo cerrado ya que su infraestructura estaba en remodelación y al revivir esta edificación ha sido epicentro de importantes eventos del país y escenario de muestras culturales y un lugar con una majestuosa arquitectura que atrae a los extranjeros. Son varios los personajes importantes que han pasado dejando un poco de sí en la historia de este teatro, así como también fueron varias las causas de su desgaste.

“Actualmente, el teatro le abre las puertas a los capitalinos para que sean testigos presenciales de la historia de la sociedad, la cultura y el arte de Bogotá” (adminexclama, 2015). Por su parte, el Teatro Faenza es otro de los teatros que está cargado de historia, pues ya lleva 91 años desde que abrió sus puertas para mostrar lo mejor de la cultura. Además, de su hermosa arquitectura que ha servido de escenario para eventos y conciertos. Sin embargo, este edificio se vio afectado por el deterioro de su estructura, pero con el transcurso de los años la Universidad Central se encargó de mejorar el teatro recuperando este espacio para la cultura y el turismo desde el 2004.

TURISMO CULTURAL, IDENTIDAD CULTURAL, PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO

El turismo cultural es un fenómeno de aquellas ciudades o territorios que disponen de un importante legado patrimonial en donde es indispensable la conservación como también el desarrollo socioeconómico de la zona donde se ubica. (Parrondo, F.F, 2011, p. 342) esta modalidad de turismo permite tener una vía importante de conservación del patrimonio cultural de las naciones (Yeras, M.T., 2006, p. 48) Asimismo, el turismo cultural es aquel que muestra algunas características determinadas de la cultura y el territorio que se visita para el desarrollo de esta modalidad turística que también ha sido considerada como alternativa para viajeros que desean conocer expresiones culturales de un sitio específico además de su gastronomía, sus tradiciones y arquitectura.

También es entendido como una práctica social que hace parte de un proceso histórico de las naciones ya que transforma el entorno de una comunidad construyendo un mundo cualitativamente nuevo de significaciones, valores y obras humanas (Cammarata, E. B., 2006 p. 354). Es empleado para explicar

una modalidad del turismo en la cual se muestran atractivos culturales en donde se vive una experiencia de una práctica social con infinitud de dinámicas, por lo tanto, es considerado como un sinónimo de variedad de productos que interrelacionan lo cultural y lo social con lo territorial involucrando su propia identidad. (Molinero, N. M., 2017 p. 4).

Una de las características de las ciudades que brindan la posibilidad de esta práctica de turismo, es la conservación del patrimonio arquitectónico ya que los visitantes se sienten atraídos por conocer estos recursos que hacen parte de la historia de cada lugar. Por ejemplo, la visita de museos, centros históricos e iglesias. Gracias a esto, las personas son cautivadas por conocer a una sociedad en un determinado destino y aprender por medio de esta práctica. “los sitios del patrimonio y las culturas tradicionales constituyen atractivos turísticos a nivel mundial, por lo que turismo y preservación deben complementarse ante estas nuevas tendencias, ya que ambas actividades orientadas con inteligencia permiten proteger el acervo patrimonial”. (Toselli, 2004 p.3)

Este concepto es entendido como la práctica social que se tiene en diferentes territorios para mostrar aspectos identitarios que caracteriza a las personas de cada lugar y lugares físicos, como monumentos, museos y pueblos tradicionales. Debido a que estos aspectos mencionados hacen que esta práctica cobre sentido, pues por medio de una experiencia de viaje es posible obtener aprendizaje y conocer la cultura del destino a visitar. Además, entender la importancia de cuidar el patrimonio que hace posible que se lleve a cabo esta modalidad de turismo. Asimismo, posibilita que se unan los aspectos en común para el desarrollo de un territorio “consolida los lazos que le son comunes a un pueblo en pro del progreso y el desarrollo del mismo, garantizando la permanencia de los valores, la identidad y las tradiciones, que proporcionarán no sólo un beneficio económico para la comunidad, sino también la sostenibilidad del patrimonio” (Política de Turismo Cultural, Ministerio de Cultura. p. 400).

Particularmente, existen elementos y manifestaciones que hacen parte de la identidad cultural. Por ejemplo, entre estas se encuentra el patrimonio arquitectónico como símbolo representativo de un territorio, la música, danzas, costumbres y creencias. Además, de todo aquello que se valora y se apropia por parte de la sociedad convirtiéndose así en un referente de identidad. “Dicha identidad implica, por lo tanto, que las personas o grupos de personas se reconocen históricamente en su propio entorno físico y social y es ese constante reconocimiento el que le da carácter activo a la identidad cultural” (Molano, 2007, p.74).

El concepto de identidad cultural está relacionado con el territorio en donde se encuentre, también está asociado a la cultura de determinado lugar y la marcha del tiempo. “El concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias” (Molano, 2007, p.73). Es por esto que, está ligada a un territorio específico y es el aspecto diferenciador frente a otras personas. Sus principales características se asocian a las relaciones sociales, comportamientos colectivos, la cultura y la lengua como instrumento de comunicación. Es decir, aquellos aspectos que identifican a las personas de un territorio y están asociados a la cultura de determinado lugar, generalmente esta identidad es considerada producto de la colectividad que tiene sentido de pertenencia por las particularidades del lugar en el que habitan.

Este concepto se encuentra vinculado con el patrimonio y la historia que cada lugar guarda. Específicamente, porque es ahí donde las personas se sienten identificadas con la cultura y todo aquello que existe en el lugar donde se localizan. “La identidad cultural no existe sin memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro”. (Molano, 2007, p.74). Asimismo, el fortalecimiento de la identidad cultural, hace que se preserve el cuidado por el patrimonio arquitectónico local entendiendo que este es un símbolo que representa a la comunidad de un territorio y puede estar asociado con actividades turísticas que impulsan el desarrollo del territorio.

En resumen, la identidad cultural es aquella que acoge todos los aspectos identitarios de un territorio asociados con la cultura. Al mismo tiempo, que se relaciona con el trabajo colectivo que cada individuo reconoce por medio de prácticas que se realizan en determinado lugar. Incluso, es sentirse identificado a través de un contexto determinado por sus costumbres, lengua o idioma, las maneras de comunicación y rasgos personales que se asocian a través de una comunidad.

El Patrimonio Arquitectónico es un conjunto de bienes materiales, que son identificados y simbolizan una sociedad en específico por ser representación de valores culturales característicos de una comunidad (González, M. V., 2009, p. 238). También, se define por las diversas edificaciones que se reconocen dentro de una sociedad y que se le atribuye a un valor cultural que en ocasiones es cambiante, de manera que, está en constante construcción. (Gasteiz, V., 2003, p.4). De acuerdo con lo anterior, se denomina Patrimonio Arquitectónico a todos los bienes o elementos de valor simbólico

o monumental que tiene un territorio y que con el paso de los años y el transcurso de la historia son admirados por visitantes que llegan a un territorio.

Además, para definir el patrimonio, es importante visualizar el valor que cada comunidad le otorga a aquellos bienes arquitectónicos que son irremplazables porque hace parte de la identidad cultural que le da significado a un contexto histórico y social en donde se encuentran ubicados dichos bienes. “El patrimonio es representativo de la identidad territorial, la construye y la reconstruye, puede ser testigo de expresiones culturales y de relictos de ecosistemas con escasa intervención antrópica” (Hernández, 2010. P. 122). Es decir, con el transcurso del paso del tiempo estas edificaciones adquieren un valor invaluable ya que, remontan a sucesos históricos que para visitantes y turistas son de gran atractivo no solo por su arquitectura sino por el contenido histórico y social que contienen y se conocen a través de la práctica del turismo cultural.

Para especificar los criterios para la conservación del patrimonio arquitectónico y tener la claridad del concepto Ana Cecilia Zurita arquitecta y catedrática de Universidad Rafael Landívar de Guatemala dice: “la conservación del patrimonio arquitectónico es una tarea multidisciplinaria y participativa, visto el monumento como un documento histórico dentro de un contexto actual, los objetivos de la intervención deberán responder a las exigencias técnicas, sociales, económicas y culturales del lugar en el que se encuentre”. (Zurita, 2010, p.82). En este sentido, la participación y el trabajo conjunto de disciplinas como la comunicación, arquitectura, historia y estudios afines con las ciencias sociales hacen posible la preservación del patrimonio arquitectónico de los ciudadanos.

Dicho de otro modo, el patrimonio arquitectónico son los bienes de interés cultural que cada comunidad le otorga valor simbólico, con el paso de los años. Todavía más, por su historia, arquitectura o atractivo cultural que represente. Este concepto, también se puede asociar con la parte estructural de un territorio como edificaciones antiguas que hacen parte del legado cultural que comprende una ciudad. Además, un lugar se declara patrimonio por la cantidad de visitantes que llegan a conocerlo debido a que se establece una medida especial de conservación y protección que consolida la economía turística. Asimismo, fomenta el respeto por la identidad territorial del destino.

IDENTIDAD Y PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO COMO EJES DE TURISMO CULTURAL

La actividad turística es una de las prácticas sociales más grandes que ha llevado a la globalización. Además, de los cambios tecnológicos y la evolución de los medios de comunicación y el consumismo “la globalización ha traído consigo una internacionalización o “mundialización” en las modas, la cultura de masas y el consumo de algunos patrones” (Toselli, C., 2006 p.176). A causa de esto se ha visto la pérdida de la identidad cultural con el transcurso de los años. Por ejemplo, en Bogotá los habitantes no tienen sentido de pertenencia por lo que alberga la ciudad en cuanto a infraestructura que hace parte del patrimonio arquitectónico, causando el deterioro del mismo. Así como lo es el centro histórico y determinados monumentos situados en diferentes locaciones de la ciudad.

En vista de que actualmente existen factores y nuevas prácticas sociales que la globalización ha generado haciendo perder la identidad cultural y el sentido de pertenencia por la ciudad, a través del turismo cultural es posible cambiar este paradigma. A causa de esto, sentirse parte de una cultura es el factor indiscutible que hace que cada persona se apropie y tenga sentido de pertenencia por lo que está a su alrededor. “Frente a la tendencia del fenómeno de la globalización se genera por el lado de las culturas receptoras, la necesidad de redescubrir y fortalecer la identidad cultural, como así también resignificar el patrimonio” (Toselli, C, 2004, p.1).

Es el caso de algo tan simple como lo puede ser el cuidado que se tiene por los objetos de la casa, cada persona cuida y procura conservar en el mejor estado posible aquellos muebles, electrodomésticos o artículos de decoración que adquieren valor ya que estos personalizan el lugar y generan sentido de pertenencia a un espacio. Pero entonces cabe preguntarse ¿si la ciudad es la casa de todos, porque no se cuidan aquellos bienes que hacen parte del patrimonio arquitectónico de la ciudad?, si estos bienes son simbólicos porque han hecho parte de sucesos históricos, además de ser atractivos para aquellos turistas que visitan la ciudad.

Pues bien, el cuidado va más allá de una acción, de querer hacerlo o no. Es cuestión de que los ciudadanos no tienen esa conciencia cultural, lo que permite entender el cuidado de lo que es de todos y forma parte de la identidad cultural, para lo cual es oportuno citar a Guerrero Rodríguez cuando dice que “la construcción de una identidad cultural debe entenderse como un proceso complejo y dinámico que va más allá del sentido de pertenencia que involucra la producción, transformación y

actualización de símbolos y significados adscritos a determinado contexto cultural” (Rodríguez, R., 2015, p. 1026). Reflexionando entorno a este proceso está en constante transformación el trabajo sería encontrar el significado que tiene el patrimonio para los ciudadanos de manera que lo apropien dentro de su cotidianidad y contexto cultural.

Paralelamente, se debe entender y trabajar en la construcción de identidad cultural, sustentada en el patrimonio arquitectónico. Ya que esto permite que los habitantes que sean bogotanos o no, se apropien y se sientan parte de una ciudad en donde comparten con una comunidad que reproduce prácticas sociales. “La cultura se aprende mediante una interacción social con otras personas en la sociedad. Los humanos más que ningún otro animal, dependen para sobrevivir de la transmisión social de conocimientos” (Serena, N. p. 39) estos conocimientos hacen fortalecer la identidad cultural que le dará sentido a la conservación de aquellos bienes que hacen parte del patrimonio arquitectónico de la ciudad no solo como infraestructura que impulsa el desarrollo turístico sino también como valor cultural para los ciudadanos.

El turismo cultural genera identidad en las ciudades ayudando a que el patrimonio recupere su valor frente a los procesos de globalización que padece el país. Por lo tanto, hablar de la identidad cultural colombiana es un factor clave para entender las prácticas y conductas que se están empleando por parte de las personas que viven en el país y el sentido que les dan a las mismas que realizan. Más aún, cuando se entiende este concepto como “aquel que no se restringe a un ámbito en el que lo cultural sólo es entendido como la variedad étnica, religiosa, de costumbres, tradiciones y formas de vida de una conformación social” (Identidad cultural colombiana, 2017).

Como se mencionó anteriormente la identidad cultural también se ve representada por el patrimonio arquitectónico. Por esto es necesario evitar que el patrimonio de la ciudad se deteriore, porque es este uno de los pilares que promueve el turismo y en este caso, una práctica específica que es el turismo cultural que atrae a extranjeros por el hecho de que es sinónimo de representación de un aspecto de la cultura. En otras palabras, el patrimonio es un componente clave para el desarrollo sostenible de la ciudad. Entendiendo este según la asamblea general de las naciones unidas como: “la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”. Es decir, la posibilidad de lograr un desarrollo social y económico, además de la protección del medio ambiente de forma equitativa. (ONU – UNESCO).

Hablar de que en Bogotá existe una identidad cultural establecida es complejo porque este escenario se ha convertido en un encuentro multicultural del país. Sin embargo, es posible afirmar que a partir de la construcción de procesos sociales es posible pensar una identidad colectiva que une a los ciudadanos por distintos rasgos culturales que se comparten en común “para pensar una identidad que se construye en procesos sociales, resulta de suma importancia un elemento como los valores, a partir de los cuales se van definiendo el ser y el quehacer de una cultura o de un entorno social” (Identidad cultural colombiana, 2017, p. 73). Estos valores, son esenciales para que los ciudadanos y visitantes de la ciudad comprendan el significado cultural que guarda el patrimonio y la importancia de cuidarlo y preservarlo.

Es fundamental entender que la identidad cultural también se construye desde la diferencia, desde una mirada en la que se edifican buenas sociedades en donde predomina la condición humana, los procesos comunicativos y el valor esencial de aceptar a otro con sus rasgos, tradiciones y costumbres características de su cultura. Aun cuando los habitantes de la ciudad que vienen de diferentes lugares del país se reconozcan como una persona más que pertenece a la capital colombiana y sienta satisfacción del beneficio que le brinda estar allí entenderá la importancia que tiene cuidar dichos bienes arquitectónicos que dispone la ciudad y que a partir de estas historias se construye la identidad no solo de bogotanos si no de colombianos.

EL PATRIMONIO COMO CONSTRUCTOR DE MEMORIA HISTÓRICA A TRAVÉS DE LA COMUNICACIÓN Y EL TURISMO

Cuando se piensa en el concepto de memoria es ineludible pasar por alto la estrecha relación que existe con el recuerdo, una correlación que marca una lucha constante en contraposición al olvido. (Gonzales, 2016). Es entonces este último el encargado de potenciar la razón de ser de la memoria. En el caso del patrimonio, este se instaura como elemento histórico inserto en la memoria colectiva de la sociedad, con el fin de trasladar el pasado hacia el presente, con el fin de revivirlo, contextualizarlo y de esta manera gestionarlo hacia el futuro. (Tello, 2002). Así mismo, tiene como objetivo valorar y preservar la memoria con el propósito de convertirse en una herencia cultural para las generaciones siguientes.

Es aquí donde el patrimonio material, específicamente el de los bienes tangibles, adquiere gran importancia, ya que según Garré desde su preservación se reconoce su valor como símbolo de una sociedad, que a su vez actúa como testimonio de distintos fenómenos culturales que recogen consigo valores desarrollados a lo largo del tiempo en el marco de un proceso histórico. (Garré, 2001). Así mismo, el patrimonio constituye un elemento palpable dentro de una dimensión espacial íntimamente ligada a la cotidianidad de los seres sociales, el cual pone en evidencia la existencia de una identidad que abarca una idea de unión. Existen por una parte los lugares públicos, representados en edificios especiales, sectores urbanos y lugares del común, los cuales se encuentran inmersos en la cotidianidad de los ciudadanos en un estado de permanencia a lo largo del tiempo y se caracterizan por tener un valor simbólico siendo una especie de refugio que almacena los recuerdos de aquella memoria que guarda cada uno de estos espacios.

Paralelamente, los elementos individuales que definen la particularidad del patrimonio crean una necesidad instintiva encaminada a la preservación. Lamentablemente, debido al desconocimiento de valor histórico, la insuficiencia de leyes que protejan y velen por la protección del patrimonio de manera estricta, desastres naturales, y nuevos significados del espacio por parte de la comunidad, han generado que muchas de las edificaciones hayan perdido el valor histórico que representan generando una pérdida de la memoria histórica que finalmente es la que sufre los embates del olvido.

Por otro lado, en el contexto específico de Colombia, es complejo abordar una memoria colectiva singular. Debido a la gran diversidad de grupos culturales que convergen dentro de un mismo estado de Nación, el cual pone en permanente confrontación numerosos significados entre lo rural, lo urbano, lo moderno, lo tradicional y lo histórico. Es en el reconocimiento de la diferencia el punto de partida que da luces sobre la importancia que adquiere el patrimonio dentro de una sociedad.

No obstante, no se pueden desconocer los aportes que ha generado el patrimonio a la historia y memoria del País, además de los esfuerzos mancomunados que han realizado las diferentes instituciones que conforman el Gobierno Colombiano en conjunto con organizaciones internacionales como El Banco Interamericano de Desarrollo, por la conversación y difusión del patrimonio. Muestra de ello es la creación de la Ley 163 de 1959, de la mano del Decreto 264 de 1963, en la que el Gobierno instaura el Consejo de Monumentos Nacionales encargado de velar por la conservación del patrimonio, clasificación y declaración de monumentos nacionales que acoge a la mayoría de creaciones arquitectónicas de gran valor histórico localizados en diversos puntos de la geografía

Colombiana donde se ha desarrollado la historia profundamente relacionada con la gesta libertadora y la organización del Estado Nación.

HITOS EN COLOMBIA

El patrimonio arquitectónico trae consigo una connotación encaminada a la protección. Debido a la actividad humana, condiciones climáticas externas e inclusive el olvido de valor cultural por parte de sus habitantes, estos inmuebles están en constante estado de deterioro que los convierte en elementos altamente vulnerables que de no ser tratados los condena a la decadencia y a estar en constante peligro de desaparición, lo que conlleva a una sentencia directa al olvido.

Puente de Boyacá

Ubicado a 14 km de la ciudad de Tunja, es un monumento declarado como patrimonio cultural de la nación, el cual adquiere gran relevancia debido a la referencia histórica que hace a la época independentista que trae consigo numerosos testimonios y evidencias físicas que hoy en día se configuran como elementos patrimoniales que dan cuenta de la identidad de la nación. (Informe Patrimonio cultural del departamento de Boyacá, 2016). Es uno de los lugares más representativos del departamento de Boyacá y uno de los más visitados de la región por propios y extranjeros.



[Fotografía de Fabio Martínez Cely]. (Boyacá.s.f).

Sin embargo, no ha sido tarea fácil velar por la conservación del mismo. Tal como lo indica un artículo realizado por el portal informativo de El Tiempo, en el año 2009, se evidencia el abandono y descuido por parte de los habitantes que colindan con el patrimonio. Invasiones, robo de esculturas y cambios estructurales han sido algunas de las problemáticas que ponen en riesgo el valor histórico del inmueble.

“Del Puente original no queda ni la sombra y gran parte de la culpa la tiene el ex presidente Carlos Lleras Restrepo, quien, para la celebración del sesquicentenario de la Batalla de Boyacá, en 1969, ordenó modificar completamente el lugar, al considerar que el sitio en el que se encontraba era muy pequeño”. Indicó Siervo Molano, empresario de Tunja, quien nació en el Puente de Boyacá (El Tiempo, 2009).



[Fotografía de anónimo]. (Boyacá.1919). Academia Colombiana de la Historia, Archivo General de la Nación.

Es aquí donde el patrimonio adquiere gran relevancia al momento de construir memoria, “Existe la tendencia a ubicar el patrimonio en el reino de las cosas muertas. Se tiende a sacralizar el patrimonio de una manera que se lo aleja de las cosas de la vida.” (Magaz, 1996, p.120) Sin embargo, su gran riqueza histórica invita al público a ahondar en los hechos representativos que se dieron en el lugar haciendo un llamado a la memoria. “El turismo de memoria puede ser definido globalmente como la práctica que incita al público a explorar los elementos patrimoniales puestos en valor, para así extraer todo el enriquecimiento cívico y cultural que nos proporciona la referencia al pasado”. (Cavaignac y Deperne, 2003, p.14).

En el caso particular de este emblema nacional, es posible encontrarse a habitantes oriundos de la zona quienes se encargan de narrar de manera oral y vestidos con indumentaria de época colonial, los hechos acontecidos el 7 de agosto de 1819 bajo el nombre de la Batalla de Boyacá, una confrontación militar que encabezó el libertador Simón Bolívar y que resultaría siendo un acontecimiento histórico que garantizaría la independencia de la Nueva Granada y gran parte de los países suramericanos del yugo de la colonia española. Allí es posible apreciar diferentes monumentos que recuerdan la gesta libertadora. Estatuas de Simón Bolívar, Francisco de Paula Santander, Pedro Pascacio Martínez, además del Arco del Triunfo, la Plaza a Banderas, la Llama de la Libertad, La

piedra en honor a la legión británica que fue gran aliada, y el obelisco.

Son estos elementos los que constituyen la base tangible de una gran herencia histórica que permanece presente a lo largo del tiempo y que invitan a la sociedad a recordar aquel momento trascendental y de gran valor para la historia del país, “Sin que la sociedad use su patrimonio, sin que lo necesite, sin que lo recupere y lo integre a sus formas de vida, sin que vuelva a ser algo cotidiano y próximo, sin que lo reivindique como un derecho, no hay futuro para el patrimonio” (Cerillos, M. 2003). Sumado a esto, queda en evidencia la manera en que el patrimonio se configura como uno de los procesos comunicativos más significativos donde actúa como transmisor de la historia que paralelamente forja una estrecha relación con el turista para que esa historia cobre valor y trascienda en la memoria de las personas que conforman una sociedad.

CARTAGENA DE INDIAS Y SANTA CRUZ DE MOMPOX

Gran parte del legado histórico de los países latinoamericanos se concentra en los centros históricos que conforman vestigios del paisaje urbano del siglo XVI-XIX. Hoy en día, la conservación de la mayoría de estos centros históricos se ve amenazada por las nuevas prácticas y perspectivas de ciudad que se enmarcan bajo los planes de desarrollo urbano. La mayoría de estas edificaciones reconocidas como patrimonio se ven relegadas al olvido debido a su obsolescencia en la cotidianidad actual de sus habitantes. Sin embargo, los planes de conservación de estas edificaciones buscan ir un peldaño más arriba, trabajando de la mano con instituciones gubernamentales e internacionales que buscan solventar las necesidades prioritarias que tiene el patrimonio con el fin de recuperar en lo posible la funcionalidad de estos edificios.



[Fotografía de Elizabeth Campos]. (Cartagena 2015).

"Precisamente, lo que necesitamos para conservar esos edificios, pueblos o barrios, si queremos que no mueran por abandono o por avasallamiento de las nuevas edificaciones, es darles vida integrándolos en la vida actual y buscándoles una nueva utilidad." (Magaz, 1996, p.120). No obstante, generalmente estas edificaciones se encuentran centralmente ubicadas y conforman una oportunidad sin igual para el turismo. "De esta manera, los monumentos cobrarían nueva vida sin perder su mensaje original y sin ser sacralizados u observados como una imagen romántica o nostálgica del pasado". (Magaz, 1996, p.121), con el fin de preservar la memoria a través de los lugares que llevan consigo historias dignas de ser conocidas y que a la larga son las que les confieren a las edificaciones vida y valor a lo largo del tiempo.

A través del Centro Histórico de la ciudad de Cartagena, el cual fue declarado Patrimonio Histórico de la Humanidad por la UNESCO en el año de 1984, se pueden encontrar infinidad de relatos que en su mayoría son narradas por tradición oral que trascienden desde la época de la colonia hasta el presente. El peculiar nombre de algunas de sus calles relata historias de la cotidianidad de sus habitantes en plena época colonial. Ejemplo de ello es la Calle de la amargura el cual debe su nombre a Pedro Sánchez y Amaro Gómez, quienes fueron condenados por herejía por decisión del Tribunal de la inquisición celebrado en el año de 1626. Se cuenta que mientras caminaban por esta calle, que por cierto era una de las más reconocidas debido a que todos los herejes debían transitar por allí antes de ser juzgados por el santo oficio, Sánchez comentó a su amigo de condena que les faltaba poco para ser condenados y que la calle debería tomar el nombre de calle de la amargura, y fue de esta manera que se perpetuó la anécdota dando lugar al nombre de esta calle.

Otro ejemplo es la Calle De las Damas que, según la tradición oral, una vez terminadas las murallas de la ciudad, el gobernador Anastasio Cejudo Núñez no dudó en darle la noticia al rey Felipe II de España quien se dirigió desde Madrid hacia la ciudad de Cartagena. Al momento de su llegada el rey no vio la majestuosa obra que en su época rondo la cifra de 59 millones de pesos, por lo cual decidió disfrazarse de mujer junto con sus acompañantes con el fin de ver la obra desde más cerca. Una vez disfrazados se hospedaron en una casa lo cual llamó la atención de los habitantes de la zona quienes estaban intrigados debido a la sorpresiva visita de aquellas damas de quienes no se tenía información alguna. Finalmente, aquellas damas volvieron a España sin dejar la más mínima evidencia de sus identidades lo que llevo a los habitantes de la ciudad nombrar aquella calle como: La calle de las damas. Son estas historias las que corresponden a las perspectivas que cada generación tiene de sus calles, de sus costumbres que dan vida a estos lugares y conforman el alma de la ciudad.

En cuanto al patrimonio arquitectónico, el palacio de la inquisición, en plena plaza de Bolívar constituye un hito urbano de la ciudad. Construida en el siglo XVIII, como sede del Tribunal del Santo Oficio, fue en este lugar donde se instauró la religión católica procedente de las costumbres españolas. Allí, se condenaron a los perseguidos de la época: herejes, brujas, protestantes y a todos aquellos quienes se negarán a aceptar la religión dominante o incluso juzgarla. Sin embargo, desde el año de 1924 el edificio se transformó en un centro cultural dedicado a enseñar la historia de la ciudad teniendo en cuenta el valor de la conservación de la memoria local.

“Un monumento restaurado adecuadamente o un conjunto urbano puesto en valor constituyen, no sólo una lección viva de historia, sino un legítimo motivo de dignidad nacional.” (Magaz, 1996, p.126). Tras su última restauración en el año 2003, se ha logrado recuperar la totalidad de sus valores originales en el que resalta la excelsa obra de carpintería que conforma la totalidad del edificio en donde sobresale la fachada principal, además de puertas, portones y balcones. Es sin duda el resultado tangible donde convergen en un solo lugar el legado arquitectónico español con la visión popular de los arquitectos y obreros criollos. Actualmente el museo recibe a propios extranjeros quienes se interesan por conocer de cerca la historia de la ciudad. De acuerdo con Magaz, a pesar de los medios de comunicación que existen actualmente si realmente se quiere entrar en contacto con las raíces, la historia y la esencia de un pueblo, no basta con saber de él, es necesario visitarlo.



[Fotografía de EL Universal]. (Cartagena 2012). Archivo de El Universal.

Al igual que en Cartagena, el caso de Santa Cruz de Mompox marca gran preponderancia en el plano del patrimonio arquitectónico del país. No obstante, Su centro Histórico fue declarado patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1995. Sus calles, que evocan un ambiente residencial y religioso, hacen de la ciudad una capsula del tiempo que ha logrado conservar la mayoría de sus edificaciones

intactas, manteniendo al día de hoy algunas de ellas su función original siendo reconociéndose como elementos tangibles de lo que eran las ciudades bajo el reino español en la época de la colonia.



[Fotografía de Galo Naranjo]. (Mompox 2015)

CASO ESPECÍFICO DE BOGOTÁ

A lo largo del tiempo ha existido una relación compacta entre la memoria y los sucesos históricos que han hecho huella en la historia de la ciudad de Bogotá en espacios donde se han desarrollado todo tipo de manifestaciones que han dado forma a la historia de la ciudad. Es allí donde convergen grandes valores simbólicos e históricos dignos de ser visitados por propios y extranjeros dentro del marco de las estrategias para la recuperación de la memoria histórica. (Palacio de justicia, la candelaria y plaza de Bolívar.)

El centro histórico de la ciudad conserva en gran medida el trazo original de sus calles desde la época de su fundación. El eje central de la entonces ciudad se instala en la plaza mayor, hoy conocida como La plaza de Bolívar, en la cual convergen los poderes de mayor importancia de la ciudad: El estado y la Iglesia. “La plaza mayor es uno de los más grandes aportes al urbanismo de todos los tiempos. En ella se localizan lugares simbólicos de la ciudad: su catedral, su cabildo, sus casas principales, Es una explanada que acoge al ciudadano para su regocijo o para su protesta” (Corporación La Candelaria, 1994, p.35)

Y es que hasta el día de hoy su función se mantiene intacta. Las actividades económicas, religiosas y artísticas propias de la época colonial se mantienen. La plaza como escenario de intercambio y venta de alimentos se instala hoy en día bajo el nombre del Mercado Campesino; un día que se celebra

comúnmente cada año y que conmemora al campesino colombiano donde cientos de campesinos se toman la plaza para exhibir sus productos. La visita de visitantes ilustres, conciertos, toma de posesión de presidentes y alcaldes, protestas sociales, todas estas prácticas conforman el valor histórico que representa el corazón de la ciudad.

La calle de la candelaria constituye gran parte del legado colonial de la ciudad, Fue allí el núcleo de expansión de lo que vendría a ser la Bogotá Moderna. Cerca de allí se expandía La calle real, que actualmente se conoce como la calle séptima, era la principal avenida de la ciudad que conectaba por un tramo a la ciudad de Tunja además de conectar con los llanos orientales. Hoy en día es una de las principales arterias viales en la ciudad conectando de sur a norte la ciudad. Sumado a esto, la candelaria guarda consigo infinidad de edificios simbólicos que hacen parte de intrínseca de la memoria de sus ciudadanos a lo largo de la historia. Algunos de ellos mantienen aún su función original, otros han ido perdiendo gradualmente su valor mientras que otros tratan de acomodarse a las necesidades y estilos de vida de la sociedad actual.

La influencia de la religión desde la época de la colonia queda en evidencia con la construcción de múltiples escenarios dedicados a ésta como símbolo de trascendencia del plano físico al espiritual y que aún hoy en día acoge a un sinnúmero de feligreses y curiosos. Ejemplo de ello son la catedral primada, la capilla del sagrario, la iglesia de San Agustín, y la iglesia de San francisco, entre las más conocidas. La mayoría de ellas construidas en el siglo XVII y que aún hoy, gracias a la preservación, se mantienen abiertas y son de gran atractivo turístico para propios y visitantes. Sin embargo, varias de estas edificaciones han alterado sus significados debido en gran parte a las consecuencias de las revueltas del año 1948 conocidas como “El bogotazo” las cuales tuvieron gran repercusión en la arquitectura de la ciudad generado por un lado la desaparición de algunas edificaciones, el deterioro de varios monumentos y la modificación en uso de otros edificios que conforman el patrimonio de la ciudad.

Muestra de ello es la evolución del espacio Odeón, un centro cultural ubicado en pleno corazón del centro histórico de la candelaria, el cual fue inaugurado bajo el nombre de *Cinema Odeón* a finales de los años 30 el cual adquirió gran renombre a nivel nacional ya que fue una de las primeras salas de cine del país. Lamentablemente, el cinema fue considerablemente destruido en el año de 1948 tras las revueltas del bogotazo. Desde aquella época hasta el año de 1963 la edificación estuvo relegada al olvido hasta que un grupo de cineastas, creativos y artistas decidieron ocupar el edificio para emprender un nuevo proyecto bajo el nombre de *Teatro Popular de Bogotá* (TPB) el cual se

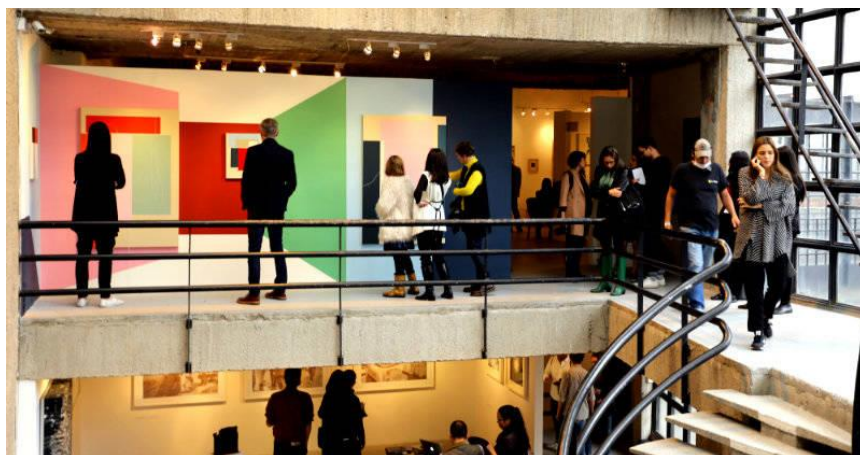
convertiría en uno de los escenarios artísticos más importantes de la historia bogotana y que permanecería en la memoria de sus habitantes por varias generaciones.



[Fotografía de TPB_ Archivo Dinner]. (Bogotá.s.f).

Sin embargo, el teatro funcionaria hasta el año de 1997 debido a problemas económicos que lo llevarían posteriormente a la quiebra que como resultado dejó al edificio de nuevo en el abandono total. No fue hasta el año 2011 bajo una iniciativa de un inversor independiente que el edificio abrió de nuevo sus puertas, convirtiéndose en un escenario donde convergen múltiples expresiones artísticas donde se busca realzar nuevas narrativas emergentes que componen el escenario de la ciudad.

Gracias a esto el espacio Odeón se proyecta como un referente cultural a nivel local, nacional e incluso internacional, el cual constituye un gran atractivo turístico y es ejemplo de los nuevos usos que adquiere el patrimonio arquitectónico ajustándolo paralelamente a la transformación de la ciudad respondiendo a las necesidades y expectativas reales de la sociedad actual. Cabe resaltar que hablar de turismo como constructor de memoria histórica es un ejercicio audazmente pedagógico, diferente al informativo, ya que se busca ir más allá de la mención del acontecimiento a un estado más profundo, con el objetivo de despertar la conciencia histórica del turista o visitante.



[Fotografía de Espacio Odeón]. (Bogotá 2017).

Los valores propiamente culturales no se desnaturalizan ni comprometen al vincularse con los intereses turísticos y, lejos de ello, la mayor atracción que conquistan los monumentos y la afluencia creciente de admiradores foráneos contribuye a afirmar la conciencia de su importancia y significación nacionales. (Magaz, 1996, p.126).

El patrimonio arquitectónico de la ciudad hace un llamado al pasado, específicamente a la memoria. Sin embargo, es desde el presente donde se recuerda, se construye y se reinterpreta con el fin de preservar su valor. En cuanto a la construcción de tejido social, es evidente el vínculo que existe entre el sujeto y los lugares donde estos se ven involucrados en el desarrollo de sus prácticas cotidianas. Dice Van Der Hammen, (2009) “Podríamos decir que existe una identificación entre lo valorado – y, por lo tanto, sujeto a ser patrimonio - y lo apropiado en el uso cotidiano” (p.72). Lo que en otras palabras define que el valor histórico que la gente confiere al patrimonio arquitectónico varía según las prácticas que éstos realicen en su cotidianidad. Por lo cual, es inevitable hablar de un tejido social heterogéneo, que converge en la diversidad de sus prácticas sociales y el significado que adquiere el patrimonio histórico desde las individualidades.

Cabe resaltar que el patrimonio es un baluarte que manifiesta un mensaje que da cuenta de los valores más preciados de una sociedad. Es evidente que los esfuerzos realizados por el Gobierno son una herramienta valiosa que permite la conservación y protección del bien material pero que en diversas

situaciones tiene alcances limitados en cuanto las necesidades que requiere el patrimonio. La tarea de preservación y conservación es una tarea de todos (Garré, 2001.) No se propone volver a la ciudad en un elemento estático, ya que la ciudad necesita responder a las necesidades y expectativas de la población. Sin embargo, muchos de aquellos lugares pueden ser aprovechados como nuevos espacios sin que estos desvirtúen su valor histórico. “De esta manera, los monumentos cobrarían nueva vida sin perder su mensaje original y sin ser sacralizados u observados como una imagen romántica o nostálgica del pasado”. (Magaz, 1996, p.121).

PROMOCIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL POR MEDIO DE LA COMUNICACIÓN

El Turismo Cultural impulsa el desarrollo de la actividad turística. Dado que, esta práctica implementa diversidad de recursos y permite que el sector turístico y el sector del patrimonio arquitectónico generen procesos de interacción, que hacen posible la mejora en la adecuación de los bienes que pertenecen al patrimonio de la ciudad. Más aún, cuando el ideal es realizar una gestión turística que promueva la conservación de los mismos por su valor simbólico, además, de promover esta actividad tanto para los ciudadanos de la capital como para los turistas nacionales y extranjeros. Igualmente, esta unión de los dos sectores ha hecho que se conserve los bienes arquitectónicos por medio del Turismo Cultural. Ya que, en este caso el patrimonio con el paso de los años se ha adaptado para el uso del turismo que genera ingresos a Bogotá. (Velasco, G, 2009, p. 237).

El patrimonio arquitectónico visto con fines de uso para el turismo, se convierte en un producto que acoge entornos de la ciudad en donde existe un intercambio cultural que promueve la actividad turística. María Velasco 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”. (Velasco, G, 2009, p. 239). Por el hecho de que, este hace parte de ese conjunto que conforma la cultura e identidad del territorio que lo hace llamativo de visitar convirtiéndose en un elemento clave para promover la actividad turística y descubrir a Bogotá como un destino turístico global.

Para el ejercicio de la práctica del turismo cultural es indispensable la comunicación debido a que, los turistas al momento de tomar la decisión de viajar a un territorio sienten curiosidad por buscar información acerca de lo que pueden encontrar en el lugar que deciden visitar. Esta búsqueda, implica

ver fotografías, videos o leer artículos del destino seleccionado. Lo anterior responde a una de las dimensiones de la comunicación que es la informativa encargada de mostrar aquellos datos de interés que son de gran utilidad para un viajero que decide visitar un lugar con motivo de conocer y aprender acerca de su cultura. Por otro lado, esta dimensión se acerca al entorno digital, que posibilita una nueva lógica de comunicación, donde el usuario que en este caso es el turista, puede vivir su experiencia propia de comunicación con el destino a partir, por ejemplo, de las posibilidades de interacción que ofrece una página web. (De San Eugenio Vela, 2012)

Para ilustrar es pertinente mostrar la dimensión informativa que ha hecho posible narrar aquellos aspectos que han construido memoria en el país a través del turismo en sus diferentes modalidades, específicamente en el turismo cultural que se ha encargado de mostrar la identidad cultural de diversos territorios y en este caso de Bogotá. “Esta dimensión busca proveer información, divulgar contenidos, dar a conocer los atractivos turísticos, con el fin de promocionar los destinos y para ello utiliza una serie de estrategias comunicativas, publicitarias y de mercadeo que además tiene el interés de persuadir a los viajeros y turistas” (Rendón & Hernández., 2008, p. 82). Por lo tanto, por medio de estas estrategias comunicativas, el turismo cultural ha causado impacto a nivel mundial por mostrar parte de la cultura de los territorios.

Las estrategias comunicativas que han empleado las empresas prestadoras de servicios turísticos son fundamentales para visualizar aquellos lugares que son de atractivo para los viajeros. “Desde el punto de vista de la oferta, las tecnologías de la información y comunicación (TIC), han afectado también de forma notable a los proveedores turísticos en el modo de promocionar y comercializar sus productos o servicios” (Fernández, M., 2006, p. 4). Estas nuevas tecnologías han facilitado mostrar diversas campañas que se han vuelto exitosas por el mensaje comunicativo que enuncian y llegan con asertividad a los consumidores o turistas interesados en planear un viaje que tiene como finalidad conocer la cultura de determinado lugar.

Particularmente, campañas de promoción turística como “Nunca dejes de viajar” un video que impulso a Perú en 2012 por lograr identificar el público objetivo y generar emociones en el espectador de visitar y conocer la cultura de este país. Por esta razón, se convirtió en la pieza comunicativa que género muy buenos resultados para la industria turística por su lenguaje visual y el contenido del mensaje convirtiéndose así en la marca que represento al país turísticamente a nivel mundial.

Asimismo, ocurrió con la campaña de Colombia es realismo mágico en donde el mensaje que guarda recordación en las personas es “el riesgo es querer quedarse” haciendo referencia a la imagen de guerra que intenta borrar esta campaña en un país donde prevalece la inseguridad y con este mensaje logro transmitir la sensación de alegría y calidez de la gente acompañado de hermosos paisajes y lugares que guardan historias por contar y descubrir.

Estos dos ejemplos de Perú y Colombia son unos de los muchos casos exitosos de comunicación que por medio de una estrategia comunicativa muestran lo mejor para descubrir de un lugar. Además de llevar un mensaje especial que logra determinado efecto en un público seleccionado, generalmente despiertan el interés en las personas de ir a conocer el destino promocionado. Lo anterior Afirma que la dimensión informativa influye en las personas para su toma de decisiones, en este caso en los turistas que compran el ideal de vivir una experiencia que le muestra la campaña comunicativa.

Actualmente esta dimensión informativa tiene gran incidencia en la planeación del viaje. Por ejemplo, las personas interesadas en conocer un lugar específico tienden a mirar en diversas páginas de internet publicidad, información visual y piezas de comunicación multimedia sobre el lugar que quieren visitar. En algunas ocasiones estas páginas proporcionan plataformas interactivas que ayudan a que la comunicación sea asertiva entre el cliente y el prestador de servicio turístico. Así como lo es el chat en línea, que son usados con el fin de tener un contacto directo con el viajero y satisfacer sus necesidades respecto al servicio turístico que solicita.

La comunicación es el medio por el cual el turismo puede mostrar en esencia aquellos fenómenos sociales que han ocurrido en el transcurso del tiempo y que el turismo cultural ha podido recuperar para convertirlos en atractivos para los visitantes. Se puede entender la comunicación en este caso desde una mirada funcionalista que acoge a ciertos grupos de interés respecto a algún gusto particular. En este caso, las personas que se sienten atraídas por conocer la cultura de distintos territorios y que por tal motivo buscan contenidos que producen agencias que promueven este tipo de turismo con el fin de prestar y vender un servicio. “La comunicación se entiende como un proceso que estandariza los fenómenos sociales y los medios se conciben como instituciones que cubren ciertas necesidades” (Rendón & Hernández., 2008, p. 13). En consecuencia, este aspecto de la comunicación favorece la industria del turismo ya que los efectos producidos por la comunicación son eficaces porque los contenidos van dirigidos a un público específico.

Por otro lado, la dimensión educativa abarca los procesos comunicativos que implica el turismo cultural ya que la difusión de contenidos educativos e informativos crea en los turistas y viajeros el interés por acercarse a conocer el patrimonio arquitectónico de la ciudad. A través de piezas comunicativas como imágenes, videos y textos que muestran la historia de los lugares que se han convertido en una parte de la identidad cultural de los ciudadanos. De tal manera que, estas piezas aportan una enseñanza del patrimonio arquitectónico convirtiendo la práctica convencional del turismo en una actividad que amplía el conocimiento de los visitantes y turistas haciendo que se conserven en buen estado las edificaciones que son consideradas patrimonio de la ciudad.

Por ejemplo, en la ciudad de Medellín el Parque Explora constituye un espacio dedicado a mostrar todo lo relacionado con la ciencia y la tecnología, implementando campañas comunicativas que son de gran atractivo para los visitantes que además descubren en este lugar gran variedad de contenido educativo. Estas campañas han sido tan exitosas que los turistas se ven atraídos por lo que enseña el parque además del valor arquitectónico que representa para la ciudad. Sumado a esto, El Palacio de la cultura de la misma ciudad, posee un periódico que enseña y le da prioridad a los eventos que se exponen en este lugar como: exposiciones de teatro, cine y arte.

Otro ejemplo de casos exitosos para el turismo cultural por medio de una estrategia comunicativa es la revista (Guía de Rutas por Colombia) una guía turística en donde se exponen todos los departamentos y ciudades del país. La guía tiene como objetivo enseñar los lugares más representativos y de gran valor arquitectónico, rescatando las historias que guardan consigo cada lugar de la geografía colombiana. Por tal razón, este recurso es de gran interés para el turista e incluso para los colombianos que no han recorrido el país ya que enseña de una manera atractiva los destinos turísticos de la mano de fotografías y mapas recientes. Respecto a las dimensiones de la comunicación se complementa el papel que ejerce el comunicador social como agente de cambio social que fortalece el diálogo y un espacio de reflexión, identidad y memoria que por medio de la práctica del turismo se apropian estas enseñanzas que valoran y reconocen la importancia que tiene el cuidado y la conservación del patrimonio arquitectónico en la ciudad.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para concluir, es necesario reconocer que el turismo cultural ayuda preservar el patrimonio arquitectónico, no solo de Bogotá sino de diferentes ciudades a nivel mundial. Más aún cuando países de América Latina como Perú, México, Chile, Cuba, Argentina y Colombia han implementado esta práctica de turismo resaltando el valor arquitectónico que alberga cada lugar. Además, de mostrar a los turistas la importancia de conservar y recuperar aquellos bienes que guardan la historia del país y son de atractivo para los viajeros por el contenido cultural que pueden encontrar y aprender.

De la misma manera es importante la relación que se establece de los conceptos: Turismo cultural, identidad cultural, y patrimonio arquitectónico. Ya que los tres son complemento para esta modalidad turística que brinda la posibilidad de conocer las expresiones culturales de un territorio. Además, facilita la interacción entre culturas fortaleciendo procesos comunicativos como el aprendizaje de un nuevo idioma y habilidades comunicativas con una comunidad que se visita.

Es indispensable afirmar que la identidad y el patrimonio se establecen como nuevos ejes para el turismo ya que están relacionados entre sí y promueven el turismo cultural. Pues al realizar esta práctica la identidad se fortalece mostrando lo mejor de la cultura a extranjeros y visitantes, además, se le dará sentido a la conservación de aquellos bienes que hacen parte del patrimonio arquitectónico de la ciudad no solo como infraestructura que impulsa el desarrollo turístico sino también como valor cultural para los ciudadanos.

Por otro lado, es fundamental resaltar la importancia que tiene el patrimonio arquitectónico en cuanto a la preservación de la memoria histórica pues este deja un mensaje de valor para la sociedad. La conservación y preservación requieren de un apoyo del gobierno junto con la comunidad y los turistas que lo visiten. Así de esta manera el bien material pueda estar en óptimas condiciones y responder a las necesidades y expectativas de la población, entendiendo que este se recuerda desde el presente, se construye y se reinterpreta con el ánimo de salvaguardar su valor.

Por otra parte, la relación que tiene el turismo con la comunicación ayuda a que se pueda dar una buena promoción turística del destino a visitar. Tener una buena estrategia comunicativa atrae a los turistas sea por medio de un video, un artículo o alguna pieza comunicativa que se pueda visualizar en la web, y otros medios que puedan satisfacer esta necesidad. Asimismo, la comunicación en relación con el turismo cultural construye historias, crea narrativas y es el mediador indispensable para que esta actividad cobre valor. Particularmente desde dos miradas que le pueden dar los visitantes y residentes de las ciudades, la informativa y la educativa con la intención de preservar los bienes arquitectónicos.

Finalmente, a manera de recomendación para futuras investigaciones es indispensable hacer una buena compilación de información actualizada que brinde datos fidedignos a la realidad. Sumado a esto es de suma importancia la información y la veracidad de las fuentes empleadas debido a que el turismo y el patrimonio son elementos insertos en la sociedad que se ven afectados por diversas transformaciones que trae consigo el paso del tiempo, manifestaciones sociales y nuevas reivindicaciones del espacio que habitan los individuos sociales, en donde los significados y valores del patrimonio se encuentran en constante cambio.

Además, es interesante revisar las diferentes alternativas que la comunicación y otras disciplinas pueden proporcionar para que estos bienes insertos en la sociedad sigan guardando un valor significativo para todos los ciudadanos y visitantes que pasan por Bogotá. De la misma manera que incentivar a investigar sobre el desarrollo sostenible como complemento para este tema ya que es un buen aspecto para trabajar en futuras investigaciones.

REFERENCIAS

- Parrondo, F. F. (2011). Turismo Cultural: Museos En Asturias. *Cuadernos de Turismo*, (27), 341-356.
- Yeras, M. T. C. (2006). Turismo urbano, alternativa sustentable para la conservación de las ciudades. *Retos Turísticos*, 5(2/3), 48-54.
- González, M. V. (2009). Gestión Turística Del Patrimonio Cultural: Enfoques Para Un Desarrollo Sostenible Del Turismo Cultural. *Cuadernos de Turismo*, (23), 237-253.
- Cammarata, E.B. (2006). *El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio*.
- Molinero, N. M. (2017). Haciendo camino en el Turismo Cultural. *methaodos.revista de ciencias sociales*, 5(1), 4-8.
- Figuerola Pinedo, J. (2014). Reflexiones En Torno Al Turismo Cultural En El Perú. *Revista Turismo y Patrimonio*, (8), 180-180.
- Manuel Delgadillo Polanco, V. (2009). Patrimonio Urbano Y Turismo Cultural En La Ciudad De México: Las Chinampas De Xochimilco Y El Centro Histórico. *Urban Patrimony And Cultural Tourism In México City: The Chinampas In Xochimilco And The Historic Center.*, 6(12), 69-94.
- Zurita, A. C. (2010). El patrimonio arquitectónico: conceptos, historia y criterios de conservación. *Revista Cultura de Guatemala*, 31(2), 81-83.
- Gasteiz, V. (2003) Recuperado de:
http://www.izenpe.eus/s154812/es/contenidos/informacion/pv_patr_arquitectonico/es_6597/adjuntos/patrimonio_arquitectonico_c.pdf

- Rodríguez, R. G. (2015). La construcción de una identidad cultural y el desarrollo del turismo en México. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(5), 1019-1036.
- Púa M., G., & Losada Cubillos, J. J. (Eds.). (2017). *Identidad cultural colombiana: visiones de filósofos y pensadores en tiempos del bicentenario*. Bogotá, D. C: Programa de Licenciatura en Filosofía, Universidad de San Buenaventura, sede Bogotá.
- Toselli, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 4(2), 175-182.
- Molano, O. (2007). Identidad cultural, un concepto que evoluciona. *Revista Opera Universidad Externado de Colombia*, 69 - 84
- Turismo y desarrollo. (1980). *Instituto Nacional de Antropología e Historia*.
- Turismo Cultural: Una oportunidad para el desarrollo local. (2014). *Sernatur*.
- Paul, O. I. C. (2003). La Ciudad-Puerto De Valparaíso Como Patrimonio Arquitectónico E Histórico-Cultural De La Humanidad. *THE CITY-PORT OF VALPARAÍSO AS ARCHITECTURAL AND HISTORIC PATRIMONY CUTURAL OF HUMANITY.*, 10(13), 133-150.
- González, S. C. (2003). Principales atractivos para el turismo cultural en Matanzas. *Retos Turísticos*, 2(2/3), 1.
- Clausen, H. B., & Velázquez, M. A. (2013). El turismo cultural en Argentina, México y Brasil. Avances y desafíos. *Diálogos Latinoamericanos*, (21), 9-30.
- Serena, Nanda. *Antropología Cultural*. (39, 52)
- Fernández, M. M. R. (2006). *LAS NUEVAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO*, 25.

Rendón, L. J. B., & Hernández, A. C. (s. f.). *COMUNICACIÓN Y TURISMO*, 99.

Colombia De Nuevo En El Mapa Del Turismo Mundial: Omt. (2009). *Latin Trade* (Spanish), 17(2), 60-60.

Ministerio de Cultura. (2005) Política de Turismo Cultural. Recuperado de:
http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/de-turismo-cultural/Documents/08_politica_turismo_cultural.pdf

Garré, F. (2001). Patrimonio arquitectónico urbano, preservación y rescate: bases conceptuales e instrumentos de salvaguarda. *Conserva*, (5), 5-21. Recuperado de:
<http://arpa.ucv.cl/texto/Patrimonioarquitectonicourbano.pdf>

Tello, S. (2002). *En torno al patrimonio y la interdisciplinariedad*. Lima, Perú.

González, D. (2016). La patrimonialización de la memoria histórica: Entre el deber ser social y la estrategia turística. Apuntes sobre el caso catalán. *Revista pasos*, 14, (5), 1267-1280.

Contraloría General de Boyacá. (2016). *Informe patrimonio cultura del departamento de Boyacá*. Recuperado de:
http://cgb.gov.co/inicio/Archivos/economia/2016/inf_patrim_cult_2015.pdf

Corporación La candelaria. (1994). *La candelaria, el centro histórico de la ciudad de Bogotá*. Recuperado de:
https://issuu.com/patrimoniobogota/docs/corporacion_candelaria_baja

Van der hammen, M. C., Lulle, T., y Palacio, D. C. (2009). La construcción del patrimonio como lugar: Un estudio de caso en Bogotá. *Antípoda* (8), 61-85.

Magaz, M.C. (1996). Patrimonio y Turismo. *Signos Universitarios* 15(29), 120-130.

Redacción del tiempo (6 de agosto de 2009) Abandonado y descuidado está el Puente de Boyacá, máximo emblema de la Independencia de Colombia. *El Tiempo*. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-5794692>

Cavaignac, F., Deperne, H. (2003). “Les Chemins de memoire. Une initiative de l’Etat”. *Cahier Espaces*, (80), 12-21.

Jiménez, R. D. (2015) Marketing turístico y territorial. Recuperado de: <https://diegoturimarketing.com/2015/10/18/las-5-mejores-campanas-de-marketing-turistico-del-mundo/>

Fotografías

[Fotografía de anónimo]. (Boyacá.1919). Academia Colombiana de la Historia
archivo general de la nación.

[Fotografía de Fabio Martínez Cely]. (Boyacá.s. f).

[Fotografía de Elizabeth Campos]. (Cartagena.2015).

[Fotografía de EL Universal]. (Cartagena.2012). Archivo de El Universal. Recuperado de: <http://m.eluniversal.com.co/cartagena/local/cartagena-de-indias-lista-para-las-vacaciones-100641>

[Fotografía de Galo Naranjo]. (Mompox.2015).

Recuperado de:

<https://patrimoniodelahumanidadporanka.blogspot.com.co/2015/06/centro-historico-de-santa-cruz-de.html>

[Fotografía de TPB_ Archivo Dinner]. (Bogotá.s.f).

Archivo Revista Dinners. Recuperado de:

https://www.archdaily.co/co/774937/espacio-odeon-un-caso-de-recuperacion-del-patrimonio-arquitectonico-en-bogota?ad_medium=widget&ad_name=navigation-prev

[Fotografía de Espacio Odeón]. (Bogotá.2017). Feria Odeón. Recuperado de:
<https://www.revistaarcadia.com/agenda/articulo/espacio-odeon-feras-de-arte-2017-planta-libre/66349>